CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT

Programul de Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.

Ghid pentru infuzarea elementelor de educație media la limba și literatura română

pentru clasa a IX-a
(Ediția a II-a, 2025)

Autori:
Monica Halaszi
Bianca Rus

© 2025 Centrul pentru Jurnalism Independent



Ghid pentru infuzarea elementelor de educație media la limba și literatura română

pentru clasa a IX-a
(Ediția a II-a, 2025)

Autori:
Monica Halaszi
Bianca Rus, Centrul pentru Jurnalism Independent

Coordonator științific: Dacian Dolean

Editor: Cristina Jamschek, Centrul pentru Jurnalism Independent

Design: Edit Gyenge

© 2025 Centrul pentru Jurnalism Independent

Despre Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI):
Centrul pentru Jurnalism Independent este o organizație non-guvernamentală activă de peste 30 de ani în protejarea democrației și a celor care cred în valorile sale. Peste 15.000 de profesioniști media, 10.000 de profesori și 240.000 de elevi au fost beneficiarii cursurilor de formare și ai experienței de lucru cu echipa CJI. Pentru mai multe informații despre activitatea CJI, vizitați: cji.ro, pagina de Facebook și Instagram.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

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: 101083730 - BROD. 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.









© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Cuprins

6 **Cuvânt-Înainte**

8 **MODULUL 1: MEDIA ȘI MASS-MEDIA ÎNTR-O SOCIETATE DEMOCRATICĂ**

Lecția 1.1. Ce sunt media și mass-media?

Consolidare Modulul 1: Media și mass-media

F1.1. Fișă de lucru - Ce sunt media și mass-media?

F1.2. Fișă de lucru - Ce sunt media și mass-media? (Temă pentru acasă)

F.1.3. Fișă de lucru - Jurnalul Media

F1.4. Fișă de lucru - Media și mass-media (Romanul adolescentului miop - Mircea Eliade)

22 **MODULUL 2: LIBERTATEA DE EXPRIMARE**

Lecția 2.1. Libertatea de exprimare. Drepturi și limite

Consolidare Modulul 2: Libertatea de exprimare

F2.1. Fișă de lucru - Libertatea de exprimare. Textul juridic

30 **MODULUL 3: MODALITĂȚI DE COMUNICARE ÎN MEDIA**

Lecția 3.1. Scopurile transmiterii de informații

Consolidare Modulul 3.1: Scopurile transmiterii de informații

3.1.1. Schema lecției - Scopurile transmiterii de informații

F3.1. Fișă de lucru - Scopurile transmiterii de informații (Temă pentru acasă)

Lecția 3.2. Limbajul persuasiunii

Consolidare Modulul 3.2: Limbajul persuasiunii

3.2.1. Schema lecției - Limbajul persuasiunii

F3.2.1. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii (Temă pentru acasă)

F3.2.2. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare (De veghe în lanul de secară)

F3.2.3. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare (La Hanul lui Mânjoală)

3.2.2. Lecție de consolidare

F3.2.4. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare (Selecție de texte literare - Adaptare după scenariul didactic dezvoltat de Veronica Horga, profesor de limba și literatura română, Școala Profesională Specială „Sfânta Maria”, Bistrița, în cadrul cursului „Introducere în educație media”, 2024)

56 **MODULUL 4: JURNALISMUL**

Lecția 4.1. Jurnalismul. Interesul public

Consolidare Modulul 4.1: Jurnalismul. Interesul public

4.1.1. Schema lecției - Jurnalismul. Interesul public

F4.1.1 Fișă de lucru – Interesul public și interesul publicului

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Cuprins

F4.1.2. Fișă de lucru - Interesul public și interesul publicului (Temă pentru acasă)
Lecția 4.2. Știrea
Consolidare Modulul 4.2: Știrea
F4.2.1. Fișă de lucru – Știrea
F4.2.2. Fișă de lucru – Știrea
F4.2.3. Fișă de lucru - Analiza știrii
Lecția 4.3. Fapte și opinii
Consolidare Modulul 4.3: Fapte și opinii
F4.3.1. Fișă de lucru - Fapte și opinii
F4.3.2. Fișă de lucru - Fapte și opinii (Temă pentru acasă)
F4.3.3. Fișă de lucru – Fapte și opinii
F4.3.4. Fișă de lucru – Fapte și opinii
F4.3.5. Fișă de lucru - Fapte și opinii
F4.3.6. Fișă de lucru - Fapte și opinii. Pertinența
F4.3.7. Fișă de lucru – Fapte și opinii
F4.3.8. Fișă de lucru - Fapte și opinii
103 **MODULUL 5: ANALIZA CRITICĂ A MESAJELOR MEDIA**
Lecția 5.1. Informațiile false și înșelătoare
Consolidare Modulul 5.1: Informațiile false și înșelătoare
5.1.1. Schema lecției - Informațiile false și înșelătoare
F5.1.1. Fișă de lucru - Haosul informațional
F5.1.2. Fișă de lucru - Haosul informațional
Lecția 5.2. Deconstrucția de mesaj
Consolidare Modulul 5.2: Deconstrucția de mesaj
5.2.1. Schema lecției - Deconstrucția de mesaj
F5.2.1. Fișă de lucru - Analiză de mesaj - „Schimbă soarta plasticului din școala ta.”
F5.2.2. Fișă de lucru – Analiza critică de mesaj (Coca Cola)
F5.2.3. Fișă de lucru – Analiză critică de mesaj (Discurs TedTalk)
F5.2.4. Fișă de lucru - Analiza critică de mesaj (Text publicitar/epistolar)
Lecția 5.3. Verificarea informației
Consolidare Modulul 5.3: Verificarea informației
5.3.1. Schema lecției - Verificarea informației

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Cuvânt-Înainte

Zilnic suntem expuși la un volum foarte mare de informații, din surse variate, cu grade diferite de credibilitate, iar autorii acestor informații au intenții mai mult sau mai puțin pozitive. ***Studiul despre consumul media și relația cu informația a copiilor și tinerilor din România, derulat de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) în anul 2024*** și care a inclus un eșantion reprezentativ la nivel național ne arată că, deși tinerii din România interacționează constant cu media în diferite formate și sunt expuși constant la conținut media în spațiul digital, mulți dintre ei au dificultăți în privința evaluării critice a surselor și a informației care ajunge la ei. În acest context, dezvoltarea competențelor de educație media ale elevilor devine un demers esențial pentru ca aceștia să devină cetățeni care analizează critic mesajele media, își formează opinii echilibrate și pot lua decizii informate pentru ei înșiși, pentru comunitățile din care fac parte și pentru societate, în ansamblu.

Pentru a răspunde acestor provocări, CJI a propus profesorilor o serie de resurse pentru includerea conceptelor de educație media în procesul de predare-învățare, dezvoltate în cadrul Programului de Educație Media, ***disponibile aici.*** Biblioteca de materiale acoperă o arie vastă, de la scenarii de activitate pentru infuzarea educației media la disciplina limba și literatura română pentru elevi de liceu, la activități online interactive ce pot fi implementate la orice disciplină, sau parcurse individual de către elevi. În plus, CJI a publicat în anul 2023 ***un ghid pentru infuzarea conceptelor de educație media la limba și literatura română pentru clasa a IX-a.*** Acest ghid a fost dezvoltat pentru a ajuta cadrele didactice să implementeze activități care să ducă la îmbunătățirea competențelor media ale elevilor lor.

Impresiile împărtășite de către utilizatorii acestui ghid ne-au determinat să facem unele ajustări, pentru a răspunde cât mai bine nevoilor educaționale ale elevilor și nevoilor didactice ale profesorilor. De aceea vă propunem o nouă ediție a ghidului. Aceasta păstrează aceeași structură, cele 10 lecții propuse identificând explicit competențele specifice disciplinei limba și literatura română și conectându-le, prin obiectivele operaționale ale lecțiilor, cu cele de educație media. Lecțiile descriu pas cu pas modalități prin care profesorul poate să abordeze concepte de educație media la clasă într-o manieră integrată, fără a se îndepărta de obiectivele generale urmărite în cadrul disciplinei pe care o predă.

Noutatea pe care o aduce această a doua ediție a ghidului este colecția de activități de consolidare propuse în cadrul fiecărui modul tematic, „Pastila de educație media”. Aceasta conține propuneri pentru dezvoltarea și implementarea unor activități de consolidare, atât prin infuzare, cât și de sine stătătoare, care pot fi realizate în contexte educaționale variate. Astfel, deși ghidul este dedicat în primul rând profesorilor de limba și literatura română, acesta poate fi utilizat cu ușurință și de profesorii care predau alte discipline.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

MODULUL 1:

MEDIA ȘI MASS-MEDIA ÎNTR-O SOCIETATE DEMOCRATICĂ

Lecția 1.1.
Ce sunt media și mass-media?

Competența specifică:
2.1. Aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiective operaționale:
La finalul activității elevii vor ști:
a. să definească media și mass-media;
b. să identifice elemente diferite de media și mass-media;
c. să diferențieze între consumul de media pasiv și cel activ;

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate poate fi desfășurată în cadrul orei de limba și literatura română în care este abordat textul jurnalistic.

Această activitate descrie universul media, arătând diversitatea interacțiunilor noastre cu media. Activitatea poate fi folosită ca introducere pentru lecția despre textul jurnalistic și de asemenea, într-una dintre orele în care este abordată receptarea mesajelor orale și scrise.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișelor de lucru F1.1. și F1.2., prezentare PDF *„Media și mass-media_Ghid clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (1 min)	Profesorul introduce tematica ce va fi studiată. Apoi, cere elevilor să scrie pe o foaie de hârtie sau pe un bilețel ce consideră ei că înseamnă mass-media.	Deseori auzim în jurul nostru vorbindu-se despre media și mass-media, însă nu toată lumea înțelege la fel ce înseamnă acest lucru. Azi vreau să discutăm despre ce înseamnă media și mass-media, ca să înțelegem împreună care este universul media în care întâlnim tipurile de texte despre care discutăm anul acesta și în care interacționăm până la urmă zilnic cu tot felul de mesaje care ajung la noi. Înainte să avem această discuție împreună, vă rog să scrieți pe o foaie de hârtie ce credeți voi că înseamnă mass-media.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Activitate independentă (3 min)	Elevii lucrează independent timp de 3 minute. Profesorul monitorizează activitatea, încurajându-i, dacă este necesar, pe elevii care nu scriu nimic.	
Activitate de grup (5 min)	Profesorul colectează bilețelele și le centralizează pe tablă cu ajutorul unui elev, scriind definițiile/ cuvintele-cheie date de elevi, și frecvența cu care apar aceste răspunsuri. După ce profesorul colectează câteva răspunsuri, le dezvăluie elevilor că universul media este mult mai vast și că vor viziona un scurt video pentru a afla mai multe.	Ziare 1 1 1 1 1 1 1 TV 1 1 1 Social media 1 1 1 1 1 etc. Așa arată în viziunea voastră universul media. Cum vi se pare? Credeți că lipsește ceva? Haideți să aflăm!
Vizionare video (10 min)	Profesorul notează pe tablă câteva întrebări la care elevii vor avea de răspuns *(sau poate folosi prezentarea atașată lecției).* Profesorul împarte elevilor fișa de lucru F1.1. (sau le cere să își noteze în caiete, dacă nu folosesc fișa de lucru). Apoi, profesorul proiectează filmulețul *„Hansel, Gretel și aventura lor în pădurea media”* și cere elevilor să îl urmărească cu atenție și să răspundă la întrebările scrise pe tablă/fișă (exercițiul 1). Dacă este nevoie, profesorul va lăsa filmulețul să ruleze de două ori.	**Fișa de lucru F1.1 (exercițiul 1) - Cheie de răspuns:** **1. Ce înseamnă media? Dar mass-media?** „Media” vine din limba latină și reprezintă un canal prin care se transmit informații, iar „mass-media” reprezintă toate canalele de comunicare în masă, către grupuri foarte mari de oameni. **2. Care sunt tipurile de canale și produse media și mass-media menționate în video?** O poveste auzită de la părinți, o scrisoare, ziare tipărite, reviste, cărți, emisiuni de la radio și TV, știri, ziare online, afișe, vloguri, fotografii, ambalaje, reclame, rețele sociale. **3. Care sunt tipurile de consum media? Ce exemple puteți extrage din video pentru fiecare tip de consum media?** Activ (intenționat, conștient) sau pasiv (expunere involuntară, consum inconștient). Gretel urmărește o știre despre căsuța de turtă dulce la televizor = consum activ; Gretel care își face temele în timp ce ascultă pe fundal muzică = consum pasiv al muzicii, însă are și un consum activ de media când rezolvă temele.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Activitate de grup (5 min)	Profesorul notează cuvinte-cheie pe tablă pe măsură ce elevii răspund la întrebări, confirmând dacă au răspuns corect sau nu și le cere să corecteze și pe fișele de lucru/în caiet dacă au răspunsuri incomplete sau greșite.	
Activitate de grup (17 min)	Apoi, profesorul poate utiliza *prezentarea atașată lecției* sau desenează pe tablă un tabel cu două coloane, cu capetele de coloană intitulate „Activ”, respectiv „Pasiv”, și împreună cu elevii identifică ce tip de consum media descriu exemplele oferite (un elev asistent le poate scrie pe tablă în coloana potrivită în timp ce profesorul coordonează discuția), iar elevii completează pe fișa de lucru (exercițiul 2) sau în caiet, notând și explicațiile. Profesorul încheie exercițiul cu o scurtă etapă de reflecție și discută cu elevii despre importanța analizei consumului media. (vezi prezentarea atașată lecției)	**Fișa de lucru F1.1. (exercițiul 2) - Cheia de răspuns:** **1. Citesc 30 de pagini din opera pe care o studiem la ora de literatură.** Activ - Sunt concentrat și atent la interacțiunea mea cu media, eu am decis ce și cât consum. **2. În timp ce mă pregătesc să plec spre școală, se aud știrile pe care le urmărește mama la televizor**. Pasiv - Atenția mea este îndreptată asupra pregătirii pentru plecare, nu sunt atent la știri, le aud, dar nu le ascult cu atenție. **3. Construiesc figurine origami în timp ce albumul meu preferat rulează pe fundal.** Pasiv - Atenția mea se concentrează asupra construirii figurinei origami, nu sunt atent la melodiile din fundal, chit că eu am dat drumul la album. **4. Hansel și Gretel citesc mesajul privat de la vrăjitoarea din pădure.** Activ - Copiii sunt concentrați pe citirea mesajului. **5. Mă uit la jocul pe care îl joacă colegul meu.** Activ - Atât consumul meu de media, cât și cel al colegului meu sunt active, amândoi suntem atenți la joc, chit că avem interacțiuni diferite cu acesta. **6. Hansel și Gretel trec pe lângă afișe cu sucul Magicolor în fuga lor dinspre căsuța de turtă dulce spre casa părinților.** Pasiv - Copiii nu se opresc să citească cu atenție reclamele de pe panouri, dar rețin informații fără să vrea atunci când trec pe lângă ele.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie (4 min)	La finalul activității, profesorul reia definiția mass-media. Apoi, încheie prin a le spune elevilor care este efectul interacțiunii cu media zi de zi, oferindu-le exemple și explicându-le că este important să reflecteze asupra interacțiunii lor cu media.	Prin mass-media aflăm informații, ne formăm păreri și ne construim viziunea despre lume. Iar acest lucru afectează modul în care ne comportăm, în care îi vedem pe ceilalți sau pe noi înșine. De exemplu, cei mai mulți dintre noi își formează părerea despre America prin filmele, reclamele, muzica pe care le consumă. „Știm" cum este America, fără să fi pus vreodată
Reconectare cu disciplina (2 min)	Profesorul va face trecerea către discuția despre textul jurnalistic făcând trimiteri la cele discutate mai sus.	Mai departe vom discuta despre textul jurnalistic. Acum știm că o știre este un produs mass-media, adică un produs prin care sunt comunicate informații către foarte mulți oameni.
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul le cere elevilor ca temă pentru acasă să rezolve fișa de lucru F1.2. și să parcurgă activitatea online interactivă *„O scurtă aventură în pădurea media".* Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă (fișa de lucru F1.2.). Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	**Fișa de lucru F1.2 - Cheia de răspuns:** **Exercițiul 1:** Instagram în drum spre școală, manualele în timpul orelor, radioul școlii în pauză, jocul de pe telefon în pauză, emisiune pe YouTube, reclamele de pe YouTube etc. **Exercițiul 2:** **1. Mă uit pe TikTok la postările de pe contul unei redacții de știri.** Activ - Eu am decis ce și cât consum, sunt atent la postările de pe cont. **2. Fac curat în camera mea în timp ce muzica merge pe fundal.** Pasiv - Atenția mea este concentrată pe altă activitate, dar mintea mea înregistrează și ceea ce aude pe fundal. **3. Trec rapid peste niște reclame care îmi apar pe Instagram atunci când mă uit la Stories postate de colegi.** Pasiv - Deși interacționez cu conținutul, nu îi acord atenție și nu citesc informațiile. **4. Mă plimb cu prietenii în parc și trecem pe lângă panouri cu niște reclame.** Pasiv - Nu citim cu atenție reclamele, însă înregistrăm informația oricum, involuntar. **5. Citesc mesajele de pe grupul clasei pe WhatsApp.** Activ - Sunt atent la mesajele primite, eu controlez interacțiunea mea cu media. **6. Aștept să se termine o reclamă pop-up care mi-a apărut în timpul jocului de pe telefon, pe care nu o bag în seamă.** Pasiv - Sunt expus involuntar la reclamă, nu îmi îndrept atenția asupra ei, dar tot o aud pe fundal cât timp aștept să treacă.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare

Exercițiul 3:

a. Consumul activ de media devine pasiv: Pornesc un episod din serialul meu preferat la care mă uit cu atenție pentru jumătate de oră, ceea ce reprezintă consumul meu media activ, dar apoi încep să mă uit pe rețelele sociale iar consumul meu media devine pasiv în cazul episodului pentru că nu mai sunt atent la el.

b. Consumul pasiv de media devine activ: Sunt în mașină, iar părinții mei ascultă știrile la radio. Deși atenția mea este îndreptată asupra jocului de pe telefon, aud totuși pe fundal știrile, ceea ce reprezintă consumul meu media pasiv. Când aud denumirea școlii mele, încep să ascult cu atenție știrile, iar consumul meu media devine unul activ.

(Următoarea oră)
Ce spuneți? Când citim știri, avem un consum activ de media? Dar când ascultă bunica știrile în bucătărie și le auziți și voi când treceți pe hol spre camera voastră? Haideți să discutăm mai multe acum despre textul jurnalistic, despre care spuneam ora trecută că este un produs mass-media.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 1: Media și mass-media

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Discuție moderată sau activitate de grup/ independentă (5-10 min)**	Profesorul alocă 5 minute la începutul orei și cere elevilor să ofere câte un exemplu de produs media/mass-media sau de interacțiune cu media plecând de la experiențele lor personale din ziua respectivă sau cea precedentă (oral sau în scris). Profesorul poate oferi exemple proprii, pentru a face reconectarea cu disciplina. În funcție de sarcina dată elevilor, profesorul intervine pentru a le reaminti cele două tipuri de consum media: activ și pasiv.	Ce **media** ați consumat ieri după școală? Ce **media** ați consumat azi în drum spre școală? Fiecare pe rând, dați **un exemplu de media.** Nu repetați exemplele. Dați-mi un câte un **exemplu de consum activ și pasiv** din interacțiunea voastră cu media de ieri. Eu, spre exemplu, am recitit textul pe care îl abordăm astăzi, deci am avut un consum activ prin lectură. Povestiți o situație recentă în care ați observat **cum s-a transformat consumul vostru activ de media într-unul pasiv, sau vice-versa, din pasiv în activ.** **Exemplu pasiv-activ:** Asculți un podcast în fundal în timp ce organizezi hainele în dulap, fără să fii atent la conținutul discuției. (consum media pasiv) Un subiect abordat în podcast îți captează atenția, te oprești din ceea ce faci și începi să asculți cu atenție. (consumul media devine activ) **Exemplu activ-pasiv:** Te uiți la un documentar despre istoria presei din România. (consum media activ) Pe parcursul vizionării, începi să te simți obosit și lași documentarul să meargă pe fundal, dar nu mai ești la fel de atent la ceea ce asculți. (consumul media devine pasiv)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate

Propunere 2

Activitate de grup (10 min)

Descrierea activității

Profesorul prezintă elevilor o listă care conține atât produse media, cât și produse non-media și le cere să identifice dacă acestea sunt sau nu media/mass-media și să explice de ce.

Profesorul prezintă elevilor câteva situații de interacțiune cu media și le cere să identifice ce tip de consum media a avut loc, justificând alegerea făcută.

Aceste activități pot avea suport vizual (PDF, kahoot), se pot desfășura oral sau în scris. (vezi prezentarea atașată lecției).

Dacă elevii nu parcurg activitatea online interactivă *(„O aventură în pădurea media")* ca temă pentru acasă, aceasta poate fi folosită de profesor pentru recapitulare.

Exemple de implementare

1. Kahoot media și mass-media: *https://create.kahoot.it/details/15476f6e-4632-4dd5-a5d1-92b18f0b23b8* (este nevoie ca profesorul să fie logat și să facă o copie a kahootului)

1. **O revistă în care apar doar articole despre natură.** (media; transmite informații)
2. **O piesă de teatru radiofonic difuzată la postul de radio local.** (media; transmite informații)
3. **O carte cu povești pentru copii.** (media; transmite informații)
4. **Un automobil care nu are nicio inscripție.** (nu este media)
5. **Ambalajul unui pliculeț de ceai.** (media; transmite informații)
6. **O emisiune despre dresajul animalelor de companie.** (media; transmite informații)

2. Kahoot consum activ/pasiv: *https://create.kahoot.it/share/consum-de-media-activ-sau-pasiv-profesori/85a6af93-23c4-4f0f-bca4-4d28ab07b346* (este nevoie ca profesorul să fie logat și să facă o copie a kahootului)

1. **Citiți o carte pe o plajă pustie.** (activ, eu decid momentul și durata consumului, sunt atent la ceea ce citesc)
2. **Citiți un website de știri în timp ce ascultați muzică în căști.** (activ - consumul de știri la care sunt atent; pasiv - consumul de muzică pe fundal)
3. **Beți un suc și analizați ingredientele scrise pe etichetă.** (activ, citesc cu atenție ingredientele ca să pot face o analiză a produsului)
4. **Faceți gogoși cu bunica, iar în fundal se aude o emisiune radio.** (pasiv, atenția este îndreptată asupra activității pe care o fac cu bunica, aud pe fundal ce se vorbește la radio, dar nu ascult conștient)
5. **Jucați tenis de picior în fața blocului, iar de la parter se aude cum vecinul se uită la televizor cu volumul maxim.** (pasiv, suntem expuși involuntar la acel conținut, iar atenția noastră este îndreptată asupra jocului)
6. **Citiți reclamele afișate pe clădiri, în timp ce mergeți cu autobuzul.** (activ, eu aleg să le citesc, nu le las doar să treacă pe lângă mine)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Aceste exerciții sunt disponibile și în prezentarea atașată lecției (secțiunea Consolidare). ***Activitatea online interactivă „O scurtă aventură în pădurea media”.***
Propunere 3 **Activitate independentă (10-20 min)**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă, în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect al interacțiunii cu media.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre interacțiunea cu media, pornind de la afirmația: **„Media este peste tot.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre interacțiunea cu media, pornind de la afirmația: **„Consumul pasiv de media nu are niciun efect asupra receptorului.”** **(Suplimentar:** Oferiți cel puțin un exemplu din experiența personală pentru a vă susține argumentele.) Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre interacțiunea cu media, pornind de la afirmația: **„Media ne influențează viziunea despre lume.”** **(Suplimentar:** Oferiți cel puțin trei exemple din experiența personală în care părerea voastră despre un anumit lucru a fost influențată de ceea ce ați văzut în media, pentru a vă susține argumentele.)
Propunere 4 **Activitate independentă (Jurnalul Media) (durată variată)**	Elevii vor completa un jurnal despre consumul lor media pe o perioadă de timp stabilită de profesor (minimum două zile) și vor face o analiză a propriului lor consum media.	Vezi Fișa de lucru F1.3. Jurnal Media.
Propunere 5 **Activitate independentă (infuzare)**	În funcție de **textele studiate,** profesorul poate **valorifica** etapele acțiunii în care un personaj consumă sau interacționează cu media. Profesorul le poate cere elevilor să stabilească dacă personajul este consumator de media și ce tip de consum are în secvența relevantă, sau să analizeze interacțiunea personajelor cu media și efectele acesteia asupra lor.	**Unitatea Adolescența, „Romanul adolescentului miop” de Mircea Eliade (vezi fișa de lucru F1.4, Capitolele I-II) - Cheie de răspuns:** • **Identificați ce tipuri de media sunt menționate în fragmentul dat.** (Jurnal, caietul completat, cărți, roman, filme, opere la care se face referire în mod specific etc.)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• **Identificați ce tip de consum media au personajele în fragmentul dat.** (Activ - citirea cărților menționate; producerea, crearea de conținut; analiza celor scrise; Pasiv - lectura neangajată pe care o deducem din reflecția personajului-narator cu privire la procesul său creativ, unde se depărta de autenticitatea sa repetând scene citite în cărți fără să își dea seama inițial.) • **Comentați în 10-15 rânduri interacțiunea cu media a personajelor și efectul asupra lor plecând de la fragmentul dat și explicați la ce face referire personajul-narator atunci când spune „le cunoaște din cărți și filme" și „mă depărtez de ceea ce puteam spune eu, că repetam scene citite în cărți"?** **De urmărit:** • Menționarea faptului că prin consumul media personajele își formează viziunea despre lume și despre cei din jurul lor și exemplificare (părerea despre Robert, părerea despre cum ar trebui să fie un roman interesant etc.); • Menționarea tipurilor de consum media (activ/pasiv) pe care le au personajele în fragmentul dat și explicarea modului cum ambele contribuie la conturarea viziunii despre lume a personajelor; • Menționarea faptului că personajul-narator reflectează asupra modului în care procesul creativ îi este afectat de consumul media, inclusiv de cel pasiv;
Proiect individual sau de echipă	Profesorul le cere elevilor să creeze afișe sau prezentări prin care să ilustreze universul lor media. Elevii vor avea la dispoziție 1-2 săptămâni pentru a documenta diversele tipuri de media cu care interacționează, adăugând și câte o descriere a modului de consum: dacă le consumă activ sau pasiv, cam cât timp alocă acelui tip de media și ce subiecte îi interesează.	Pregătiți o prezentare a universului vostru media. Includeți exemple de tipuri de media pe care le consumați zilnic. Puteți include fotografii de la momentul consumului sau capturi de ecran. Descrieți cât timp petreceți consumând media și ce subiecte vă interesează pentru fiecare tip de media prezentat. Explicați dacă le consumați activ sau pasiv. Dacă lucrați în echipă, asigurați-vă că fiecare dintre voi aduce cel puțin câte un exemplu pentru fiecare tip de media inclus de echipă în prezentare.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F1.1. Fișă de lucru - Ce sunt media și mass-media?

Exercițiul 1. Pădurea media
Vizionează cu atenție videoul „Hansel și Gretel și aventura lor în pădurea media” și răspunde la întrebările de mai jos.

1. Ce înseamnă media? Dar mass-media?

2. Care sunt tipurile de canale și produse media și mass-media menționate în video?

3. Care sunt tipurile de consum media? Ce exemple poți extrage din video pentru fiecare tip de consum media?

Exercițiul 2. Consumul activ și pasiv de media
Decide în ce categorie se încadrează următoarele situații de consum media (activ sau pasiv) și explică de ce.

Situație	**Consum media (activ sau pasiv)**	**Justificare (De ce?)**
Citesc 30 de pagini din opera pe care o studiem la ora de literatură.	*Activ*	*sunt concentrat și atent la interacțiunea mea cu media, eu am decis ce și cât consum.*
În timp ce mă pregătesc să plec spre școală, se aud știrile pe care le urmărește mama la televizor.		
Construiesc figurine origami în timp ce albumul meu preferat rulează pe fundal.		
Hansel și Gretel citesc mesajul privat de la vrăjitoarea din pădure.		
Mă uit la jocul pe care îl joacă colegul meu.		
Hansel și Gretel trec pe lângă afișe cu sucul Magicolor în fuga lor dinspre căsuța de turtă dulce spre casa părinților.		

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F1.2. Fișă de lucru - Ce sunt media și mass-media? (Temă pentru acasă)

Exercițiul 1. Universul media
Scrie șase tipuri diferite de media pe care le consumi într-o zi obișnuită.

Exercițiul 2. Consumul activ și pasiv de media - Identificare
Identifică ce tip de consum media este descris în situațiile de mai jos și explică de ce le-ai încadrat într-o categorie sau alta.

Situație	**Consum media (activ sau pasiv)**	**Justificare (De ce?)**
Mă uit pe TikTok la postările de pe contul unei redacții de știri.	*Activ*	*Eu am decis ce și cât consum, sunt atent la postările de pe cont.*
Fac curat în camera mea în timp ce muzica merge pe fundal.		
Trec rapid peste niște reclame care îmi apar pe Instagram atunci când mă uit la Stories postate de colegi.		
Mă plimb cu prietenii în parc și trecem pe lângă panouri cu niște reclame.		
Citesc mesajele de pe grupul clasei pe WhatsApp.		
Aștept să se termine o reclamă pop-up care mi-a apărut în timpul jocului de pe telefon, pe care nu o bag în seamă.		

Exercițiul 3. Consumul activ și pasiv de media - Analiză
Scrie câte un exemplu pentru fiecare tip de situație de interacțiune cu media:
a. Consumul activ de media devine pasiv

b. Consumul pasiv de media devine activ

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F.1.3. Fișă de lucru - Jurnalul Media

Acest jurnal aparține lui: _____

Ziua 1 (o zi lucrătoare, la alegere dintre luni-vineri): _____

Canal media utilizat	Intervalul orar	Locul din care ai accesat media	Tipuri de conținut media	Consum media activ sau pasiv	Motivul pentru care ai accesat media
Internet	*19:00 - 20:00*	*Acasă*	*Serial pe o platformă de streaming*	*Activ*	*Divertisment*

Ziua 2 (o zi de la sfârșitul săptămânii la alegere, sâmbătă-duminică): _____

Canal media utilizat	Intervalul orar	Locul din care ai accesat media	Tipuri de conținut media	Consum media activ sau pasiv	Motivul pentru care ai accesat media

Răspunde la următoarele întrebări, după ce ai finalizat completarea jurnalului media:

1. **Câte ore de media consumi într-o zi obișnuită?**
2. **Care este tipul de conținut media care te interesează cel mai mult? De ce?**
3. **Care este concluzia despre consumul tău media? (Nu uita de consumul pasiv de media!)**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F1.4. Fișă de lucru - Media și mass-media (Romanul adolescentului miop - Mircea Eliade)

Exercițiul 1. Citește fragmentele de mai jos și apoi rezolvă cerințele.

„PARTEA I

I. TREBUIE SĂ SCRIU UN ROMAN
Pentru că am rămas singur, m-am hotărât să încep chiar azi Romanul adolescentului miop. Voi lucra în fiecare după-amiază. Nu am nevoie de inspirație; trebuie să scriu, doar, viața mea, iar viața mi-o cunosc, și la roman mă gândesc de mult. Dinu știe; păstrez caiete din clasa a IV-a, când aveam pistrui ca un ovrei și învățam chimie într-un laborator instalat în firida sobei. De câte ori mi se părea că trebuie să fiu întristat, scriam în Jurnalul meu. Și acel Jurnal de acum doi ani avea un "subiect": trebuia să se vădească într-însul viața unui adolescent suferind de neînțelegerea celorlalți. Dar adevărul era altul: Jurnalul mă măgulea și îmi alina dorul meu de răzbunare; răzbunare dreaptă împotriva celor care nu mă înțelegeau, credeam eu.

Romanul îl voi scrie altfel. Eroul sunt eu, firește. Mă tem, însă, că viața mea – stinsă între copii și cărți – nu va interesa cititorii. Pentru mine, tot ceea ce nu am avut, tot ceea ce am dorit din mansardă, în înserări calde și tulburătoare, prețuiește mai mult decât anii tovarășilor mei risipiți în jocuri, în sărbători de familie și idile. [...]

Acum însă, după ce am scris atâtea pagini în caietul meu, nu mai am curajul să încep cel dintâi capitol. Se apropie seara, mâine am lecții grele, iar pe masă am lăsat la jumătate Bouvard et Pécuchet.

II. GLORIA LUI ROBERT
Robert mi-a mărturisit, odată, că D'Annunzio îi seamănă. A citit L'enfant de volupté și Le Feu, dar pronunță Piacere, Il Fuoco. Mă vizitează în mansardă și îmi vorbește melancolic de neghiobia noastră și de gloria sa. Ascultându-l, mă gândesc la personajul pe care îl voi crea eu din Robert. Câteodată zâmbesc: întrevăd un Robert împlinit, schimbat, transfigurat. El mă suspectează.
— Ce ai, doctore?
Trebuie să nascocesc răspunsuri istețe. Robert bănuiește de mult că îi ascund păreri asupra-i. El mă admiră și mă disprețuiește, în același timp. Mi se plânge de slăbiciunile lui, care îl împiedică să ajungă glorios.
— Dacă am glorie, femeile și banii vin de la sine...
Robert se înflăcărează când vorbește de femei. Ursuz, cum îmi place să mă port cu el, l-am surprins de multe ori că le cunoaște din cărți și din filme. [...]

Dar nu scriu, încă, în caietele menite romanului. Nu mă silește nimeni să amănunțesc portretul prietenului meu. Vreau să mă ocup acum de Robert, pentru că el va fi un personaj de seamă în romanul meu, și trebuie să chibzuiesc conflictul pe care îl va dezlănțui.
Conflict, între cine? Iată ceea ce mă împiedică să încep primul capitol. Nu mi-am hotărât intriga. Eroul sunt eu; aceasta e tot ce știu. Romanul va cuprinde crizele și sfârșitul adolescenței mele, firește. Mă voi zugrăvi și analiza alături de atâția prieteni și tovarăși de școală. Dar subiectul romanului meu trebuie să-l inventez. Și pentru că nu cunosc subiect fără eroine, trebuie neapărat să introduc pe verișoara mea. Am încercat. N-am putut scrie nici o pagină. Mi se părea că trebuie să scriu ca într-un roman: atent, înflorit, exagerat. Am înțeles că mă depărtez de ceea ce puteam spune eu, că repetam scene citite în cărți. Și atunci amânam iar capitolul.

Care ar putea fi subiectul romanului? Dragostea mea către eroina din vilegiatură, nu. Eu n-am iubit; nici unul dintre prietenii mei nu a iubit, așa cum se află în romane. [...]

Când ne adunăm, prieteni mulți, Robert ne vorbește despre gloria lui. Eu îl întreb, bănuitor, dacă muncește cu adevărat ca s-o ajungă. El ne spune că citește pe Balzac, pe Ibsen și pe Victor Eftimiu. Noi toți îl tulburăm cu glume rele, pentru că tuturor Robert ne e simpatic și antipatic în același timp. Aceasta e deosebirea între mine și el: că unul visează o fericire și o așteaptă, iar altul se chinuie s-o ajungă, fără să se gândească asupra ei. Iată o frază stupidă, care nu trebuie ștearsă; ca să îmi aduc aminte mai târziu cât de simplu se fac deosebirile la șaptesprezece ani." (fragmente din Romanul adolescentului miop de Mircea Eliade)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

- Identificați ce tipuri de media sunt menționate în fragmentul dat.

- Identificați ce tip de consum media au personajele în fragmentul dat.

- Comentați în 10-15 rânduri interacțiunea cu media a personajelor și efectul asupra lor plecând de la fragmentul dat și explicați la ce face referire personajul-narator atunci când spune „le cunoaște din cărți și filme” și „mă depărtez de ceea ce puteam spune eu, că repetam scene citite în cărți”?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

MODULUL 2:

LIBERTATEA DE EXPRIMARE

Lecția 2.1.
Libertatea de exprimare. Drepturi și limite

Competența specifică:
2.1. Aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiective operaționale:
La finalul activității elevii vor ști:
a. să identifice ce presupune dreptul la libertatea de exprimare;
b. limitele libertății de exprimare.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate poate fi desfășurată în cadrul orei de limba și literatura română în care este abordat textul juridic.

Prin această secvență, elevii vor fi familiarizați cu conceptul de libertate de exprimare, având articolul 30 din Constituție drept text suport. Recomandăm implementarea acestei activități odată ce profesorul a predat particularitățile textului juridic, pentru a le putea ilustra valorificând textul din Constituție.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F2.1., prezentare PDF *„Libertatea de exprimare_Ghid clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (3 min)	Profesorul introduce tematica ce va fi studiată. Profesorul va avea o discuție scurtă cu întreaga clasă, cu scopul de a evalua informal opiniile și cunoștințele elevilor referitoare la libertatea de exprimare.	Ora trecută am discutat despre particularitățile textului juridic. În lecțiile trecute, am discutat despre mass-media și despre faptul că prin mass-media transmitem informații. Însă, transmiterea acestor informații trebuie să respecte anumite reguli. De exemplu, auzim vorbindu-se despre faptul că oamenii au dreptul la libertate de exprimare. Ce înseamnă acest lucru? Înseamnă că putem spune ce vrem, când vrem, în orice circumstanță? Ce părere aveți?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Activitate frontală (5 min)	Profesorul le explică elevilor că urmează să le citească șase enunțuri, iar după fiecare enunț citit, elevii vor trebui să arate dacă le consideră adevărate sau nu, ridicând degetul mare în sus (thumbs up - adevărat) sau lăsând degetul în jos (thumbs down - fals). Profesorul dă elevilor feedback în legătură cu veridicitatea afirmațiilor după fiecare enunț.	**Libertatea de exprimare este un drept fundamental.** (Da, libertatea de exprimare este protejată de legislația internațională, europeană și românească.) **Constituția României recunoaște și protejează dreptul nostru la libertate de exprimare.** (Da, libertatea de exprimare este un drept protejat prin Constituție și este descris în articolul 30.) **Oamenii au libertatea de a spune orice vor, în orice context, nu există limite**. (Nu, pentru că unele afirmații pot încălca drepturile altei persoane, altele pot pune în pericol securitatea națională sau sănătatea publică, de exemplu. De aceea, există limite care pot fi impuse acestui drept. Una dintre cele mai importante limite este interzicerea discursului urii.) **Libertatea de exprimare protejează inclusiv modul în care oamenii doresc să se îmbrace, să se coafeze etc**. (Da, libertatea de exprimare acoperă inclusiv modalitățile de exprimare a personalității.) **Libertatea de exprimare include și libertatea presei.** (Da, Constituția României protejează inclusiv libertatea presei.) **Poți scrie orice pe rețelele sociale, fără a fi sancționat**. (Nu, deoarece unele conținuturi pe care le postezi pot încălca drepturile altor persoane).
Reconectare cu disciplina (3 min)	Înainte de a discuta cu elevii despre conținutul articolului 30, profesorul îi va întreba ce elemente specifice textului juridic își amintesc.	Organizarea textului în articole, alineate etc.; caracterul obiectiv, impersonal; emițătorul oficial și specializat; terminologie specifică, termeni folosiți exclusiv cu sensul denotativ etc.
Activitate independentă și de grup (15 min)	Profesorul împarte elevii în 4 grupe și le dă câte o fișă de lucru F2.1. Profesorul cere elevilor să citească articolul 30 și să aplice cunoștințele despre textul juridic, notând pe fișa de lucru aspectele ce țin de formă și de conținut. Apoi, vor avea de analizat articolul și de identificat care sunt punctele care descriu ce presupune dreptul la libertatea de exprimare și care sunt cele unde sunt menționate limitele acestui drept.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
	Profesorul le solicită să completeze individual exercițiile de pe fișa primită anterior și apoi să discute rezultatele în grup timp de maximum 5 minute. Apoi, fiecare grupă își va alege un raportor care va prezenta rezultatele în fața celorlalte grupe.	
Activitate frontală (8 min)	Raportorii țin pe rând prezentările, sumarizând rezultatele. Profesorul clarifică nedumeririle elevilor, acolo unde este cazul.	**Drepturi:** exprimarea opiniilor, a gândurilor, a credinţelor şi libertatea de a crea orice fel de opere, prin viu grai, prin scris, prin imagini, prin sunete sau prin alte mijloace de comunicare în public; libertatea de a înființa publicații, libertatea presei; protecție împotriva cenzurii sau a suprimării publicațiilor de către stat. **Limite:** prejudicierea (lezarea) demnității, onoarei, a vieții particulare şi a dreptului la propria imagine (adică înfățișarea și vocea cuiva, ceea ce înseamnă că trebuie să cerem voie unei persoane dacă dorim să postăm o fotografie cu ea online) limitează libertatea de exprimare; există și o serie de discursuri interzise precum discursul urii, incitarea la discriminare sau violență, sau manifestările obscene etc.
Predare directă (10 min)	Profesorul le explică elevilor aspectele esențiale care privesc libertatea de exprimare și le cere să își noteze în caiete sau pe spatele fișei de lucru ideile principale:	• **Libertatea de exprimare este un drept fundamental al omului.** • **Este protejată de Constituția României** la nivel național (articolul 30) și de alte documente la nivel european și internațional. • **Toți oamenii au dreptul la libertate de exprimare.** • **Libertatea de exprimare** acoperă orice tip de discurs, indiferent de natura lui sau de suportul prin care acesta este transmis, inclusiv modul în care alegem să ne exprimăm personalitatea (haine, culoarea părului, gesturi etc.). • **Putem exprima opinii** chiar dacă acestea ofensează, șochează sau deranjează, în limitele legalității (adică să nu încălcăm drepturile altora, printre altele) • **Libertatea de exprimare** are limite. • **Discursul instigator** la ură este interzis. • **Libertatea presei** este protejată prin Constituție, ca parte fundamentală a acestui drept, iar cenzura este interzisă.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie (3 min)	Profesorul încheie lecția reamintind elevilor punctele principale discutate, făcând apoi reconectarea cu conținuturile disciplinei.	Libertatea de exprimare este dreptul nostru fundamental, al tuturor, indiferent cine suntem, recunoscut și protejat atât la nivel național, european, cât și internațional. Putem să ne exprimăm liber opiniile și personalitatea prin mijloace diverse de comunicare și de exprimare, atât timp cât ne menținem în limitele descrise de lege. Acest drept garantează și libertatea presei și interzice cenzura. Printre limitele impuse libertății de exprimare regăsim discursul incitator la ură, atingeri aduse drepturilor personale ale altora, printre altele. Libertatea de exprimare este un drept foarte important pentru noi ca cetățeni ai unei societăți democratice, pentru că ne garantează faptul că ne putem apăra celelalte drepturi atunci când ne sunt încălcate. Am discutat astăzi despre libertatea de exprimare pentru că este un drept descris sub forma unui text juridic, scopul acestui text fiind unul administrativ, oficial, de reglementare a relațiilor dintre oameni.
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul le solicită elevilor să reflecteze asupra lecției prin vizionarea unui video explicativ pe baza căruia să construiască exemple despre exercitarea libertății de exprimare în fiecare zi. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	Vizionează videoul explicativ ***„Ce este libertatea de exprimare?”*** și formulează 5 exemple (altele decât cele de mai jos) care arată cum este exercitată libertatea de exprimare în viața de zi cu zi și 1 exemplu care arată, la alegere, când poate ea să fie limitată conform legii sau când este încălcată. Exemple: • o persoană declară că nu crede în libertatea de exprimare; • cineva postează pe o rețea socială un mesaj în care își exprimă punctul de vedere față de filmul care a primit premiul Oscar; • cineva poartă un tricou cu mesajul „Am rizz”; • dacă cineva postează mesaje de ură la adresa unei comunități etnice, atunci poate fi lezată demnitatea respectivei comunități și libertatea de exprimare trebuie limitată.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 2: Libertatea de exprimare

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Discuție moderată (5-10 min)**	Profesorul cere elevilor (5 minute - la începutul orelor) să ofere câte un exemplu pentru modul în care își exercită ei zi de zi libertatea de exprimare și un exemplu de situație în care consideră că libertatea de exprimare le-a fost încălcată. Profesorul va facilita discuția și va interveni când este nevoie pentru a explica dacă elevii au identificat corect acele situații.	
Propunere 2 **Activitate independentă (10-20 min)** **sau** **Temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă, în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect al exercitării libertății de exprimare. De asemenea, profesorul poate da ca temă pentru acasă quizul interactiv *„Libertatea de exprimare”*.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre exercitarea dreptului la libertate de exprimare, pornind de la afirmația: **„Pot să spun orice vreau oricând și oricum.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre exercitarea dreptului la libertate de exprimare, pornind de la afirmația: **„Nu sunt de acord cu ceea ce spui, dar voi apăra până la moarte dreptul tău de a o spune.”** (Evelyne Beatrice Hall, Prietenii lui Voltaire, 1906) *Această frază este des atribuită lui Voltaire, însă el nu a spus niciodată cele conținute în acest citat. Citatul reprezintă modul în care Hall percepe atitudinea lui Voltaire.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri despre exercitarea dreptului la libertate de exprimare, pornind de la afirmația lui Selly din următoarea captură de ecran: **„Școala românească e deconectată de lumea reală. Una înveți la școală, alta vezi când ieși din casă."** *(emisiunea online My Impact, ProTV) (vezi prezentarea atașată lecției)*
Propunere 3 **Activitate frontală (10 min)**	Profesorul poate propune pentru analiză videoul *„Ce este libertatea de exprimare?"* atunci când discută cu elevii despre textul multimodal, recapitulând astfel aspecte legate de libertatea de exprimare prin citirea stratificată și decodarea materialului multimedia.	
Propunere 4 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	În funcție de textele studiate, profesorul poate valorifica aspecte diverse pentru a recapitula concepte ce țin de libertatea de exprimare și pentru a analiza exercitarea acesteia în situații diverse, facilitând astfel reconectarea cu conținuturile disciplinei.	**Unitatea Confruntări etice și civice, poezia „Hau Hau" de Mircea Dinescu:** 1. Poezia abordează tema adevărului care nu poate fi rostit și surprinde absurdul unei lumi în care artistul era subordonat puterii politice. După demersul didactic, care urmărește comprehensiunea și interpretarea textului, în etapa de reflecție se poate discuta despre riscurile implicate de rostirea adevărului și despre limitarea libertății de exprimare, în comunism. Pentru a valorifica conceptele de educație media predate, profesorul poate folosi următorul exercițiu ca suport al discuției. În manualul de limba și literatura română pentru clasa a IX-a, Editura Humanitas, 2006 (autori: Alexandru Crișan, Liviu Papadima, Ioana Pârvulescu, Florentina Sâmihăian, Rodica Zafiu), se propune următorul exercițiu (ex. 7, pag. 194): **Care sunt riscurile implicate de rostirea adevărului:** a. pentru artistul (sau cetățeanul) care spune adevărul; b. pentru cei care dețin puterea (și care se tem de adevăr); c. pentru cei care trăiesc duplicitar (una spun, alta gândesc).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Unitatea Confruntări etice și civice, textul multimodal: 2. În continuarea orelor alocate studiului poeziei „Hau Hau” de Mircea Dinescu, elevilor li se poate cere să analizeze un text multimodal cu care aceasta se înrudește tematic: videoclipul melodiei „Jos cenzura” (Paraziții, 2004), disponibil pe *https://www.youtube.com/watch?v=C2t2ERWAJck;* **Întrebări de sprijin:** • Minutul 0:20 - Afirmând „ne știm bine drepturile”, autorii piesei fac referire la drepturile constituționale. Ce precizează Constituția României referitor la cenzură? Explicați ce semnificație are sloganul „Jos cenzura!” în acest context. (articolul 30 din Constituția României; cenzura este interzisă) • Minutul 1:20 - Ești de acord că „libertatea nu se pierde deodată”? Motivează-ți răspunsul. • Minutul 1:23 - De ce interzicerea unei cărți este echivalentă cu interzicerea unui CD?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F2.1. Fișă de lucru - Libertatea de exprimare. Textul juridic

Exercițiul 1. Textul juridic
Citește articolul 30 din Constituția României și notează care sunt elementele specifice textului juridic pe care le identifici în acest text. într-o categorie sau alta.

Articolul 30 Libertatea de exprimare

1. Libertatea de exprimare a gândurilor, a opiniilor sau a credinţelor şi libertatea creaţiilor de orice fel, prin viu grai, prin scris, prin imagini, prin sunete sau prin alte mijloace de comunicare în public, sunt inviolabile.
2. Cenzura de orice fel este interzisă.
3. Libertatea presei implică şi libertatea de a înfiinţa publicaţii.
4. Nicio publicaţie nu poate fi suprimată.
5. Legea poate impune mijloacelor de comunicare în masă obligaţia de a face publică sursa finanţării.
6. Libertatea de exprimare nu poate prejudicia demnitatea, onoarea, viaţa particulară a persoanei şi nici dreptul la propria imagine.
7. Sunt interzise de lege defăimarea ţării şi a naţiunii, îndemnul la război de agresiune, la ură naţională, rasială, de clasă sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial sau la violenţă publică, precum şi manifestările obscene, contrare bunelor moravuri.
8. Răspunderea civilă pentru informaţia sau pentru creaţia adusă la cunoştinţă publică revine editorului sau realizatorului, autorului, organizatorului manifestării artistice, proprietarului mijlocului de multiplicare, al postului de radio sau de televiziune, în condiţiile legii. Delictele de presă se stabilesc prin lege.

Elemente specifice textului juridic:

Exercițiul 2. Libertatea de exprimare. Drepturi și limite
Extrage din articolul de mai sus care sunt drepturile menționate și care sunt limitele libertății de exprimare.

Drepturi	Limite

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

MODULUL 3:
MODALITĂȚI DE COMUNICARE

Lecția 3.1
Scopurile transmiterii de informații

Competența specifică:
2.1. Aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare
2.4. Compararea trăsăturilor definitorii ale comunicării în texte ficționale și nonficționale

Obiectiv operațional:
La finalul activității elevii vor ști să identifice scopurile transmiterii de informații prin media.

Timp alocat: 35 de minute

Implementare:
Această activitate poate fi desfășurată în cadrul orei de limba și literatura română în care este abordat textul jurnalistic sau la ora de comunicare în care se discută despre scopul comunicării.

Această activitate aduce context studiului diferitelor tipuri de texte și a strategiilor de receptare și analiză a textului, familiarizând elevii cu particularități ale situațiilor de comunicare (în special, discursul public), în funcție de intenția autorului și de scopul transmiterii de informații.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F3.1., prezentare PDF *„Scopurile transmiterii de informații_Ghid clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (5 min)	Profesorul reamintește elevilor că într-o oră precedentă au discutat despre ce înseamnă media și mass-media și au identificat diferite forme ale acestora. Recapitulează succint cu elevii ideile principale ale activității 1, punând accent pe faptul că prin media se transmit informații și ghidează discuția spre scopurile pentru care folosim media. Pe măsură ce elevii oferă răspunsuri, profesorul le scrie pe tablă. Profesorul le explică elevilor că toate tipurile de interacțiune cu media și mass-media pe care le-au menționat reprezintă scopuri ale transmiterii de informații și că astăzi vor identifica împreună care sunt acestea.	Am discutat în lecțiile anterioare despre media și mass-media și despre modul în care noi consumăm conținut media. **Vă aduceți aminte care este definiția acestor termeni, media și mass-media? Care sunt tipurile de media despre care am discutat?** **Cum ne folosesc în viața de zi cu zi, la ce ne ajută, ce fac oamenii prin media și mass-media?** (Profesorul ghidează elevii spre răspunsuri precum: să aflăm lucruri noi, să ne uităm la filme/seriale care ne plac, să învățăm ceva nou, să vorbim unii cu alții, să vedem videouri amuzante, să ne jucăm, să vedem care sunt ofertele unor magazine, să convingem pe cineva să facă un anumit lucru, cineva poate manipula prin media etc.)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Predare directă și activitate frontală **(25 min)**	Profesorul explică elevilor că le va arăta mai multe produse media create cu scopuri diferite de transmitere a informațiilor și le cere să spună ce scop consideră ei că are fiecare produs media *(vezi Schema lecției 3.1.1. și resursele multimedia aferente lecției, disponibile în prezentarea atașată lecției).* Profesorul colectează răspunsurile elevilor și îi ghidează cu întrebări ajutătoare despre sursă/autor, conținut și public pentru a putea identifica scopurile pentru care au fost create produsele media folosite ca exemple. În timp ce prezintă fiecare scop, profesorul va sumariza pe tablă conținutul, iar elevii îl vor copia în caiete (vezi Schema lecției 3.1.1. - Repere pentru elevi). Apoi, le cere elevilor să ofere câteva exemple pentru fiecare scop discutat. La finalul predării, profesorul alocă câteva minute pentru reflecție și întreabă elevii de ce este important să cunoască scopurile pentru care sunt transmise informațiile prin media.	Oamenii transmit informații cu o varietate de scopuri, fiecare satisfăcând nevoi, obiective și publicuri diferite, așa cum ați menționat și voi mai devreme. Unele mesaje media sunt create pentru a îndeplini mai multe scopuri în același timp. **Care credeți că este scopul acestui mesaj media? (Exemplu 1, Schema lecției 3.1.1. - Repere pentru profesori)** Publicația „EduPedu.ro" informează despre rezultatele lui David Popovici la Jocurile Olimpice din 2024. Așadar, unul dintre scopurile pentru care sunt transmise informații este informarea, să aflăm lucruri noi, așa cum ați spus și voi mai devreme. Surse diverse ne informează despre ce se întâmplă în societate, la nivel local, național și global. Jurnaliștii și instituțiile de presă sunt cei care îndeplinesc în general rolul de informare prin materialele pe care le publică. Acestea monitorizează instituțiile statului și pun întrebări în interes public, în numele cetățenilor, pentru a putea informa publicul despre ceea ce merge bine și ceea ce nu merge bine, care sunt neregulile, actele de corupție etc. În același timp, rețelele sociale, al căror rol inițial era acela de socializare și divertisment, sunt din ce în ce mai utilizate de oameni pentru a obține informații. **Vă rog să vă notați în caiet. (vezi Schema lecției 3.1.1.)** **Informarea:** surse diverse ne informează despre ce se întâmplă în societate prin diverse platforme și produse media. Instituțiile de presă și jurnaliștii sunt cei care ne informează în general, dar rețelele sociale sunt utilizate tot mai des pentru acest scop. **La ce alte exemple vă puteți gândi?**
Concluzie și reconectare cu disciplina (3 min)	În funcție de ora la care implementează această activitate, profesorul explică elevilor din nou de ce este important să cunoască aceste scopuri ale transmiterii de informații (recunoașterea lor îi ajută să identifice mai ușor intenția autorului și să înțeleagă de ce a ajuns un mesaj media la ei) și face reconectarea cu disciplina.	**Implementare într-o oră în care abordează textul jurnalistic:** Acum că am văzut care sunt scopurile pentru care oamenii transmit informații prin media și mass-media, care ați spune că este scopul transmiterii unei știri în general?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Implementare într-o oră în care abordează scopurile comunicării: Așa cum transmiterea de informații prin mass-media are scopuri diferite în societate, aceste scopuri se regăsesc și în comunicarea pe care o avem în fiecare zi cu cei din jurul nostru. De exemplu, atunci când un prieten ne spune o glumă, rolul comunicării este de a crea divertisment. Sau, când părinții te anunță ce veți mânca la cină, scopul comunicării este de a informa.
Temă pentru acasă (2 min)	Profesorul le cere elevilor să rezolve fișa de lucru F3.1. Elevii vor analiza o serie de mesaje media și vor identifica scopurile pentru care acestea au fost create. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	**Fișa de lucru F3.1 - Cheia de răspuns:** • **Mesajul 1:** Documentarul despre democrația din România creat de Recorder *(https://youtu.be/uUbN6DXJwFg)* - informare, educare. • **Mesajul 2:** Schimb de mesaje între utilizatori care nu se cunosc neapărat, pe YouTube, captură de ecran a secțiunii de comentarii de la videoclipul ANGAJAT PE AEROPORT cu INNA (La Munca: S3, Ep. 8), postat de Selly - comunicare și socializare. • **Mesajul 3:** Un anunț postat de administratorul blocului - informare, persuasiune și influențare, divertisment (informează despre nereguli, încearcă să convingă printr-un mesaj umoristic îndreptarea neregulilor). • **Mesajul 4:** O memă pornind de la scrisorile dintre Mihai Eminescu și Ion Creangă *(https://www.tiktok.com/@ion_creanga_0103/video/7352456311503670560)* - divertisment. • **Mesajul 5:** O știre postată de Euronews pe Instagram - informare.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 3.1: Scopurile transmiterii de informații

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate frontală (5-10 min)**	La începutul orei, profesorul cere elevilor să analizeze ce scopuri are transmiterea de informații în diferite situații de comunicare, arătându-le 2-3 mesaje media. În funcție de conținuturile disciplinei abordate în acea oră, profesorul poate căuta mesaje care corespund tematicii discutate pentru a putea face reconectarea cu disciplina mai ușor.	Profesorul poate folosi mai multe mesaje media despre același subiect, dar care au scopuri diferite. Spre exemplu, profesorul poate folosi o memă (divertisment) despre școală atunci când abordează un text pentru unitatea tematică Școala, alături de o știre despre începutul școlii (informare). Sau poate folosi un afiș de film science fiction în deschiderea orei în care abordează conținuturi din unitatea tematică Lumi fantastice (informare/persuasiune și influențare). *(vezi prezentarea atașată lecției)*
Propunere 2 **Activitate independentă (infuzare) (10-20 min) sau temă pentru acasă Proiect individual sau de echipă**	Profesorul poate da ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă la orele de literatură un exercițiu în care cere elevilor să valorifice diverse aspecte ale textului studiat imaginându-și cum le-ar transpune în mesaje media care răspund unor scopuri diverse. Profesorul cere elevilor să lucreze în echipă. Fiecare echipă va avea la dispoziție 1-2 săptămâni pentru a crea o prezentare (PPT, PDF, Canva) în care vor prezenta diverse mesaje media, ilustrând de asemenea diversitatea scopurilor pentru care acestea au fost create.	Prezintă trăsături de-ale personajului X sub forma unor mesaje media care au scopuri diferite de transmitere a informațiilor. Spre exemplu, poți construi o memă cu scop de divertisment sau îți poți imagina în scop informativ/educațional un interviu cu autorul textului, în care vorbește despre construcția personajului. Poți crea chiar și o reclamă în scop persuasiv, prin care să scoți în evidență trăsăturile personajului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
	Profesorul poate recomanda elevilor ca la finalul prezentării, fiecare echipă să includă câte 3 mesaje media pe care le vor analiza alături de colegi, sau un quiz interactiv de tip Kahoot/ Wordwall etc.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

3.1.1. Schema lecției - Scopurile transmiterii de informații

Repere pentru profesor:

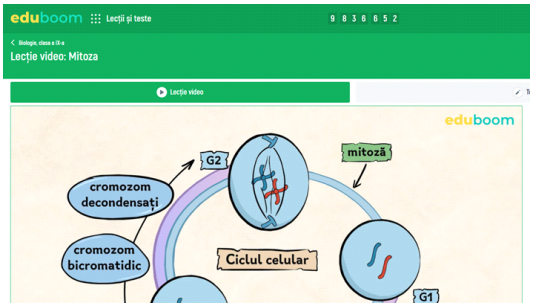
Surse transmit informații cu o varietate de scopuri, fiecare satisfăcând nevoi, obiective și publicuri diferite.

Informare: surse diverse ne informează despre ce se întâmplă în societate, la nivel local, național și global. Jurnaliștii și instituțiile de presă sunt cei care îndeplinesc în general rolul de informare prin materialele pe care le publică. Acestea monitorizează instituțiile statului și pun întrebări în interes public, în numele cetățenilor, pentru a putea informa publicul despre ceea ce merge bine și ceea ce nu merge bine, care sunt neregulile, actele de corupție etc. În același timp, rețelele sociale, al căror rol inițial era acela de socializare și divertisment, sunt din ce în ce mai utilizate de oameni pentru a obține informații.



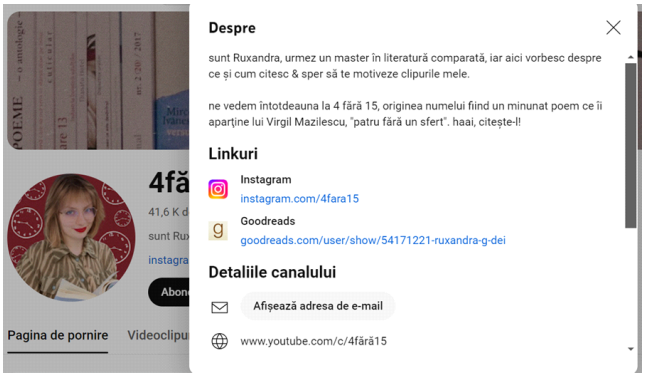
Exemplu: Publicația „EduPedu.ro" informează despre rezultatele lui David Popovici la Jocurile Olimpice din 2024.

Educare: prin diverse produse media precum documentare, articole, videouri explicative, tutoriale, cursuri online, teste, putem dobândi noi abilități și cunoștințe despre subiecte variate.



Exemplu: O lecție video de pe platforma „Eduboom" despre mitoză pentru clasa a IX-a.

Comunicare și socializare: Media permite oamenilor să se conecteze, să împărtășească experiențe și să comunice între ei. Ceea ce vedem în media, fie comportamente, atitudini sau stiluri de viață, influențează modul în care ne formăm opinia despre alții și despre noi înșine și cum ne purtăm în societate.

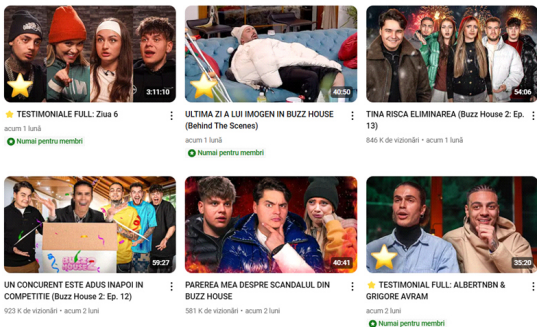


Exemplu: Schimb de mesaje pe Instagram între prieteni (socializare, printre altele).

Exemplu: Canalul de YouTube al Ruxandrei Gîdei, 4fără15, unde tânăra comunică, împărtășește impresiile ei despre diverse cărți și promovează lectura, încercând să își motiveze comunitatea de urmăritori să citească (mai mult).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Divertisment: avem nevoie de divertisment pentru a ne abate atenția de la monotonia, agitația și stresul vieții de zi cu zi. Media ne oferă acest tip de conținut de divertisment ușor accesibil și aparent fără costuri. Media oferă filme, muzică, jocuri, manifestări artistice, spectacole și evenimente culturale, oferind relaxare și distracție și stimulând aprecierea și înțelegerea culturală.



Exemplu: Seria „Buzzhouse" produsă de Selly, influencer, pe YouTube.

Persuasiune și influențare: media joacă un rol semnificativ în formarea opiniilor, atitudinilor și comportamentelor prin utilizarea persuasiunii și influențării. Prin media, diverse surse încearcă să ne convingă să acceptăm o idee, să facem anumite lucruri, cum ar fi să cumpărăm un anumit produs, sau să adoptăm o anumită atitudine.



Exemplu: Mesaj publicitar pe TikTok (Chipsurile Krax) pentru a influența utilizatorul să cumpere produsul promovat.
Exemplu: O campanie socială a Salvați Copiii, prin care se atrage atenția asupra bullyingului în școlile din România, cu scopul de a mobiliza comunitatea să ia măsuri pentru combaterea acestui fenomen.



Dezinformare: Acestor scopuri ale transmiterii de informații li se alătură dezinformarea, ce presupune transmiterea de informații false (știind că sunt false) cu scopul de a face rău, de a înșela sau de a induce în eroare publicul.



Exemplu: Videouri virale pe TikTok, în care sunt folosite imagini și vocea modificate sau generate cu inteligența artificială să pară a fi influencerul Mr. Beast, care ar oferi coduri de acces pentru website-uri de investiții în cryptomonede și bani gratuit. În realitate, acele website-uri fură datele și banii utilizatorului. *(https://www.tiktok.com/@geraldfrankiska/video/7379408574042082565)*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Repere pentru elevi, de notat în caiet:

a. Informare: surse diverse ne informează despre ce se întâmplă în societate prin diverse platforme și produse media. Instituțiile de presă și jurnaliștii sunt cei care ne informează în general, dar rețelele sociale sunt utilizate tot mai des pentru acest scop.

b. Educare: prin diverse produse media precum documentare, articole, videouri explicative, tutoriale, cursuri online, teste, putem dobândi noi abilități și cunoștințe despre subiecte variate.

c. Comunicare și socializare: media permite oamenilor să se conecteze, să împărtășească experiențe și să comunice între ei. Ceea ce vedem în media, fie comportamente, atitudini sau stiluri de viață, influențează modul în care ne formăm opinia despre alții și despre noi înșine și cum ne purtăm în societate.

d. Divertisment: media oferă filme, muzică, jocuri, manifestări artistice, spectacole și evenimente culturale, oferind relaxare și distracție și stimulând aprecierea și înțelegerea culturală.

e. Persuasiune și influențare: media joacă un rol semnificativ în formarea opiniilor, atitudinilor și comportamentelor prin utilizarea persuasiunii și influențării. Prin media, diverse surse încearcă să ne convingă să acceptăm o ideea, să facem anumite lucruri, cum ar fi să cumpărăm un anumit produs, sau să adoptăm o anumită atitudine.

f. Dezinformarea: presupune transmiterea de informații false cu scopul de a face rău, de a înșela sau de a induce în eroare publicul.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F3.1. Fișă de lucru - Scopurile transmiterii de informații (Temă pentru acasă)

Analizează mesajele media de mai jos și identifică scopurile pentru care au fost create.



DOCUMENTAR RECORDER. 30 de ani de democrație

F 7_ Alătură-te Abonează-te 106 K Trimite ⋯

@daniiellull acum 6 luni
Selly , sunt mandru. Cel mai bun episod de pana acum. Eu sunt pasionat de aviatie si intr un an ma inscriu la aeroclub. Vreau sa spun ca pentru mine acest clip a fost o binecuvantare. Keep going
181 Răspunde

@_d3n1s.ag_ acum 6 luni
Ar fi foarte tare daca ati face un episod din La Munca cu cei de la Metrorex
262 Răspunde
8 răspunsuri

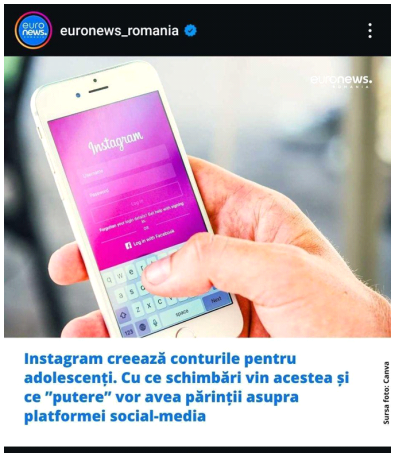
@stefandrg3646 acum 6 luni
Chiar ar fi super
2 Răspunde

@TudorAlex-c9j acum 6 luni
Chiar buna idee
2 Răspunde

@GabitzuuTransporterul acum 6 luni
Daa







© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 3.2
Limbajul persuasiunii

Competența specifică:
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare
2.4. compararea trăsăturilor definitorii ale comunicării în texte ficționale și nonficționale

Obiectiv operațional:
La finalul activității elevii vor ști să identifice tehnici de persuasiune în mesajele media.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate se poate implementa în a treia oră în care se abordează textul argumentativ.

Această activitate îmbogățește strategiile de receptare și analiză a textului, familiarizând elevii cu tehnici de persuasiune pe care le pot analiza pentru a deconstrui (și construi) argumente.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F3.2.1, prezentare PDF *„Limbajul persuasiunii_Ghid clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (5 min)	Profesorul introduce tematica care va fi studiată. Profesorul scrie pe tablă denumirile celor trei mari categorii de tehnici de persuasiune și cere elevilor să își noteze în caiete.	Am discutat lecțiile anterioare despre scopurile pentru care sunt transmise informații prin mass-media. Unul dintre acele scopuri era persuasiunea, convingerea. Mesajele și discursurile care au scopul de a convinge publicul să facă, să gândească sau să se comporte într-un anumit fel se numesc **discursuri persuasive.** Le regăsim în publicitate, în propagandă, în manipulare, sunt folosite atât în discursul public, dar și în conversații private, de exemplu atunci când dorim să ne convingem prietenii sau părinții în legătură cu un subiect. Aceste discursuri sunt folosite atât în scopuri pozitive, cât și negative, în funcție de intenția autorului. În discursurile persuasive sunt folosite o serie de tehnici pentru a fi cât mai eficiente. De aceea, în continuare vom discuta despre diverse tehnici de persuasiune folosite de creatorii de mesaje pentru a ne convinge. În această oră, vom discuta despre mai multe tehnici de persuasiune, tehnici pe care le putem împărți în trei categorii, în funcție de mecanismul de convingere: **1. Tehnici care apelează la emoții** **2. Tehnici care vor să ne convingă prin credibilitate și autoritatea protagoniștilor** **3. Tehnici care apelează la diverse structuri și unghiuri de abordare**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Predare directă și activitate frontală **(40 min)**	Profesorul le prezintă elevilor fiecare categorie și tehnică de persuasiune și le cere să își noteze în caiete. În timp ce prezintă fiecare categorie/ tehnică, profesorul va sumariza pe tablă conținutul, iar elevii îl vor copia în caiete (vezi 3.2.1. Schema lecției). Descrierea/prezentarea fiecărei tehnici va fi însoțită de imagini relevante sau materiale video *(vezi prezentarea atașată lecției și 3.2.1. Schema lecției)* dacă există mijloace tehnice (videoproiector, conexiune la internet). Apoi, după prezentarea și exemplificarea fiecărei tehnici, profesorul le va solicita elevilor să ofere ei exemple, iar profesorul va media discuțiile care pot decurge în urma acestor exemple. Pentru a consolida ceea ce au învățat în ora anterioară de infuzare, profesorul va cere elevilor să identifice și scopurile transmiterii de informații pentru fiecare produs media folosit ca exemplu. La finalul predării, profesorul va folosi câteva minute pentru etapa de reflecție, întrebând elevii de ce este important să identifice și analizeze tehnicile de persuasiune folosite în mesajele media care ajung la ei.	Așa cum am precizat, una dintre categoriile în care putem grupa tehnicile de persuasiune este apelul la emoții, și azi vom vorbi despre emoțiile negative, emoțiile pozitive și umor. **Mesajele trezesc în noi emoții puternice pozitive (fericire, compasiune, speranță, satisfacție etc.) sau negative (frică, dezgust, furie etc).** Această tehnică presupune amplificarea unei emoții pozitive prin asocierea cu un produs, serviciu, sau idei. Spre exemplu, compania Fashion Days, care vinde haine, asociază cumpărarea hainelor cu sentimentele de fericire și împlinire pe care le simțim atunci când putem să ne exprimăm personalitatea în mod autentic. **Puteți să-mi dați și voi alte exemple de situații în care ni se induce o stare pozitivă prin apelul la emoții?** Deci, cum funcționează emoțiile pozitive ca tehnică de persuasiune? Profesorul scrie pe tablă și elevii în caiete: • **Apelul la emoții pozitive:** Amplificarea unei emoții pozitive (fericire, speranță, compasiune) prin asocierea sa cu un produs, serviciu sau o idee. (vezi 3.2.1. Schema lecției) La finalul prezentării tehnicilor, profesorul amintește elevilor că persuasiunea nu este în sine bună sau rea și că mereu contează intenția autorului unui mesaj. Publicitatea folosește de regulă tehnici de persuasiune într-un mod transparent, știm că o reclamă este o reclamă, brandul nu încearcă să ascundă acest lucru și ne este comunicat într-un mod deschis faptul că dorește să ne convingă să cumpărăm produsul prezentat. Dar spuneam la începutul orei că tehnicile de persuasiune pot fi folosite uneori și în scopuri rele, cum ar fi manipularea și dezinformarea. Haideți să vedem un exemplu și să identificăm ce tehnici de persuasiune au fost folosite. (ultimul exemplu - postarea unei informații false de un cont fals sub numele Poșta Română Livrare)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie și reconectare cu disciplina (3 min)	La finalul activității, profesorul reamintește elevilor că, pentru a convinge, creatorii de conținut din media, și nu numai, utilizează diverse tehnici de persuasiune: apelul la emoții (negative, pozitive, umorul), apelul la credibilitatea și autoritatea protagoniștilor (oameni frumoși, celebrități, experți, oameni simpli) și unghiul de abordare: ofertele de nerefuzat și repetiția. Pentru a face reconectare cu disciplina, profesorul explică elevilor că argumentele pe care le construiesc sau pe care le analizează într-un text argumentativ conțin deseori aceste tehnici de persuasiune.	Tehnicile de persuasiune sunt foarte rar folosite independent, singure. Mai multe tehnici apar în același mesaj, făcând identificarea și separarea lor mai dificilă. Cunoașterea acestor tehnici face receptorul mai atent la conținut și mai pregătit să observe atunci când tehnicile de persuasiune sunt folosite cu scopul de a înșela ori manipula. Chiar și voi folosiți aceste tehnici atunci când scrieți un text argumentativ. Spre exemplu, atunci când prezentați statistici sau opinia unui expert pentru a vă susține argumentele, folosiți tehnica expertului. Atunci când oferiți un exemplu din experiența personală, folosiți tehnica omului simplu, poate chiar și apelul la emoții etc.
Temă pentru acasă (2 min)	Profesorul le solicită elevilor să reflecteze asupra lecției, rezolvând fișa de lucru F3.2.1 ca temă pentru acasă. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	**Fișa de lucru F3.2.1. - Cheia de răspuns:** • **Mesajul 1:** Dialog/schimb de mesaje între prietene - apel la emoții negative (amenințarea că dezvăluirea secretului ar putea avea efecte negative trezește sentimente de frică/îngrijorare); • **Mesajul 2:** O postare de la Cărturești, în care oferă gratuit câte o carte celor care merg la vot la alegerile europarlamentare - apel la emoții pozitive (asociere cu spirit civic, alegerile personale) și ofertele „de nerefuzat"; • **Mesajul 3:** Fragment din „Capra cu trei iezi" de Ion Creangă, 1875 - apelul la emoții negative (frică) pentru a îi convinge pe cei trei iezi să asculte de mamă și să nu deschidă ușa unui străin, că nu știu niciodată ce pericole poate să îi pască; • **Mesajul 4:** Reclama McDonalds „Oameni cu experiențe" - celebrități (Rareș)/oameni frumoși, emoții pozitive prin asocierea brandului cu stări de bine/valori, oameni simpli, repetiție; • **Mesajul 5:** O postare de-ale lui Smiley despre Vocea României - celebrități, oameni simpli (și el se uită așa cum ne uităm și noi la emisiune), apelul la emoții pozitive (fantastic).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 3.2: Limbajul persuasiunii

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate frontală (5-10 min)**	Profesorul prezintă elevilor 2-3 mesaje media și le cere să identifice care sunt tehnicile de persuasiune folosite. Mesajele alese pot fi conectate cu temele și conținuturile abordate la disciplină, pentru a putea face o reconectare cu aceasta în mod facil după exercițiul de educație media. Profesorul poate oferi ca temă pentru acasă ca fiecare elev să caute câte un mesaj media pe care ar dori să îl analizeze alături de colegi (și să identifice tehnicile de persuasiune prezente în mesajul ales), iar în orele în care sunt alocate cinci minute acestei activități, să folosească 1-2 exemple propuse de elevi.	Vezi exercițiul disponibil în prezentarea generală despre tehnicile de persuasiune. Prezentarea conține mesajele media de analizat și cheia de răspuns pentru profesor. *https://educatiemedia.cji.ro/2025/02/19/webinar-resurse-despre-persuasiune/*
Propunere 2 **Temă pentru acasă**	Ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect legat de utilizarea tehnicilor de persuasiune în mesajele media.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Persuasiunea nu este în sine bună sau rea.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Persuasiunea este de multe ori mai eficientă decât forţa brută.” (Aesop)** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la utilizarea tehnicilor de persuasiune de către influenceri.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 3 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină la clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul epistolar, profesorul cere elevilor să își aleagă trei tehnici de persuasiune pe care să le folosească pentru a scrie o scrisoare. Pentru a face reconectarea cu disciplina, profesorul le cere elevilor să adreseze scrisoarea unui personaj din textul pe care îl studiază la orele de literatură, prin care încearcă să îl convingă să acționeze într-un anumit fel, valorificând astfel conținutul textului studiat.	Scrieți o scrisoare prin care încercați să o convingeți pe Julieta să nu bea otrava. Folosiți în construcția scrisorii cel puțin trei tehnici de persuasiune. Imaginați-vă că sunteți Persida. Scrieți o scrisoare adresată Marei, prin care încercați să o convingeți să accepte căsătoria cu Natl. Folosiți cel puțin trei tehnici de persuasiune. Scrieți o scrisoare adresată Persidei, prin care încercați să o convingeți să nu se mărite pe ascuns. Folosiți cel puțin trei tehnici de persuasiune.
Propunere 4 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	Profesorul valorifică secvențe din textele abordate la orele de literatură, în care interacțiunile dintre personaje conțin acte de convingere, sau plecând de la teme ori cuvinte-cheie din poeziile abordate.	**Unitatea tematică Adolescența, „De veghe în lanul de secară", de J.D. Salinger:** • Profesorul poate oferi fișa de lucru F3.2.2. ca exercițiu în clasă sau ca temă pentru acasă. Astfel, profesorul va infuza elementele de educație media la lecția de literatură, făcând o tranziție naturală de la conținutul disciplinei către educația media și înapoi. **Cheia de răspuns:** Tehnici de persuasiune descrise: • **Repetiția -** „Îi fac reclamă într-o mie de reviste, cu mereu aceeași poză…"; • **Oamenii frumoși -** „poză a unui șmecher de succes, călare pe un cal care sare peste un gard. De parcă la Pencey am fi jucat polo cât era ziua de lungă."; • **Apelul la emoții pozitive, oamenii simpli, experții** - „Și sub poza tipului călare, scrie: «Din 1888 modelăm băieții în tineri bărbați, împliniți și cu judecată limpede»." - expertiza școlii (experții) este promovată prin asocierea cu valorile (apelul la emoții pozitive) pe care școala le crește în elevii săi, oricine ar fi ei (oameni simpli). **De urmărit în analiza fragmentului:** • Menționarea faptului că personajul-narator identifică tehnicile de persuasiune folosite în mesajul de promovare al școlii, le poate recunoaște; • Menționarea faptului că personajul-narator compară „promisiunea" vândută prin reclamă cu realitatea de la școala respectivă și nu se poate lăsa convins de reclamă.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare

Unitatea tematică Scene din viaţa de ieri şi de azi, „Balta Albă”, de V. Alecsandri:

- Profesorul cere elevilor să își imagineze ca temă pentru acasă o reclamă la un loc, produs media (ziar, revistă etc.), obiect, experiență, serviciu, reprezentație artistică (piesă de teatru, operă) din textele studiate, folosind cel puțin trei tehnici de persuasiune, valorificând astfel conținutul textelor. Spre exemplu, atunci când predă povestirea „Balta-Albă”, profesorul le cere elevilor să lucreze individual sau pe grupe și să își imagineze o reclamă a unei agenții de turism care oferă un pachet de călătorie către Balta Albă. (Propunere inspirată din scenariul de infuzare dezvoltat de Mihaela Daniela Cîrstea – profesor de limba și literatura română, COLEGIUL NAȚIONAL „VIRGIL MADGEARU”, București, disponibil la *https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/)*

Unitatea tematică Lumi fantastice (Limba și literatura română, manual pentru clasa a IX-a, Editura Humanitas, 2004), „La hanul lui Mânjoală”, de I. L. Caragiale:

- Atunci când discută despre caracterizarea personajelor, profesorul poate cere elevilor să identifice tehnicile de persuasiune la care apelează Fănică, pe o parte, și Marghioala, pe de alta, în secvența selectată (vezi fișa de lucru F.3.2.3). (Cheie de răspuns: Fănică - apelul la emoții pozitive - flatarea; oamenii frumoși - referire la trăsăturile fizice „strașnice”; Marghioala: apelul la emoții negative - frică, „dacă te aude socru-tău?”)

Unitatea tematică Joc și joacă (Limba și literatura română, manual pentru clasa a IX-a, Editura Art, pg.24), „Harry Potter şi piatra filozofală”, de J.K. Rowling:

- Elevilor li se poate cere să identifice tehnica de persuasiune la care se apelează în secvența de mai jos:
  „— Trebuie să mănânci ceva!
  — Nu vreau! Imposibil! Nu pot să înghit nimic! Harry se simţea groaznic. În aproximativ o oră, urma să intre în teren.
  — Harry, mănâncă, îl îndemnă şi Seamus Finnigan, trebuie să capeţi puteri. Căutătorii sunt întotdeauna cotonogiţi de jucătorii din echipa adversă!”
  (Cheie de răspuns: apelul la emoții negative - frica)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Lecție de consolidare implementată în ora în care este abordat dialogul; scenariu didactic dezvoltat de Veronica Horga, profesor de limba și literatura română, Școala Profesională Specială „Sfânta Maria”, Bistrița. (vezi 3.2.2. Lecție de consolidare)
Proiect individual sau de echipă	Profesorul cere elevilor să lucreze în echipe la un proiect în două etape (teorie și practică). Fiecare echipă va avea de pregătit o scurtă prezentare în care explică cu propriile cuvinte ce sunt tehnicile de persuasiune și ilustrează 3 dintre acestea, folosind exemple din media. Prezentările vor fi susținute în fața clasei. Ca parte a proiectului, profesorul le cere elevilor să creeze un mesaj de promovare/o campanie de promovare a lecturii ca activitate recurentă în viața tinerilor. Elevii vor putea să creeze produse media în orice format doresc - afișe, videouri, înregistrări audio etc. și vor avea de folosit cel puțin 3 tehnici de persuasiune pentru a construi mesajul campaniei, pentru care vor construi și un slogan. Odată construite campaniile și produsele de promovare, fiecare echipă va explica în fața clasei procesul creativ și persuasiv din spatele campaniei create, menționând inclusiv publicul căruia i se adresează. Campaniile rezultate pot fi expuse în școală.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

3.2.1. Schema lecției - Limbajul persuasiunii

Limbajul persuasiunii: tehnici de persuasiune sunt folosite în discursuri diverse pentru a convinge oamenii să gândească sau să acționeze într-un anumit fel. Ele sunt folosite în discursurile publice din domenii precum publicitate, propagandă și manipulare. În plus, și noi le folosim în interacțiunile cu alții atunci când vrem să îi convingem.

1. Apelul la emoții

1.a. Emoții pozitive: Amplificarea unei emoții pozitive (fericire, speranță, compasiune) prin asocierea sa cu un produs, serviciu sau o idee.

Exemplu:

- Reclama Fashion Days *„Time to be me" 2024 Fashion Days.* Time to be me. | FW24; Compania Fashion Days, care vinde haine, asociază cumpărarea hainelor cu sentimentele de fericire și împlinire pe care le simțim atunci când putem să ne exprimăm personalitatea în mod autentic. Scopul transmiterii de informații este cel de persuasiune și influențare.

- Afișul de campanie al unei eleve care candidează pentru Consiliul Școlar al Elevilor; eleva prezintă o serie de valori pe care le are (protejarea libertății de exprimare, a drepturilor omului etc.), asociere prin care dorește să inspire încredere și să ne convingă să o votăm. Vedem, așadar, că nu doar în publicitate sunt folosite tehnici de persuasiune și că uneori, le folosim chiar și noi atunci când vrem să convingem pe cineva să acționeze într-un anumit fel. Scopul transmiterii de informații în acest caz este deci cel de persuasiune și influențare.

1.b. Emoții negative: Amplificarea unei emoții negative (frică, dezgust, furie),prin prezentarea unei probleme și, apoi, prezentarea unei soluții care calmează acea emoție.

Exemplu:

- *Reclama Parodontax;* dacă nu vrem (ne este frică) să ne pierdem dantura (problemă) sau să avem o respirație urât mirositoare (problemă), trebuie să ne spălăm pe dinți cu pasta de dinți Parodontax (soluție). Scopul transmiterii de informații este de a convinge receptorul să cumpere această pastă de dinți (persuasiune și influențare).

1.c. Umorul: Umorul este folosit pentru a destinde atmosfera și pentru a ironiza sau ridiculiza o persoană sau situație. Umorul poate face un vorbitor mai plăcut, care, astfel, ne va convinge mai ușor.

Exemplu:

- *Reclama Hochland „Telemeaua se combină" Episodul 2 | #TelemeauaSeCombina cu avocado, un pic cam desperado;* #TelemeauaSeCombina este o serie de spoturi publicitare, în care telemeaua Hochland interacționează cu alte legume (cartofi prăjiți, roșie, pepene etc.) ca și cum ar fi la un show de dating. Umorul este construit prin personificarea alimentelor în spot, modul cum sunt ilustrate, precum și prin replicile acestora: telemeaua îi spune avocadoului că este „un pic cam desperado". Prin această construcție amuzantă, brandul Hochland încearcă să ne convingă să cumpărăm telemea și să o mâncăm în combinațiile prezentate, arătând cât de diverse pot fi ele. Scopul de transmitere a informațiilor este de persuasiune și influențare, însă se suprapune cu divertismentul.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

2. Credibilitatea și autoritatea sursei

2.a. Oamenii frumoși și/sau celebri: Asocierea oamenilor frumoși sau celebri cu un produs, serviciu sau o idee pentru a da credibilitate mai mare acestora.

Exemplu:

- Campania Banca Transilvania despre siguranța online, episodul în care apar Selly și Smaranda *Stai un pic înainte de click by BT w/ Selly & Smaranda (part 1);* În această campanie, Banca Transilvania invită persoane publice precum Selly, influencer, să ia parte la provocări diverse (pictează, joacă jocuri video etc.) în timp ce răspund la întrebări despre siguranța online. Întrebările au scopul de a educa despre riscuri online, descriu situații de fraudare/înșelătorie și conțin în același timp și o prezentare a unelor produse și servicii bancare pe care le oferă Banca Transilvania. Folosind persoanele celebre, Banca Transilvania încearcă să ajungă la publicul acestora și să crească încrederea publicului în serviciile sale. Scopurile transmiterii de informații sunt în acest caz cel de informare (despre serviciile BT), de educare (despre riscurile online) și de persuasiune (prin folosirea celebrităților, BT încearcă să convingă publicul să folosească serviciile sale).

2.b. Experții: Persoane cu expertiză sau care sunt percepute de public drept experți sunt folosite pentru a crește credibilitatea unui produs, serviciu sau a unei idei prin recomandarea pe care acestea o fac.

Exemplu:

- Reclama Oral B făcută de doctorul dentist Alexandra Mircea pe Tiktok *https://www.tiktok.com/@dr.alexandra.mircea/video/7339873266024107297;* Dr. Alexandra Mircea este un doctor dentist care are aproximativ 1 milion de urmăritori pe TikTok. În această postare, ea prezintă într-un mod umoristic („fură" periuța Oral B din propria sa mână din reclama afișată pe panoul stradal) trei motive pentru care ar trebui să folosim periuța de dinți electrică Oral B. Pe lângă faptul că are și statut de influencer online, expertiza sa medicală este cea care conferă încredere în produsul Oral B. În acest caz, scopurile comunicării sunt cele de persuasiune (cele trei motive) și de divertisment (construcția reclamei).

2.c. Oamenii simpli: Credem mai mult în informațiile de la cei „ca noi", pentru că ne identificăm cu aceștia și credem în sinceritatea lor. La fel credem și despre influencerii care ne arată momente din viețile lor, în care ne putem regăsi.

Exemplu:

- Reclamă la benzi pentru albirea dinților (Marilu, Instagram); Marilu Dobrescu, influencer, ne explică aproape ca unui prieten experiența ei de albire a dinților și astfel ne poate convinge mai ușor să încercăm același produs.

3. Structură și unghi de abordare

3.a. Oferte de nerefuzat: Reducerile, cupoanele, cadourile sunt promisiuni pe care brandurile le fac pentru a crește șansele de cumpărare ale produselor sau serviciilor pe care le oferă.

Exemplu:

- Ambalajele produselor în *„Săptămâna XXL" la LidlSaptamana XXL la Lidl* • din 16 Mai 2016; Ambalajele produselor din „Săptămâna XXL" conțin oferta prin care crește cantitatea produsului. În unele cazuri, precum brandul Dulano, este specificat exact cu cât la sută mai mult produs primim la achiziționare. Scopul transmiterii de informații este cel de persuasiune.

- Ofertele care apar periodic la restaurantele care livrează prin Glovo, ce oferă reduceri la anumite combinații din meniu. În acest caz, o ofertă la un meniu de la McDonalds. Scopul transmiterii de informații este cel de persuasiune.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

3.b. Repetiția: Prezentarea unui mesaj în mod repetat pentru a fi memorat mai ușor.

Exemplu:

- *Reclama Jumbo 2022;* Numele brandului este repetat constant pe toată durata spotului de promovare. Scopul acestui mesaj media este persuasiunea.

- Campania Penny „Economisim bani, nu...”; De exemplu, în campania de comunicare a brandului Penny, fiecare mesaj începe cu aceleași trei cuvinte, „Economisim bani, nu...”, care rămân foarte ușor în mintea noastră prin repetiție, indiferent de cum se termină de fapt mesajele, iar ideea transmisă este că vom economisi bani cumpărând de la Penny și nu va fi nevoie să „sacrificăm” aspecte precum calitatea produselor.

*Extra - Exemplu pentru utilizarea tehnicilor persuasive în mesaje cu scop de dezinformare: Postare falsă Poșta Română; Ofertele de nerefuzat utilizate pentru a înșela utilizatorii să acceseze link-uri dubioase, unde trebuie să își completeze datele de contact și bancare pentru a putea primi acele recompense. În realitate, datele lor sunt furate. Spre exemplu, postarea Poșta Română Livrare pe Facebook, unde sunt promise pachete uriașe pentru doar 9,9 lei și sunt folosite tehnicile care fac apel la credibilitate și autoritate pentru a face mesajul înșelător credibil.
(vezi prezentarea PDF)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F3.2.1. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii (Temă pentru acasă)

Analizează mesajele media de mai jos și identifică ce tehnici de persuasiune folosesc.

1.

Ana: Maria, te rog, nu spune nimic! 🙏

Maria: Ugh, dar mă simt aiurea să ascund asta...

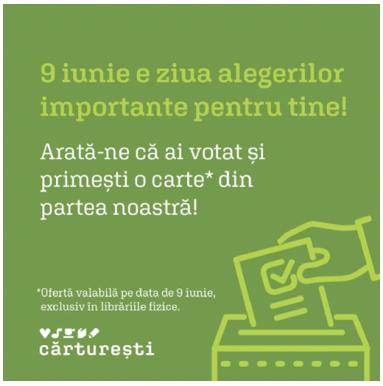
Ana: Știu, dar dacă se află, o să fie de zece ori mai rău! Nu putem risca.

Maria: Și dacă cineva îmi pune întrebări directe?

Ana: Schimbi subiectul, te faci că nu știi. Doar până se liniștesc lucrurile. Te rog, ai încredere în mine!

Maria: Bine... dar sper să nu explodeze toată situația mai târziu.

2.



3.

Fragment din „Capra cu trei iezi" de Ion Creangă, 1875:

„Într-o zi, capra cheamă iezii de pe-afară și le zice :
– Dragii mamei copilași ! Eu mă duc în pădure ca să mai duc ceva de-a mâncării. Dar voi, încuieți ușa după mine, ascultați unul de altul, și să nu cumva să deschideți până ce nu-ți auzi glasul meu. Când voiu veni eu, am să vă dau de știre, ca să mă cunoașteți, și am să vă spun așa:
Trei iezi cucuieți
Ușa mamei descuieți!
[...]"

4.



McDonald's: Oameni cu experiențe feat. @raresmaris

McDonaldsRom... 16,2 K de abonați | Abonează-te | 367 | Trimite

5.



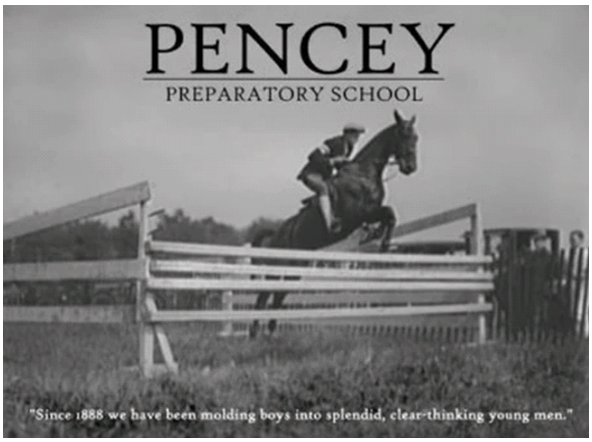
© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F3.2.2. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare (De veghe în lanul de secară)

Citește cu atenție fragmentul de mai jos și identifică tehnicile de persuasiune folosite în reclama descrisă. Justifică alegerile tale. Apoi, explică în scris modul în care personajul-narator percepe reclama și tehnicile de persuasiune folosite.

„Vreau să-mi încep povestea din ziua în care am plecat de la școala pregătitoare Pencey. Școala aia din Agerstown, Pennsylvania. Poate ați auzit de ea. Sau măcar ați văzut reclamele. Îi fac reclamă într-o mie de reviste, cu mereu aceeași poză a unui șmecher de succes, călare pe un cal care sare peste un gard. De parcă la Pencey am fi jucat polo cât era ziua de lungă. N-am văzut niciodată vreun cal prin zonă, nici pe departe. Și sub poza tipului călare, scrie: „Din 1888 modelăm băieții în tineri bărbați, împliniți și cu judecată limpede". Asta, pentru fraierii care-i ascultă. Modelează pe naiba la Pency, fix ca-n orice altă școală. Și nici n-am cunoscut acolo pe cineva împlinit, cu judecată limpede și chestii-trestii. Poate vreo doi tipi. Dacă și-atât. Iar ăștia cred că erau așa dinainte să vină la Pency."

„De veghe în lanul de secară", J. D. Salinger, Editura Polirom, 2011, traducere de Cristian Ionescu



Imagine preluată de la: https://catcher-in-the-rye.fandom.com/wiki/Pencey_Preparatory_School

Tehnică de persuasiune	Justificare

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F3.2.3. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare (La Hanul lui Mânjoală)

Citește cu atenție fragmentul de mai jos și identifică tehnicile de persuasiune folosite de Fănică și de Marghioala. Explică în ce scop sunt acestea folosite.

„– Bine v-am găsit, cocoană Marghioalo.
– Bine-ați venit, cocoane Fănică.
– Mai s-o fi găsind ceva de mâncare?
– Pentru oameni de omenie ca dumneata, și la miezul nopții. Și repede cocoana Marghioala dă poruncă unei cotoroanțe să puie de masa-n odaie, și pe urmă s-apropie de cotlon la vatră, și zice:
– Uite, alege-ți.
Cocoana Marghioala era frumoasă, voinică și ochioasă, știam. Niciodată însă de când o cunoșteam - s-o cunoșteam de mult; trecusem pe la hanul lui Mânjoală de atâtea ori, încă de copil, pe când trăia răposatul taică-meu, că pe acolo n-era drumul la târg - niciodată nu mi se păruse mai plăcută... Eram tânăr, curățel și obraznic, mai mult obraznic decât curățel. M-am apropiat pe la stânga ei, cum era aplecată spre vatră, și am apucat-o peste mijloc; ajungând cu mâna la brațul ei drept, tare ca piatra, m-a-mpins dracul s-o ciupesc.
– N-ai de lucru? zice femeia și s-a uitat la mine chiorâș... Dar eu ca s-o dreg, zic:
– Strașnici ochi ai, cocoană Marghioalo!
– Ia nu mă-ncânta; mai bine spune ce să-ți dau.
– Să-mi dai... să-mi dai... Dă-mi ce ai dumneata...
– Zău...
– Și eu, oftând:
– Fie, că strașnici ochi ai, coană Marghioalo!
– Dacă te-aude socru-tău?
– Care socru?... de unde știi?”

(La Hanul lui Mânjoală, I.L. Caragiale)

Fănică **Tehnici de persuasiune folosite:**	**Marghioala** **Tehnici de persuasiune folosite:**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 3.2.2
Lecție de consolidare

Adaptare după scenariul didactic dezvoltat de Veronica Horga, profesor de limba și literatura română, Școala Profesională Specială „Sfânta Maria”, Bistrița, în cadrul cursului „Introducere în educație media”, 2024

Titlu activitate:
Dialogul - tipuri și tehnici eficiente

Concepte-cheie din domeniul educației media:
La finalul activității elevii vor ști să identifice tehnici de persuasiune în mesajele media.

Concepte-cheie din domeniul disciplinei:
tehnici ale dialogului eficient

Timp alocat: 45-50 de minute

Clasa:
a IX-a (elevi cu deficiență mintală ușoară și moderată)

Obiective operaționale:
La finalul activității, elevii vor ști să identifice tehnici de persuasiune în fragmente de text literar dialogat.

Descriere:
Activitatea urmărește consolidarea competenței elevilor vizând identificarea tehnicilor de persuasiune în mesajele media și transferul acesteia în comprehensiunea textului literar dialogat.

Evocare:
Profesorul le reamintește elevilor că, pentru a convinge, creatorii de conținut media utilizează diverse tehnici de persuasiune, reactualizând, prin întrebări, cele trei categorii ale acestora.

- Care sunt tipurile de emoții la care apelează mesajele media, cu scopul de a ne convinge?
- Prin ce categorii umane este construită credibilitatea unei reclame?
- Ce mijloace de persuasiune sunt prezente în mesajele media, urmărind influențarea modului în care gândim?

De asemenea, reactualizează tehnicile dialogului eficient:

- adecvarea la situația de comunicare (partener, context, auditoriu – vârstă, numărul persoanelor, relația stabilită între cei doi);
- elementele nonverbale (gesturi, mimică, poziția corpului) și paraverbale (tonalitate, accent, pauze în vorbire, ritm);
- adecvarea la scopul comunicării (informare, argumentare/persuasiune).

Realizarea/Constituirea sensului
Utilizând informațiile reactualizate, prezente în schema lecției anterioare (Lecția 3.2. Limbajul persuasiunii), elevii sunt îndrumați să identifice tehnicile de persuasiune în fragmente de text literar dialogat. (Fișa de lucru F3.2.4)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Cheie de răspunsuri:

- **Împăratul muștelor, William Golding:** Apelul la emoții negative - frică, omul frumos (extensie spre puternic, capabil), expertul (vânătorul, ideea înlocuirii prezenței unui adult)
- **Povestea lui Harap-Alb, Ion Creangă:** Apelul la emoții pozitive - satisfacția (asocierea relaxării cu coborâtul în fântână)
- **Dănilă Prepeleac, Ion Creangă:** Apelul la umor; oferta de nerefuzat; omul frumos (extensie spre puternic - vrednic să tragă singur carul); omul simplu (stăi, prietene)
- **Profesorul de franceză, Tudor Mușatescu:** Apelul la emoții pozitive - bucurie/apreciere (prin asociere cu duminica de primăvară); umorul; oameni celebri (Ștefan cel Mare, motivul pentru care încep cu lecția respectivă)

Reflecție

Profesorul concluzionează prin discuția cu elevii asupra faptului că atât textele literare, cât și situațiile de comunicare cotidiană conțin mesaje formulate astfel încât să construiască sau să modifice idei, sentimente, valori, iar o informare echilibrată e necesară pentru a împiedica influențarea opiniilor personale sau a comportamentelor noastre în scopuri negative.

Elevii sunt antrenați să ofere ei înșiși exemple de conținut media corespunzătoare fiecărei tehnici de persuasiune, rezolvând sarcinile unui wordwall de tip random wheel. *https://wordwall.net/resource/68910778.*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F3.2.4. Fișă de lucru - Limbajul persuasiunii. Consolidare

(Selecție de texte literare - Adaptare după scenariul didactic dezvoltat de Veronica Horga, profesor de limba și literatura română, Școala Profesională Specială „Sfânta Maria”, Bistrița, în cadrul cursului „Introducere în educație media”, 2024)

Identifică tehnicile de persuasiune prezente în dialogurile de mai jos.

Fragment	Tehnici de persuasiune
Jack înfipse cuțitul într-un trunchi și se uită în jur sfidător. Întrunirea se liniști. -Așa că, vedeți, zise Ralph, avem nevoie de vânători ca să facem rost de carne. Și mai e ceva. -Nu există niciun om mare, va trebui să avem singuri grijă de noi. Întrunirea murmură, apoi tăcu. -Și încă un lucru. Nu se poate să vorbim toți odată. Va trebui să ridicăm mâna, ca la școală. Ținu scoica în față și se uită la gura ei. -Am să îi dau cochilia celui care vorbește. Și nu îl va întrerupe nimeni. Doar eu. Jack se ridică în picioare. -Să facem reguli!! Strigă el nervos! O groază de reguli! Iar dacă le încalcă cineva... (William Golding, Împăratul muștelor)	
-Ei, ei! Spânule, acum să te văd eu cât ești de vrednic, zise fiul craiului. Spânul atunci zâmbește puțin și, coborându-se în fântână, umple întâi plosca și o pune la șold. Apoi, mai stând acolo în fund pe scară, aproape de fața apei, zice: -Ei, da ce răcoare-i aici! „Chima răului pe malul pîrâului!” Îmi vine să nu mai ies afară. Dumnezeu să ușureze păcatele celui cu fântâna, că bun lucru a mai făcut. Pe arșițele ieste, o răcoreală ca asta mult plătește! Mai șede el acolo puțin și apoi iese afară, zicând: -Doamne, stăpâne, nu știi cât mă simțesc de ușor; parcă îmi vine să zbor, nu altăceva! Ia vârâ-te și d-ta oleacă, să vezi cum ai să te răcorești; așa are să-ți vie de îndemână după asta, de are să ți se pară că ești ușor cum îi pana... (Ion Creangă, Povestea lui Harap-Alb)	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Fragment	Tehnici de persuasiune
Stăi, prietene, zise ist cu boii, care se tot smuceau din funie, văzând troscotul ce fraged și mândru de pe lângă drum. Stăi puțin cu carul, c-am să-ți spun ceva. -Eu aș sta, dar nu prea vre el să steie. Dar ce ai să-mi spui? -Carul dumitale parcă merge singur. -D-apoi...mai singur, nu-l vezi? -Prietine, știi una? -Știu dacă mi-i spune. -Hai să facem treampa; dă-mi carul și na-ți boii. Nu vreu să le mai port grija în spate: ba fân, ba ocol, ba să nu-i mănânce lupii, ba de multe toate... Oiu fi eu vrednic să trag un car, mai ales dacă merge singur. -Șuguiești, măi omule, ori ți-e într-adins? -Ba nu șuguiesc, zise Dănilă. -Apoi dar, te văd că ești un bun mehengiu, zise cel cu carul; m-ai găsit într-un chef bun; hai, noroc să-ți dea Dumnezeu! Să-ți aibi parte de car, și eu de boi! (Ion Creangă, Dănilă Prepeleac)	
DORA: Și bacul, crezi că-l luăm, tu? CARMEN: Dac-om învăța tot ca astăzi, îl luăm sigur...peste 2-3 ani. DORA: Da cum să înveți, tu, într-o zi ca asta? Duminică! Mai! Soare! Cofetăriile sunt pline. Au început să facă și înghețată. Cafe-glace, tu!... Mă doare că e duminică. Că e primăvară și că trebuie să stau închisă în casă și să tocesc. Hai să începem de mâine, că tot e luni! CARMEN: Nu se poate. Ne-am jurat că de azi începem să învățăm pentru bac! Cu ce începem?... cu matematica...? Începem? Hai să-i dăm drumul cu matematica. DORA: Nu! Matematica o lăsăm la urmă de tot, că avem timp să ținem minte până la examen... Să începem cu româna, mai bine. CARMEN: La română știm... DORA: Știi tu... CARMEN: Hai să începem cu istoria... că acolo trebuie tocit serios. La d-ra Oatu... DORA: Da, da!... La „Ștefan cel Mare”... că ăsta e slăbiciunea ei. CARMEN: Susține că ea se trage direct din Ștefan cel Mare... Un strămoș al ei a fost doică la Ștefan cel Mare. DORA: Cu istoria. CARMEN: Citești tu sau citesc eu? DORA: Citește tu. CARMEN: Dar să nu caști! Mai bine să citim câte două pagini fiecare. Două eu, două tu. DORA: Bun! Și căscăm cu rândul. CARMEN: Ștefan cel Mare: 1457-1504. DORA: Ooooffff! De ce o fi domnit și ăsta atâtea pagini? (se aude o bătaie la ușă) DORA: Intră! (Tudor Mușatescu, Profesorul de franceză)	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

MODULUL 4:

Jurnalismul

Lecția 4.1.
Jurnalismul. Interesul public

Competența specifică:
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiective operaționale:
La finalul activității elevii vor demonstra că înțeleg:
a.rolul jurnalismului într-o societate democratică
b.definiția interesului public și a interesului publicului
c.diferența dintre mesajele care răspund interesului public și cele care răspund interesului publicului.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate se poate implementa în oricare dintre orele în care se abordează textul jurnalistic.

Această activitate stabilește un cadru general esențial prin care elevii înțeleg importanța jurnalismului într-o societate democratică și aduce astfel elemente de context pentru înțelegerea textului jurnalistic. În plus, contribuie la dezvoltarea abilităților interpretare a textelor nonliterare, prin diferențierea între teme de interes public și ale interesului publicului.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișelor de lucru F4.1.1. Și F4.1.2., prezentare PDF *„Jurnalismul. Interesul public_Ghid clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (5 min)	Profesorul prezintă tematica lecției, explicând elevilor că va discuta cu ei despre importanța jurnalismului, în contextul în care studiază la momentul respectiv textul jurnalistic. Profesorul poate astfel recapitula și câteva aspecte privind libertatea de exprimare. Profesorul întreabă elevii care consideră ei că este rolul jurnalismului.	Astăzi vom discuta despre jurnalism într-un cadru mai larg. Să ne reamintim faptul că libertatea presei este protejată de Constituția României prin articolul 30 (profesorul poate întreba elevii despre aceste aspecte pentru a recapitula). Acest lucru se întâmplă pentru că jurnalismul are un rol foarte important într-o societate democratică. Pentru că studiem acum textul jurnalistic, este important să înțelegem rolul jurnalismului în viețile noastre. **Care credeți voi că este rolul jurnalismului?**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Predare directă și activitate frontală (12 min)	Profesorul proiectează imaginea 1 din 4.1.1. Schema lecției și le cere elevilor să descrie ce văd în imagine. Apoi, îi întreabă ce consideră că s-ar afla pe cea de-a patra coloană. În funcție de răspunsurile elevilor, profesorul confirmă sau dezvăluie că este vorba despre presă și proiectează imaginea 2 din 4.1.1. Schema lecției. Profesorul scrie pe tablă și le cere elevilor să își noteze în caiet cele două sintagme care descriu rolul jurnalismului într-o societate democratică. Profesorul proiectează imaginea 3 din 4.1.1. Schema lecției și discută cu elevii despre rolul jurnalismului. Profesorul evidențiază cele trei grupuri ilustrate în imagine și le cere elevilor să explice textul afișat. Apoi, le cere să își noteze în caiete explicația.	Vom începe discuția pornind de la câteva imagini. • **Ce idee credeți că exprimă această imagine?** (Imaginea 1 - o imagine sugestivă ce reprezintă separația puterilor în stat: puterea legislativă, puterea executivă, puterea judecătorească și o a patra coloană cu un semn de întrebare) • **Ce credeți că lipsește de pe coloana a patra?** (Imaginea 2 - este vorba despre presă, iar modul în care o vedem ilustrată în imagine nu este întâmplător. Prin rolul pe care îl îndeplinește în societate, jurnalismul este considerat un stâlp important pentru o democrație funcțională. Dacă nu ar exista jurnalism - independent, liber - democrația s-ar prăbuși. De aceea, este deseori numit „a patra putere în stat" sau „câinele de pază al democrației". Vă rog să notați în caiete) Ca să înțelegem mai bine rolul acestuia, haideți să ne uităm la încă o imagine și să discutăm ce înțelegem pe baza ei. • **Ce vedeți în această imagine? Care este rolul jurnalismului în democrație? Ce reiese din această imagine?** (Imaginea 3 - o captură de ecran de la o investigație a publicației Recorder, unde vedem trei grupuri ilustrate: cetățenii - stânga, jos; jurnaliștii, stânga-sus, pe linia de demarcație; politicienii - dreapta, sus, după linia de demarcație. Prin această captură de ecran ni se explică rolul jurnaliștilor, și anume, cel de a ține sub observație celelalte puteri și de a informa cetățenii despre cum funcționează aceste puteri. Textul surprins în captura de ecran evidențiază și că rolul jurnaliștilor este de a pune întrebări în numele publicului, adică al tuturor cetățenilor. **Notați în caiete:** • Rolul jurnalismului este de a ține sub observație celelalte puteri, de a pune întrebări în numele publicului și de a informa publicul despre modul în care funcționează instituțiile statului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Predare directă (12 min)	Profesorul le explică elevilor că rolul jurnalismului este astfel de a lucra în interes public și apoi le explică definiția termenilor „interes public” și „interesul publicului”, scrie termenii pe tablă și le cere elevilor să își noteze în caiete. După fiecare termen explicat, profesorul va cere elevilor să ofere exemple.	Rolul jurnalismului, în calitate de a patra putere în stat, este să lucreze în interes public, adică al nostru, al tuturor cetățenilor, indiferent cine suntem noi. Jurnaliștii urmăresc și investighează probleme din societate și ne semnalează când ceva nu este în regulă. De exemplu, ne țin la curent cu ceea ce se întâmplă în politică sau cu ceea ce fac, și dacă fac corect sau nu, instituțiile statului. Ne țin la curent cu ceea ce se întâmplă în orașele noastre: ce străzi sunt în reabilitare, dacă au loc accidente sau evenimente ieșite din comun, cum ar fi un număr mare de cazuri de toxiinfecție alimentară în mai multe școli din oraș. **Notați în caiete:** • Interesul public: ceea ce privește bunul mers al unei societăți democratice, bunăstarea generală a cetățenilor. Acoperă teme ce privesc majoritatea cetățenilor și are des de-a face cu activitatea autorităților și a instituțiilor publice. Voi la ce exemple de subiecte de interes public vă puteți gândi? Am discutat până acum de rolul jurnalismului și cum acesta răspunde interesului public. Însă nu există doar materiale jurnalistice create în interes public, ci și materiale jurnalistice care pot răspunde uneori și interesului publicului. • **Cum credeți că este interesul publicului diferit față de interesul public?** Interesul publicului se referă adesea la teme mai puțin importante, uneori frivole, care satisfac mai degrabă curiozități personale despre diverse subiecte. De exemplu, informații despre viețile celebrităților, sau detalii despre evenimente petrecute, de care suntem curioși în mod particular - ce tip de mașină conducea cel care a produs un accident (de multe ori un aspect care nu îmbogățește contextul despre respectivul eveniment, decât atunci când ar descrie un tipar și ar explica un fenomen ce se petrece). **Notați în caiete:** • Interesul publicului: nu este opus interesului public, dar se referă la teme mai puțin importante pentru buna funcționare a societății, teme ce satisfac curiozități personale, deseori frivole Voi la ce exemple de subiecte din sfera interesului publicului vă mai puteți gândi?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Activitate independentă (15 min)	Profesorul împarte elevilor fișa de lucru F4.1.1 și le cere să rezolve exercițiul, unde trebuie să stabilească dacă subiectele menționate sunt de interes public sau al publicului și să își justifice alegerea. (7 min) Elevii lucrează individual pe fișele de lucru, iar profesorul va colecta răspunsurile de la câte un elev diferit pentru fiecare subiect de pe fișa de lucru, discutând cu grupul despre răspunsul corect. (8 min)	**Fișa de lucru F4.1.1 - Cheia de răspuns:** • **Parcul din oraș va fi reabilitat.** (interesul public - reabilitarea este finanțată din bugetul public local); • **Un influencer își cumpără o mașină nouă pe care o arată într-un vlog.** (interesul publicului - este o informație ce interesează poate doar fanii respectivului influencer.); • **Un concurent de la o emisiune-concurs povestește despre experiența sa ca participant după ce a fost eliminat.** (interesul publicului - este o informație ce interesează poate doar fanii respectivului concurent.); • **Sunt publicate rezultatele unei dezbateri despre eficiența învățământului online și măsurile necesare pentru a îmbunătăți accesul elevilor din zone defavorizate.** (interesul public - dezbaterea contribuie la soluționarea unei probleme de interes general privind educația; sunt vizați atât elevii, profesorii, părinții, cât și autoritățile și instituțiile statului responsabile); • **Un artist iese la plimbare în parc cu soția sa.** (interesul publicului - este o informație ce interesează poate doar fanii respectivului artist.); • **Mai mulți studenți se îmbolnăvesc după ce mănâncă sendvișuri cumpărate de la un supermarket din oraș.** (interesul public - este o posibilă problemă de sănătate publică); • **Un bărbat își pierde economiile în urma unei înșelătorii online (scam).** (atât interesul public, cât și interesul publicului; interesul public - povestea bărbatului semnalează că există riscuri pentru alți cetățeni de a pica pradă aceleiași înșelătorii și este un prilej pentru a explica modul în care se desfășoară schema de înșelătorie; interesul publicului - ce economii avea bărbatul, cum a fost înșelat, unde a dat click, cu cine a vorbit, toate detaliile ce țin de experiența sa personală).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie și reconectare cu disciplina (5 min)	Profesorul sumarizează discuțiile avute cu elevii, evidențiind din nou rolul jurnalismului în societate și în relația cu publicul său. Pentru a face reconectarea cu disciplina, profesorul explică elevilor că discuția despre rolul jurnalismului le oferă contextul necesar pentru a înțelege importanța știrilor în viața de zi cu zi. Apoi, în orele ce urmează, dedicate textului jurnalistic, profesorul poate face trimitere la cele discutate în această lecție, după nevoie.	Materialele jurnalistice pot răspunde în același timp atât interesului public, cât și interesului publicului (pentru a atrage cititorii; conținutul costă și atunci atragerea cititorilor este esențială pentru ca publicația să poată supraviețui; din această cauză este folosit clickbaitul deseori). Este important să reținem însă că obiectivul principal al jurnalismului este de a răspunde interesului public, pentru că astfel își pune în aplicare rolul de „a patra putere din stat", ținând sub observație celelalte puteri și informând cetățenii despre activitatea lor. (Cum ne informează? Prin știri, prin reportaje, investigații, interviuri, documentare etc.) Jurnaliștii nu pot schimba singuri ceea ce nu merge bine în societate, dar știrile și investigațiile pe care ei le publică pot avea urmări, fie că instituțiile statului iau măsuri, sau că cetățenii se organizează (protestează, trimit petiții etc.) pentru a pune presiune pe instituțiile statului ca acestea să corecteze neregulile.
Temă pentru acasă (1 min)	Ca temă pentru acasă, profesorul le cere elevilor să rezolve fișa de lucru F4.1.2., unde trebuie să identifice cărui tip de interes răspund câteva titluri de știri, iar apoi să identifice într-o știre dată căruit tip de interes răspund informațiile prezentate. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei. În cazul în care profesorul abordează textul jurnalistic - știrea, procesarea temei pentru acasă este un pretext potrivit pentru a face tranziția la conținuturile disciplinei.	**Fișa de lucru F4.1.2 - Cheia de răspuns:** **Exercițiul 1:** **1. Abonamente online pentru elevii cu gratuitate transport autobuz București;** suplimentare număr mașini: interesul public - o temă ce privește un grup mare de elevi din București; suplimentarea mașinilor de transport în comun ține de bugetul public local; **2. Vacanțele școlare 2024-2025:** interesul public - o temă ce privește toți elevii, părinții, profesorii, are de-a face cu sistemul public de învățământ; **3. Serial Netflix:** interesul publicului - poate interesa doar anumite persoane; nu are legătură cu aspecte care afectează toată societatea; **4. Celebritatea pinguinului Pesto pe rețelele sociale**: interesul publicului - este o poveste simpatică, dar nu reprezintă o temă vitală pentru societate; **5. Distribuirea cornurilor cu furnici și a biscuiților cu mucegai în școli:** interes public - problemă de sănătate publică; interesul publicului - curiozitatea pentru ce s-a întâmplat, cum au fost descoperite neregulile, dacă au mâncat elevii alimentele afectate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare

Exercițiul 2:
Informațiile de interes public:

- Protestul organizat de UCJ (150 de persoane)
- Tema protestului - eliminarea subvențiilor pentru combustibilii fosili până în 2025 conform Acordului de la Paris
- Opiniile experților (cadre universitare și organizații de mediu) privind efectele subvențiilor pentru combustibili fosili și privind implementarea inițiativelor prezentate în cel de-al 8-lea Program de Acțiune pentru Mediu
- Arestarea Gretei Thunberg, activistă de mediu

Informații care răspund și interesului publicului:

- Prezența Gretei Thunberg la protest
- Arestarea Gretei Thunberg - cum s-a desfășurat efectiv
- Opinia Gretei Thunberg privind criza climatică

Știrea conține informații care pot fi atât de interes public (protestul, acțiunile UCJ și angajamentele pe care trebui să și le asume/ respecte Comisia Europeană privind eliminarea subvențiilor pentru combustibilii fosili), dar și care răspund interesului publicului (despre Greta Thunberg; unii cititori vor fi mai interesați de activitatea lui Thunberg decât de activitatea grupului de protestatari, iar acest lucru îi va face să acceseze știrea).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 4.1: Jurnalismul. Interesul public

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate frontală (5-10 min)**	Profesorul prezintă elevilor 4-5 titluri de știre și le cere să identifice care dintre acestea răspund interesului public, și care răspund interesului publicului. Profesorul poate folosi postări de pe rețelele sociale ale redacțiilor, unde sunt prezentate câteva titluri ale săptămânii, precum: *https://www.instagram.com/p/DAvAS17otCg/?img_index=2&igsh=MXR1Nm95b2lmd3lxMg%3D%3D* Titlurile alese pot fi conectate cu temele și conținuturile abordate la disciplină, pentru a putea face o reconectare cu aceasta în mod facil după exercițiul de educație media. De asemenea, profesorul poate cere elevilor să vorbească despre ultima știre citită în ziua respectivă sau în cea precedentă (2-3 știri) și să discute cu ei despre informațiile conținute și cărui tip de interes răspund acelea și de ce.	(Vezi prezentarea atașată lecției) Pentru unitatea tematică Adolescența: • **18 adolescenți s-au urcat pe un bloc din capitală: interes public** - poate face obiectul unei probleme de siguranță publică dacă mai mulți tineri sunt încurajați să facă acest lucru; interesul publicului - motivele adolescenților, pe care centru comercial s-au urcat, ce au văzut acolo, ce s-a întâmplat cu ei etc. (dacă pot fi pedepsiți legal - acest aspect răspunde și interesului public), curiozitățile personale despre poveste. • **Avertisment OMS privind utilizarea rețelelor sociale de către adolescenți: interes public** - problemă de sănătate mentală și bunăstare a adolescenților, privește întreaga societate; interesul publicului - ce înseamnă „problematică”, cum folosesc adolescenții rețelele sociale? • **Adolescent își salvează prietenul de la înec: interesul publicului** - este o poveste emoționantă despre curajul adolescentului, există detalii care răspund curiozității noastre (mâna fracturată), dar nu este neapărat o poveste care privește întreaga societate. Poate fi o informație de interes public dacă nu este primul eveniment similar în acea localitate, însă titlul nu ne oferă acest tip de informație.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• **Jocurile video cele mai populare: interesul publicului** - pentru adolescenții interesați să descopere jocuri noi, sau părinții care doresc să afle ce jocuri se joacă copiii lor. • **Festivalul de film Astra Film Junior: interesul public și interesul publicului** - poate fi o informație relevantă pentru planificarea activităților din Săptămâna Altfel vizând astfel o mare parte dintre profesori/părinți/elevi, și în același timp atrage curiozitatea individuală despre festival.
Propunere 2 **Activitate frontală (5-10 min)**	Profesorul prezintă elevilor 2-3 teme de discuție și le cere să formuleze cum ar putea arăta subiectul unei știri care prezintă informații de interes public despre temele respective, și cum ar putea arăta dacă prezintă informații care răspund interesului publicului pentru aceleași teme. Temele alese pot fi conectate cu temele și conținuturile abordate la disciplină, pentru a putea face o reconectare cu aceasta în mod facil după exercițiul de educație media.	Exemplu - teme: **Copilărie** • **Interes public:** O discuție despre impactul jocurilor în aer liber asupra dezvoltării psihologice și fizice a copiilor, cu propuneri pentru a crește timpul petrecut în natură. • **Interesul publicului:** O poveste despre un copil care a avut o evoluție spectaculoasă la un concurs de talente. **Lectură** • **Interes public:** O analiză despre scăderea ratei de citire în rândul tinerilor și soluțiile prin care părinții ar putea stimula interesul pentru lectură. • **Interesul publicului:** O poveste despre ce cărți citesc celebritățile sau un interviu despre cartea preferată a unui influencer. **Școală** • **Interes public:** Un raport despre inegalitatea accesului la educație în funcție de zona geografică sau mediul social, și măsurile necesare pentru a sprijini elevii defavorizați. • **Interesul publicului:** O poveste emoționantă despre un elev care a obținut performanțe academice excepționale în ciuda unor dificultăți personale sau financiare. **Lumi fantastice (literatura clasică)** • **Interes public:** Un articol despre importanța lecturii operelor clasice de literatură fantastică (precum J.R.R. Tolkien sau C.S. Lewis) în educația tinerilor, dezvoltându-le vocabularul și imaginația. • **Interesul publicului:** Un interviu cu un autor contemporan de romane fantasy care a devenit viral pe TikTok sau YouTube, oferind fanilor detalii despre universul fictiv creat de el.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 3 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect legat de rolul și importanța jurnalismului în societate.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Jurnalismul reprezintă a patra putere în stat."** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Jurnalismul este necesar într-o societate democratică."** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să argumentați **de ce jurnalismul răspunde interesului public.**
Propunere 4 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină la clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul epistolar, profesorul cere elevilor să scrie o scrisoare prin care să scoată în evidență importanța jurnalismului în viața de zi cu zi.	Imaginați-vă că prietenul vostru vrea să devină jurnalist, dar se simte nesigur. Scrieți-i o scrisoare în care să-l încurajați, explicând de ce jurnalismul este o profesie importantă și cum poate avea un impact pozitiv asupra societății. Imaginați-vă că vă doriți să participați la o tabără de jurnalism în vacanța de vară. Scrieți o scrisoare adresată organizatorilor, prin care încercați să îi convingeți că meritați unul dintre locurile puse la dispoziție. Explicați care este viziunea voastră despre jurnalism în relație cu importanța sa în societate. Ați hotărât că vă doriți o carieră în jurnalism. Scrieți o scrisoare adresată părinților, prin care le explicați de ce vă doriți acest drum în carieră. Prezentați rolul jurnalismului în societate și explicați ce vă motivează să alegeți această carieră, pentru a obține susținerea părinților. Imaginați-vă că ați discutat cu colegii de clasă și că ați căzut de comun acord că școala voastră are nevoie de o revistă a școlii (sau ziarul școlii/radioul școlii etc.). Scrieți o scrisoare adresată profesorului diriginte prin care vă exprimați dorința pentru înființarea revistei școlii și cereți susținerea și îndrumarea acestuia. Explicați de ce considerați că școala și elevii au nevoie de acest proiect, prezentând rolul jurnalismului în societate și importanța sa pentru comunitățile locale.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

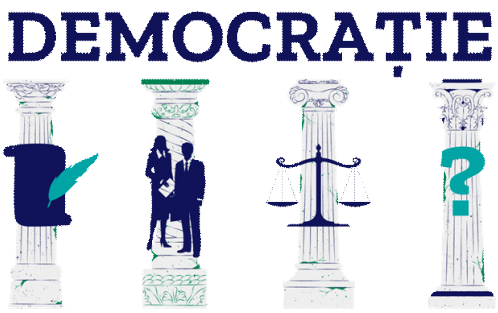
Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 5 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	Profesorul valorifică secvențe din textele abordate la orele de literatură și le cere elevilor să analizeze din perspectiva rolului jurnalismului și a interesului public situațiile descrise, activitatea contribuind astfel la dezvoltarea competențelor de receptare și înțelegere a textului. Elevii vor citit cu voce tare textul.	**Unitatea tematică Scene din viața de ieri și de azi, „Reportaj", de I.L. Caragiale:** • Profesorul valorifică textul dat pentru a discuta despre presa de tranziție și presa din prezent, cerând elevilor să rezolve mai multe cerințe, printre care: a. Identificarea spațiului și timpului în care se desfășoară acțiunea. b. Explicarea fragmentului „Tăria noastră nu stetea atât în articole de fond sau în polemice, cât în informațiuni de senzație țesute cu observațiuni veninoase.", raportându-se la rolul jurnalismului explicat lecția anterioară. c. Explicarea fragmentului „Oricine ar fi citit însă cu destulă luare aminte foaia noastră ar fi trebuit măcar să bănuiască: pe câtă vreme pe toți oamenii de la putere îi tratam cu ou și cu oțet, pe bărbatul nostru de stat îl maltratam cu zahar și cu apă de trandafir.", raportându-se la rolul jurnalismului explicat lecția anterioară. d. Identificarea tipului de interes căruia răspund cele două seturi de informații adunate de Caracudi și justificarea răspunsului. e. Identificarea „izvorului" reporterului Caracudi și exprimarea în câteva rânduri a opiniei personale despre acesta, raportându-se la rolul jurnalismului așa cum îl definim în ziua de astăzi. Textul este disponibil la acest link: *https://ro.wikisource.org/wiki/Reportaj*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

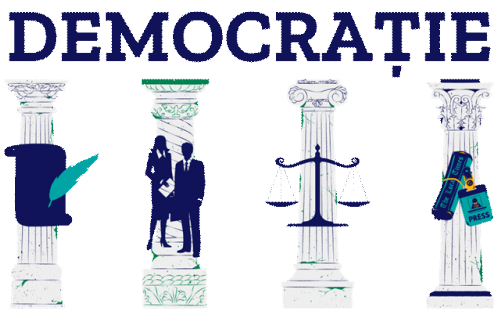
4.1.1. Schema lecției - Jurnalismul. Interesul public

Imagini reprezentative – Rolul jurnalismului (vezi prezentarea atașată lecției)

1.



2.



3.



PREȚUL TĂCERII. O investigație în contabilitatea presei de partid

Recorder
721 K de abonați
Alătură-te
Abonează-te

Repere pentru elevi (de notat în caiete):

- Rolul jurnalismului este de a ține sub observație celelalte puteri, de a pune întrebări în numele publicului și de a informa publicul despre modul în care funcționează instituțiile statului, de aceea este numit „a patra putere din stat”.
- Interesul public: ceea ce privește bunul mers al unei societăți democratice, bunăstarea generală a cetățenilor. Acoperă teme ce privesc majoritatea cetățenilor și are des de-a face cu activitatea autorităților și a instituțiilor publice.
- Interesul publicului: nu este opus interesului public, dar se referă la teme mai puțin importante pentru buna funcționare a societății, teme ce satisfac curiozități personale, deseori frivole.
- Interesul public și cel al publicului nu se exclud unul pe celălalt. Interesul public este cel care stă la baza activității jurnalistice. Produsele jurnalistice conțin informații care răspund interesului public și celui al publicului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.1.1 Fișă de lucru – Interesul public și interesul publicului

Lista de mai jos conține informații ce se pot regăsi în știri. Identifică dacă aceste informații răspund interesului public sau interesului publicului și justifică alegerea făcută.

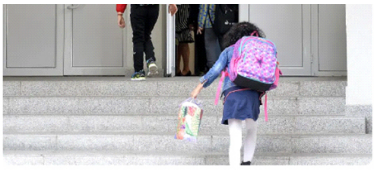
Informație	**Interesul public/interesul publicului**	**Justificare**
Parcul din oraș va fi reabilitat.	***interesul public***	reabilitarea este finanțată din bugetul public local
Un influencer își cumpără o mașină nouă pe care o arată într-un vlog.		
Un concurent de la o emisiune-concurs povestește despre experiența sa ca participant după ce a fost eliminat.		
Un artist iese la plimbare în parc cu soția sa.		
Mai mulți studenți se îmbolnăvesc după ce mănâncă sendvișuri cumpărate de la un supermarket din oraș.		
Un bărbat își pierde economiile în urma unei înșelătorii online (scam).		

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.1.2. Fișă de lucru - Interesul public și interesul publicului (Temă pentru acasă)

Exercițiul 1.

Identifică cărui tip de interes (public sau al publicului) răspund următoarele titluri de știre. Justifică alegerea.

Titlu știre	Interesul public/interesul publicului	Justificare
 6 sept. • EDUCATIE Elevii din București care au gratuitate pe transportul public își vor putea face online abonamentele / Numărul de autobuze, troleibuze și tramvaie va fi mărit	***interesul public***	o temă ce privește un grup mare de elevi din București; suplimentarea mașinilor de transport în comun ține de bugetul public local;
 24 sept. • EDUCATIE Vacanțe școlare 2024-2025. Când au elevii zilele libere de Crăciun și Revelion		
 20 sept. • ACTUALITATE VIDEO Un serial nou în care nimic nu e ceea ce pare a urcat rapid în topurile Netflix		
 26 sept. • INTERNATIONAL VIDEO De ce a devenit Pesto, un pui de pinguin imperial, un star pe rețelele de socializare		
 **Mii de elevi dintr-un mare oraș al țării au primit la școală cornuri cu furnici și biscuiți cu mucegai. Ce a urmat** *Marți 24 Septembrie 2024*		

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Exercițiul 2.

Citește știrea de mai jos. Subliniază informațiile de interes public și încercuiește informațiile care răspund interesului publicului.



Activista suedeză de mediu Greta Thunberg a fost arestată sâmbătă în timpul unui protest la Bruxelles în favoarea eliminării subvențiilor pentru combustibilii fosili în Uniunea Europeană, relatează agenția EFE, preluată de Agerpres.

Greta Thunberg a făcut parte dintr-un grup de aproximativ 150 de activiști care au blocat un bulevard, în pofida avertismentelor poliției belgiene, care în cele din urmă a intervenit pentru a elibera artera.

„Această criză climatică, ce nu face decât să escaladeze, este una existențială. În fiecare secundă în care liderii noștri continuă să finanțeze combustibilii fosili, aceștia au impact asupra tuturor generațiilor viitoare", a spus Greta Thunberg înainte ca grupul de manifestanți să blocheze bulevardul Grădinii Botanice din Bruxelles.

Acest protest a urmat unei scrisori deschise care a fost trimisă de UCJ pe 1 octombrie președinților instituțiilor UE, inclusiv președintei Comisiei Europene, Ursula von der Leyen, și cosemnată de peste 130 de cadre universitare și organizații, inclusiv Oxfam și Greenpeace.
„Solicităm ca Uniunea Europeană să meargă dincolo de promisiuni și să ia măsuri concrete și imediate pentru a implementa inițiativele prezentate în cel de-al 8-lea Program de Acțiune pentru Mediu pe parcursul următorului ciclu legislativ. Așteptăm să vedem planuri pentru eliminarea treptată a subvențiilor pentru combustibilii fosili în următorul program de lucru al Comisiei Europene", se arată în scrisoare.

Subvențiile pentru combustibili fosili „perpetuează dependența față de sursele de energie poluante și subminează securitatea energetică europeană, în timp ce sprijină industriile care contribuie în mod semnificativ la emisiile de gaze cu efect de seră", adaugă organizațiile ecologiste în scrisoare.

Activiștii de mediu mai subliniază că acest ajutor vine în contradicție cu propriile obiective de mediu ale UE și „alimentează criza climatică globală, afectând în mod disproporționat comunitățile vulnerabile din Europa și Sudul Global".

Prin urmare, ei îndeamnă liderii UE să „conducă prin exemplu" și să pună în aplicare angajamentul de a elimina subvențiile dăunătoare mediului în întreaga Uniune Europeană până în 2025, conform Acordului de la Paris.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 4.2.
Știrea

Competența specifică:
1.4. redactarea unor texte diverse
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiectiv operațional:
La finalul activității, elevii vor ști:
a. să identifice părțile componente ale unei știri;
b. să identifice o știre care conține toate elementele constitutive;
c. să redacteze o știre care conține toate elementele constitutive.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate se poate implementa în orele alocate receptării și redactării unei știri.

Această activitate familiarizează elevii cu elementele unei știri și cu principii generale de redactare, oferindu-le instrumente pentru receptarea adecvată a textelor jurnalistice.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F4.2.1., prezentare PDF *„Jurnalismul. Știrea_Ghid infuzare clasa a IX-a"*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (3 min)	Profesorul anunță tematica lecției și folosește momentul de introducere pentru a recapitula aspectele principale din lecția anterioară: rolul jurnalismului și faptul că acesta răspunde în principal interesului public.	Ora trecută am discutat că jurnalismul are un rol esențial într-o societate democratică, și că obiectivul său principal este de a transmite informații care răspund interesului public. Având în vedere că de cele mai multe ori aceste informații sunt transmise sub formă de știri, în continuare vom discuta despre elementele unei știri construite corect.
Predare directă și activitate frontală (7 min)	Profesorul îi întreabă pe elevi ce este o știre și le cere să ofere exemple de subiecte/informații care pot face obiectul unei știri. Apoi, profesorul scrie pe tablă și le explică definiția știrii și a valorii de știre a informației, pe scurt, valorificând exemplele date de elevi. *(Vezi prezentarea atașată lecției)* Elevii vor nota definiția știrii în caiet, conform exemplului.	**Ce este știrea? Care este scopul ei?** • La ce subiecte de știre vă puteți gândi? Ce tipuri de informații devin știri de obicei? Plecând de la obiectivul jurnalismului, de a lucra în interes public și de a ne informa despre mersul lucrurilor în societate, știrea este materialul jurnalistic de bază prin care cetățenii sunt informați. Într-adevăr, așa cum ați menționat, știrile ne informează despre evenimente din orașul nostru, sau despre ce se întâmplă la nivel național: despre decizii sau declarații ale politicienilor, despre accidente sau situații de conflict sau care pot avea un impact asupra noastră - spre exemplu, schimbările bruște de temperatură sau fenomenele naturale ieșite din comun sau chiar și data la care începe școala în fiecare an. De obicei sunt informații de actualitate, ceva ce s-a întâmplat recent și e nou.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Există și știri despre evenimentele sportive sau despre celebrități/persoane publice, pentru care putem avea un interes sau o curiozitate anume. Și nu în ultimul rând, mai sunt și știrile care povestesc despre evenimente foarte rare sau unice, precum știrile despre salvarea unor animale pe cale de dispariție, de exemplu, sau știrile care ne arată situații speciale care ne pot emoționa, precum elevi care fac voluntariat pentru o cauză socială. Exemplele pe care le-ați oferit ne arată că nu orice informație devine automat știre. Acest lucru înseamnă că o informație trebuie să aibă valoare de știre pentru a fi relatată de jurnaliști. Iar ei stabilesc dacă o informație merită relatată verificând dacă aceasta îndeplinește mai multe criterii, precum cele pe care le-am discutat mai devreme. • Ce spuneți, faptul că ceasul unui elev din școala noastră s-a stricat este o știre? De ce nu? **Notați în caiete:** • Știrea este genul jurnalistic de bază, care selectează, organizează și prezintă evenimentele importante ale zilei. Scopul știrii este să informeze publicul. • Valoarea de știre: Nu orice informație devine știre. Pentru a fi subiect de știre, o informație trebuie să îndeplinească unul sau mai multe criterii ce o fac a fi de interes public sau al publicului, precum: ○ noutate/actualitate ○ evenimente din proximitatea noastră ○ conflicte sau evenimente cu impact asupra societății ○ evenimente care implică persoane publice ○ situații rare sau unice ○ povești care pot emoționa
Activitate pe grupe (15 min)	Profesorul împarte elevii în patru grupe. Le explică faptul că urmează să lucreze pe grupe pentru a descoperi care sunt elementele unei știri construite corect. Apoi, distribuie fiecărui elev câte o fișă de lucru F.4.2.1., care conține o știre și sarcinile de lucru. Profesorul le solicită elevilor să lucreze pe grupe și să răspundă în scris la întrebări, iar apoi, să își stabilească câte un raportor care va prezenta răspunsurile în fața clasei.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
	În timp ce elevii lucrează, profesorul desenează pe tablă un triunghi cu vârful în jos, pe care îl împarte în trei părți (vezi 4.2.1. Schema lecției).	
Activitate frontală și predare directă (20 min)	La finalul celor 15 minute dedicate activității pe grupe, profesorul le cere raportorilor să prezinte răspunsurile la cele 4 întrebări. Procesarea va începe prin analizarea subiectului știrii în relație cu criteriile care dau valoarea de știre. Pe măsură ce raportorii prezintă răspunsurile, profesorul va analiza/ discuta pe marginea lor cu elevii și se va asigura că aceștia își notează în caiete ideile esențiale. (Vezi exemplul - Cheia de răspunsuri) Profesorul și elevii notează denumirea și descrierea fiecărui element conform exemplului - în prima parte a triunghiului, „Lead", în cea de-a doua „Corpul știrii", iar în cea de-a treia „Context".	**Notați în caiete:** **Piramida inversată.** (Profesorul le cere elevilor să deseneze un triunghi cu vârful în jos, așa cum este cel de pe tablă, și să îl împartă în trei.) **Fișa de lucru F4.2.1 - Cheie de răspuns:** **1. Ce informații oferă titlul?** (Guvernul anunță că elevii cu rezultate de 10 la BAC și la evaluarea națională [cine?] vor primi 5.000, respectiv 2.000 de lei [ce?]) **2. Ce informații oferă primul paragraf al știrii (cel de după titlu)? Care este scopul acestui paragraf?** (Informațiile principale - cine, ce, de ce, cum, când? Paragraful are rol de introducere și sumarizează informațiile esențiale din știre. • **Cine?** Elevii de 10 la BAC și la evaluarea națională; • **Ce?** Primesc stimulente financiare; • **De ce?** Pentru că au obținut media 10 la examene; • **Cum?** Prin hotărâre de guvern; • **Când** (a fost anunțat)? Pe 18 septembrie 2024.) **Notați în caiete:** • **Lead:** primul paragraf al știrii, introducere; sumarizare a informațiilor esențiale din știre, 6 întrebări: cine, ce, de ce, unde, când, cum? **3. Ce informații conțin următoarele două paragrafe? Care este scopul acestora?** (Informații principale care oferă detalii, clarificări și credibilitate știrii, aduc argumente și dovezi: conferința de presă de la finalul ședinței de guvern - video și citate extrase, care explică motivul și modalitatea de implementare a deciziei.) **Notați în caiete:** • **Corpul știrii:** firul evenimentelor, detalii, conflictul, argumentele, dovezile. **4. Ce informații conțin ultimele două paragrafe? Ce aduc acestea în plus? Cât de importante sunt aceste informații pentru înțelegerea știrii? De ce?** (Declarația prim-ministrului; aduce context pentru decizia luată, oferind detalii despre tabloul mai larg în care aceasta se desfășoară, și anume, că proiectul vizează răsplătirea și încurajarea performanţei şcolare

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Aceste informații țin de context, sunt importante, însă știrea poate fi înțeleasă chiar și fără ele, în acest caz.) **Notați în caiete:** • **Contextul:** informații importante, nu sunt mereu esențiale, plasează evenimentul într-un cadru mai larg (istoric, comparații, conexiuni, predicții). Știrea este disponibilă la acest link: *https://www.agerpres.ro/educatie-stiinta/2024/09/18/video-guvern-5-000-de-lei-pentru-elevii-cu-10-la-bacalaureat-2-000-de-lei-pentru-media-10-la-evaluarea-nationala--1356737*
Concluzie și reconectare cu disciplina (2 min)	Profesorul rezumă elementele unei știri bine construite. Pentru a face reconectarea cu disciplina, profesorul va cere elevilor să rezolve o serie de sarcini la clasă sau ca temă pentru acasă, valorificând textele de la orele de literatură. (Vezi Consolidare Modulul 4.2)	
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul cere elevilor să vizioneze un video despre munca jurnalistului și să redacteze o știre ca temă pentru acasă, despre un eveniment petrecut în școală, aplicând tehnica piramidei inversate. (Subiecte posibile: rezultate ale Săptămânii Altfel/Verzi, inaugurarea unui nou corp al școlii; participarea/premierea elevilor din școală la diverse concursuri/ olimpiade/ proiecte; balul bobocilor; alegerile pentru Consiliul Școlar/ Județean al elevilor etc.) Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	Vizionează videoul „Drumul jurnalistului de la informație la știre” pe YouTube. (*https://youtu.be/1x_NhPhkIJQ?list=PLERxFGsMiLPFbM_e1RWq6CxsY2R9Pb_gZ*) Notează-ți ideile principale. Apoi, redactează o știre despre un eveniment petrecut în școală, aplicând tehnica piramidei inversate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 4.2: Știrea

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate frontală (5-10 min)**	Profesorul prezintă elevilor o știre din ziua respectivă sau cea anterioară (o dată la câteva săptămâni) și le cere să identifice elementele piramidei inversate, discutând cu ei și despre informațiile de interes public sau al publicului. Titlurile alese pot fi conectate cu temele și conținuturile abordate la disciplină, pentru a putea face o reconectare cu aceasta în mod facil după exercițiul de educație media. De asemenea, profesorul poate cere elevilor să vorbească despre ultima știre citită în ziua respectivă sau în cea precedentă și să aplice aceleași cerințe.	**Recomandări:** • Știri care relatează pe teme care privesc adolescenții • Știri locale • Știri despre evenimente culturale • Știri din educație • Știri care pot fi conectate cu unitățile tematice pentru că abordează temele respective **Exemple:** • *https://www.digi24.ro/magazin/timp-liber/cultura/scriitoarea-sud-coreeana-han-kang-a-castigat-premiul-nobel-pentru-literatura-2963321* • *https://stirileprotv.ro/my-impact/romania-locul-8-la-campionatul-european-de-securitate-cibernetica-desfasurat-in-italia-au-participat-37-de-echipe.html* • *https://stirileprotv.ro/stiri/international/povestea-a-doi-romani-care-s-au-mutat-cu-cei-8-copii-ai-lor-intr-o-casa-abandonata-din-franta-proprietarii-au-chemat-politia.html* (se poate face conectarea cu temele familia, iubirea, adolescența etc.) • *https://www.digi24.ro/stiri/sci-tech/lumea-digitala/youtube-limiteaza-accesul-adolescentilor-la-videoclipurile-de-fitness-2919329*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 2 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul jurnalistic, profesorul cere elevilor să redacteze sau să analizeze o știre despre un eveniment petrecut în școală sau în oraș, aplicând tehnica piramidei inversate. Acest exercițiu va fi reluat de cel puțin două ori pe parcursul anului școlar, în funcție de evenimentele petrecute: inaugurarea unui nou corp al școlii; participarea/premierea elevilor din școală la diverse concursuri/olimpiade/proiecte; balul bobocilor; alegerile pentru Consiliul Școlar/Județean al elevilor etc. *Profesorul poate cere elevilor să propună știri pentru analiză.	Redactează o știre despre un eveniment petrecut în școala ta/orașul tău în ultimele zile (inaugurarea unui nou corp al școlii; participarea/premierea elevilor din școală la diverse concursuri/olimpiade/proiecte; balul bobocilor; alegerile pentru Consiliul Școlar/Județean al elevilor etc.) aplicând tehnica piramidei inversate. Analizați următoarea știre aplicând schema piramidei inversate. Verificați dacă știrea răspunde celor 6 întrebări (cine, ce, unde, când, cum și de ce), dacă are toate elementele unei știri complete și corect construite și identificați care sunt informațiile de context și explicați cum contribuie ele la întregirea tabloului general despre evenimentul relatat în știre. Spre exemplu: *https://www.monitorulbt.ro/local/2024/11/08/inedit-patrula-scolara-in-darabani-elevii-si-politistii-fac-echipa-pentru-siguranta-colegilor/* *https://hotnews.ro/olimpiada-internationala-de-stiinte-pentru-juniori-de-la-bucuresti-guvernul-a-aprobat-cheltuieli-de-peste-jumatate-de-milion-de-euro-1804802* *https://www.bistriteanul.ro/sara-eleva-din-bistrita-a-pictat-tablourile-ce-vor-fi-oferite-castigatorilor-festivalului-de-scurt-metraj-din-dublin/*
Propunere 3 **Infuzare la literatură/ limbă și comunicare (diverse activități; durată variată**	Profesorul valorifică secvențe din textele abordate la orele de literatură și le cere elevilor să redacteze sau să analizeze știri/consemnări ale faptelor. De asemenea, recomandăm ca profesorul să folosească știri ca texte suport pentru exerciții de limbă și comunicare, unde să integreze și câte un scurt exercițiu de analiză a știrii (piramida inversată, interesul public/al publicului).	**Unitatea tematică Iubirea, „Romeo și Julieta”, de W. Shakespeare:** • Ești jurnalist și lucrezi pentru ziarul local. Ai aflat despre dubla sinucidere a lui Romeo și a Julietei. Scrie o știre pornind de la acest fapt aplicând tehnica piramidei inversate. **Unitatea tematică Joc și joacă (Limba și literatura română, manual pentru clasa a IX-a, Editura Art, pg.24), „Harry Potter şi piatra filozofală”, de J.K. Rowling:** • Imaginează-ți că ești Lee Jordan, comentatorul meciului de Vâjthaț. Redactează o știre, în care să prezinți meciul comentat, aplicând tehnica piramidei inversate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Unitatea tematică Iubirea, textul epistolar, scrisoarea de dragoste (inspirat din lecția despre textul epistolar din manualul pentru clasa a IX-a de limba și literatura română, editura Humanitas, respectiv lucrarea Limba și literatura română: clasa a IX-a, editura Art Klett, 2021): • Profesorul va cere elevilor să folosească informațiile prezentate în textele propuse pentru a scrie o știre, respectând tehnica piramidei inversate. (Fișa de lucru F4.2.2.) **Unitatea tematică Joc și joacă, „Salonul invențiilor trăsnite", Adela Sârghie, Curentul, 2 iunie 1999 (manualul pentru clasa a IX-a de limba și literatura română, editura Humanitas, pg. 16):** • Transformă articolul despre Salonul invențiilor trăsnite într-o știre, aplicând tehnica piramidei inversate. **Unitatea tematică Lumi fantastice, „La Hanul lui Mânjoală", de I.L. Caragiale:** • Redactează o știre despre incendiul care a mistuit Hanul lui Mânjoală, aplicând tehnica piramidei inversate. (Elevii ar trebui să relateze scurt despre incendiu și să amintească în informațiile de context despre incidentul cu Fănică luat cu forța de Iordache de la han și întors de trei ori, eludând logodna. Ar putea de asemenea să menționeze că în trecut Marghioala a fost bănuită că făcea farmece, amintind dovezi precum lipsa icoanelor, a pisicii negre etc.) **Profesorul cere elevilor să analizeze o știre despre festivalul de teatru „Hanul lui Mânjoală" de la Mărișelu, să identifice ce este greșit în construcția acesteia și să o rescrie aplicând tehnica piramidei inversate.** (Fișa de lucru F4.2.3.) *(https://rasunetul.ro/marele-caragiale-omagiat-la-mariselu-intr-un-festival-concurs-de-teatru)* (nu respectă piramida inversată; informațiile de context apar în primele paragrafe; titlul nu oferă informații actuale și nici nu este destul de descriptiv pentru a informa corespunzător cititorul; unele paragrafe țin de opinia jurnalistului, nu de faptele relatate și ar trebui eliminate din știre; fiind o știre care apare în ziarul online, elevii ar trebui să fie atenți la timpul relatării - știrea este postată vineri, evenimentul a avut loc duminica de dinainte, ar fi trebuit postată mai devreme, luni dimineața)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.2.1. Fișă de lucru – Știrea

Exercițiul 1. Lucrați împreună cu colegii din echipă, citiți știrea și răspundeți la întrebările de mai jos.



Absolvenţii clasei a VIII-a care au obţinut media 10 la Evaluarea naţională şi absolvenţii de liceu cu media 10 la Bacalaureat vor beneficia de stimulente financiare, conform unei hotărâri aprobate în şedinţa de miercuri a Guvernului.

"Pentru a răsplăti şi încuraja performanţa şcolară, Guvernul a decis că şi în acest an tinerii care au obţinut nota 10 la examenele de absolvire a învăţământului gimnazial şi liceal să primească un premiu financiar. Astfel, 74 de absolvenţi ai clasei a VIII-a care au obţinut media 10 la Evaluarea naţională în sesiunea 2024 vor primi câte 2.000 de lei. De asemenea, 80 de absolvenţi de Bacalaureat care au obţinut media 10 la examenul naţional de Bacalaureat sesiunea iunie-iulie 2024 vor primi câte 5.000 de lei", a spus purtătorul de cuvânt al Guvernului, Mihai Constantin, în cadrul unei conferinţe de presă susţinute la Palatul Victoria.



Proiectul implică o finanţare de 548.000 de lei, alocată din bugetul Ministerului Educaţiei pe anul în curs. Lista beneficiarilor şi modalitatea efectivă de acordare a stimulentelor financiare vor fi aprobate ulterior, prin ordin al ministrului Educaţiei.

Premierul Marcel Ciolacu a precizat înaintea şedinţei de guvern că proiectul vizează răsplătirea şi încurajarea performanţei şcolare.

"Cred că este un gest firesc de apreciere a performanţei şcolare, principiu pe care îl punem la baza sistemului public de educaţie", a spus Ciolacu. AGERPRES/(A, AS - autor: Irinela Vişan, editor: Florin Marin, editor online: Simona Aruştei)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Ce informații oferă titlul?
Ce informații oferă primul paragraf al știrii (cel de după titlu)? Care este
Ce informații conțin următoarele două paragrafe? Care este scopul
Ce informații conțin ultimele două paragrafe? Ce aduc acestea în plus? Cât de importante sunt aceste informații pentru înțelegerea știrii? De ce?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.2.2. Fișă de lucru – Știrea

Exercițiul 1. Citește textele de mai jos care descriu concertul violonistului Pablo de Sarasate la București, în anul 1882. Imaginează-ți că Mihai Eminescu ar trebui să rescrie știrea despre concertul lui Pablo de Sarasate pentru ziarul „Timpul", respectând tehnica piramidei inversate. Analizează informațiile și scrie știrea.

„București, 17 fevruarie
5 ceasuri dimineața
1882

Ieri seara, mititicule, am fost pentru întâia dată de când te-ai dus tu, la un concert. Pablo de Sarasate, violonistul spaniol, e aci și cântă admirabil, așa precum n-am mai auzit violonist și tu știi bine că pe Sivori l- am auzit. Sivori era un mare technic, acesta nu are numai technică, ci și inimă. Niște ochi mari, negri, sălbateci are creștinul acesta, și, deși e urât ca dracul, trebuie să fi plăcând la cucoane. Dar toate acestea tu le vei fi citind abia poimâne, căci acum dormi, nu-i așa? Dormi Veronică? Desigur dormi. [...]"

Scrisoare către Veronica Micle, Mihai Eminescu

„15 fevruarie
1882

Seara la teatru, concert al faimosului violonist Sarasate [...], în lojă împreună cu domnul și doamna v. Bothmer, care era încântătoare, Wilhelm și eu. Mite a rămas acasă din cauza migrenei de ieri.

Concert foarte amuzant, concertul lui Mendelssohn cu acompaniament de orchestră, finalul splendid; foarte picante două dansuri spaniole cu acompaniament de pian, frumoasă în toate privințele un fel de elegie dată pe deasupra (Ernst? Vieuxtemps? Chopin)"

Fragment din Însemnări zilnice, Titu Maiorescu

„E greu a descrie impresia adâncă care-o face acest artist. Acoperit de aplauzele zgomotoase ale unui public fermecat de admirabila curăție și putere a sunetelor vioarei sale, Sarasate privea cu ochii lui mari și de-o liniștită energie, netrădând prin nici o mișcare a feței acea simțire adâncă care inspiră și dictează o atât de măiastră execuțiune...

Din nefericire numele marelui violonist fiind mai puțin cunoscut în părțile noastre semiorientale, sala teatrului nu era îndestul de plină.

Acești artiști executori iau arta lor cu sine și cine nu se folosește de puținele ocazii ce li se oferă pentru a-i auzi au pierdut pentru totdauna o plăcere artistică fără seamăn, senzațiuni muzicale pe care numai artistul acesta și nu altul le poate produce.

A auzi de la un altul oricât de celebru aceeași piesă muzicală chiar nu echivalează pierderea de-a nu fi ascultat pe acesta, care-și are feliul lui de-a executa, puterea și geniul lui individual, cum nu se mai află în altul.

Sperăm că, știindu-se odată cum că abia mai există un alt violonist în lume de talentul lui Sarasate, publicul se va grăbi a da semne mai vii de respectul ce-l are pentru arta adevărată și se va grăbi a asista în număr mai mare la concertele sale."

Mihai Eminescu în Timpul, 18 februarie 1882

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.2.3. Fișă de lucru - Analiza știrii

Exercițiul 1. Citește știrea de mai jos. Analizează dacă respectă elementele unei știri construite corect și scrie ce elemente consideri că sunt greșite. Notează care sunt informațiile de interes public.

Marele Caragiale, omagiat la Mărişelu într-un festival-concurs de teatru
Vin, 02/06/2015 - 10:17

În 1 februarie 1852, compartimentul dramatic al literaturii române a cunoscut o predispoziţie revoluţionară prin făurirea în cadrul societăţii a unui creion de mare fineţe care avea, peste ani, să desăvârşească domeniul teatral al scrierilor esenţializate în proză.

Duminica trecută, Şcoala Gimnazială „Mărişelu“ în parteneriat cu Inspectoratul Şcolar Judeţean Bistriţa – Năsăud şi Casa Corpului Didactic Bistriţa –Năsăud a organizat o deosebită manifestare materializată într-un festival - concurs de teatru la nivel judeţean sub denumirea «La Hanul lui Mânjoală », în amintirea simbolului teatrului românesc - Ion Luca Caragiale.

Festivalul – concurs de teatru este identificat la nivelul unui proiect implementat de „Şcoala Gimnazială Mărişelu“, fiind aprobat de ISJ BN, regăsindu-se în calendarul activităţilor educative judeţene pe anul 2015.

Festivalul de teatru „La Hanul lui Mânjoală“ s-a aflat anul acesta la cea de-a treia ediţie, manifestarea luând naştere în anul 2013 la initiaţiva domnului prof. Tursan Vasile Grigore. Anul acesta, festivalul a fost coordonat de către prof. Tursan Grigore, înv. Ometiţă Maxim, sprijiniţi de directorul şcolii - prof. Ignat George, de către inspectorul educativ prof. dr. Aurelia Dan - ISJBN şi de către prof. Loredana Zbînca – la nivelul CCD BN.

Au participat în concurs trupe de teatru de la zece şcili, şi anume Şcoala Gimnazială „George Cosbuc “ – Coşbuc, Şcoala Gimnazială Şieu- Odorhei, Şcoala Gimnazială „Grigore Herinean “ – Galaţii Bistriţei, Şcoala Gimnazială Şieuţ, Şcoala Gimnazială Sebiş, Şcoala Gimnazială Şieu, Şcoala Gimnazială Ardan, Şcoala Primară Domneşti, Şcoala Gimnazială Mărişelu şi Şcoala Gimnazială Nr 1 Bistriţa, aceasta din urmă luând parte doar la activitatea denumită Creaţie Literară. Manifestarea s-a bucurat şi de invitaţi speciali - trupa de treatru Corint şi trupa de soft – rock Mog.

Din comisia de jurizare care s-a îngrijit de evaluarea reprezentaţiilor au făcut parte prof. Irina Matei – Colegiul National „Andrei Mureşanu” Bistriţa, bibliotecar Nicoleta Butuza – Colegiul Naţional „Andrei Mureşanu” Bistriţa, prof. Camelia Toma – Colegiul Naţional „Andrei Mureşanu” Bistriţa, director CCD BN – prof. Loredana Zbînca, prof. Antonia Orban – Palatul Copiilor Bistrita şi, bineînţeles, preşedintele juriului, inspector educativ prof . dr. Aurelia Dan – ISJ BN.

Publicul, care a umplut căminul cultural din comuna Mărişelu, s-a bucurat de punerea într-o manieră deosebită în scenă a reprezentaţiilor teatrale care au dat mari bătăi de cap juriului în procesul de ierarhizare. Premiul I a fost acordat trupei de teatru de la Şcoala Gimnazială Ardan, coordonată de prof. Mihaela Zbînca, care a pus în scenă "Tache, Ianche şi Cadâr “ de Victor Ion Popa.

Premiul al II -lea s-a oferit trupei de teatru de la Şcoala Gimnazială Şieu, coordonată de prof. Simona German, care a pus în scenă “Două loturi“ de Ion Luca Caragiale, iar premiul al III- lea a revenit trupei de teatru de la Şcoala Gimnazială Şieu – Odorhei, coordonată de prof. Angela Cosma, care a pus în scenă “Despre comeată“ de Ion Luca Caragiale. Aceasta a fost ierarhia stabilită la nivelul categoriei “Gimnaziu”.

În privinta categoriei claselor a IV- a, s-au înscris două şcoli, astfel că trupa de teatru a Şcolii Sebiş a obţinut premiul I. fiind coordonată de înv. Creta Dumitru, punând în scenă “Păcală însurat“ de Petre Dulfu, iar trupa de teatru a Şcolii Primare Domneşti, coordonată de înv. Camelia Feier, care a pus în scenă “Povestea unui om leneş“ de Ion Creangă obţinând în aceeaşi măsură un premiu special. Festivalul a fost sprijinit financiar de Primăria Comunei Mărişelu şi fírmele Valybia, Profesional FIGHT GYM – Bistriţa şi Casa Ema .

Se cuvine a se transmite felicitări cadrelor didactice şi elevilor care s-au implicat în această manifestare, precum şi mulţumiri tuturor celor care s-au îngrijit de împlinirea acestui eveniment de mare însemnătate cultural – artistică.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Exercițiul 2. Rescrie știrea aplicând tehnica piramidei inversate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 4.3.
Fapte și opinii

Competența specifică:
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiectiv operațional:
La finalul activității, elevii vor demonstra că pot să diferențieze între fapte și opinii cu consecvență.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate se poate implementa în orele alocate textului argumentativ.

Această activitate contribuie la dezvoltarea competențelor de receptare și înțelegere a textelor. Analiza informațiilor din perspectiva faptelor și a opiniilor este un exercițiu care poate fi aplicat atât pe textele literare, cât și pe cele nonliterare, încurajând o lectură conștientă a textelor.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișelor de lucru F4.3.1. Și F4.3.2, prezentare PDF „*Fapte și opinii_Ghid infuzare clasa a IX-a*”

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere și activitate frontală (3 min)	Profesorul anunță tematica lecției. Apoi, le cere elevilor să spună ce își amintesc despre fapte și opinii.	În clasa a VI-a ați învățat să faceți diferența dintre fapte și opinii. Astăzi, în prima parte a orei, ne vom aminti ce sunt unele și ce sunt celelalte. Apoi, vom discuta despre pertinența și legitimitatea opiniilor. • **Ce vă amintiți despre fapte și opinii?**
Vizionare video și activitate frontală (7 min)	Profesorul proiectează și le cere elevilor să vizioneze cu atenție materialul video care explică diferența dintre fapte și opinii: *https://youtu.be/i2qvJ0BsaGI (Vezi prezentarea atașată lecției)* Înainte de vizionarea materialului video, profesorul scrie titlul pe tablă (și elevii în caiete): „Fapte și opinii”. Apoi, desenează un tabel cu două coloane pe care le va denumi Fapte, respectiv, Opinii. Elevii vor copia tabelul în caiete. După vizionarea videoului, profesorul va iniția discuții, așteptându-se ca elevii să sintetizeze informația eficient, punând accent pe contrastul dintre fapte și opinii.	Vom viziona un scurt video despre fapte și opinii. Notați în caiete titlul lecției (Fapte și Opinii), iar apoi desenați tabelul de pe tablă. Urmăriți videoul cu atenție, pentru că la final vom discuta despre diferențele dintre fapte și opinii. Cheie de răspunsuri: **Fapte** ●Întâmplări reale, acțiuni sau fenomene care pot fi observate sau demonstrate ● Obiective Exprimate în termeni neutri **Opinii** ● Aprecieri, interpretări ale faptelor ● Subiective Deseori exprimate în termeni emoționali

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Activitate frontală (5 min)	Profesorul le citește elevilor mai multe enunțuri și le cere acestora să precizeze dacă ele descriu un fapt (degetul mare în sus) sau o opinie (degetul mare în jos). După fiecare enunț citit și reacție a elevilor, profesorul va spune răspunsul corect tuturor elevilor, și împreună cu aceștia, va justifica alegerea făcută. Profesorul va putea astfel monitoriza măsura în care elevii au înțeles diferența dintre fapte și opinii, iar acest lucru îl va ajuta la proiectarea lecțiilor viitoare (dacă observă că sunt mulți elevi care nu au înțeles diferența dintre cele două concepte, profesorul mai poate face asemenea exerciții, repetat, în orele următoare). (vezi secțiunea Consolidare Modulul 4.3: Fapte și Opinii)	**Cheie de răspunsuri:** • Afară plouă. (fapt) • Afară plouă groaznic. (opinie) • Ieri am cumpărat trei cărți. (fapt) • Temperatura este de 23 de grade Celsius. (fapt) • Afară este foarte cald. (opinie) • Ieri am cumpărat cele mai grozave cărți din lume. (opinie)
Predare directă și activitate frontală (7 min)	Profesorul explică apoi ce sunt opiniile cu bază factuală și analizează câteva exemple cu elevii. *(vezi prezentarea atașată lecției)*	Am văzut care sunt caracteristicile faptelor și ale opiniilor. Haideți să discutăm acum despre cum apar acestea în informațiile ce ajung la noi. Informația care descrie fapte corect și cu acuratețe este informație factuală. (ex. „Acum sunt x elevi în sala de clasă.”) Informația care descrie denaturat sau incorect fapte (intenționat sau neintenționat) reprezintă informație falsă/falsificată. (ex. „Acum sunt 3 elevi în clasă.” Descriem un fapt, dar o facem incorect, lucru dovedit în urma verificării prin numărarea elevilor. Reiese că informația că ar fi 3 elevi în sala de clasă e falsă.) Unele opinii pot avea o bază factuală. Asta înseamnă că opinia se poate baza pe niște fapte ce pot fi demonstrate și verificate. Spre exemplu: „Mi se pare că afară este foarte cald pentru perioada aceasta din an (opinie), pentru că temperaturile sunt peste media înregistrată anii trecuți. (baza factuală, faptele)”- această afirmație este o opinie, dar prezintă și faptele pe care se sprijină, ce pot fi verificate. Putem verifica dacă, într-adevăr, temperaturile din acest an sunt peste media celor din anii trecuți. Încă un exemplu, plecând de la filmul Avatar. *(vezi prezentarea atașată lecției)*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Deși nu trebuie să justificăm opiniile pe care le avem, opiniile cu bază factuală sunt mai ușor de analizat și pot să fie în diverse circumstanțe mai credibile, tocmai pentru că putem verifica veridicitatea faptelor pe care se sprijină acestea. Acest aspect este important în momentul în care evenimentele care se petrec în jurul nostru sunt contextualizate de diverse persoane - de la persoane publice, influenceri, celebrități, la experți în diferite domenii. **Notați în caiete:** • Informațiile ce descriu fapte pot fi verificate. • Informațiile care descriu cu acuratețe/ corect un fapt sunt informații factuale. • Informațiile care descriu denaturat sau incorect fapte (intenționat sau neintenționat) reprezintă informație falsă/ falsificată. • Informațiile ce exprimă opinii nu pot fi verificate. • Informațiile ce exprimă opinii cu bază factuală pot fi mai credibile, pentru că
Predare directă și activitate frontală (7 min)	Profesorul explică ce înseamnă pertinența și legitimitatea opiniilor, făcând trimitere la *videoul vizionat.*	Acum câteva săptămâni, am discutat despre dreptul nostru la libertatea de exprimare. Pentru că avem cu toții acest drept, toate opiniile noastre sunt legitime, atât timp cât se mențin în limitele legalității. Adică opiniile noastre au dreptul să existe. În materialul video vizionat, mai apare o calitate pe care o pot avea opiniile, și anume pertinența. Pertinența se referă la capacitatea persoanei care emite respectiva opinie de a cunoaște domeniul asupra căruia se pronunță. Acest lucru înseamnă că nu toate opiniile sunt pertinente. Opinia doctorului Crohm nu era pertinentă atunci când vorbea despre vaccin, dar poate fi pertinentă atunci când vorbește despre literatură. De asemenea, trebuie să nu confundăm celebritatea cu expertiza. Doar pentru că cineva este celebru, nu înseamnă că este și expert în toate subiectele despre care își dă cu părerea. De exemplu, un influencer de gaming nu va putea avea o opinie pertinentă despre mișcarea plăcilor tectonice și efectele sale.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Puteți să dați niște exemple din media pe care o consumați voi? Când credeți că un influencer sau un creator de conținut își exprimă opinia fără pertinență despre un subiect? **Notați în caiete:** • Opiniile au două calități: legitimitatea și pertinența. • Toate opiniile sunt legitime în limitele legalității, pentru că avem cu toții dreptul la libertate de exprimare. • Nu toate opiniile sunt și pertinente. Pertinența înseamnă că cel care spune o opinie trebuie să aibă cunoștințe/expertiză despre subiectul respectiv. • Celebritatea nu înseamnă pertinență.
Activitate de grup (18 min)	Profesorul le cere elevilor să lucreze cu colegul de bancă și să rezolve fișa de lucru F4.3.1., unde trebuie să identifice într-o știre dată care sunt faptele și opiniile prezentate. (10 min) După ce elevii lucrează, profesorul va discuta rezultatele exercițiului în plen cu elevii. Dacă există posibilitatea, profesorul va proiecta știrea în timpul discuției.	**Fișa de lucru F4.3. 1 - Cheie de răspunsuri:** **Fapte (pot fi verificate și demonstrate):** • Moo Deng atrage mii de vizitatori zilnic • Moo Deng are milioane de fani pe internet după publicarea unor videouri în care apare • Moo Deng este un pui de hipopotam pigmeu din Thailanda • Moo Deng este ținut în captivitate în Parcul Zoologic Khao Kheow din provincia Chonburi • (din declarația directorului) Care este fluxul de oameni în general și cum s-a schimbat odată ce s-a născut Moo Deng • Moo Deng este femelă și are doi frați • Traducerea numelor lui Moo Deng și ale fraților ei • Moo Deng stătea luni în vasul cu legume și gustări primite de la vizitatori • Declarația vizitatorului privind ora la care a plecat de acasă • Bunica lui Moo Deng, Malee, a împlinit recent vârsta de 59 de ani și este cel mai bătrân hipopotam din Thailanda **Opiniile (subiective, nu trebuie justificate, pot avea o bază factuală ce le poate oferi credibilitate crescută):** • Moo Deng este cea mai nouă celebritate din Thailanda (pentru unii, da, alții s-ar putea să considere alte animale sau persoane care au ajuns virale drept „cele mai noi celebrități”) • Moo Deng reprezintă o adevărată provocare pentru îngrijitorii săi (este o părere despre dificultatea procesului de îngrijire a hipopotamului, unii îngrijitori pot fi de acord sau nu)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• Moo Deng atrage un flux neașteptat de mare de vizitatori (poate pentru alții, era de așteptat, este o apreciere subiectivă) • Moo Deng este este cuceritor de neîndemânatică (sunt folosite adjective care indică prezența unei păreri, termeni emoționali) • (declarația directorului) „Acest lucru înseamnă că trebuie să ne organizăm mai bine pentru ca Moo Deng să poată fi văzută de toţi vizitatorii" (este părerea sa, bazată pe faptul că a crescut numărul de vizitatori - opinie cu bază factuală) • Luni dimineață, Moo Deng stătea „fericită” (putem sau nu să fim de acord cu această descriere, este subiectivă, face apel la emoții) Știrea despre hipopotamul Moo Deng: *https://observatornews.ro/mapamond/un-pui-de-hipopotam-de-lao-gradina-zoologica-dinthailanda-vedeta-pe-internet-moo-deng-atrage-mii-de-vizitatori-zilnic-593416.html*
Concluzie și reconectare cu disciplina (2 min)	Profesorul rezumă diferențele dintre fapte și opinii și definiția pertinenței. Pentru a face reconectarea cu disciplina, profesorul va cere elevilor să rezolve o serie de sarcini la clasă sau ca temă pentru acasă, valorificând textele de la orele de literatură, în orele ce urmează/ recurent. (Vezi Consolidare Modulul 4.3: Fapte și opinii)	(După rezumat) Discutăm despre fapte și opinii pentru că este important să facem distincția între ele. Uneori, opinii ne sunt prezentate drept fapte în mesajele de pe rețelele sociale, mai ales, dar nu numai. Iar acest lucru poate să ne influențeze deciziile, modul de gândire, modul în care vedem lumea din jurul nostru. Și atunci e esențial să putem să analizăm informația și să vedem dacă se bazează pe fapte, pentru a ne putea construi propriile opinii în cunoștință de cauză. Asta nu înseamnă că opiniile altora sunt rele, ci doar că trebuie să putem să le identificăm pentru a decide cum ne poziționăm față de ele. Mare atenție la opiniile cu care suntem automat de acord, doar pentru că le considerăm valide, nu înseamnă că ele au valoare de fapte.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Temă pentru acasă (1 min)	Profesorul anunță tema pentru acasă, spunându-le elevilor că vor completa o fișă de lucru (F4.3.2.), care are două exerciții. Primul exercițiu le va cere să identifice care dintre enunțuri sunt fapte și care sunt opinii, iar al doilea exercițiu le va cere să stabilească dacă și de ce opiniile prezentate sunt pertinente. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	**Fișa de lucru F4.3.2 - Cheie de răspuns:** **Exercițiul 1:** • Sunt elev în clasa a IX-a. FAPT • Pauzele sunt foarte scurte. OPINIE • Sunt sigură că vom primi test la matematică. OPINIE • Colegii mei de clasă sunt prietenoși. OPINIE • Directorul școlii a declarat că elevii vor participa la un eveniment organizat de un ONG. FAPT • Biblioteca școlii conține 34.543 de cărți. FAPT • Ar fi bine să se studieze mai multă biologie. OPINIE **Exercițiul 2:** • **Mesajul 1:** Opinia nu este pertinentă. Creatorul de conținut respectiv nu are expertiza necesară pentru a trage pertinent acele concluzii, el fiind un influencer de jocuri video/gaming, nu un expert în educație. • **Mesajul 2:** Opinia este pertinentă. Cercetătorul are expertiza necesară pentru a putea formula o opinie pertinentă și își bazează opinia pe fapte demonstrabile și verificabile. • **Mesajul 3:** Opinia nu este pertinentă. Creatorul de conținut respectiv nu are expertiza necesară pentru a trage pertinent acele concluzii sau pentru a putea face previziuni/predicții pertinente pe baza datelor disponibile.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 4.3: Fapte și opinii

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate frontală (5-10 min)**	Profesorul prezintă elevilor un set de enunțuri sau de mesaje media și le cere să identifice care sunt informațiile care prezintă fapte, și care sunt cele care prezintă opinii. Suplimentar, profesorul poate cere elevilor să transforme enunțurile din informații ce descriu fapte în opinii și invers. Mesajele alese pot fi conectate cu temele și conținuturile abordate la disciplină, pentru a putea face o reconectare cu aceasta în mod facil după exercițiul de educație media.	Kahoot fapte și opinii: *https://create.kahoot.it/share/fapt-sau-opinie-elevi-ghid-clasa-a-ix-a/711dfac9-d828-452e-bf24-799cede3e249* (este nevoie ca profesorul să fie logat și să facă o copie a kahootului) **Enunțuri:** **Tema familiei:** • Timpul petrecut împreună în familie contează mai mult decât orice cadou. (opinie) • Fratele meu s-a născut pe 7 iulie 2016. (fapt) • Îmi place când merg în vizită la bunici. (opinie) **Tema adolescenței:** • Ieri am făcut 15 ani. (fapt) • Adolescenții ar trebui să iasă mai des să facă activități în aer liber. (opinie) • Nu există o vârstă mai frumoasă decât adolescența. (opinie) **Tema lumi fantastice:** • Am văzut un documentar despre fenomene paranormale aseară. (fapt) • Cred că citind cărți fantasy pot să evadez uneori din realitate. (opinie) • Imaginația este cea mai puternică armă împotriva plictiselii. (opinie)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 2 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul jurnalistic, profesorul cere elevilor să analizeze sau să redacteze o știre despre un eveniment petrecut în școală sau în oraș, aplicând tehnica piramidei inversate. (vezi lecția anterioară) O sarcină suplimentară poate fi dată elevilor atunci când construiesc știrile: să identifice ce informații descriu fapte și ce opinii prezintă în știrile respective. Dacă vor observa că și-au exprimat opiniile în calitate de jurnalist, vor rescrie frazele respective pentru a relata obiectiv faptele. Exercițiul poate fi aplicat individual, pe știrea construită, sau elevii pot lucra în echipe, dând colegului de bancă știrea pentru a face analiza de fapte și opinii și rescrierea, dacă este necesară.	Redactează o știre despre un eveniment petrecut în școala ta/ orașul tău în ultimele zile (inaugurarea unui nou corp al școlii; participarea/premierea elevilor din școală la diverse concursuri/olimpiade/proiecte; balul bobocilor; alegerile pentru Consiliul Școlar/ Județean al elevilor etc.) aplicând tehnica piramidei inversate. **După ce ai redactat știrea, subliniază informațiile care prezintă fapte și încercuiește informațiile care prezintă opinii. Reflectează asupra prezenței opiniei în știrea pe care ai scris-o.** **Dacă observi că ți-ai exprimat opinia în calitate de jurnalist, rescrie frazele pentru a relata obiectiv faptele.** ***Acest exercițiu poate fi aplicat și atunci când elevii analizează știri.** **- Spre exemplu, o rubrică video care face rezumatul a cinci știri ale zilei (prezintă atât fapte, cât și opinii): *https://www.instagram.com/reel/DAIgT0SPnLD/?igsh=aDlqZ2oydHQ4aDQy***
Propunere 3 **Activitate independentă (10-15 min) sau temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect legat de fapte și opinii. Exercițiul poate fi extins asupra textelor pe care le redactează elevii care nu au neapărat o temă de educație media. Elevii vor identifica informațiile care descriu fapte și pe cele care descriu opinii în textele argumentative redactate, cu scopul de a reflecta asupra valorii argumentelor prezentate. Exercițiul poate fi făcut și pe perechi, între colegii de bancă, fiecare analizând textul argumentativ al colegului de bancă.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Faptele cântăresc mai mult decât opiniile.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Putem avea opinii diferite, dar faptele rămân aceleași.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Opiniile care au o bază factuală sunt mai credibile decât opiniile fără bază factuală.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Celebritatea cuiva conferă pertinență opiniilor pe care le exprimă în spațiul public.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care vă exprimați părerea, valorificând cunoștințele despre fapte și opinii, cu privire la afirmațiile lui Theo Zeciu într-un video de pe TikTok postat de un fan: *https://www.tiktok.com/@chisunea/video/7382532156003765537?lang=en*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 4 **Infuzare la literatură/ limbă și comunicare (diverse activități; durată variată)**	Profesorul valorifică secvențe din textele abordate la orele de literatură și le cere elevilor să identifice fapte și opinii în diverse fragmente. Identificarea faptelor și a opiniilor poate fi integrată în cadrul exercițiilor de analiză a momentelor acțiunii (elevii vor extrage faptele pentru a arăta care sunt momentele acțiunii), a caracterizării personajelor (elevii vor analiza care sunt faptele și opiniile prin care sunt descrise trăsăturile și comportamentul personajelor), sau în cele de receptare și înțelegere a textului (elevii vor identifica fapte și opinii în fragmente de texte literare și nonliterare).	**Unitatea tematică Joc și joacă (Limba și literatura română, manual pentru clasa a IX-a, Editura Art, pg.24), „Harry Potter şi piatra filozofală", de J.K. Rowling:** • Enunțurile extrase din comentariul lui Lee Jordan despre meciul de Vâjthaț reprezintă fapte sau opinii? Bifează răspunsul corect. (F4.3.3.) **Cheie de răspunsuri:** • Angelina se descurcă, într-adevăr foarte bine acolo, sus, în aer. (opinie) • Pasează perfect către Alicia Spinnet, prietenă bună cu Oliver Baston. (opinie) • Anul trecut, ea a stat pe banca rezervelor. (fapt) • Viperinii au reuşit să ia balonul, prin căpitanul lor, Marcus Flint. (fapt) • Marcus Flint zboară ca un vultur şi e gata să înscrie. (opinie) • Cred că a fost foarte dureros! (opinie) • Cercetaşii au făcut un joc excelent până acum. (opinie) • Balonul este iar la Johnson. (fapt) **Unitatea tematică Lumi fantastice, „La Hanul lui Mânjoală", de I.L. Caragiale (manualul pentru clasa a IX-a de limba și literatura română, editura Humanitas, pg. 42):** • Citiți fragmentele date și identificați faptele și opiniile prezente în acestea. (F4.3.4) **Cheie de răspunsuri:** • **Extras 1:** ○ **Fapte:** de trei ori a fugit înapoi la han; bătrânul a pus oameni care l-au prins și l-au dus legat la cobză la un schit în munte timp de 40 de zile ○ **Opinii:** Fănică consideră că că bătrânul voia zor nevoie să îl ginerească • **Extras 2:** ○ **Fapte:** hanul a ars, Marghioala a fost îngropată sub han, sub un morman de jăratic ○ **Opinii:** părerea despre „biata" Marghioala „hârbuită"; percepția despre mormanul „uriaș" de jăratic • **Extras 3:** ○ **Fapte:** Pocovnicul face niște afirmații în repetate rînduri ○ **Opinie:** ceea ce crede pocovnicul, că Marghioala i-ar fi făcut farmece lui Fănică

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare

Unitatea tematică **Scene din viața de ieri și de azi, extras din interviul realizat de Tita Chiper, intitulat Amintiri din ziua a șaptea – de vorbă cu doamna Zoe Cantacuzino (Limba și literatura română, manual pentru clasa a IX-a, Editura Art, pg. 102):**

- Subliniază cu o linie enunțurile care conțin fapte și cu două linii enunțurile care reprezintă opinii, din următorul fragment. (F4.3.5)

Cheie de răspunsuri:

- **Fapte (selecție):** situația educației fetelor, pe ce stradă locuiau, cine venea în vizită, cum se ascundeau copiii etc.
- **Opinii (selecție):** percepția despre grădina „mare”, percepția despre orașul nu „prea apăsător”, despre casa „veselă”, părerea despre oamenii care veneau în vizită („frumoasă”, „drăguț” etc.), percepția despre performanța proprie la matematică și geografie etc.

Unitatea tematică **Iubirea (lucrarea Limba și literatura română: clasa a IX-a, editura Art Klett, 2021):**

- Profesorul va cere elevilor să identifice faptele și opiniile din cele două texte, aparținând lui Titu Maiorescu, respectiv Mihai Eminescu, scrise în februarie 1882, în contextul în care violonistul Pablo Sarasate ajunge la București unde susține două concerte. Elevii vor analiza apoi pertinența opiniei celor doi. (F4.3.6)

Cheie de răspunsuri:

- Faptele țin de cine, ce, unde, când a avut loc concertul;
- Opiniile țin de modul în care au perceput cei doi evenimentul, inclusiv printr-un comentariu dojenitor la adresa cititorilor în știrea scrisă de Eminescu)

Unitățile tematice **Școala/Adolescența/Familia, fragmente din „Romanul adolescentului miop”, de M. Eliade (F4.3.7) și „Viața ca o pradă” (F4.3.8), de M. Preda:**

- Citiți fragmentele date și identificați faptele și opiniile prezente în acestea. (Cheie de răspunsuri: Fapte - acțiunile descrise; Opinii - modul în care percepe personajul-narator acțiunile și efectele lor asupra sa)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Recomandare: Discutați cu elevii despre modul în care faptele și opiniile identificate construiesc caracterizarea personajului-narator și ce trăsături/comportamente reies din analiza acestora. Alternativ, această activitate poate fi dată ca temă pentru acasă.
Proiect individual sau de echipă	Profesorul le cere elevilor să lucreze individual sau în echipă pentru a analiza din perspectiva faptelor și a opiniilor mai multe tipuri de mesaje media care ajung la ei. Elevii vor avea la dispoziție 2-3 săptămâni pentru a identifica o serie de mesaje pe care să le utilizeze pentru a exemplifica informațiile factuale, opiniile cu bază factuală și cele fără bază factuală. De asemenea, vor folosi mesajele media pentru a exemplifica ce înseamnă pertinența, arătând situații unde emițătorul unei opinii are pertinență, și unde același emițător nu are pertinență. Proiectele vor fi prezentate în fața clasei.	În echipă (sau individual), pregătiți fișe de analiză/afiș/prezentare PPT/Canva prin care să arătați modul în care circulă informațiile factuale și opiniile în universul vostru media. • Prezentați în cuvintele voastre definițiile termenilor discutați (informații factuale, opinii cu/fără bază factuală, pertinența). • Selectați câteva mesaje media pe care le întâlniți online (cel puțin o știre, cel puțin două postări ale unui influencer, câteva postări online de tip reclamă, videouri, meme, melodii etc.) pe rețelele sociale pe care le folosiți în mod normal. • **Folosiți mesajele selectate pentru a:** **1. Exemplifica diferența dintre informațiile factuale și opinii.** **2. Exemplifica diferența dintre opiniile cu bază factuală și opiniile fără bază factuală.** **3. Exemplifica o situație în care emițătorul unei opinii are pertinență și o situație în care același emițător nu are pertinență.**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

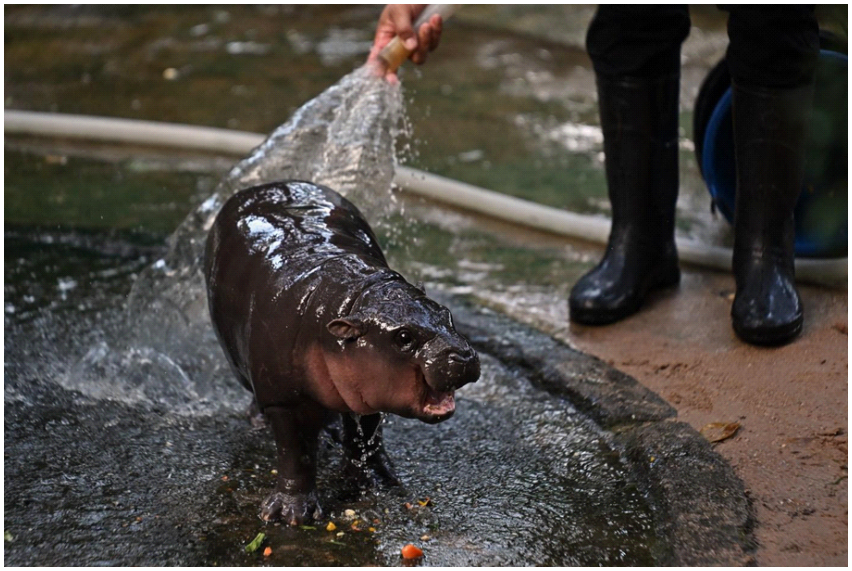
F4.3.1. Fișă de lucru - Fapte și opinii

Citește știrea de mai jos. Subliniază informațiile care prezintă fapte și încercuiește informațiile care exprimă opinii.

VIDEO Un pui de hipopotam de la o grădină zoologică din Thailanda, vedetă pe internet. Moo Deng atrage mii de vizitatori zilnic

Cea mai nouă celebritate din Thailanda, puiul de hipopotam "Moo Deng", reprezintă o adevărată provocare pentru îngrijitorii săi de la parcul zoologic în care este ţinut, aflat la sud de capitala Bangkok, pentru că atrage un flux neaşteptat de mare de vizitatori, transmite luni Reuters, citat de Agerpres.

de Redactia Observator
la 16.09.2024 , 15:26



Un pui de hipopotam de la o grădină zoologică din Thailanda, vedetă pe internet. Moo Deng atrage mii de vizitatori zilnic - Profimedia

Moo Deng, al cărui nume se traduce prin "purceluşul săltăreţ", are milioane de fani pe reţelele de socializare după publicarea unor filmuleţe în care sunt prezentate aventurile sale în care este cuceritor de neîndemânatică.

Mii de oameni stau la coadă zilnic pentru a o vedea pe Moo Deng

"De obicei, în cursul săptămânii şi în sezonul ploios - când numărul vizitatorilor este mai mic - aveam în jur de 800 de vizitatori pe zi", conform lui Narungwit Chodchoy, directorul Parcului Zoologic Khao Kheow din provincia Chonburi. Însă acum fluxul de vizitatori în cursul săptămânii este între 3.000 şi 4.000 pe zi, majoritatea lor stând la coadă pentru a o vedea pe Moo Deng, a precizat el.

"Acest lucru înseamnă că trebuie să ne organizăm mai bine pentru ca Moo Deng să poată fi văzută de toţi vizitatorii", a mai adăugat el.

Luni dimineaţă, puiul de hipopotam femelă, cu fălci rozalii, ai cărui fraţi poartă numele "Pork Stew" (tocăniţă de porc) şi "Sweet Pork" (purceluş dulce), stătea fericită într-un vas cu legume şi alte gustări primite de la îngrijitori.

"Am plecat de acasă, din Bangkok, de la 6:30 dimineaţa doar pentru a veni să o văd pe Moo Deng", a declarat pentru Reuters unul dintre vizitatori, Ekaphak Mahasawad, 45 de ani. "Sunt aici doar pentru ea".

Bunica lui Moo Deng, Malee, a împlinit recent vârsta de 59 de an şi este cel mai bătrân hipopotam din Thailanda.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.2. Fișă de lucru - Fapte și opinii (Temă pentru acasă)

Exercițiul 1. Identifică informațiile care conțin fapte și pe cele care conțin opinii din lista de enunțuri de mai jos și scrie în dreptul lor F pentru fapt și O pentru opinie.

- [ ] Sunt elev în clasa a IX-a.
- [ ] Pauzele sunt foarte scurte.
- [ ] Sunt sigură că vom primi test la matematică.
- [ ] Colegii mei de clasă sunt prietenoși.
- [ ] Directorul școlii a declarat că elevii vor participa la un eveniment organizat de un ONG.
- [ ] Biblioteca școlii conține 34.543 de cărți.
- [ ] Ar fi bine să se studieze mai multă biologie.

Exercițiul 2. Citește cu atenție citatele de mai jos. Stabilește dacă opiniile prezentate sunt pertinente și justifică alegerea făcută.

Opinie	Pertinență		Justificare
	Da	Nu	
„Sistemul de învățământ românesc este probabil unul dintre cele mai ineficiente din toată lumea. Uitați-vă numai la modul în care s-au făcut orele în sistem online. E clar că școala online e inutilă.” Creator de conținut online, canal de jocuri video			
Ideea asta că dacă înjumătățim emisiile de carbon în 10 ani avem o șansă să menținem creșterea temperaturii sub pragul de 1,5 grade, peste care se declanșează reacții în lanț ireversibile, dincolo de orice control, nu este de ajuns, dacă ne dorim ca următoarele generații să poată duce o viață bună.” Cercetător în ecologie și protecția mediului			
„Exploatarea resurselor de pe lună este vitală pentru supraviețuirea oamenilor pe Pământ. Nu ar trebui să conteze cine are acces la aceste resurse sau dacă este etic să le utilizăm în contextul în care resursele noastre sunt supraexploatate.” Actor, creator de podcast pe diverse teme			

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.3. Fișă de lucru – Fapte și opinii

Exercițiul 1. Enunțurile extrase din comentariul lui Lee Jordan (Harry Potter și Piatra Filozofală de J. K. Rowling) reprezintă fapte sau opinii? Bifează răspunsul corect.

„Lee Jordan, prieten bun cu gemenii Weasley, era comentatorul meciului, urmărit cu mare atenţie de profesoara McGonagall.

- Angelina se descurcă, într-adevăr foarte bine acolo, sus, în aer. Pasează perfect către Alicia Spinnet, prietenă bună cu Oliver Baston. Anul trecut, ea a stat pe banca rezervelor... dar să ne întoarcem la Johnson care... Ah, nu! Viperinii au reuşit să ia balonul, prin căpitanul lor, Marcus Flint. Şi dus a fost! Marcus Flint zboară ca un vultur şi e gata să înscrie... Nu, a fost oprit excelent de portarul Baston şi balonul este preluat iar de Cercetaşi, prin înaintaşa lor, Katie Bell, care i-a suflat balonul lui Flint, printr-o desăvârşita mişcare de învăluire, şi... Auu! Cred că a fost foarte dureros! Un balon-ghiulea a lovit-o chiar în ceafă! Balonul trece la Viperini, Adrian Pucey se grăbeşte spre locul de marcaj, dar e stopat de cel de-al doilea balon-ghiulea, trimis de Fred sau de George Weasley, n-aş putea spune exact care dintre gemeni... Cercetaşii au făcut un joc excelent până acum. Şi aruncătorul lor a fost excelent. Balonul este iar la Johnson, care a plecat ca din puşcă, zboară, cu adevărat! Fentează un balon-ghiulea... şi iată, la mică distanţă, poarta echipei adverse…”

(Harry Potter și Piatra Filozofală, de J.K. Rowling)

Enunț	Fapt	Opinie
Angelina se descurcă, într-adevăr foarte bine acolo, sus, în aer.		
Pasează perfect către Alicia Spinnet, prietenă bună cu Oliver Baston.		
Anul trecut, ea a stat pe banca rezervelor.		
Viperinii au reuşit să ia balonul, prin căpitanul lor, Marcus Flint.		
Marcus Flint zboară ca un vultur şi e gata să înscrie.		
Cred că a fost foarte dureros!		
Cercetaşii au făcut un joc excelent până acum.		
Balonul este iar la Johnson.		

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.4. Fișă de lucru – Fapte și opinii

(propusă în scenariul de infuzare dezvoltat de Nicoleta Ionescu - profesor de limba și literatura română, LICEUL TEORETIC „JEAN MONNET”, București, în Ghidul de bune practici)

Exercițiul 1. Citiți fragmentele date și identificați faptele și opiniile prezente în acestea.

„Aș fi stat mult la hanul Mânjoloaii, dacă nu venea socru-meu, pocovnicu Iordache, Dumnezeu să-l ierte, să mă scoată cu tărăboi de acolo. De trei ori am fugit de la el înainte de logodnă și m-am întors la han, până când, bătrânul, care vrea zor nevoie să mă ginerească, a pus oameni de m-au prins și m au dus legat cobză la un schit în munte: patruzeci de zile, post, mătănii și molitve. Am ieșit deacolo pocăit: m-am logodit și m-am însurat.

Tocma-ntr-un târziu, într-o noapte limpede de iarnă, pe când ședeam cu socru-meu la lafturi, după obiceiul de la țară, dinaintea unui borcan de vin, aflarăm de la un isprăvnicel, care sosea cu cumpărături din oraș, că despre ziuă stătuse să fie foc mare la Hăculești; arsese până în pământ hanul lui Mânjoală îngropând pe biata cocoana Marghioala, acu hârbuită, subt un morman uriaș de jăratic.

– A băgat-o în sfârșit la jăratic pe matracuca! a zis socru-meu râzând.

Și m-a pus să-i povestesc iar istoria de mai sus pentru a nu știu câtea oară. Pocovnicul o ținea într-una că în fundul căciulii îmi pusese cocoana farmece și că iedul și cotoiul erau tot una…”

„La hanul lui Mânjoală” de I.L.Caragiale (fragment)

De trei ori am fugit de la el înainte de logodnă și m-am întors la han, până când, bătrânul, care vrea zor nevoie să mă ginerească, a pus oameni de m-au prins și m-au dus legat cobză la un schit în munte: patruzeci de zile.	**Fapte:**	**Opinii:**
Arsese până în pământ hanul lui Mânjoală îngropând pe biata cocoana Marghioala, acu hârbuită, subt un morman uriaș de jăratic.	**Fapte:**	**Opinii:**
Pocovnicul o ținea într-una că în fundul căciulii îmi pusese cocoana farmece și că iedul și cotoiul erau tot una...	**Fapte:**	**Opinii:**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.5. Fișă de lucru - Fapte și opinii

Exercițiul 1. Subliniază cu o linie enunțurile care conțin fapte și cu două linii enunțurile care reprezintă opinii, din următorul fragment.

„Nu, că noi, fetele, soră-mea şi cu mine, învăţam acasă, mergeam la şcoală numai când dam examene; fraţii mei, da, ei se duceau zi de zi la liceu. Locuiam pe atunci în str. Aurel Vlaicu, într-o casă cu grădină mare, teren de tenis, piscină, aşa că oraşul nu-l simţeam prea apăsător. În familia Greceanu eram cinci copii, aveam rude şi prieteni, casa era veselă, mereu plină de lume. La un moment dat tata organiza la noi nişte conferinţe ţinute de copii mai mari, prilej să-nveţe băieţii, mai ales, dar şi fetele să vorbească-n public: venea Miti Gerota, venea Georges Cantacuzino, viitorul meu soţ, venea şi Mica Mehedinţi, fiica profesorului Simion Mehedinţi, pe care fraţii mei o găseau foarte frumoasă. El ne plăcea, ea mai puţin. Când veneau la tata, Simion Mehedinţi şi Dimitrie Pompei ne chemau şi ne pisau cu întrebări: unul la geografie, ălălalt cu matematică. Şi atunci când auzeam că o să sosească, fugeam din vreme, ne ascundeam, ne suiam prin pomi, era o întregă poveste până ne prindea şi ne aducea în faţa lor. La matematică eram bună, dar la geografie nu mă descurcam deloc. Cine ne plăcea când venea la tata era Titu Maiorescu, foarte drăguţ ca om.”

(Fragment extras din interviul realizat de Tita Chiper, intitulat Amintiri din ziua a șaptea – de vorbă cu doamna Zoe Cantacuzino)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.6. Fișă de lucru - Fapte și opinii. Pertinența

Exercițiul 1. Identifică faptele și opiniile din cele două texte de mai jos, aparținând lui Titu Maiorescu, respectiv Mihai Eminescu, scrise în februarie 1882, în contextul în care violonistul Pablo Sarasate ajunge la București unde susține două concerte.

a. „15 fevruarie 1882
Seara la teatru, concert al faimosului violonist Sarasate, lojă-baignoire 50 de franci […]. Concert foarte amuzant, concertul lui Mendelssohn cu acompaniament de orchestră, finalul splendid; foarte picante două dansuri spaniole cu acompaniament de pian, frumoasă în toate privințele un fel de elegie dată pe deasupra (Ernst? Vieuxtemps? Chopin).”

Titu Maiorescu, Însemnări zilnice

b. „E greu a descrie impresia adâncă care-o face acest artist. Acoperit de aplauzele zgomotoase ale unui public fermecat de admirabila curăție și putere a sunetelor vioarei sale, Sarasate privea cu ochii lui mari și de-o liniștită energie, netrădând prin nici o mișcare a feței acea simțire adâncă care inspiră și dictează o atât de măiastră execuțiune…Din nefericire numele marelui violonist fiind mai puțin cunoscut în părțile noastre semiorientale, sala teatrului nu era îndestul de plină.
Acești artiști executori iau arta lor cu sine și cine nu se folosește de puținele ocazii ce li se oferă pentru a-i auzi au pierdut pentru totdauna o plăcere artistică fără seamăn, senzațiuni muzicale pe care numai artistul acesta și nu altul le poate produce.”

Mihai Eminescu, știre publicată în Timpul, 18 februarie 1882

Exercițiul 2. Exprimă-ți părerea în 5-10 rânduri despre pertinența opiniei celor doi cu privire la concertul lui Pablo de Sarasate. Documentează-te online dacă ai nevoie.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.7. Fișă de lucru – Fapte și opinii

Exercițiul 1. Citiți fragmentele date și identificați faptele și opiniile prezente în acestea. Justificați opțiunea.

„Apoi am citit trei pagini fără să mă opresc. Erau foarte bine scrise și foarte limpede, dar în mansardă era cald, și eu mă gândeam că peste o lună voi fi în Dumbrava Sibiului. Până seara citisem douăzeci și șapte de pagini și mai îmi rămăseseră o sută nouăzeci și una. Aceasta, pentru că la patru și jumătate m-am dus să fac dușul rece; la cinci și jumătate m-am convins că sufăr de foame și m-am coborât sa manânc; la șase jumătate am citit o revistă; la șapte mi-a fost sete, la șapte și un sfert mi s-a rupt creionul, la șapte jumătate am devenit melancolic auzind ciripitul păserilor, la opt m-am socotit persecutat, la opt și un sfert am aprins lampa - cu toate că nu era absolută nevoie - la opt jumătate mi-am examinat fața în oglindă, la nouă fără douăzeci am luat niște însemnări psihologice pentru romanul meu, la nouă fără zece m-am hotărât să mă odihnesc puțin ca să nu mă surmenez, iar la nouă fără cinci am fost chemat la masă. După masă am descifrat la pian foarte mult, ceea ce nu se mai întâmplase de câțiva ani. Era unsprezece și un sfert când m-am suit din nou în mansardă. - Lasă, mi-am spus. Să nu-mi obosesc ochii citind noaptea. Să pun ceasul să mă scoale la trei. Am început să mă dezbrac, fericit. Nu e prea devreme la trei? Hotărâi: mă scol la patru. Când mă îndreptam spre masă, să sting lampa, m-am răzgândit și am pus ceasul să sune la cinci. Și ceasul a sunat la cinci. Dar eu visasem vise rele toată noaptea și l-am lăsat să sune. - Ia mai slăbește mă, i-am spus pe jumătate adormit, ca și cum ceasul ar fi fost de vină dacă a sunat la cinci. Și m-am întors pe partea cealaltă...- Bre, ai matematică!... Scoală-te! - Ei, și ce e dacă am matematică? Matematica mă creează pe mine sau eu pe ea? Și iar am adormit. Dar m-a lovit lumina dimineții în ochi și m-am deșteptat. A început să-mi pară rău că dormisem un ceas și jumătate mai mult decât trebuia. Am început să mă ocărăsc în gând cu glas tare. - Nu sunt decât un adolescent ca și toți ceilalți. N-am să ajung niciodată nimic. Nu-i nimic de capul meu. Păcat de timpul pierdut cu școala. N-am voință nici cât un clapon.”

Fragment din Romanul adolescentului miop, de Mircea Eliade

Apoi am citit trei pagini fără să mă opresc. Erau foarte bine scrise și foarte limpede, dar în mansardă era cald, și eu mă gândeam că peste o lună voi fi în Dumbrava Sibiului. Până seara citisem douăzeci și șapte de pagini și mai îmi rămăseseră o sută nouăzeci și una.	**Fapte:**	**Opinii:**
Aceasta, pentru că la patru și jumătate m-am dus să fac dușul rece; la cinci și jumătate m-am convins că sufăr de foame și m-am coborât sa manânc; la șase jumătate am citit o revistă; la șapte mi-a fost sete, la șapte și un sfert mi s-a rupt creionul, la șapte jumătate am devenit melancolic auzind ciripitul păserilor, la opt m-am socotit persecutat, la opt și un sfert am aprins lampa - cu toate că nu era absolută nevoie - la opt jumătate mi-am examinat fața în oglindă, la nouă fără douăzeci am luat niște însemnări psihologice pentru romanul meu, la nouă fără zece m-am hotărât să mă odihnesc puțin ca să nu mă surmenez, iar la nouă fără cinci am fost chemat la masă.	**Fapte:**	**Opinii:**
Dar m-a lovit lumina dimineții în ochi și m-am deșteptat. A început să-mi pară rău că dormisem un ceas și jumătate mai mult decât trebuia. Am început să mă ocărăsc în gând cu glas tare. - Nu sunt decât un adolescent ca și toți ceilalți. N-am să ajung niciodată nimic. Nu-i nimic de capul meu. Păcat de timpul pierdut cu școala. N am voință nici cât un clapon.”	**Fapte:**	**Opinii:**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F4.3.8. Fișă de lucru - Fapte și opinii

Exercițiul 1. Citiți cu atenție și notați în tabel fapte și opinii identificate în text.

„Și într-o zi intră în clasă un necunoscut însoțit de directorul școlii, un domn ale cărui picioare păreau mai înalte decât profesorul nostru întreg. Directorul s-a retras și acest necunoscut s-a urcat la catedră și a început să urmărească tăcut desfășurarea orei. Era, desigur, un inspector. Micul nostru profesor începu să se plimbe liniștit printre bănci, deși de obicei se ferea, fruntea lui abia se zărea dintre noi. Cu un glas al cărui timbru mă atinse ca o surpriză niciodată trăită de mine, îmi rosti, în tăcerea care se lăsase, numele. Glasul său era aproape frățesc, părea să-mi spună: "Uite, tot ce gândești și simți tu, eu știu de mult, dar te-am lăsat și nu ți-am dat note mari fiindcă mi-am dat seama că dacă te turbur poate că nu vei mai iubi atât de mult istoria, care e secretul lecturilor tale, dar acum am nevoie de tine și trebuie să-mi spui ce știi". M-am ridicat în picioare și în clipa aceea toate culorile pe care le îmbrăcau lucrurile și chipurile celorlalți parcă s-au intensificat brusc, lumina geamurilor înalte a devenit parcă violetă, cotoarele albastre ale manualelor de pe bănci au prins dungi roșii…

- Pe cine, a rostit micul nostru profesor punctându-și întrebarea prin apăsări cu pumnul în podul palmei, a chemat Ludovic al XIV-lea să redreseze finanțele și când, în ce moment al domniei sale? Mi-am dat seama că nu trebuie să mă laud cu știința mea și răspunsul să nu fie o demonstrație, dar nici sec să nu fie. Trebuia să arătăm că știm și nu că am învățat.

- Ludovic al XIV-lea, am început eu, a anunțat în consiliul de miniștri, în 1661, că are intenția să domnească de-atunci încolo prin el însuși și una dintre primele lui măsuri a fost să-l destituie de îndată pe Fouquet, care era un jefuitor, și să-l numească în locul lui la finanțe pe Colbert.

- Cine era Colbert?

Cum să nu știu cine era acest om care, după ce făcuse atâtea pentru Franța și regele său, murise în dizgrație, fiindcă încercase (de altfel zadarnic) să-l împiedice pe monarhul cheltuitor să nu ruineze regatul? Abilă manevră a profesorului, care prin răspunsurile mele reîmprospăta memoria celorlalți și obținea de la ei ceea ce dorea și fără să insiste în mod deosebit, ca și când toată clasa era pasionată de materia lui... După care a început să vorbească el însuși, intrând în materia lecției următoare, în timp ce, cu un mormăit gros, de satisfacție nedefinită, omul cu picioare înalte de la catedră se ridica și o lua spre ieșire.

Nici un semn de complicitate nu s-a schițat între noi după plecarea lui, micul profesor și-a continuat lecția și la sfârșit și-a luat catalogul prea mare pentru el, și-a pus pălăria pe cap și a ieșit, în timp ce noi toți ne-am ridicat în picioare. Odată ușa închisă și rămași singuri, ne-a apucat pe toți deodată o sminteală, am răcnit literalmente de entuziasm și am început să ne încăieram azvârlind unii în capetele altora cu ce ne venea în mână, manuale, caiete... A intrat pedagogul, care ne-a întrebat foarte nedumerit din ușă ce era cu noi, înnebunisem?
Câteva luni mai târziu, micul nostru profesor deodată a lipsit. Și atunci am aflat cu tristețe că a fost chemat în concentrare. Nu s-a mai întors la noi până la sfârșitul anului și nu știu nici azi dacă s-a mai întors vreodată undeva, din războiul care curând avea să izbucnească... Nimeni nu scapă de violența altora, după cum nimeni nu scapă ocazia, cel puțin până la vârsta în care devenim morali, de a fi violent cu alții. După această vârstă, violența e o slăbiciune. M-a impresionat totdeauna acest fenomen.”

Fragment din Viața ca o pradă, de Marin Preda

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Și într-o zi intră în clasă un necunoscut însoțit de directorul școlii, un domn ale cărui picioare păreau mai înalte decât profesorul nostru întreg. Directorul s-a retras și acest necunoscut s a urcat la catedră și a început să urmărească tăcut desfășurarea orei. Era, desigur, un inspector.	**Fapte:**	**Opinii:**
M-am ridicat în picioare și în clipa aceea toate culorile pe care le îmbrăcau lucrurile și chipurile celorlalți parcă s-au intensificat brusc, lumina geamurilor înalte a devenit parcă violetă, cotoarele albastre ale manualelor de pe bănci au prins dungi roșii. ..	**Fapte:**	**Opinii:**
Abilă manevră a profesorului, care prin răspunsurile mele reîmprospăta memoria celorlalți și obținea de la ei ceea ce dorea și fără să insiste în mod deosebit, ca și când toată clasa era pasionată de materia lui... După care a început să vorbească el însuși, intrând în materia lecției următoare, în timp ce, cu un mormăit gros, de satisfacție nedefinită,omul cu picioare înalte de la catedră se ridica și o lua spre ieșire.	**Fapte:**	**Opinii:**

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

MODULUL 5:
ANALIZA CRITICĂ A MESAJELOR MEDIA

Lecția 5.1.
Informațiile false și înșelătoare

Competența specifică:
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare

Obiective operaționale:
La finalul activității elevii vor demonstra că:
a. Pot diferenția între cele trei tipuri de haos informațional;
b. Cunosc markeri ai conținutului contrafăcut.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate se poate implementa într-una din orele în care se abordează receptarea textelor.

Activitatea contribuie la dezvoltarea competențelor de înțelegere a textelor literare sau nonliterare prin familiarizarea elevilor cu conceptele de informații false și înșelătoare, oferindu-le instrumente prin care pot deveni mai rezistenți în fața mesajelor înșelătoare.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F5.1.1., prezentare PDF *„Informațiile false și înșelătoare_Ghid infuzare clasa a IX-a”*

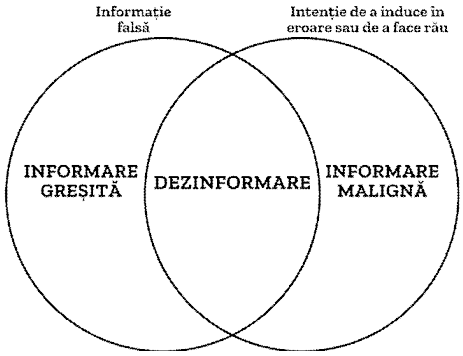
Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere și activitate frontală (4 min)	Profesorul introduce tematica lecției, explicând că, pe lângă informarea corectă și onestă, există și alte mesaje care ajung la public cu scopul de a îl induce în eroare sau de a face rău prin diseminarea de informații false. Profesorul cere elevilor să spună la ce se gândesc atunci când aud sintagma „mesaje care ne induc în eroare”. Profesorul explică efectul informațiilor false și înșelătoare, valorificând răspunsurile elevilor. Profesorul va nota pe tablă titlul lecției, iar elevii în caiete.	Am discutat pe larg orele trecute despre informarea onestă, în interes public, am văzut cum ar trebui să arate o știre construită corect și am identificat rolul vital al jurnalismului pentru societatea noastră. Dar nu primim doar mesaje care informează onest, nu-i așa? • **Cu ce alte scopuri sunt transmise informațiile? Vă mai amintiți?** (Educare, divertisment, comunicare și socializare, persuasiune și influențare, dezinformare) Printre toate aceste mesaje, ajung la noi și cele care vor să ne inducă în eroare. • **La ce vă gândiți când spun „mesaje care ne induc în eroare”?** (Răspunsuri așteptate: fake news, știri false, zvonuri, înșelătorii (scam), minciuni, mesaje care ascund adevărul sau îl denaturează, mesaje scoase din context etc.)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Atunci când informațiile ce ajung la noi nu sunt transmise cu intenția de a informa onest, sunt falsificate sau încurajează atitudini și comportamente intolerante sau violente, echilibrul deciziilor noastre este în pericol. Decizie cu decizie, om cu om, informațiile false și înșelătoare, pot foarte ușor să otrăvească procesele democratice ce ne țin în funcțiune societatea. De aceea, este important să putem recunoaște aceste

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Predare directă (8 min)	Profesorul scrie pe tablă denumirea celor trei tipuri de circulație a informațiilor false și înșelătoare (Informare greșită - misinformation; Dezinformare - disinformation; Informare malignă - malinformation) și le cere elevilor să noteze în caiete, lăsând spațiu pentru fiecare definiție. *(vezi 5.1.1. Schema lecției sau prezentarea aferentă lecției)* Apoi, profesorul le explică ce înseamnă fiecare termen, instruindu-i să își noteze ideile principale în caiete.	Când vorbim despre informațiile false și înșelătoare, ne uităm la două aspecte importante: informația distribuită și intenția autorului. Astfel, în funcție de caracterul informației și de intenția autorului, ne confruntăm cu trei tipuri de circulație a informațiilor false și înșelătoare (vezi schema lecției pentru detalii și exemple): • **Informarea greșită** - atunci când cineva distribuie informație falsă, fără să aibă intenția de a induce în eroare sau de a face rău. **Notați în caiete:** • **Informarea greșită (Misinformation):** Distribuirea informației false fără intenția de a induce în eroare sau de a face rău. • **Dezinformare** - adică atunci când cineva ori creează informație falsificată pe care o diseminează, ori distribuie informație falsă, știind că ea este falsă, cu scopul de a induce în eroare și de a face rău. **Notați în caiete:** • **Dezinformarea (Disinformation)**: Distribuirea informației false sau falsificate cu intenția de a induce în eroare sau de a face rău. • **Informarea malignă** - există și situații în care informația adevărată este folosită în scopuri negative. Informarea malignă presupune distribuirea informației adevărate, cu scopul de a induce în eroare sau de a face rău (de ex. informație privată, dar este scoasă în spațiul public - revenge porn, hărțuire, discurs instigator la ură etc).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Notați în caiete: • **Informarea malignă (Malinformation):** Distribuirea informației adevărate cu intenția de a induce în eroare sau de a face rău. De multe ori, dezinformarea se transformă în informare greșită, atunci când cineva distribuie un mesaj ce conține informații falsificate, fără să știe acest lucru.
Activitate de grup (5 min)	Profesorul desenează două cercuri suprapuse, cu ajutorul cărora va crea o diagramă Venn prin care ilustrează cum interacționează cele trei categorii descrise anterior. În stânga cercului din stânga va nota „informație falsă", iar în dreapta cerului din dreapta va scrie „intenția de a induce în eroare sau de a face rău". Elevii vor desena aceeași schemă în caiete. Profesorul le cere elevilor să discute 2 minute cu colegul de bancă și să completeze diagrama Venn pe baza notițelor pe care le-au luat mai devreme. Profesorul va cere elevilor să raporteze răspunsurile și se va asigura că elevii au completat corect diagrama (vezi cheia de răspunsuri).	**Cheie de răspunsuri:** 
Predare directă și activitate frontală (15 min)	Profesorul va explica formele pe care le pot lua informațiile false și înșelătoare, arătând elevilor câte un exemplu și identificând alături de aceștia care este mecanismul din spate. (vezi 5.1.1. Schema lecției și prezentarea atașată lecției) Profesorul le cere elevilor la finalul secțiunii să noteze ideile principale în caiet.	Aceste trei categorii au mai multe forme pe care le pot lua și pe care le întâlnim în consumul nostru de media. (vezi schema lecției) **Notați în caiete:** **Forme pe care le pot lua informațiile false și înșelătoare (indicii):** • Etichetarea unui conținut fals drept satiră, parodie, pamflet pentru a trece nedetectat de filtrele rețelelor sociale sau pierderea contextului inițial în care a fost postată satira; • Folosirea click baitului (momeală pentru atragerea click-ului); • Crearea unui cont fals cu identitatea cuiva celebru - persoană, instituție, publicație pentru a avea credibilitate când distribuie informații false;

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• Scoaterea din context sau schimbarea contextului original pentru a prezenta denaturat un eveniment sau o declarație; • Trunchierea informației sau prezentarea ei pentru a reflecta altceva decât sensul inițial sau pentru a susține un anumit punct de vedere; • Modificarea sau manipularea conținutului adevărat pentru a reflecta altceva decât sensul inițial (modificarea imaginilor, a afirmațiilor etc.); • Crearea de la zero a conținutului fals (conturi; conținut - inclusiv imagini sau videouri generate prin tehnologia IA, deepfake; teorii ale conspirației).
Activitate de grup (13 min)	Profesorul împarte elevilor fișa de lucru F5.1.1. și le cere elevilor să discute cu colegul de bancă, iar apoi să completeze exercițiul. Elevii vor citi situațiile ilustrate și vor identifica notând pe fișa de lucru ce tip de haos informațional este descris. (8 min) Profesorul le cere elevilor să justifice oral alegerea făcută și se asigură că oferă răspunsurile corecte acolo unde elevii nu le-au identificat. (5 min)	**Cheia de răspunsuri:** • **Situație 1: Informare greșită,** informația este falsă, dar sora nu a avut intenția de a induce în eroare. • **Situație 2: Informare malignă,** videoul este adevărat, dar este scos din context, există intenția de a face rău artistului. • **Situație 3: Informare malignă,** fotografiile sunt adevărate, dar sunt distribuite pentru a face rău jurnalistei. • **Situație 4: Dezinformare,** informația este falsificată (imaginea vedetei), iar intenția creatorului a fost de a induce în eroare publicul și fotografii. • **Situație 5: Dezinformare,** informația este falsificată, fabricată de la zero, distribuită cu intenția de a induce în eroare publicul și de a discredita respectivul candidat. • **Situație 6: Informare greșită** - pornind de la materialul de satiră, semnalat prin hashtag, imaginea falsificată a fost distribuită fără intenția de a induce în eroare de către public.
Concluzie (2 min)	La finalul activității, profesorul concluzionează de ce este important să distingă între mesajele adevărate și cele care induc în eroare.	Am văzut cum pot fi folosite informațiile false, dar și cele adevărate pentru a induce publicul în eroare sau pentru a face rău cuiva. Dacă nu suntem atenți cu privire la mesajele pe care le credem, și mai ales, la cele pe care le trimitem și altora mai departe, riscăm să luăm decizii bazându-ne pe informații care nu sunt de încredere și care pot avea consecințe asupra noastră sau a celor din jurul nostru. De la decizii micuțe, precum fanii care nu mai cred în artistul care s-ar fi împiedicat pentru că ar fi consumat substanțe ilegale, până la decizii mai mari, precum candidații pentru care vom vota.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Așadar, este important să citim cu atenție mesajele care ajung la noi, să le analizăm luând în considerare indiciile despre care am discutat mai devreme și să nu credem automat orice mesaj care ne convine sau care ne confirmă ceea ce știam deja.
Reconectare cu disciplina (2 min, dacă este cazul)	Reconectarea cu disciplina poate fi făcută cel mai ușor prin tranziția către analiza unui text care conține situații care descriu haosul informațional, pe care elevii le pot analiza (literar sau non-literar), sau către exerciții de limbă și comunicare pe texte care deconstruiesc narațiuni false. (vezi propunerile din secțiunea Consolidare Modulul 5.1: Haosul informațional)	
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul le cere elevilor ca temă pentru acasă să urmărească segmentul Euronews în care este descrisă operațiunea „Brânza Regelui” (pusă la cale de creatorul de conținut Andrei Petroff), să se documenteze suplimentar dacă este nevoie și să analizeze situația, valorificând lecția predată. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	Cerință: Urmăriți segmentul Euronews despre operațiunea „Brânza Regelui”): *https://www.youtube.com/watch?v=LKYxhjc2cV4; https://www.euronews.ro/articole/branza-regelui-charles-al-iii-lea-testul-picat-de-unii-influenceri-romani-andrei* Sumarizați ceea ce explică jurnaliștii în video și explicați, pe scurt, care a fost scopul operațiunii „Brânza Regelui”. Apoi, identificați ce tip de informații au fost distribuite, analizând fiecare tip de sursă (creatorul de conținut Andrei Petroff - primul tip de sursă, cea originară; influencerii - al doilea tip de sursă, cea care a distribuit mesajul către public). Identificați apoi formele pe care le-au luat informațiile false și înșelătoare, plecând de la indiciile discutate. La final, exprimați-vă opinia cu privire la scopul creatorului de conținut în acest caz. **Repere pentru procesare:** • **Rezumat:** Creatorul de conținut Andrei Petroff (Nicknamedpete) a inventat povestea unui soi de brânză, „brânza Regelui”, produsă de „Curtea regală a României”, la mănăstirea Cloașterf. A creat imaginea de brand a brânzei și a trimis pachete de promovare către o serie de influenceri. Câțiva influenceri postează despre pachetul primit fără să fi verificat informația. Petroff susține că tocmai acesta a fost scopul acțiunilor sale, de a arăta lipsa de responsabilitate pe care o au influencerii față de urmăritorii lor.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• **Informațiile false și înșelătoare:** • **Sursa originară, Dezinformare** - informația este inventată, falsificată, Petroff folosește o identitate vizuală similară Casei Regale a României, cu scopul declarat de a induce în eroare influencerii pentru a dovedi că suspiciunile sale cu privire la lipsa de verificare a informațiilor de către influenceri. • **Sursa care distribuie, Informare greșită** - informația falsă este distribuită de influenceri pe rețelele sociale fără o verificare anterioară, însă tocmai pentru că aceștia nu cunoșteau natura fabricată a informației, nu putem identifica aici o intenție de a induce în eroare publicul. • **Indicii - conținutul fabricat 100%** (denumirea brânzei, povestea din spate, ambalajul etc.); conținut impostor - asemănarea izbitoare voită cu identitatea Casei Regale, dar și asocierea cu regele Charles al III-lea pentru credibilitate; • **Teme de atins în textul argumentativ:** validitatea unui demers precum cel al lui Petroff (este justificat să contribuie la propagarea unor informații false pentru a arăta lipsa de responsabilitate a influencerilor?); lipsa de responsabilitate a influencerilor față de urmăritori; responsabilitatea urmăritorilor de a verifica informațiile primite și de a trage la răspundere influencerii neglijenți.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 5.1: Informațiile false și înșelătoare

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Discuție moderată (5-10 min)**	Profesorul alocă 5 minute la începutul orei și cere elevilor să ofere câte un exemplu de mesaj sau informații false pe care consideră că le-au întâlnit și le cere să explice ce i-a făcut să creadă că erau false. Profesorul poate oferi exemple proprii, pentru a face reconectarea cu disciplina, dacă temele de discuție sunt potrivite. De asemenea, profesorul poate oferi 2-3 situații fictive, precum cele discutate în lecție, iar elevii vor stabili ce tip de haos informațional descriu. Câteva exemple sunt incluse în prezentarea atașată lecției. Profesorul va face de fiecare dată o scurtă recapitulare privind cele trei categorii care descriu modurile în care sunt distribuite informațiile false și înșelătoare (informare greșită, dezinformare, informare malignă).	Profesorul poate prezenta pe scurt deconstrucții ale unor informații false, făcute de platformele de fact-checking, analizând cu elevii indiciile din mesajele false și descoperind ce se ascunde în spatele lor. Spre exemplu, dacă profesorul abordează textul științific, un punct de plecare în discuție poate să fie analiza, în antiteză, a unor postări de pe rețelele sociale care propagă informații false, incorecte sau incomplete despre albine și miere: *https://verificat.afp.com/doc.afp.com.36H42X3* Ulterior, profesorul poate supune deconstrucția făcută de AFP analizei elevilor pentru a vedea dacă se încadrează ca text științific sau este la granița între acesta și textul jurnalistic. Situații fictive pentru analiză: • Când cineva divulgă public informații reale, dar private, despre viața unei persoane publice, cu scopul de a-i afecta reputația. Spre exemplu, dezvăluirea de detalii personale despre parcursul educațional slab al unei celebrități. (informare malignă) • Distribuirea unei teorii a conspirației în care nu credem, dar care ni se pare amuzantă (informare greșită - nu avem intenția de a induce în eroare, dar contribuim la propagarea informațiilor false)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• Discursul unui politician este modificat într-un material deepfake pentru a părea că ar instiga la violență împotriva unei anumite categorii sociale de oameni. (dezinformare) • Distribuirea unei postări despre top 5 cele mai neobișnuite flori din lume. Florile sunt de fapt generate folosind inteligența artificială, însă nu ne-am dat seama și nici nu am verificat informația înainte de a o trimite. (informare greșită) • Răspândirea unor imagini sau videoclipuri reale cu colegi în ipostaze prezentate a fi ciudate, cu scopul de a face mișto de ei sau de a îi umili. (informare malignă) • Trimiterea către un coleg care ne-a cerut ajutorul pentru o temă, a unui articol de pe internet care conține informații greșite despre un autor studiat la școală, știind că informațiile nu sunt corecte. (dezinformare - atât articolul, cât și noi avem intenția de a induce în eroare) • Postarea unor mesaje de ură (pornind de la aspecte care pot ține de discriminare - rasă, etnie, înfățișare, dizabilitate, identitate de gen, orientare sexuală) la adresa unui coleg, pentru a îl umili. (informare malignă) • Inventarea unei povești conform căreia un coleg ar fi făcut ceva ilegal (a furat telefonul altui coleg, care își pierduse telefonul) și postarea ei pe rețelele sociale. (dezinformare) • Generarea unor imagini „compromițătoare” prin inteligența artificială, folosind fotografii de-ale colegilor fără acordul lor și distribuirea lor ca și cum ar fi reale. (dezinformare) • Un creator de conținut apare la un eveniment public și în discursul său transmis inclusiv live spune că anumite categorii sociale de oameni sunt inferioare și că ar trebui tratate ca atare. (informare malignă) • Cineva a creat un cont fals cu numele unui profesor și postează mesaje dubioase, de la teorii ale conspirației la mesaje obscene, pentru a afecta reputația profesorului. (dezinformare și informare malignă) • O grupare răuvoitoare, care folosește conturi false multiple pe rețelele sociale lansează zvonuri despre o persoană publică și postează fotografii modificate care o arată în ipostaze compromițătoare, pentru a scădea încrederea publicului în ea. (dezinformare)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 2 **Activitate individuală/de grup (durată variată)**	Profesorul le propune elevilor texte de deconstrucție a informațiilor false făcute de jurnaliști specializați în fact-checking ca suport pentru exerciții de limbă și comunicare.	*Recomandăm consultarea platformelor de fact-checking în limba română, dar nu numai: • https://www.factual.ro/dezinformari-retele-sociale/ • https://verificat.afp.com/ • https://www.veridica.ro/fake-news-dezinformare-propaganda • https://misreport.substack.com/(Newsletter) • https://www.antifake.ro/category/fact-checking-ul-saptamanii/ • https://www.reuters.com/fact-check/ • https://www.snopes.com/ • https://www.youtube.com/channel/UCnI90RlIs3yUCDCSVLLGeUA • https://www.rumorguard.org/
Propunere 3 **Activitate independentă (10-20 min)** **sau** **Temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă, în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect ce ține de informare greșită, dezinformare, informare malignă.	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Crearea și distribuirea informațiilor false și înșelătoare nu pot fi oprite, însă este responsabilitatea receptorilor să contribuie la combaterea lor.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Dezinformarea este mai periculoasă decât informarea greșită.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Informarea malignă poate afecta reputația celui vizat.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Dezinformarea poate foarte ușor să se transforme în informare greșită.”**
Propunere 4 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	În funcție de textele studiate, profesorul poate valorifica etapele acțiunii, dacă există situații care pot fi clasificate drept informare greșită, dezinformare sau informare malignă. Profesorul le poate cere elevilor să identifice cum se manifestă acestea, făcând apoi reconectarea cu disciplina prin discuții care să analizeze efectele propagării informațiilor false sau înșelătoare asupra evoluției personajelor și a relației dintre ele.	**Unitatea Familia, „Mara” de Ioan Slavici:** • **Temele de discuție pot viza:** zvonurile, bârfele despre personaje, care sunt răspândite de comunitate fără a fi verificate, însă fără intenția de a face rău, ci doar din obișnuință, din curiozitatea natural umană - informare greșită; informațiile (adevărate) despre statutul Marei și al familiei ei, despre situația maritală a Persidei, care sunt folosite pentru a le afecta imaginea în comunitate - informare malignă etc.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		Unitatea Confruntări etice și civice, „Temă și variațiuni” de I.L. Caragiale: • Elevii analizează variațiunile pentru a identifica dacă ar putea fi încadrate într-una dintre categoriile care descriu propagarea informațiilor false sau înșelătoare (informare greșită, dezinformare, informare malignă). Ca sarcină suplimentară sau ca temă pentru acasă, profesorul le poate cere elevilor să comenteze cele identificate, plecând de la modul în care articolele reflectă aplecarea spre interesul public și impactul asupra cititorului. (F5.1.2.)\ • **Repere pentru procesare:** • **Un ziar opozant fără programă,** nuanță liberală-conservatoare: scoaterea din context, folosirea informațiilor pentru a critica regimul, nu pentru a informa prompt cititorul - informația nu este însă denaturată, informare malignă; • **Un ziar opozant cu câteva programe,** nuanță trandafirie: denaturarea faptelor, modificarea contextului (cu greu a fost stins incendiul) indică prezența dezinformării, intenția fiind de a critica regimul plecând de la un eșec care nu a avut loc, pompierii și soldații reușind de fapt să stingă rapid focul, denaturarea faptelor este incompatibilă cu interesul public; • **Un ziar distins:** „înflorirea” situației prin prezentarea unor detalii ce pot să fie sau nu false (nu avem cum să știm dacă ne raportăm doar la tema expusă în ziarul Univers) pentru a atrage cititorul - identificăm clickbaitul și informarea greșită. Spre deosebire de celelalte două ziare, nu putem identifica în mod explicit intenția de a induce în eroare sau de a face rău cuiva, ziarul distins arătând un exemplu de jurnalism oportunist, orientat doar asupra interesului publicului;

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• **Un ziar oficios:** neagă complet tema (dezinformare), acuzând că este o invenție care le dă opozanților prilejul de a critica regimul - ultima variațiune sădește ambiguitate privind incidentul, confruntând tema expusă de un jurnalist ce pare să fi fost la fața locului, cu declarația oficialilor că incendiul nu ar fi avut loc deloc. Dacă nu a existat incendiul, nu sunt valide nici criticile aduse de opozanți. Tema însă rămâne punctul de referință pentru analiză, iar, în consecință, ziarul oficios propagă informație falsă, cu intenția de a induce în eroare cu privire la celelalte variațiuni. Deservește interesele regimului, nu interesul public.
Propunere 5 **Proiect individual/de echipă**	Profesorul cere elevilor să lucreze individual sau în echipe și să pregătească câte un afiș/câte o prezentare/câte o compunere prin care să prezinte ce înseamnă informarea greșită, dezinformarea și informarea malignă, să arate câteva exemple întâlnite de ei (cu explicații pentru încadrarea lor) și să explice ce efecte pot avea asupra lor, asupra comunității și asupra societății. Elevii vor avea la dispoziție câteva săptămâni pentru a crea afișele.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

5.1.1. Schema lecției - Informațiile false și înșelătoare

Repere pentru profesor:

Când vorbim despre informațiile false și înșelătoare, ne uităm la două aspecte importante: informația distribuită și intenția autorului. Astfel, în funcție de caracterul informației (fals/adevărat) și de intenția autorului (de a face rău sau nu), ne confruntăm cu trei tipuri de circulație a informațiilor false și înșelătoare (Wardle, 2017):

- **Informarea greșită** - atunci când cineva distribuie informație falsă, fără să aibă intenția de a induce în eroare sau de a face rău. Spre exemplu, atunci când bunica trimite pe grupul familiei un articol despre efectele miraculoase ale unei plante care poate vindeca orice afecțiune, care conține informații false. Bunica nu are intenția de a induce în eroare, dar distribuie totuși informație falsă, neștiind că este falsă. Sau atunci când un jurnalist nu face o documentare temeinică înainte de a transmite o informație către public și se află abia după publicare că aceasta este de fapt falsă sau incorectă.

- **Dezinformarea** - adică atunci când cineva ori creează informație falsificată pe care o diseminează, ori distribuie informație falsă, știind că ea este falsă, cu scopul de a induce în eroare și de a face rău. Spre exemplu, la începutul invaziei în Ucraina în 2022, surse rusești au distribuit un video deepfake în care președintele ucrainean Zelensky ar fi încurajat trupele ucrainene să depună armele. În video se poate observa faptul că Zelensky nu își mișcă decât capul și fața, în rest totul este static. Lumina pică diferit pe fața lui spre deosebire de gât, unde lipsesc umbrele. Mișcările feței sunt repetitive. Acest video a fost transmis pentru a destabiliza armata ucraineană – vedem intenția de a face rău în acest exemplu, spre deosebire de bunica din exemplul anterior.

- **Informarea malignă** - există și situații în care informația adevărată este folosită în scopuri negative. Informarea malignă presupune distribuirea informației adevărate, cu scopul de a induce în eroare sau de a face rău (de ex. informație privată, dar este scoasă în spațiul public - revenge porn, hărțuire, discurs instigator la ură etc). Aici vorbim și despre folosirea informației adevărate în alt context decât cel în care a apărut inițial.

De multe ori, dezinformarea se transformă în informare greșită, atunci când cineva distribuie un mesaj ce conține informații false, fără să știe acest lucru. De aceea e foarte important ca noi să analizăm mesajele pe care le dăm mai departe, pentru că putem chiar și noi să contribuim la propagarea informațiilor false.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Forme pe care le pot lua informațiile false și înșelătoare (indicii) (vezi prezentarea atașată lecției):

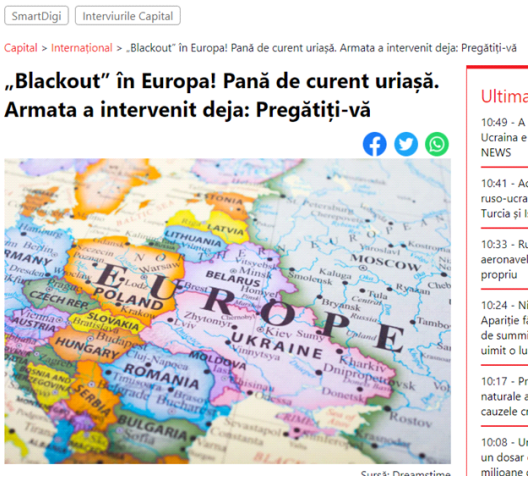
- **Satira sau parodia** - Etichetarea ca satiră, parodie sau pamflet este deseori utilizată pentru a crește șansele ca un mesaj care conține informații false să treacă nedetectat de filtre. În plus, chiar și atunci când este vorba de satiră adevărată, contextul original se poate pierde, iar oamenii care redistribuie nu știu că este satiră și pot considera informațiile adevărate.

Exemplu (elev - rușine mașină părinți): TimesNewRoman.ro este o publicație de satiră și umor care ironizează teme curente. Websiteul arată ca un site de știri și, pentru cei care nu știu că această publicație este una de satiră, conținutul lor ar putea să fie unul credibil.



- **Legături false** - Aceasta se referă la clickbait (o falsă așteptare cu privire la conținutul unui mesaj prin formularea titlului sau printr-o imagine, cu scopul de a ne determina să dăm click). Uneori și practicile greșite din jurnalism contribuie la haosul informațional, mai ales în contextul în care cei mai mulți dintre cititori nu citesc mai departe de titlul unui material.

Exemplu (pană de curent iminentă): Titlul folosește toate elementele de clickbait, pentru a atrage atenția, a distribui știrea mai departe sau a da click. În text, aflăm că este vorba despre o campanie de conștientizare a Ministerului Apărării din Austria (octombrie 2021), prin care populația era informată de posibilul pericol al unei pene de curent generale și erau oferite sfaturi pentru asemenea cazuri. Presa din România însă prezenta, mai ales în titlu, evenimentul ca fiind iminent, cu un limbaj care alarma cititorul.



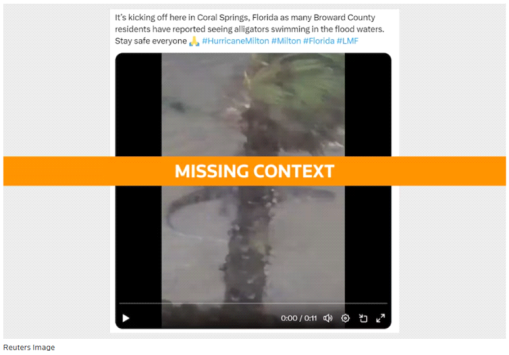
- **Conținut înșelător** - Este vorba de trunchierea unor declarații, decuparea unei fotografii pentru a poziționa un eveniment într-un anumit fel sau de oferirea unor date statistice care să susțină un anumit punct de vedere, fără a lua în considerare, de exemplu, modul în care datele au fost adunate.

Exemplu (cutremur Turcia): Postarea redă trunchiat afirmațiile lui Raed Arafat, șeful Departamentului pentru Situații de Urgență, cu privire la o situație similară precum cea din Turcia la începutul anului 2023. Afirmația este trunchiată și prezentată drept anunț al unui eveniment iminent, în loc de o părere avizată a unui expert care face o previziune.



© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

- **Context fals** - În acest caz este vorba, de exemplu, de o fotografie adevărată, dar veche, care este folosită ca fiind nouă sau de imagini adevărate, cărora li se dau explicații false. În general, astfel de dezinformări se petrec în situații de criză sau evenimente în desfășurare. Putem să vorbim, de asemenea, de declarații sau articole trecute și reluate în prezent, dacă există un context potrivit.



Exemplu (uragan Milton - aligator): În octombrie 2024, uraganul Milton a lovit devastator statul american Florida. În urma impactului, a produs peste o duzină de tornade și a provocat moartea a multiple victime. La începutul uraganului, panica se așternea pe măsură ce oamenii distribuiau videouri de la fața locului. Printre acestea, un video cu aligatori înotând pe străzile unui oraș. Reuters a verificat videoul și a descoperit că acesta fusese filmat și distribuit inițial în 2020, în timpul uraganului Sally, nu în 2024, în timpul uraganului Milton.

- **Conținut-impostor** - Numele sau logo-ul unei instituții cunoscute este folosit împreună cu conținut fals. Este o metodă foarte eficientă, deoarece noi tindem să validăm mai repede, fără a verifica, un conținut dacă credem că a fost creat de persoane sau organizații în care avem deja încredere.



Exemplu (Poșta Română): În această situație, o pagină falsă preia denumirea poștei române postând imagini modificate prin care promite oferte la achiziția unor paleți de colete din depozit.

- **Conținut manipulat** - În acest caz este vorba de conținut adevărat alterat într-un anumit fel. Este o metodă foarte puternică ce se bazează pe imagini adevărate (video sau foto) pe care cineva le modifică pentru a părea altfel decât s-au întâmplat (de exemplu, viteza cu care se succed cadrele într-un video poate fi încetinită pentru a da senzația că persoana care vorbește este beată).



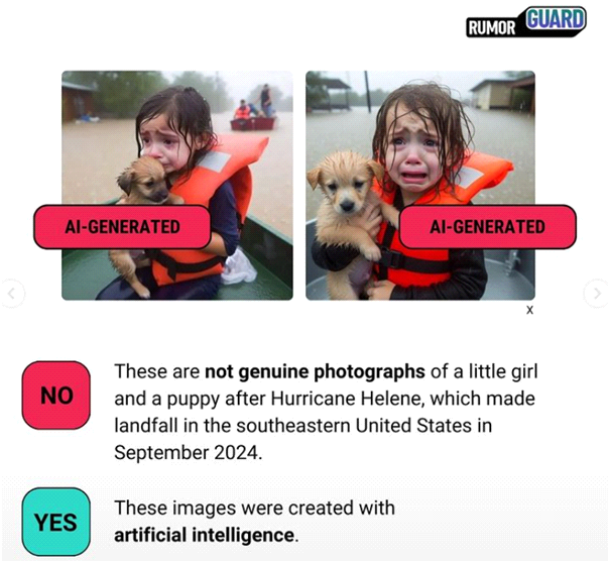


Exemplu (Harris - P. Diddy): O imagine modificată care o arată pe candidata la președinția Statelor Unite în 2024 și vicepreședinta SUA Kamala Harris pozând în 2001 alături de Sean „Diddy" Combs, rapperul american arestat și acuzat că timp de mai bine de 10 ani ar fi fost implicat în activități de crimă organizată, trafic de persoane în scopuri sexuale și transport interstatal pentru prostituție. Conform Verify, poza este trucată, modificată pentru a o discredita pe Harris în cursa electorală. În imaginea reală din 2001 apare într-adevăr Harris, însă este alături de prezentatorul Montel Williams și fiica acestuia de fapt, la un eveniment de strângere de fonduri pentru persoanele cu scleroză multiplă. Capul rapperului a fost introdus peste cel al prezentatorului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

- **Conținut fabricat 100%** - Aici ne referim la momentele în care conținutul este fabricat sută la sută. De exemplu, poate fi vorba de crearea unui conținut sută la sută fals, care de asemenea, poate fi distribuit printr-un cont de utilizator fals. În această categorie intră și deepfake-urile, în care inteligența artificială este folosită pentru a crea un video sau audio în care cineva face sau spune ceva ce nu a spus de fapt. În această categorie putem să menționăm și conținutul contrafăcut referitor la leacuri „minune" care vindecă boli în câteva zile sau teorii ale conspirației.

Exemplu (uragan - fetiță): Deepfake, imagini generate prin inteligență artificială s-au viralizat în urma uraganului Helene, care a lovit Statele Unite în septembrie 2024. Imaginile arată o fetiță speriată care îmbrățișează un cățel într-o barcă de salvare. Imaginile sunt similare, însă există diferențe între ele (culoarea hainelor fetei, culoarea bărcii, fundal diferit, culoarea cățelului), iar fact-checkeri au descoperit că sunt imagini deepfake. Imaginile au fost folosite inițial de site-uri pro-Trump pentru a critica guvernul Biden-Harris pentru modul în care a tratat criza provocată de uragan, iar apoi s-au rostogolit pe rețelele sociale având un impact emoțional puternic ce a contribuit la viralizarea lor.



Repere pentru elevi, de notat în caiet:

Cele trei tipuri de haos informațional:

- **Informarea greșită (Misinformation):** Distribuirea informației false fără intenția de a induce în eroare sau de a face rău.
- **Dezinformarea (Disinformation):** Distribuirea informației false sau falsificate cu intenția de a induce în eroare sau de a face rău.
- **Informarea malignă (Malinformation):** Distribuirea informației adevărate cu intenția de a induce în eroare sau de a face rău.

Forme de manifestare ale haosului informațional (indicii):

- Etichetarea unui conținut fals drept satiră, parodie, pamflet pentru a trece de filtrele rețelelor sociale sau pierderea contextului inițial în care a fost postată satira;
- Folosirea click baitului (momeală pentru atragerea click-ului);
- Crearea unui cont fals cu identitatea cuiva celebru - persoană, instituție, publicație pentru a avea credibilitate când distribuie informații false;
- Scoaterea din context sau schimbarea contextului original pentru a prezenta denaturat un eveniment sau o declarație;
- Trunchierea informației sau prezentarea ei pentru a reflecta altceva decât sensul inițial sau pentru a susține un anumit punct de vedere;
- Modificarea sau manipularea conținutului adevărat pentru a reflecta altceva decât sensul inițial (modificarea imaginilor, a afirmațiilor etc.);
- Crearea de la zero a conținutului fals (conturi; conținut - inclusiv imagini sau videouri generate prin tehnologia IA, deepfake; teorii ale conspirației).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.1.1. Fișă de lucru - Haosul informațional

Exercițiul 1. Citește situațiile de mai jos. Discută cu colegul de bancă și identifică ce tip de haos informațional descrie fiecare situație.

Situație	Informație falsă/ înșelătoare?	Intenție de a induce în eroare	Ce tip de haos
1. Sora ta îți trimite o postare despre o specie nouă de pisică, descoperită recent de către cercetători, cu mesajul „Uite cât de frumoasă e pisica asta!”. Când analizezi postarea, afli că imaginile sunt de fapt generate prin AI și că specia de pisică nu este reală.	Da	Nu	Informare greșită - deși informația este falsă, sora nu a avut intenția de a induce în eroare
2. O filmare cu un artist care se împiedică la coborârea din avion este distribuită de un grup care critică mesajul pe care artistul îl transmite prin muzica sa. În descrierea filmării, grupul respectiv adaugă faptul că artistul ar fi sub influența substanțelor ilegale și de aceea s-ar fi împiedicat. De fapt, artistul se împiedicase pentru că persoana din spatele său l-a împins din greșeală.			
3. Fotografiile personale ale unei jurnaliste sunt făcute publice pentru a o amenința că nu este în siguranță, în încercarea de a o descuraja să continue o investigație despre o persoană publică influentă.			

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Situație	Informație falsă/ înșelătoare?	Intenție de a induce în eroare	Ce tip de haos
4. Un creator de conținut se costumează drept o vedetă și iese la plimbare în public, unde se comportă atipic, atrăgând atenția fotografilor. A doua zi, fotografii și articole prin care vedeta este criticată pentru comportamentul ciudat împânzesc rețelele sociale. Creatorul de conținut recunoaște că el a fost de fapt cel fotografiat abia după ce publică un video despre întreaga situație, spunând că a vrut să vadă cât de viral poate deveni folosind imaginea vedetei.			
5. Un grup lansează un zvon pe rețelele sociale conform căruia unul dintre candidații la președinție ar fi implicat în activități de crimă organizată pentru a îl discredita și pentru a agita spiritele.			
6. Un tânăr postează o imagine modificată a unui poster de serial TV, prin care anunță un nou sezon, deși serialul fusese oprit cu ani în urmă. În hashtaguri, el semnalează satira, însă alți utilizatori distribuie imaginea fără a păstra contextul original, fiind fericiți că serialul primește un sezon nou.			

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.1.2. Fișă de lucru - Haosul informațional

Exercițiul 1. Citește textul „Temă și variațiuni" de I. L. Caragiale și identifică în partea intitulată Variațiuni forme de manifestare a haosului informațional. Subliniază în text secțiunile care ți se pare că oferă indicii cu privire la haosul informațional.

„Tema
Aseară, pe la 6 ore, un foc a izbucnit la o casă peste drum de cazarma Cuza în Dealul Spirii. Mulțumită activității pompierilor și soldaților, focul, deși bătea un vânt puternic, a fost năbușit în câteva minute. Pagubele nu prea sunt însemnate."
(Universul)

Variațiuni	Haos informațional
De patru ani împliniți aproape de când reacțiunea ține în gheare Belgia Orientului, care din lipsă de energie în evoluțiunea ei către progres, un progres bine definit de aminteri prin spiritul tradițional și istoric, și ocazionat întrucâtva, deși jenat oarecum, de evenimentele economice din urmă, în care duplicitatea reacțiunii a întrecut toate marginile și a atins limita tutulor speranțelor de îndreptare, speranțe ce nu pot fi intemeiate pe câtă vreme reacțiunea cu oamenii ei fatali, cari nu se tem nici de lege, nici de Dumnezeu, nici de judecata, nepărtinitoare dar aspră, a Istoriei, au avut cinismul prototipic și revoltător s-o declare, cu cea mai enormă dezinvoltură și exuberanță într-o memorabilă ședință a parlamentului, care a avut imprudența, sau, mai bine zis, impudența de a-și pune botul pe labe și, strigând ca mamelucii mea culpa, au trecut la ordinea zilei, ordine de zi pe care Istoria unei țări, ce se mai bucură de cea din urmă doză de respect de sine, trebuie s-o înregistreze cu dezgust și rușine, deoarece când sic volo, sic jubeo domnește într-o țară ca maximă de înaltă politică și când, ca rațiune de stat, se constituie bunul plac al unor reacționari fiefați, nu ne putem aștepta, decât la atâtea și atâtea infamii de tot soiul și altele încă, dar însă nu credeam pentru ca să ajungem aici, nu credeam, o mărturisim coram populo, oricât am fi crezut de infamă reacțiunea concentrată și atotputernică, să ajungem și la incendii ca acela ce s-a petrecut în Dealul Spirii peste drum de cazarma Cuza, care trebuie să serve cetățenilor de învățătură și să rămâie o pată neștearsă și indelebilă asupra acestui negru regim, pretins alb, regim al incendiului, căci dacă pompierii, opera venerabilului și bătrânului general Florescu, nu stingeau focul, cine știe cât mai ardea!!! (Un ziar opozant fără programă, nuanță liberală-conservatoare)	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Variațiuni	Haos informațional
Aseară iust la orele când puneam ziarul ediția a cincea supt presă, în Dealul Spirei vis-a-vis de casarma Cuza, un incendiu a sbucnit. Din causa vântului violinte, care sufla puternic de la occidinte spre oriinte, incendiul a produs o mare panică printre cetățiani și cetățiane. Pompierii cu câțiva serginți și oficiari — generarele era absinte — au mers la localitate, unde cu greu au sbutit să năbușească sinistrul, care apăruse deja la steriorele casii atinse. Cu această ocaziune vom repeți dechiarațiunile făcute în organul nostru de atâtea ori, privitoare la instituțiunea pompiarilor. Am zis, zicem și de datoria noastră este să o repețim mereu protivnicilor noștri de la guvern: Speriința ne-a probat până la evidință că: până când nu vom avea pompiari-cetățiani, până când nu vom avea cetățiani -pompiari nu vom sbuti să ridicăm această instituțiune la treapta la care ea în Occidinte s-a ridicat. Să avem patriotismul a lăsa deoparte spiritul de partită și să ne întrebăm: Până când cu spediinte? Este cineva pompier? — trebuie să fie și cetățian; Este cineva cetățian? — trebuie să fie și pompiar. Aceasta este eficace, este ecitabile, speditiv, iust. Speriința din Dealul Spirii până la stremitate ne-a probat că sperietura cetățianilor și cetățianelor nesperiinți adesea causa lățirii straordinare a sinistrelor este. Să căutăm deci: a avea pompiari-cetățiani, a avea cetățiani-pompiari. Numai cu condițiune d-a fi și cetățian cineva un bun pompiar este, și viceversa. Și se-nțelege că aceea ce zicem în cetăți despre cetățiani, vom zice la sate despre sătiani: pompiari-sătiani, sătiani-pompiari. Dar ne vor întreba protivnicii noștri: Cine va comanda pe pompiarii-cetățiani? pe pompiarii sătiani? Răspundem: Ingeniarii, Ingeniarii competinți, inteligințí, prudinți, indipendinți, speriinți. Numai astfel instituțiunea pompiarilor, puterică, va da roade scelinți. (Un ziar opozant cu câteva programe, nuanță trandafirie)	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Variațiuni	Haos informațional
Décidément Maître Printemps n'est pas gai cette année-ci: du vent, de la pluie, de la pluie, du vent. Nos mondaines perdent leurs heures a regarder le Barometre, qui, insensible comme cette vieille Mère Nature, baisse, baisse toujours, ou dirait les actions du Panama. Le Dieu Plaisir et la Fée Bamboche s'entêtent a tenir fermés leurs temples, en dépit des voeux de leurs fervents fidèles; partant, plus d'encens sur leurs autels jadis si chargés de fleurs. C'est insensé comme on ne s'amuse plus en cette malheureuse fin de siecle, qui n'en finit plus avec ses surprises ravacholiennes. Hier un grand incendie a eu lieu dans le Dealul Spirii. Faute d'amusement, une emotion vaut toujours mieux que l'ennui. Le coup d'oeil etait vraiment assez pittoresque. Beaucoup de monde a l'incendie. Notons en passant M-me Chose, une brune descendue d'un cadre de Murillo, en robe de chambre, superbe dans son neglige transparent; M-me Machin, un Rubens, non moins elegante, toute rouge d'emotion; la toute jeune M-me Bigoudiano, un rive brillant de Watteau, ravissante avec sa chevelure blonde or qui frise naturellement sans aucun artifice, un bouton de rose sur le point de s'epanouir aux rayons de Phoebus, harmonisant tres-heureusement avec le ton rougeâtre des flammes légerement estompé par le voile de la fumée. J'en passe et des meilleurs, dont le nom m'echappe. Puis un essaim de jeunes filles, fraîches comme des violettes qu'on vient de cueillir au bord du ruisseau limpide, les unes plus charmantes que les autres, et que l'incendie avec ses flammes, qui rappelaient les contes fantastiques d'Hoffmann, et les braves et infatigables pompiers avec leurs manoeuvres paraissaient beaucoup amuser. Apres l'incendie, chambree des plus select chez le rotisseur du coin. (Un journal chic) Traducerea în limba română: Hotărât, doamna Primăvară nu e veselă anul acesta: vânt, ploaie, ploaie, vânt. Mondenii noștri își pierd vremea privind barometrul, care, nesimțitor ca și această bătrână Mamă-Natură, coboară, coboară mereu, ca și acțiunile Panama. Zeul Plăcere și zâna Petrecere se încăpățânează să țină închise templele lor, în ciuda dorințelor pasionaților lor credincioși; de aceea nu se mai găsește tămâie pe altarele lor, altădată atât de încărcate de flori. Foarte puțin se mai poate petrece în acest nenorocit sfârșit de secol, care nu a sfârșit surprizele sale răscolitoare. Ieri a avut loc în Dealul Spirii un mare incendiu. În lipsă de petreceri, o emoție e totdeauna mai de preț decât plictiseala. Priveliștea era cu adevărat pitorească. Multă lume la incendiu. Reținem în treacăt pe doamna Cutare, o brună coborâtă dintr-un tablou de Murillo, în capot, superbă în neglijeul său transparent; doamna Cutare, rubensiană, nu mai puțin elegantă, îmbujorată de emoție; foarte tânăra doamnă Bigoudiano, un vis strălucitor de-al lui Watteau, răpitoare cu părul-i blond-auriu care se buclează natural, fără nici un artificiu, un boboc de trandafir gata să se desfacă la razele lui Phoebus, armonizându-se plăcut cu tonul roșiatic al flăcărilor ușor estompate de vălul de fum.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Variațiuni	Haos informațional
Trec peste multe alte frumuseți al căror nume îmi scapă. Apoi un buchet de tinere fete, proaspete ca violetele culese chiar acum pe malul unui râu limpede, unele mai fermecătoare decât altele, și pe care incendiul cu flăcările sale, care aminteau de povestirile fantastice ale lui Hoffmann, și bravii și neobosiții pompieri cu mișcările lor părea să le amuze din plin. După incendiu, o gustare dintre cele mai selecte la birtașul din colț. (Un ziar distins)	
Mai multe ziare ale opoziției vorbesc cu un zgomot asurzitor despre un incendiu ce ar fi avut loc în Dealul Spirii peste drum de cazarma Cuza. Cu această ocazie încalecă iar pe faimosul dumnealor Dada, aruncând în spinarea reacțiunii (sic) răspunderea pentru acest sinistru. Întrucât trebuie să pună publicul temei pe spusele acestor foi, ce nu mai au câtuși de puțin respect de adevăr, iată: Din sorginte oficială aflăm că nu a fost niciun incendiu ieri în Dealul Spirii. Sinistrul cel grozav este o pură invențiune ieșită din fantezia nesecată și din bogatul arsenal de calomnii al adversarilor noștri. (Un ziar oficios)	

Exercițiul 2. Comentează în 8-10 rânduri concluziile la care ai ajuns în urma analizei de la exercițiul 1, plecând de la modul în care articolele reflectă aplecarea spre interesul public/al publicului și impactul asupra cititorului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 5.2.
Deconstrucția de mesaj

Competența specifică:
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare
2.4. compararea trăsăturilor definitorii ale comunicării în texte ficționale și nonficționale

Obiective operațional:
La finalul activității, elevii vor ști:
a. să identifice elementele deconstrucției de mesaj;
b. să aplice schema de analiză pe diverse tipuri de texte;

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate poate fi folosită într-o oră de limbă și comunicare, după predarea schemei comunicării de Roman Jakobson.

Conceptele predate pot fi aplicate inclusiv în orele de literatură şi alte arte: literatură şi cinematografie, pentru analiza comparativă între produsele media, drept consolidare.

Prin această activitate, elevii vor fi familiarizați cu aspecte ce țin de deconstrucția mesajelor care ajung la ei. Activitatea contribuie la dezvoltarea mai multor competențe specifice, elevii dobândind cunoștințe și abilități cu ajutorul cărora pot analiza stratificat, dar și în ansamblu, texte diverse.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F5.2.1., prezentare PDF *„Deconstrucța de mesaj_Ghid infuzare clasa a IX-a”*

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (3-5 min)	Profesorul introduce tematica studiată și cere elevilor să numească componentele actului de comunicare.	**După schema comunicării (Jakobson):** Am discutat ora/orele trecute despre schema comunicării a lui Jakobson și am văzut care sunt componentele actului de comunicare. • Haideți să ni le reamintim împreună. („emițător, mesaj, canal, cod, context, receptor”.) Pornind de la această schemă, cunoaștem modul în care circulă un mesaj de la o sursă către un public și ce factori influențează receptarea lui. Astăzi, vom adăuga încă un strat de analiză și vom învăța cum se face deconstrucția unui mesaj media.
Activitate frontală (10 min)	Profesorul le cere elevilor să vizioneze cu atenție *videoul educativ „Andrei Tăticu', Carolina Glow și deconstrucția de mesaj”* și să își ia notițe pentru a răspunde la trei întrebări, pe care profesorul le scrie pe tablă/proiectează (vezi prezentarea atașată lecției). Dacă este nevoie, profesorul va rula videoul de două ori.	• **Care este mesajul transmis în video?** • **Care sunt elementele deconstrucției de mesaj?** • **Aveți experiențe similare cu cele ale Marei și ale lui David?** Deconstrucția de mesaj are ca scop analiza elementelor unui mesaj, fiecare separat, dar și toate în ansamblul lor, pentru a ne ajuta să identificăm dacă este un mesaj credibil și de ce a fost creat.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
	Pe măsură ce discută cu elevii, profesorul desenează la tablă schema deconstrucției de mesaj și le explică acestora la final ce este deconstrucția de mesaj.	Așa cum ați văzut în video, deconstrucția de mesaj are cinci elemente principale: autorul, formatul mesajului, publicul mesajului, conținutul mesajului și scopul mesajului. Mai departe vom discuta despre fiecare element.
Predare directă (20 min)	Profesorul cere elevilor să deseneze aceeași schemă în caiete, iar apoi le explică, prin trimiteri la videoul vizionat, la ce face referire fiecare element al deconstrucției de mesaj (vezi schema lecției). Profesorul va completa schema deconstrucției de mesaj cu întrebările esențiale aferente acesteia pe măsură ce explică, și le va cere elevilor să facă același lucru în caiete. În funcție de timpul pe care îl are la dispoziție, profesorul poate oferi exemple suplimentare conform schemei de lecție.	Desenați schema de pe tablă în caiete și completați cu ceea ce adaug pe parcursul discuției. Întrebările esențiale (pentru completarea schemei de deconstrucție de mesaj): 1. **Autor:** Toate mesajele sunt construite. Întrebare de analiză: Cine a creat acest mesaj? 2. **Format:** Toate mesajele media sunt construite folosind tehnici creative. Întrebare de analiză: Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția? 3. **Public**: Receptori diferiți vor înțelege diferit același mesaj. Întrebare de analiză: Cui este adresat mesajul și cum poate fi el înțeles diferit de către receptori diferiți? 4. **Conținut**: Mesajele media transmit valori și puncte de vedere ale autorului. Întrebare de analiză: Ce valori, opinii, puncte de vedere sunt transmise prin acest mesaj? Dar omise? 5. **Scop**: Mesajele media sunt transmise cu un scop. Întrebare de analiză: De ce a fost transmis acest mesaj? *Vezi schema lecției pentru predarea deconstrucției de mesaj.
Activitate frontală (10-13 min)	Profesorul proiectează sau oferă elevilor fișa de lucru F5.2.1. În funcție de timpul disponibil, profesorul poate lăsa elevilor 5 minute pentru a lucra individual sau în perechi pentru a răspunde la întrebări, sau exercițiul poate fi făcut în plen.	Cheia de răspunsuri - analiză de mesaj (poate fi integrat la tematicile Școala, Adolescența sau Confruntări etice și civice): • **Cine a creat acest mesaj? (AUTOR)** Afișul a fost creat pentru proiectul ASAP, ce aparține ONG-ului The Institute, susținut creativ de agenția de publicitate Gavrilă&Asociații, și de Lidl România (informație disponibilă pe website-ul proiectului: *https://asap-romania.ro/parteneri/*).

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare

- **Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția? (FORMAT)**

Contrastul puternic negru-galben, lumina ce pică puternic pe chipurile tinerilor, modul în care sunt poziționați tinerii pentru a sugera ideea de „armată", tinerii se uită cu mândrie/speranță „spre viitor", iar tânăra se uită spre receptor, sugerând ideea de apropiere și responsabilizare a acestuia („este și despre tine").

- **Cui se adresează mesajul? În ce mod poate fi înțeles diferit mesajul de către diferiți receptori? (PUBLIC)**

Mesajul se adresează, în acest afiș, elevilor. În funcție de interesul pentru protejarea mediului, pentru implicarea în activități în beneficiul comunității, unii receptori vor accepta mesajul și vor răspunde apelului de a se implica prin semnarea petiției, iar alții pot să rămână indiferenți, pentru că mesajul nu se potrivește cu valorile pe care le au și vor considera că nu le aduce un beneficiu implicarea în inițiativă.

- **Ce valori, stil de viață, puncte de vedere sunt reprezentate în mesaj? Dar omise? (CONȚINUT)**

Protejarea mediului, consum conștient, implicare civică, responsabilitate socială, încurajarea tinerilor să ia parte la acțiuni în beneficiul lor și al comunității lor. (Omis, dar nu intenționat, poate să fie contextul mai amplu care arată că o parte din vină revine companiilor producătoare de plastic care ajunge deșeuri și că activitatea coordonată a cetățenilor - elevi, școli contează, dar nu rezolvă problema de mediu.)

- **De ce a fost acest mesaj transmis? (SCOP)**

Conștientizare despre inițiativa ASAP, despre reciclarea plasticului și – mai ales - mobilizarea tinerilor și nu numai pentru a semna petiția pentru implementarea unui sistem de colectare separată a plasticului în școlile din România.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie (2 min)	La finalul activității, profesorul va recapitula cele cinci elemente și va reaminti elevilor că deconstrucția de mesaj ne ajută să înțelegem mai ușor și mai bine mesajele media ce ajung la noi, să identificăm de ce au fost acestea transmise.	Analiza informației ne ajută să înțelegem mai ușor și mai bine mesajele media ce ajung la noi, să identificăm care sunt informațiile corecte, pe care ne putem baza, și care sunt informațiile false sau prezentate tendențios. Este important să putem evalua credibilitatea surselor pe care le folosim, atât în activitatea noastră la școală (atenție, sursele folosite trebuie mereu amintite în materialele create!), cât și în viața de zi cu zi, atunci când luăm decizii pentru noi, sau care pot afecta familia noastră și comunitatea noastră.
Reconectare cu disciplina	Profesorul va face reconectarea cu disciplina, în funcție de unitatea tematică și de conceptele abordate în cadrul orelor de limbă și comunicare, cerând elevilor să aplice schema de analiză critică de mesaj pe textele studiate.	
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul le cere elevilor să aplice schema de analiză de mesaj pe un mesaj media sau un text literar. (Vezi Fișele de lucru din lecția 5.2) Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 5.2: Deconstrucția de mesaj

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate individuală/de grup (durată variată)**	Profesorul le propune elevilor diverse texte non-literare pentru deconstrucție de mesaj, pe care le poate folosi inclusiv pentru exerciții de limbă și comunicare. Elevii pot lucra individual sau în echipe.	**Exemple propuse, de integrat în diverse unități tematice:** • *O campanie Greenpeace împotriva Coca-Cola (criza climatică):* *A Holiday Wish for Coke: Stop fueling the climate crisis - Greenpeace USA (F5.2.2)* • Discursul despre starea educației al lui Sir Ken Robinson (TedTalk): *https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_how_to_escape_education_s_death_valley/transcript?subtitle=en (F5.2.3)* Texte publicitare/epistolare din manualul de la Editura Art (pg. 161 și 183) (F5.2.4)
Propunere 2 **Activitate independentă (10-20 min)** **sau** **Temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă, în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect ce ține de analiza critică a mesajelor.	Vizionați videoul educațional *„Andrei Tătucu', Carolina Glow și deconstrucția de mesaj”.* Plecând de la videoul vizionat, scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la importanța analizei mesajelor pe care le vedeți sau le primiți de la influenceri. Luați în considerare aspectele pe care le analizați prin deconstrucția de mesaj.

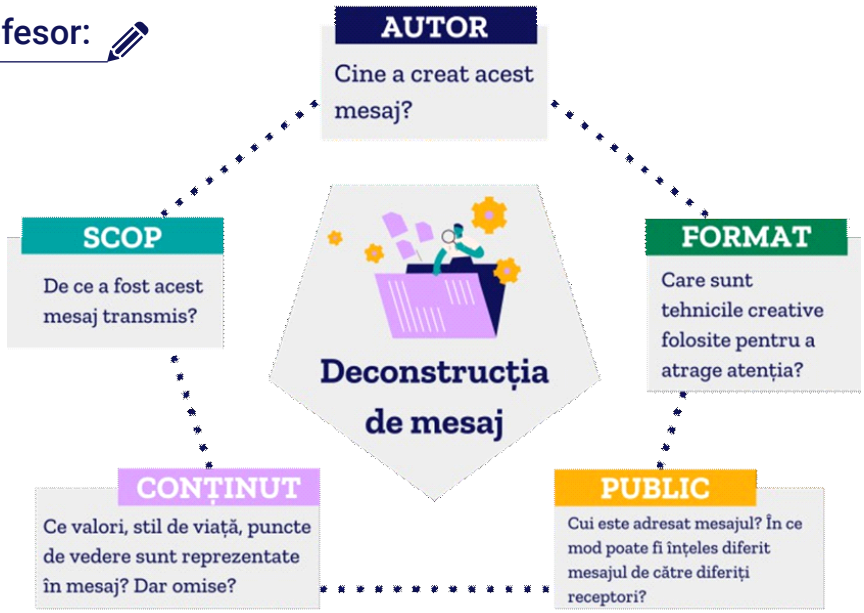
© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 3 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	În funcție de textele studiate, profesorul poate valorifica tematica pentru a aduce conținuturi non-literare/multimodale pentru deconstrucție de mesaj.	**Unitatea Iubirea, „Romanță fără ecou" de Ion Minulescu:** • Poezia va fi analizată conform schemei uzuale folosite la disciplină (disponibilă la acest link: *https://www.romanianvoice.com/poezii/poezii/faraecou.php)*. Apoi, elevilor li se propune spre analiză clipul muzical al melodiei produse de trupa Mondial, ce poartă același titlu și folosește versurile din poezie: *https://www.youtube.com/watch?v=j25FKRYAJeI* • **Repere de urmărit pentru analiză (analiza critică a mesajului multimodal, alături de o analiză comparativă între video și poezie):** ○**cine a postat clipul, cine a produs melodia, cui aparțin versurile?** Când a **post postat, când a fost înregistrat?** ○ **ce format este folosit, ce tehnici creative?** (elevii ar trebui să verifice de ce apare un decor maritim, contrar tabloului pictat prin versuri - răspunsul se află în comentarii, este o înregistrare de la restaurantul Vraja Mării, Eforie Nord) ○ **cărui public se adresează trupa? Dar TVR?** ○ **ce valori ale timpului reflectă filmarea? Dar abordarea poeziei sub formă de baladă rock?** ○ **care este scopul mesajului? Al postării pe YouTube, dar și al transpunerii versurilor în cântec?** ○ **cum diferă experiența receptorului în funcție de produsele media consumate, care deși diferă, folosesc același text?** Suplimentar, profesorul le poate cere elevilor ca temă pentru acasă să facă analiza critică a videoclipului muzical preferat. Similar, pot fi valorificate ecranizări ale textelor studiate, unde elevii vor documenta apariția filmelor/serialelor și vor putea analiza apoi transpunerea textului în produsele respective. Discuțiile pot fi purtate pe marginea adaptării/omiterii a unor informații din textul original și cum influențează acest lucru experiența consumatorului.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

5.2.1. Schema lecției - Deconstrucția de mesaj

Repere pentru profesor:



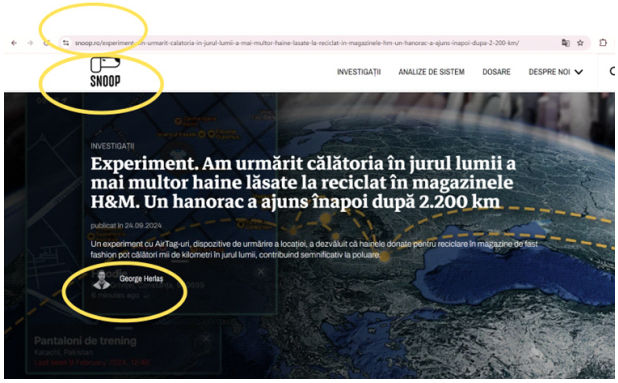
AUTOR: Haideți să vedem cum a decurs deconstrucția de mesaj din video. Prima întrebare pe care ne-o punem atunci când deconstruim un mesaj media este „Cine a creat acest mesaj?" Vorbim, așadar, despre autor.

Întrebări pentru elevi:

- **Cine sunt autorii mesajelor din filmuleț? (Răspuns așteptat – Andrei Tătic'u și Carolina Glow, influenceri...).**

În cazul unei poezii, răspunsul este de multe ori unul destul de simplu, există un autor care se semnează și pe care îl putem identifica imediat, ca mai apoi să putem căuta informații suplimentare despre el. Dar mesajele media sunt create uneori chiar de grupuri de oameni, care editează mesajul de mai multe ori, pentru diversele scopuri pe care le au și de publicul la care vor să ajungă. Iar autorul va posta sau publica mesajul de multe ori pe un anumit tip de canal de comunicare, pe platforma unei surse. În acest caz, vom analiza atât autorul, cât și sursa.

Spre exemplu, acest articol jurnalistic este scris de George Herlaș pentru redacția Snoop, postat pe platforma online a redacției jurnlistice snoop.ro. George Herlaș este autorul, iar snoop.ro reprezintă sursa.



© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

FORMAT:

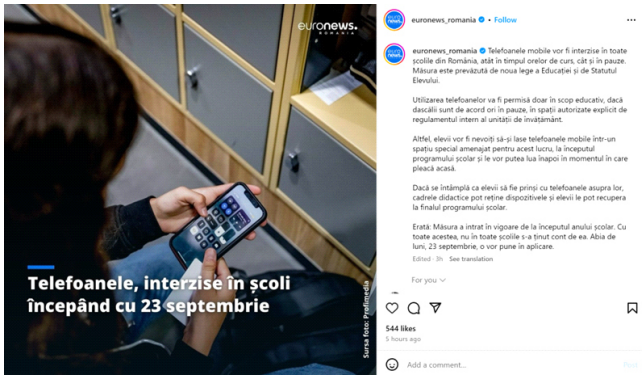
Întrebări pentru elevi:

- **Care este următorul element care a fost analizat în video? Ce credeți că presupune analiza formatului?** (Răspuns așteptat: În ce formă este livrat mesajul către receptor - video, audio, imagine).
- **Ce mai putem analiza atunci când ne uităm la format? Ce a fost menționat în filmuleț?** (Răspuns așteptat: Unghiul de filmare, modul în care este scris textul în postări).
- **Numim aceste elemente tehnici creative. Care este scopul acestor tehnici creative?** (de a transmite și induce anumite emoții la nivelul receptorului pentru a atrage și capta atenția).
- **Ce tehnici sunt folosite de către influencerii din video?** (Unghiul de filmare strâns la Carolina pentru a surprinde pielea perfectă - induce ideea de perfecțiune; cadrele largi la Andrei Tăticu' pentru a induce ideea de bogăție și succes - material și fizic - vedem mașinile și mușchii).
- **Ați observat și alte tehnici?** (Etichetele colorate din postările Carolinei pentru a atrage atenția asupra codurilor promoționale, textul colorat în TikTok-urile lui Andrei Tăticu' pentru a atrage atenția asupra „învățămintelor" pe care vrea să le transmită publicului său și asupra proteinelor pe care le promovează).
- **Pe lângă aceste tehnici creative, vă puteți gândi și la altele? Puteți să oferiți exemple?** (muzică, lumini, culori, decor etc.).
- **Ce credeți că poate dezvălui alegerea unui canal de comunicare despre intenția autorului?** (publicul la care dorește să ajungă - o reclamă postată pe TikTok se va adresa cel mai probabil tinerilor, iar o reclamă care rulează la TV în timpul unui talkshow politic, cel mai probabil se va adresa unui public mai matur).

Așadar, când vorbim despre format, analizăm forma în care apare un mesaj și tehnicile creative folosite în mesaj pentru a transmite diverse emoții sau idei. Așa cum analizăm forma unei poezii, dacă este alcătuită din catrene, sau care este măsura versurilor, de exemplu.

În funcție de canalul de comunicare folosit (TV, radio, online, print etc.), formatul mesajului media poate să difere:

- Imagine (statică - poze, meme, bannere sau dinamică - GIF-uri, galerii de imagini - carusel);
- Video (scurt, lung, cu subtitrare sau fără, cu loop sau autoplay sau fără);
- Audio (cu loop sau fără, cu autoplay sau nu);
- Conținut interactiv (de exemplu, filmele Netflix unde poți alege tu ce decizii face personajul principal sau secțiuni pe un site care sunt animate și se activează când dăm click pe ele) etc.



Avem următorul exemplu: o știre publicată de Euronews despre interzicerea telefoanelor în școli. Pe Instagram, vedem că folosesc o imagine cu o tânără, iar decorul din fundal pare a fi dintr-o sală de clasă. Titlul este scurt, iar textul știrii este postat în descrierea imaginii, cu paragrafe scurte (care pot fi văzute în întregime doar dacă utilizatorul dă click pe ...more, altfel, doar o parte din primul paragraf este afișată). Pe Facebook, imaginea folosită este diferită, arătând mai mulți tineri cu telefoane în mâini. Titlul este mai lung și dezvăluie că știrea relatează inclusiv despre modul în care se va aplica această măsură. Este afișat doar primul paragraf din știre, cu link către știrea completă de pe site-ul Euronews. Iar pe site-ul Euronews regăsim aceleași informații, organizate într-un singur articol, care respectă forma firească pentru acest tip de material - titlul, imagine sugestivă, organizarea informației conform piramidei inversate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent





Când vorbim despre tehnicile creative, ne referim la:

- Aranjarea elementelor într-o imagine
- Metaforele sau frazarea unui text, cuvintele folosite, titlurile de pe „burtierele" știrilor TV sau casetele de text pe postările influencerilor;
- Alegerea culorilor (roșu poate transmite ideea de pasiune sau furie, iar galbenul de fericire);
- Alegerea luminii (caldă/rece, difuză/puternică);
- Alegerea unghiului și distanței din care se filmează (cadre strânse/medii/largi, filmat de jos în sus sau invers, filmare de sus, panoramă etc.);
- Alegerea elementelor de decor (culoarea pereților și a benzilor neon în cazul vloggerilor de gaming, de exemplu);
- Alegerea sunetelor/muzicii (acestea pot oferi ritm sau să inducă anumite emoții receptorului) etc.

PUBLIC:

Trecem mai departe la analizarea publicului.
Întrebări pentru elevi:

- **Ce ați reținut despre acesta din video? (Carolina Glow și Andrei Tăticu' cunosc preferințele urmăritorilor lor și știu cum să își adapteze mesajele ca să fie cât mai convingătoare pentru publicul lor).**

Mesajele media sunt construite pentru un public specific, adică cei care creează mesajul vor lua în considerare atunci când construiesc și decid pe ce canal lansează mesajul interesele noastre, preferințele noastre, cultura, obiceiurile de consum, stilul de viață, vârsta, genul și multe altele. Spre exemplu, o pagină de Instagram cu meme despre școală va folosi un limbaj și va crea meme care sunt relevante și inspirate din viața de zi cu zi a elevilor.

Reținem, așadar, că mesajele sunt construite pentru un public specific. Acest lucru înseamnă și că un mesaj media poate fi înțeles diferit de către oameni diferiți, pentru că fiecare dintre noi interpretează un mesaj în funcție de cunoștințele anterioare, de credințele, valorile și viziunea despre lume pe care le avem. La aceste aspecte mai contribuie și cultura în care creștem, contextul socio-economic, toate aspectele ce țin de experiențele noastre anterioare. De exemplu, un adult s-ar putea să înțeleagă mai greu sau greșit memele de pe pagina de Instagram cu meme despre școală pentru elevi.

Rămânem cu ideea că oameni diferiți pot înțelege în moduri diferite același mesaj, iar atunci când analizăm un mesaj din perspectiva publicului, este important să avem în vedere diferitele perspective.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

CONȚINUT: Următorul element discutat în video este conținutul.

Întrebări pentru elevi:

- **Ce ați reținut despre acest element din video?** (Că există puncte de vedere, viziuni despre lume, valori ale autorului care sunt transmise printre rânduri. Și că influencerii vor să ne convingă să aderăm la ideile pe care le transmit).
- **Ce transmit printre rânduri mesajele lui Andrei Tăticu' și ale Carolinei Glow?** (Andrei Tăticu' pune foarte mult preț pe bunurile materiale, pe aspectul fizic cât mai masculin, pe validarea din partea fanelor sale; așa măsoară succesul în viață; Carolina Glow pune accent pe perfecțiunea fizică și promovează o gândire pozitivă, care aduce rezolvarea tuturor problemelor din lume; în lumea Carolinei fiecare individ este responsabil pentru fericirea sa, nu există obstacole sociale, economice sau culturale. Dacă nu ai succes, este vina ta că nu gândești pozitiv.)
- **Ce sunt valorile? Puteți să îmi dați exemple de alte tipuri de valori?** (bunătate, curiozitate, putere, respect, generozitate, echilibru, sinceritate, compasiune, creativitate etc.)

De exemplu, mema despre chiulitul de la școală, deși amuzantă la prima vedere, dacă o analizăm cu atenție, vedem că ea conține și o nuanță ironică la adresa celor care chiulesc, asemănându-i cu gașca Cangrenă din serialul animat Fetițele Powerpuff, o gașcă de delincvenți adolescenți care deranja liniștea și ordinea publică. Creatorul acestei meme ne transmite astfel mesajul că nu are o părere bună despre elevii care chiulesc și își petrec timpul în cafenele. Dar nici despre cafenelele care oferă produse „back to school", știind că vor fi frecventate inclusiv de elevi.



Așadar, când analizăm conținutul unui mesaj media ne uităm la care sunt ideile, valorile, credințele, părerile, viziunea despre lume a autorului care sunt transmise printre rânduri. Și ne întrebăm și care sunt cele omise, adică cele pe care nu le vedem reprezentate în mesaj și de ce.

SCOP: Și astfel am ajuns la ultimul element - scopul.

Întrebări pentru elevi:

- **Care a fost scopul mesajelor din filmuleț? (Influencerii au scopul de a face bani prin conținutul pe care îl postează și promovează - și pot face acest lucru eficient dacă au o comunitate mare de urmăritori căreia se pot adresa).**

Toate mesajele sunt construite cu un scop - fie el un câștig financiar (reclame, campanii de imagine, de strângere de fonduri), obținerea și menținerea influenței, sau ambele combinate. Materialele jurnalistice au scopul de a informa, de exemplu. Dar și acela de a obține profit pentru ca instituția media să își poată desfășura activitatea. O reclamă are scopul clar și evident de a ne convinge să cumpărăm un produs, de exemplu.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.2.1. Fișă de lucru - Analiză de mesaj - „Schimbă soarta plasticului din școala ta.”

Analizează mesajul de mai jos. Răspunde la întrebările de deconstrucție de mesaj. (Universul)



a) Autor/Sursă: Cine a creat acest mesaj?

b) Format: Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția?

c) Public: Cui se adresează mesajul? În ce mod poate fi înțeles diferit mesajul de către diferiți receptori?

d) Ce valori, stil de viață, puncte de vedere sunt reprezentate în mesaj? Dar omise?

e) De ce a fost acest mesaj transmis?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.2.2. Fișă de lucru – Analiza critică de mesaj (Coca Cola)

Analizează mesajul de mai jos. Răspunde la întrebările de deconstrucție de mesaj și verifică prin căutarea verticală și laterală informațiile transmise prin acest mesaj.



a) Autor/Sursă: Cine a creat acest mesaj?

b) Format: Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția?

c) Public: Cui se adresează mesajul? În ce mod poate fi înțeles diferit mesajul de către diferiți receptori?

d) Ce valori, stil de viață, puncte de vedere sunt reprezentate în mesaj? Dar omise?

e) De ce a fost acest mesaj transmis?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.2.3. Fișă de lucru – Analiză critică de mesaj (Discurs TedTalk)

Analizează mesajul de mai jos și răspunde la întrebările de deconstrucție de mesaj.

„În primul rând, ființele umane sunt prin natura lor diferite și variate. Învățământul cu «Niciun copil lăsat în urmă» se bazează nu pe diversitate, ci pe conformitate. Școlilor li se cere să afle ce pot face copiii într-un spectru îngust de performanțe. Un efect al legii «Nici un copil lăsat în urmă» este axarea pe disciplinele exacte. Sunt foarte importante. Nu mă opun științelor și matematicii, dimpotrivă. Ele sunt necesare, dar nu suficiente. Un învățământ
adevărat trebuie să dea pondere egală artelor, disciplinelor umaniste, educației fizice. […]

Copiii prosperă dacă au o programă bogată care le pune în lumină diversele talente, nu doar o mică parte. Artele nu sunt importante doar fiindcă ridică notele la matematică, ci pentru că solicită laturi umane ale copilului care altfel rămân neatinse. […]

Al doilea principiu care duce la înflorirea vieții omului e curiozitatea. Dacă poți aprinde scânteia curiozității într-un copil, el va învăța fără alt sprijin, foarte adesea. Copiii sunt învățăcei înnăscuți. E o mare «realizare» să stingi calitatea asta sau s-o înăbuși. Curiozitatea e motorul reușitei. Spun asta pentru că unul din efectele culturii actuale, ca să zic așa, a fost de a deprofesionaliza profesorii. Nu există nici un sistem în lume, nici o școală
în țară mai bună decât profesorii ei. Profesorii sunt seva succesului în școală. Dar predarea e o profesie creativă. Predarea, concepută cum trebuie, nu e un sistem de livrare. Nu ești acolo doar ca să transmiți informații primite. Marii profesori fac și asta, dar ei mai și îndrumă, stimulează, entuziasmează, încurajează. Vedeți, la urma urmei educația înseamnă învățare. Dacă nu se produce învățarea, nu se produce nici educația. Lumea discută mult despre educație, fără a discuta despre învățare. Rostul educației e ca lumea să învețe. […]

Examinarea trebuie să sprijine învățarea, nu s-o împiedice, așa cum se întâmplă adesea. În loc de curiozitate, avem o cultură a supunerii. Copiii și profesorii noștri sunt îndemnați să urmeze algoritmi de rutină în loc să aprindă focul imaginației și al curiozității. Al treilea principiu: viața umană e inerent creativă. De aceea fiecare avem CV-uri diferite. Noi ne creăm viețile și le putem recrea pe măsură ce le trăim. E moneda comună a existenței ca ființă umană. De aceea cultura umană e atât de interesantă, variată și dinamică. Bine, și alte animale ar putea avea imaginație și creativitate, dar nu-i evidentă ca la noi, nu? Poate ai un câine. Și câinele tău poate fi deprimat. Dar nu ascultă Radiohead, nu? […]

Cu toții ne creăm viețile imaginându-ne neîncetat alternative și posibilități, iar unul din rolurile învățământului e să trezească și să dezvolte puterea creativității.”

Fragmente din Cum scoți educația din valea morții?, Sir Ken Robinson, discurs TED Talks Education, 2013
(https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_how_to_escape_education_s_death_valley/transcript?language=ro)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

a) Autor/Sursă: Cine a creat acest mesaj?

b) Format: Care sunt tehnicile creative folosite pentru a atrage atenția?

c) Public: Cui se adresează mesajul? În ce mod poate fi înțeles diferit mesajul de către diferiți receptori?

d) Ce valori, stil de viață, puncte de vedere sunt reprezentate în mesaj? Dar omise?

e) De ce a fost acest mesaj transmis?

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

F5.2.4. Fișă de lucru - Analiza critică de mesaj (Text publicitar/epistolar)

Exercițiul 1. Citește textul publicitar de mai jos (manual Editura Art, pg. 161) și analizează fiecare element al cadrului de deconstrucție a mesajului.

a) Cine este autorul?
b) Cui i se adresează?
c) Ce mesaj transmite?
d) Ce mijloace artistice/de persuasiune utilizează? Ce valori transmite?
e) Ce scop are?

„Dragă cititorule,
Ai putea să-ţi imaginezi că îţi rişti viaţa pentru câteva kilograme de ceai, nişte nucşoară şi nişte vaze de porţelan chinezesc?
Şi totuşi pentru mărfuri, considerate astăzi banale, timp de trei secole, cei mai buni marinari englezi, francezi, olandezi şi portughezi au dus o luptă crâncenă pe toate oceanele lumii.
Cu „Drumul către Indii", vei retrăi această epocă de expansiune şi de îmbogăţire fabuloasă. Vei aplauda isprăvile de vitejie de la Surcouf, vei asista la naşterea celebrei Companii a Indiilor, vei fi martorul multor bătălii şi al multor naufragii, apoi… te vei întoarce în port, având o singură dorinţă: să pleci din nou!
După ce vei face o pasiune pentru Drumul către Indii, primul volum al colecţiei „Marea aventură a mării", vei putea să descoperi şi să examinezi, gratuit, la tine acasă, celelalte opere ale colecţiei, care te vor încânta.
Cu ajutorul „Epopeii Viking" vei vedea oameni uriaşi şi păroşi sărind din vapoarele lor lungi şi negre pentru a omorî, jefui, incendia… dar aceşti combatanţi neînfricaţi au fost şi cei care au pus bazele unei noi civilizaţii.
„Marii navigator" cuprinde povestirea aventurilor incredibile ale lui Cristofor Columb, Magellan, Vasco da Gama.
Dacă deschizi „Regina pachebotului", te vei urca la bordul luxoaselor transatlantice, vei participa la concursurile de eleganţă de pe punte.
Apoi vei citi, cu inima la gură, „Piraţii şi corsarii", „Vase de linie", „Cliperele", „Yahturi de cursă" etc. şi fiecare te va face să trăieşti emoţii noi şi descoperiri bogate.
Dar „Marea aventură a mării" este de asemenea o colecţie de opere superbe!
Vei fi mai întâi uimit de eleganţa formatului: 23, 5 X 28,5 cm. Şi apoi, la privirea şi la atingerea cărţilor, te va cuceri modul în care sunt legate: materialul granulos precum pielea şi fineţea titlurilor aurite te vor face să te gândeşti la vechile jurnale de bord. Paginile de garda reproduce hărți vechi și fiecare carte abundă în ilustrații de epocă, portrete, fotografii ale unor vapoare superbe, scene navale, cea mai mare parte în culori. În sfârşit, lucrările se termină printr-o bibliografie şi un index, absolut indispensabile.
Pentru fiecare volum, vei dispune de 10 zile de examinare gratuită. Vei consulta fiecare lucrare din colecţia „Marea aventură a mării", le vei păstra numai pe cele pe care doreşti să le ai în bibliotecă şi vei avea 10 zile de gândire.
Atunci, nimic mai uşor decât să descoperi cât mai repede „Drumul către Indii": trimite chiar azi cartea poştală de examinare gratuită. Noi îţi vom trimite „Drumul către Indii" pentru a-ţi da timp de examinare gratuită timp de 10 zile. Vei citi cartea. O vei judeca. Dacă nu îţi va conveni, ne-o vei înapoia, fără nici o problemă, înainte de expirarea termenului de gândire. Dacă decizi să o păstrezi, va fi suficient să achiţi factura care însoţeşte cartea.
Dacă păstrezi „Drumul către Indii", noi îţi vom trimite volumele următoare pe măsura apariţiei lor, adică o carte la şase săptămâni. Vom respecta bineînţeles aceleaşi condiţii de examen gratuit timp de zece zile, fără obligaţia de cumpărare.
Vei avea aceleaşi drepturi de a ne înapoia fiecare volum după ce l-ai consultat şi vei putea oricând opri livrarea cărţilor prin trimiterea unei simple scrisori. Nu rezista la chemarea aventurii: nu vei regreta! Pe curând.
Jean Michel Latour

P.S. O dată cu exemplarul tău din „Drumul către Indii", vei primi şi un cadou: o superbă mapă conţinând 4 reproduceri ale unor minunate bărci cu pânze. Şi dacă ne răspunzi înainte de 10 zile, vei primi în plus un cadou suplimentar: 4 minunate facsimile de hărţi vechi."

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Exercițiul 2. Citește scrisoarea pe care Mihai Eminescu i-o trimite lui Titu Maiorescu (manual Editura Art, pg. 183) și analizează fiecare element al cadrului de deconstrucție a mesajului.

a. Cine este autorul?
b. Cui i se adresează?
c. Ce mesaj transmite?
d. Ce mijloace artistice/de persuasiune utilizează? Ce valori transmite?
e. Ce scop are?

„Viena 4/ 16 februarie 1884

Stimabile domnule Maiorescu,

Astăzi, ieşind din casa de sănătate pentru vreo două ore, mă folosesc de vizita ce o fac nepotului D-voastră, d-lui Popasu, pentru a Vă adresa aceste şiruri. Sunt mai bine de trei săptămâni de când au înce tat toate simptomele boalei de care am suferit, încât, dacă ar fi stat în putinţa mea, aş fi părăsit institutul, fie pentru a schimba mediul în care mă aflu, fie pentru a mă întoarce în ţară. Cu toate acestea nu ştiu dacă, pentru un asemenea sfârşit, va fi cu putinţă a se realiza mijloacele necesare.

Amintirea stării mele trecute e foarte slabă, încât pe mine însumi mă miră lungimea timpului, în decursul căruia nu mi-am putut da seama de nimic. Punând în socoteala acelei stări toate neajunsurile şi supărările pe care le-am putut cauza atât D-voastră cât şi altor amici binevoitori, cutez a solicita din nou îngăduinţa D-voastră şi a vă cere ca, prin câteva şiruri, să mă lămuriţi dacă am perspectiva de-a mă întoarce curând în ţară. În aşteptarea unui răspuns, rămân al D-voastre

cu toată supunerea și stima,
Mihai Eminescu”

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Lecția 5.3.
Verificarea informației

Competența specifică:
1.4. redactarea unor texte diverse
2.1. aplicarea unor tehnici vizând înțelegerea textelor literare sau nonliterare
2.4. compararea trăsăturilor definitorii ale comunicării în texte ficționale și nonficționale
3.3. argumentarea unui punct de vedere privind textele studiate

Obiective operațional:
La finalul activității, elevii vor ști:
a. care sunt cele două strategii de căutare (verticală, laterală);
b. să folosească repere de verificare a informației.

Timp alocat: 50 de minute

Implementare:
Această activitate poate fi folosită într-o oră de limbă și comunicare, după predarea schemei comunicării de Roman Jakobson.

De asemenea, această activitate poate fi implementată/integrată într-una dintre orele în care este abordat referatul.

Prin această activitate, elevii vor fi familiarizați cu aspecte ce țin de verificarea mesajelor și a informațiilor care ajung la ei. Activitatea contribuie la dezvoltarea mai multor competențe specifice, elevii dobândind cunoștințe și abilități cu ajutorul cărora pot analiza stratificat, dar și în ansamblu, texte diverse, și pe care le pot folosi pentru a se documenta despre subiecte de interes și pentru a redacta texte în funcție de contextul dat.

Resurse necesare:
videoproiector, conexiune la internet, laptop/computer, copii print ale fișei de lucru F5.2.1., prezentare PDF „*Verificarea informației_Ghid infuzare clasa a IX-a*”

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Introducere (3-5 min)	Varianta 1: Profesorul nu va introduce tematica studiată de la începutul lecției și va prezenta elevilor o informație greșită despre textul literar pe care îl studiază la acel moment, provocându-i și ghidându-i să identifice informația greșită, iar apoi discută pe scurt cum au ajuns la concluzia respectivă, cum s-au gândit să verifice informația. Varianta 2: În cazul în care profesorul face infuzarea într-una dintre orele dedicate referatului, profesorul va recapitula cu elevii pașii de scriere a unui referat și va insista asupra etapei de documentare ca liant pentru conceptele de educație media.	Informație greșită: Spre exemplu, profesorul poate proiecta o fotografie a unui autor, atribuindu-i alt nume, sau poate citi o serie de afirmații despre textul studiat (context temporal/geografic) care conțin informații greșite pe care le pot verifica elevii. După/la predarea despre referat: Am discutat/vom discuta despre pașii necesari în scrierea unui referat.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
		• **Ce este un referat și care sunt pașii? Haideți să ne reamintim/descoperim împreună:** Referatul este o lucrare scrisă prin care, în urma unei investigații/cercetări, prezentați în mod structurat informații despre o anumită temă (Definiție conform auxiliarului Limba și literatura română: clasa a IX-a, Art Klett, 2021, pag. 75.), iar pașii pe care trebuie să îi urmați sunt: a. Alegerea temei b. Documentarea c. Realizarea unor fișe tematice pe subiectele abordate d. Conceperea planului pentru referat e. Revizuirea planului f. Redactarea referatului g. Corectarea referatului h. Redactarea formei finale Astăzi ne vom concentra asupra etapei de documentare. Aceasta presupune căutarea, selectarea, verificarea și organizarea informațiilor și a surselor pe care doriți să le folosiți atunci când scrieți referatul. Cel mai important aspect în această etapă este stabilirea credibilității surselor folosite. Pentru a putea scrie un referat în care să prezentați informații cu acuratețe, argumentat, sursele pe care le folosiți trebuie să fie la rândul lor credibile. De aceea, vom discuta astăzi despre cele două strategii de căutare alături de repere pentru verificarea informației.
Predare directă (25-30 min)	Profesorul explică elevilor cum poate fi abordată verificarea mesajelor media și notează pe tablă informațiile esențiale, pe care elevii le vor trece în caiete. Dacă există resursele necesare, profesorul poate exemplifica diferite tehnici de verificare.	Verificarea informațiilor nu trebuie să vă sperie sau să vi se pară ceva ce nu puteți face. Nu este un proces complicat, dar este nevoie să cunoașteți câteva repere pentru a ști cum să faceți o verificare minimală. Mai ales atunci când vreți să dați share unui mesaj. • **Voi verificați în general mesajele care ajung la voi? Cum?** Pe măsură ce vă explic niște tehnici, vă rog să notați în caiete. Sugestia de prezentare este detaliată în 5.3.1 Schema lecției.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Concluzie (2 min)	La finalul activității, profesorul va explica elevilor importanța verificării informației.	Analiza și verificarea informației ne ajută să înțelegem mai ușor și mai bine mesajele media ce ajung la noi, să identificăm care sunt informațiile corecte, pe care ne putem baza, și care sunt informațiile false sau prezentate tendențios. Este important să putem evalua credibilitatea surselor pe care le folosim și veridicitatea informațiilor care ajung la noi, atât în activitatea noastră la școală (atenție, sursele folosite trebuie mereu amintite în materialele create!), cât și în viața de zi cu zi, atunci când luăm decizii pentru noi, sau care pot afecta familia noastră și comunitatea noastră.
Reconectare cu disciplina	Profesorul va face reconectarea cu disciplina, în funcție de unitatea tematică și de conceptele abordate în cadrul orelor de limbă și comunicare, cerând elevilor să aplice schema de verificare pe orice sursă folosită pentru a analiza textele studiate. În cazul referatului, profesorul cere elevilor să includă o fișă de analiză critică a surselor consultate în etapa de documentare, în care să noteze schematic ce repere de analiză și de verificare a informației au folosit pentru a decide la ce surse se raportează în construirea referatului.	Analiza și verificarea informației ne ajută să înțelegem mai ușor și mai bine mesajele media ce ajung la noi, să identificăm care sunt informațiile corecte, pe care ne putem baza, și care sunt informațiile false sau prezentate tendențios. Este important să putem evalua credibilitatea surselor pe care le folosim și veridicitatea informațiilor care ajung la noi, atât în activitatea noastră la școală (atenție, sursele folosite trebuie mereu amintite în materialele create!), cât și în viața de zi cu zi, atunci când luăm decizii pentru noi, sau care pot afecta familia noastră și comunitatea noastră.
Temă pentru acasă (3 min)	Profesorul le cere elevilor să vizioneze videourile educative despre căutările verticale și laterale și să își creeze fiecare câte o fișă informativă (infografic, listă, oricum doresc ei să o personalizeze) cu tehnici de verificare a informației. Recomandăm ca profesorul să aloce 5-10 minute la începutul orei următoare pentru o scurtă recapitulare și procesare a temei pentru acasă. Folosind concluziile în urma procesării temei pentru acasă, profesorul poate face trecerea de la conceptele de educație media la conținuturile disciplinei.	**Videouri:** **Căutare verticală:** *https://youtu.be/c5jhcEi0kfk* **Căutare laterală:** *https://youtu.be/9RDYnXQ8jqU*

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Consolidare Modulul 5.3: Verificarea informației

„Pastila de educație media”

Recomandăm ca **profesorul să aloce cu recurență 5-10 minute la începutul sau în timpul orelor de limba și literatura română pentru exerciții scurte de educație media** (sau teme pentru acasă) vizând temele predate în această lecție, chit că ele nu vor fi mereu conectate în mod direct cu conținuturile pe care le predă la acel moment. Ideal ar fi ca elevii să recapituleze aceste concepte pe toată durata anului școlar.

Consolidarea este esențială pentru ca elevii să fixeze cunoștințele dobândite și să își dezvolte abilitățile de a aplica conceptele de educație media predate, pentru a putea face o analiză critică a interacțiunii lor cu media.

Propunerile de mai jos pot fi adaptate de profesor în funcție de nevoile grupului cu care lucrează. Câteva dintre aceste propuneri au suport vizual în prezentarea atașată lecției.

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 1 **Activitate independentă (10-20 min)** **sau** **Temă pentru acasă**	Ca sarcină în clasă sau ca temă pentru acasă, în urma orelor în care abordează textul argumentativ, profesorul cere elevilor să scrie un text argumentativ prin care să își exprime opinia cu privire la un aspect ce ține de analiza critică a mesajelor. Profesorul le cere elevilor ca temă pentru acasă să scrie un referat pe temele specifice unității tematice abordate (spre exemplu, pentru unitatea tematică Lumi Fantastice, ar putea să scrie un referat despre problema timpului și spațiului în literatura SF). În pregătirea acestui	Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la afirmația: **„Înainte de a distribui o informație, este important să o verificăm, pentru că altfel riscăm să dăm mai departe informații false.”** Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la responsabilitatea creatorului de conținut față de publicul său, de a analiza, verifica și prezenta informații corecte. Scrieți un text argumentativ de 15-20 de rânduri în care să vă exprimați opinia cu privire la responsabilitatea receptorului și a consumatorului de conținut media, de a analiza și verifica informația ce ajunge la el.
Propunere 2 **Infuzare la literatură (diverse activități; durată variată)**	Profesorul poate prezenta o serie de afirmații adevărate și false despre autor, textul studiat, contextul istoric, pe care elevii le pot verifica rapid la începutul orei. Se vor aloca câteva minute de discuție pentru a acoperi inclusiv modul în care au selectat sursele pe care elevii le-au folosit pentru verificare.	

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

Activitate	Descrierea activității	Exemple de implementare
Propunere 3 **Proiect individual/de echipă**	Profesorul cere elevilor să lucreze în echipe pentru a analiza discursul lui Selly de la summitul NATO Youth 2024, unde acesta vorbește despre informații false și educație media. Apoi, individual, elevii vor redacta un text argumentativ pornind de la conținutul discursului. Pentru recapitulare, elevii pot parcurge activitatea online interactivă „Citind printre rânduri. Deconstrucția de mesaj", disponibilă la link: *https://educatiemedia.cji.ro/2023/11/30/citind-printre-randuri-deconstructia-de-mesaj-activitate-online-interactiva/*	Analizați critic discursul lui Selly de la summitul NATO Youth 2024: *https://www.youtube.com/watch?v=x7xfUs4L_I0 (Discursul este disponibil cu transcriere pe YouTube.)* Lucrând pe grupe, aplicați schema de deconstrucție de mesaj și strategiile de verificare a informației. Identificați care sunt faptele și opiniile prezentate și verificați dacă informația prezentată este corectă. Raportați-vă în analiză la cât mai multe dintre reperele de verificare a informației. Documentați procesul prin care treceți, arătând ce elemente verificați, de ce, și ce surse folosiți pentru verificare. Lucrând individual, scrieți în urma analizei făcute pe grupe, un text argumentativ prin care vă exprimați opinia cu privire la discursul lui Selly, insistând asupra importanței educației media pentru societate.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

5.3.1. Schema lecției - Verificarea informației

Repere pentru profesor:

Întâi de toate, atunci când interacționăm cu un mesaj media, este important să ne uităm la emoții - face un apel emoțional mesajul? Ne trezește anumite emoții? Ne influențează emoțiile pe care le simțim modul în care receptăm mesajul? Multe dintre mesajele care ajung la noi au acest scop, de a apăsa butoanele noastre emoționale pentru a ne convinge să facem diverse lucruri, iar dacă vorbim despre mesajele care conțin informații false, este cu atât mai important să fim atenți la emoții. (Dacă un mesaj ne convine/ne face fericiți/ne amuză, poate că nu vom lua decizia de a îl verifica.)

Prin procesul de verificare a informației evaluăm credibilitatea sursei și veridicitatea informației, adică dacă informația care a ajuns la noi este adevărată sau falsă, dacă intențiile autorului sunt pozitive sau negative, cum încearcă să ne convingă, dacă ne prezintă opinii pe post de fapte, dacă trunchiază informații, dacă imaginile sau videourile sunt modificate sau deepfake și care este contextul mai amplu al mesajului care a ajuns la noi. Verificarea informației se poate face eficient folosind două strategii, care merg mână-în-mână, și anume: căutarea verticală (analizarea elementelor de deconstrucție de mesaj acolo unde am găsit mesajul, stabilirea credibilității) și căutarea laterală (analizarea elementelor de deconstrucție de mesaj prin consultarea altor surse decât cea unde am găsit mesajul, stabilirea veridicității).

Urmărim următoarele aspecte atunci când analizăm conținutul, identificând elemente atât prin căutarea verticală, cât și prin cea laterală, unde este nevoie:

- **EMOȚII:** Atenție la apelul emoțional și cum poate influența receptarea mesajului.
- **AUTORUL/SURSA ORIGINARĂ:** Cine este în spatele unui mesaj? Ce expertiză are? Ce a mai postat?
- **TITLUL:** Ce informații oferă? Ce ton folosește (alarmist, apel la frică)? Este clickbait? Îl **căutăm și în alte surse.**
- **PLATFORME DE FACT-CHECKING:** Aflăm dacă informația a fost deja verificată de către jurnaliști specializați în verificare.
- **SCENARII CARE ATRAG ATENȚIA:** Mesajele înșelătoare conțin scenarii care atrag atenția - scoateri din context a informațiilor adevărate, extrapolări, subiecte prezentate cu emfază.
- **REPETIȚIA:** Conținutul fals sau manipulator se repetă, este reluat prin formate diferite, distribuit de autori diverși, pentru a fi reținut mai ușor. Facem căutări laterale pentru a identifica unde mai apare mesajul.
- **EXPERȚII:** Mesajele ce dezinformează vor prezenta uneori experți falși (experți într-un alt domeniu sau deloc) sau neidentificabili. Atenție la date și statistici trunchiate, inventate sau folosite în alt context pentru a justifica o opinie.
- **TRADUCERI:** Mesajele prin care putem fi induși în eroare vor traduce tendențios sau fals afirmații în limba română. De aceea e important să găsim sursa originară și să traducem noi conținutul prin instrumentele pe care le avem la dispoziție.
- **FAPTE/OPINII:** Identificăm faptele și opiniile prezentate. Verificăm veridicitatea informației care face referire la fapte, analizăm dacă opiniile au bază factuală și verificăm veridicitatea acesteia. Evaluăm pertinența celor care emit opiniile.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

- **IMAGINI ȘI VIDEO:** Analizăm lumini, umbre, suprapuneri, decolorări. Folosim tehnica de Reverse Image Search pentru a verifica unde au mai apărut imaginile (Google Images/ Lens, Yandex, TinEye); pentru videouri putem folosi aplicații care fragmentează în cadre conținutul, iar apoi verificăm acele cadre ca și cum ar fi imagini (InVid). Deepfake-urile sunt încă detectabile cu ochiul liber - degete lipsă, simetrii ciudate, fire de păr în poziții nefirești). Putem folosi aplicații care detectează dacă există conținut generat prin tehnologia IA inclusiv în videouri (InVid).
- **LINKURI:** corespunde URL-ul accesat cu cel la care am ajuns după ce am dat click? Corespunde URL-ul cu denumirea site-ului pe care am ajuns?
- **CONTEXT:** Data de publicare este vizibilă? Momentul de publicare/distribuire este conectat cu evenimente care au loc acum sau în trecut? Este o poveste reciclată? Atenție la mesajele care prezintă tendențios o situație, dacă se „agață” de un anumit moment (campanie electorală, criză economică, dezvăluiri despre o persoană publică etc.) pentru a promova o anumită ideologie sau viziune despre lume, sau dacă alimentează tensiuni deja existente în societate între diferite grupuri sociale (de ex. teoriile conspirației despre evreii avari, reptilieni, illuminati etc.)
- **REACȚII:** Este un mesaj viral? Cum reacționează publicul la mesaj? Se conturează tabere diferite? Avem grijă la conturile care par generice, dar vocale - pot fi troli sau boți care au menirea de a antagoniza un grup cu care nu sunt de acord, dar și de a propaga mesajul cât mai mult.

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent

CENTRUL PENTRU
JURNALISM
INDEPENDENT

Programul de
Educație Media
Media întoarsă pe toate părțile.

Ghid pentru infuzarea elementelor de educație media la limba și literatura română

pentru clasa a IX-a
(Ediția a II-a, 2024)

© 2024 Centrul pentru Jurnalism Independent