

EDUCAȚIE PENTRU MEDIA

(clasele a III-a – a IV-a)

auxiliar didactic pentru învățători și elevi



EDUCAȚIE PENTRU MEDIA (clasele a III-a – a IV-a) auxiliar didactic pentru învățători și elevi a fost elaborat de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) în cadrul proiectului „*Consolidarea libertății de opinie în Republica Moldova*”. Proiectul este implementat de CJI, în perioada martie – noiembrie 2017, cu susținerea Deutsche Welle Akademie și finanțat de Ministerul Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare din Germania.



Manualul a fost elaborat de:

Loretta Handrabura, dr. în Filologie, conf. univ., UPS „Ion Creangă”

Natalia Grîu, consultant superior la Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al RM

Silvia Șpac, dr. în Științe pedagogice, învățătoare, L.T. „G. Călinescu”

Machetare computerizată: **Angela Ivanesi**

Redactor: **Viorica Oleinic**

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții

Handrabura, Loretta.

Educație pentru media : (clasele a 3-a - a 4-a) : auxiliar didactic pentru învățători și elevi / Loretta Handrabura, Natalia Grîu, Silvia Șpac ; Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI). - Chișinău : S. n., 2017 (F.E.-P. "Tipografia Centrală"). - 140 p.

Bibliogr.: p. 127-128. - Apare cu sprijinul financiar al Min. Federal pentru Cooperare Economică și Dezvoltare din Germania. - 1000 ex.
ISBN 978-9975-53-879-4.

37.015:659.3(075)
H 22

CJI 2017

Centrul pentru Jurnalism Independent

Str. Șciusev 53, Chișinău, MD-2012

Tel.: (022) 234 236, 213 652

Web – www.media-azi.md, www.scoaladejurnalism.md,
www.moldova-azi.md, www.mediacritica.md

SUMAR

Argument.....	5
GHIDUL ÎNVĂȚĂTORULUI	6
Dezvoltarea culturii media: context și impact.....	7
Mass-media și multimedia ca factor educativ	7
Efectele pozitive și negative ale media asupra copilului.....	9
Educația pentru media și misiunea școlii	11
Cadrul normativ în domeniu referitor la educația pentru media și impactul media asupra minorilor	14
Vocabular. Concepte-cheie.....	16
FIȘE DIDACTICE	23
Modulul I. Inițiere în mass-media	23
Fișa 1. Ce este mass-media? Mass-media în viața noastră.....	24
Fișa 2. Mijloacele de comunicare în masă	27
Fișa 3-4. Istoricul și evoluția mass-mediei	31
Fișa 5. Funcțiile mediilor.....	34
Modulul II. Presa scrisă și presa online	37
Fișa 1. Ziarul pentru copii- sursă de informare.....	38
Fișa 2. Articolul de ziar	41
Fișa 3. Revista pentru copii - sursă de documentare	43
Fișa 4. Algoritmul de prezentare a unei reviste	46
Fișa 5. E-bookul vs cartea tradițională	49
Fișa 6. Citesc, reflectez - ca un cetățean mă formezi!.....	52
Modulul III. Audiovizualul.....	55
Fișa 1. Radioul. Emisiunea radiofonică	56
Fișa 2. Arta comunicării în spațiul audio: dedicațiile muzicale și interviul.....	59
Fișa 3. Televizorul, „stăpân al timpului liber” și sursă de informare	62
Fișa 4. Emisiunile cognitive și cele de divertisment.....	65
Fișa 5. Emisiunea TV preferată a mea și a familiei	67
Fișa 6. Simularea realizării unei emisiuni televizate	69

Modulul IV. Filmul	71
Fișa 1. Filmul – spectacol de lumină și culoare. Din istoria filmului	72
Fișa 2. Filmul de animație	75
Fișa 3. Filmul documentar și filmul artistic	79
Fișa 4. Mesajul educativ al filmului	82
Fișa 5. Prezentarea filmului preferat	85
Modulul V. Multimedia și noile medii în viața copilului	87
Fișa 1. Computerul – miracol al zilelor noastre	88
Fișa 2. Noile medii și site-urile pentru copii	92
Fișa 3. Rețelele sociale.....	95
Fișa 4. Poșta personală și cea a clasei. Neticheta	98
Fișa 5. Jocurile virtuale – între divertisment și dependență	102
Fișa 6. Siguranța online.....	106
Modulul VI. Sănătatea micului consumator de produse media	110
Fișa 1. Daunele utilizării excesive a mijloacelor de comunicare în masă.....	111
Fișa 2. Regimul zilei și consumul mediatic	114
Fișa 3. Manipularea prin media.....	117
Fișa 4. Capcanele lumii virtuale și consecințele nefaste asupra sănătății fizice și emoționale a micului consumator	121
Evaluare sumativă	123
Criterii de evaluare recomandate pentru învățători la disciplina opțională educație pentru media.....	123
Criterii de succes /condiții de succes pentru elevi/eleve la disciplina opțională educație pentru media	124
Bibliografie recomandată.....	127
Anexa 1. Educația pentru media (clasele III–IV).	
Curriculum pentru disciplina opțională	129

Argument

În aprilie 2014, Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) lansa primul proiect de educație media, principalele activități fiind lecțiile de educație media pentru elevi din diverse instituții de învățământ din țară. Experiența acestuia a fost una încurajatoare, fapt ce ne-a determinat să continuăm și să diversificăm activitățile în această direcție, pornind de la convingerea că orice cetățean are nevoie de cultură și educație media.

Disciplina opțională *Educație pentru media* își propune să dezvolte abilitățile de analiză și gândire critică față de mesajele transmise de media, capacitatea de a discerne între o informație veridică și manipulare, capacitatea de a lua decizii și de a acționa în cunoștință de cauză. La fel, aceasta își propune să sporească gradul de înțelegere și utilizare rațională a media de către eleve/i, de a forma un cetățean-consumator de media avizat și responsabil.

Prezentul manual *Educație pentru media* (clasele a III-a — a IV-a) este un auxiliar didactic pentru învățători și elevi și reprezintă o continuitate a efortului depus de CJI în ultimii ani în promovarea educației media. Manualul a fost realizat sub egida CJI, în baza curriculumului opțional *Educație pentru media* (clasele a III-a — a IV-a) și aprobat de Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova, prin ordinul nr. 671 din 01.08.2017.

Ne exprimăm speranța că acest curs va fi de un real interes pentru elevi și învățători și va contribui la o mai bună înțelegere de către ei a rolului mass-media într-o societate democratică.

Aducem mulțumiri Ministerului Educației, Culturii și Cercetării, precum și tuturor partenerilor implicați în susținerea acestei inițiative lansate de organizația noastră.

CJI va continua să implementeze diverse inițiative, menite să contribuie la promovarea educației media în societate.

Centrul pentru Jurnalism Independent

GHIDUL ÎNVĂȚĂTORULUI



Dezvoltarea culturii media: context și impact

MASS-MEDIA ȘI MULTIMEDIA CA FACTOR EDUCATIV

Societatea sec. XXI este una dominată de mass-media și, mai nou, de multimedia care s-au impus ca o componentă esențială a lumii moderne¹. Acestea (denumite împreună cu un termen generic *media*) se manifestă permanent ca un actor activ al jocului social, modelând celelalte subsisteme ale societății: politicul, economicul, cultura etc.

Prin canalele sale, media poate fi, însă, o „armă cu două tăișuri”:

- a) Ca factor de progres, influența sa se reflectă în ridicarea calității și standardelor culturale și sociale ale vieții.
- b) Ca mijloc de dominare și manipulare², nu face decât să unilateralizeze sau să diminueze răspunsul publicului la marile provocări ale realității de zi cu zi. În absența unei educații pentru media ca sursă de autoeducare, fără o interpretare „obiectivă” a percepției critice a media, aceste tehnologii nu vor face parte din potențialul vieții, ci din rutina acesteia.

Pe lângă a fi un mijloc de informare în societatea modernă, media este și un factor al educației, chemat să amplifice, să constituie sau să diversifice experiențele cognitive și comportamentale ale indivizilor. Acțiunile acestui mediu educogen, ca și ale celorlalte medii de socializare și devenire întru cultură a individului - școală, familie, biserică, instituții culturale - trebuie să se conjuge, pentru a modela adecvat comportamente și conștiințe în acord cu imperativele epocii.

Comunicarea de masă face parte, așadar, din multiplele dimensiuni ale contextului socio-cultural în care cresc și se formează copiii³. Comparativ cu acum cinci sau zece ani, timpul afectat consumului de mesaje mediatice, îndeosebi audio-vizuale, de către elevii din treapta primară, precum și din cea gimnazială și liceală este în creștere. Implicațiile asupra dezvoltării personalității acestora sunt imediate sau latente, directe sau indirecte, previzibile sau imprevizibile.

Curiozitatea și dorința de cunoaștere a copilului nu mai sunt satisfăcute doar în cadrul restrâns al clasei sau al experiențelor cotidiene extrașcolare. Mai mult decât un mijloc de divertisment, media reprezintă o fereastră larg deschisă spre lume, cu multe tentații, provocări, adesea fiind denumită „ochiul lumii”, conform afirmației lui Lewis Mumford. Tinerii și copiii sunt atrași de cultura digitală și de suporturile tehnice ale media. Acestea sunt tot mai apropiate de interesele lor și se prezintă sub formă de jocuri, videoclipuri, producții cinematografice, conexiuni de tot felul – forumuri de discuții, chat-uri, discuții în timp real. Registrul mass-media de cândva se lărgeste odată cu progresul tehnologic⁴ într-un ritm tot mai intens, chiar dacă identificăm și suporturi aparent tradiționale, dar care sunt valorificate prin noile tehnologii digitale (păpuși care vorbesc, roboți cu diverse performanțe intelectuale ș.a.).

Relația dintre mass-media, multimedia și procesul dezvoltării personalității copiilor este un subiect de interes constant pentru cercetătorii din diverse domenii: psihologie, pedagogie, jurnalism ș.a. **Efectele educative ale comunicării mediatice** pot fi rezumate, conform unor surse de referință⁵, la:

-
- 1 Popa D. *Mass-media astăzi*. Iași: Institutul European, 2002.
 - 2 *Mass-media și influența lor*. www.e-scoala.ro/comunicare/mass-media.html; Noelle-Neumann E. *Spirala tăcerii. Opinia publică – înțelesul nostru social. Teorii privind influența mass-mediei* http://edituracomunicare.ro/pdf/pdf_492.pdf?id=1500665555.
 - 3 A se vedea: Delors J. *Comoara lăuntrică. Raport către UNESCO al Comisiei Internaționale pentru educație în sec. XXI*. Iași: Polirom, 2000; Mureșan P. *Învățarea socială*. București: Albatros, 1980.
 - 4 Cemortan R. *Comunicarea și mass-media*. Chișinău: Tipografia Reclama SA, 2006. 142 p.; Coman M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 2007, 96 p.
 - 5 Albușescu I. *Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Dacia, 2003, p. 81-122; Bandura A. "Social learning theory of identificatory processes". În: D. A. Goslin (ed.) *Handbook of socialization theory and research*. Chicago: Rona McNally, 1968, p. 142-167.

- noi experiențe cognitive;
- un sprijin pentru conceptualizarea cunoașterii;
- repercusiuni formative la nivelul afectivității;
- modelarea comportamentelor;
- mass-media ca agent al socializării.

Aportul educativ al mass-media despre care vorbește și G.Cucu în lucrarea sa *Educația și mass media*⁶, are, astfel, un rol deosebit în constituirea codului socio-cultural al individului. Conținuturile mesajelor difuzate de media au o mai mare influență asupra modului de a gândi și simți al copiilor⁷ și adolescenților, decât asupra opiniei adulților. Acest lucru poate fi explicat, analizând problematica stadiilor de dezvoltare la J. Piaget, care, în lucrarea *Psihologia inteligenței*, demonstrează că evoluția mentală nu apare ca rezultat al unor acumulări continue, ci are un caracter stadial, pe etape, fiecare având o anumită structură specifică⁸. Adolescenților, spre exemplu, le sunt dedicate multe dintre producțiile media (presa, radio, televiziune, internet, jocuri electronice). Ei au vârsta la care se formează atitudini și deprinderi culturale specifice, pasiuni și aspirații, pentru care se acordă importante resurse de încredere, de timp, de bani.

Alături de școală și de alte instituții implicate, mass-media și multimedia ocupă, așadar, un rol important în sistemul factorilor educativi, adăugând noi dimensiuni eforturilor generale de formare și dezvoltare a personalității umane. Deci, ea poate afecta personalitatea umană în:

- dimensiunea cognitivă (schimbarea imaginii despre lume);
- dimensiunea afectivă (modificarea sau crearea unor sentimente sau atitudini);
- dimensiunea comportamentală (modificări ale felurilor în care acționează indivizii și fenomene de mobilizare socială).⁹

Aportul educativ se manifestă în două moduri: implicit și explicit. În esență, dacă ne referim numai la funcțiile mass-media (de informare, corelare, comunicare și divertisment) ele încorporează funcția educativă¹⁰ prin realizarea informării, culturalizării și socializării individului. Această funcție este specifică și pentru multimedia prin demersul plurivalent pe care îl are.

Media oferă posibilități educative spontane și eterogene, dar este utilizată și pentru realizarea unor activități educative explicite. În legătură cu acest subiect, Ioan Cerghit opina încă în anii 70 ai secolului trecut că: „...mass-media formează al patrulea mediu constant de viață al copilului, alături de cel familial, de cel școlar și de anturajul obișnuit de relații. Mass-media nu se substituie școlii, iar influența sa este complexă, reprezentând un element fundamental în relația dintre om și mediul înconjurător.”¹¹

Totodată, este important să amintim că responsabilitățile de formare inițială ce-i revin școlii nu asigură o cunoaștere încheiată definitivă, suficientă individului pentru tot restul vieții. Prin urmare, în afara mediului școlar, educogen prin excelență, influențe educative de necontestat le are mediul social extrașcolar, ce constituie un adevărat câmp formativ, constituit de instituțiile sociale amintite. Pentru a se putea autoeduca pe tot parcursul vieții, omul trebuie să se folosească cu iscusință de mijloacele de socializare și culturalizare pe care societatea i le pune la dispoziție.¹² Dintre acestea, mijloacele de comunicare în masă se disting ca importantă, pentru că oferă posibilități rapide incontestabile de realizare a educației permanente/pe parcursul întregii vieți.

6 Cf: Cucu G. *Educația și mass media*. București: Licorna, 2000, p. 4-37.

7 *Детское восприятие*. 2013. http://semya.tv/vospitanie_detei/detskoe-vos; *Влияние средств массовой информации на воспитание подрастающего поколения*. <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=443951>.

8 Piaget J. *Psihologia inteligenței*. Traducere din franceză de Dan Răutu. Ed. a 3-a. Chișinău: Cartier, 2008, p. 140.

9 McQuail D., Windahl S. *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*. Comunicare.ro. București, 2001.

10 Petcu M. *Sociologia mass media*. Cluj-Napoca: Dacia, 2002.

11 Cerghit I. *Mass-media și educația tineretului școlar*. București: Ed. Didactică și Pedagogică, 1972, p.39;

12 Crăciun C. *Mass-media ca factor educativ*. www.c-cultural.ro/tradiții/mass-media.pdf, 2009.

EFECTELE POZITIVE ȘI NEGATIVE ALE MEDIA ASUPRA COPILULUI

Evaluarea influenței mijloacelor de comunicare în masă asupra indivizilor constituie, de mai multe decenii, o preocupare majoră a cercetătorilor din diverse domenii. Prof. dr. Ioan Drăgan, Director al Centrului de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare al Universității din București, coordonatorul studiului *Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului*, declară: „În societatea ecranelor și a generației catodice, copiii se formează, în principal, într-un univers al realității televizuale și al comunicării virtuale care devin adevărata lor realitate. O consecință a acestei schimbări istorice de paradigmă constă în riscul pierderii conștiinței diferenței dintre bine și rău.”

Specialiștii români au evaluat, totodată, potențialul mass-media de a constitui un mijloc eficace de educare și modelare a generațiilor tinere, elucidând deopotrivă efectele pozitive și negative ale acesteia în educație. La ele fac referință și un studiu recent de la noi¹³, precum și sondajul privind influența mass-media, realizat de un grup de cercetători din România¹⁴.

Dacă adulții dispun de un fond spiritual relativ cristalizat și, în consecință, sunt capabili să selecteze critic și să asimileze conținutul mesajelor media, conducându-se după un sistem propriu de valori deja constituit, copii, aflați în plin proces de maturizare intelectuală, afectivă, morală și civică sunt mai ușor de influențat în sens negativ. Prin urmare, este necesar de luat în considerare și natura ambivalentă a efectelor media – atât cele pozitive, cât și cele negative – asupra indivizilor în general și a tinerilor în special.

Care ar fi consecințele pozitive? Mass-media și multimedia ajută la **integrarea social-culturală a audientului de toate vârstele**, în special, a copiilor, adolescenților, tinerilor, mai cu seama prin **înlesnirea capacității sale de deprindere a unor roluri civice, familiale, culturale**. Totodată, media întărește sentimentul responsabilității sociale, sentimentul dăruirii, trebuința comunicării, cultivă aspirații, idealuri. Aproximarea dintre oameni, optimizarea relațiilor interumane, în primul rând, apoi promovarea valorilor precum demnitatea, echitatea, generozitatea, ordinea, libertatea, democratizarea culturii, consolidarea democrației, reprezintă alte **efectele pozitive**.

Efectele negative tind să aibă o pondere mai mare și urmează abia să fie analizate și pe palierul impactului multimedia asupra copilului. O primă observație generală, care corespunde și opiniei profesorilor, psihologilor, părinților, este constatarea **consumului de media tot mai ridicat al tinerilor și, mai ales, de televiziune, internet, muzică, mai puțin de reviste corespunzătoare vârstei și cărți**. Această concluzie concordă cu rezultatele cercetărilor și sondajelor din alte țări, mai puțin de la noi¹⁵, și conduce spre convingerea că este posibilă manifestarea unor influențe puternice asupra tinerilor consumatori în cadrul educației informale pe care ei o primesc din experiențele cotidiene repetate și semnificative.

Poziția de receptori, de consumatori media reprezintă situația reală de la care au pornit o investigație relevantă pentru subiectul nostru specialiștii Institutului de Științe ale Educației din București¹⁶. Ei au făcut o analiză comprehensivă privind implicațiile de ordin educativ, care decurg din expunerea prelungită la mesajele media. Din perspectiva construirii sinelui, media este un mediu la care tinerii se raportează constant, **fără ca ei să fie pregătiți pentru a face și a utiliza diferențele dintre realitate, reprezentarea acesteia și virtualitate**. Copiilor, tinerilor trebuie de explicat că mass-media *construiesc* imagini ale realității, în func-

13 Șpac S. *Fundamente pedagogice ale educației pentru mass-media în cadrul colaborării școală-familie (treapta învățământului primar)*. Teză de doctor. Cu titlu de manuscris, C.Z.U.: 37.0:659.3(043.3), IȘE, Ch., 2014, p.43-62. *fundamente pedagogice ale educației pentru mass-media în www.cnaa.md/files/theses/2015/.../silvia_spac_thesis.p...*; Vezi și Silvia Șpac. *Educația pentru mass-media a elevilor din treapta învățământului primar*. Ghid metodologic. Chișinău: Tipogr. Primex COM, 2014.

14 Mass-Media în Educație - Efecte Pozitive și Efecte Negative <https://ro.scribd.com/.../Mass-Media-in-Educatie-Efect...>

15 Sondaje propriu-zise la acest subiect nu am atestat la noi, ci doar o cercetare de referință și monitorizări ale unor difuzori, realizate de CCA la solicitarea unor persoane juridice sau fizice (a se vedea între ultimele *Raportul cu privire la activitatea Consiliului Coordonator al Audiovizualului din Republica Moldova în anul 2015* în <http://cca.md/files/RAPORT%20CCA%202015.pdf>, p.41) sau împreună cu UNICEF și Asociația Presei Independente. Ne referim la sesiunea de monitorizare a buletinelor de știri la acest capitol în 2014. CCA a emis și unele recomandări, care nu întotdeauna sunt respectate.

16 *Educația informală și mass-media*. Coordonatori: Gh. Bunescu, El. Negreanu. București: Institutul de Științe ale Educației, Laboratorul Teoria Educației, 2005. <https://dorinpopa.files.wordpress.com/.../educatia-informala-si-mass-med...>

ție de logica profitului și a divertismentului, de interese diverse, norme de producție variate. La extremă, mass-media abolesc referința la real, devin un construct suficient sieși, o «hyper-realitate».

În timp ce elevii sunt preocupați de a-și intermedia raportarea la realitate prin media, adulții, și mai ales experții, consideră că, prin consumul media, tinerii se îndepărtează de realitatea autentică, că își pierd timpul, chiar, mai grav, că nu mai ajung să-și trăiască vârsta copilăriei, a adolescenței în mod normal. Oferta mediatică este tot mai frecvent de o calitate îndoielnică, datorită mediatizării, în ultima vreme, a personajelor mediocre, vulgare, cu un nivel cultural scăzut, a anti-modelelor, a unor evenimente mondene irelevante, banale, a unor subiecte, filme, jocuri cu mesaj violent.

Există mai mult de 1000 rapoarte, valabile pentru ultimii 50 de ani, care arată impactul violent al mass-mediei asupra copiilor. Studiile din tot mai multe țări întăresc teoria conform căreia există o legătură puternică între violența din mass-media și comportamentul copilului. De asemenea, concluziile studiilor confirmă ipotezele specialiștilor în domeniu, psihologilor și sociologilor: copiii devin imuni la violența pe care o observă în lumea reală, nu le pasă de durerea și suferința altora și, în timp, ajung să creadă că agresivitatea este o stare de fapt, iar violența este un lucru normal și generalizat al vieții de zi cu zi.

O analiză care a fost dată publicității de Consiliul Național al Audiovizualului din România, în luna martie 2012, subliniază faptul că desenele animate se numără printre cele mai brutale emisiuni difuzate la televizor. Potrivit studiului *Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului*, realizat de UNICEF România, CNA și Centrul de Studii Media și Noi Tehnologii de Comunicare din cadrul Universității București, numărul scenelor de violență la care sunt supuși copiii într-o oră variază de la 9 (la TVR1), la 23,4 (la PROTV).

În cazul desenelor animate, potrivit aceluiași studiu, au fost cercetate trei canale pentru copii: Cartoon Network (CN), Jetix (J) și Minimax (MM), timp de o săptămână (5-11 ianuarie 2009), patru ore pe zi. Pe întreaga perioadă monitorizată s-au înregistrat 2005 acte de violență în desenele animate de pe cele trei canale. Media per canal este de 668 acte de violență. Cel mai violent canal, din punct de vedere al frecvenței „pure”, este Jetix-ul, cu 852 de acte, urmat de Cartoon Network, cu 815 acte, și de Minimax, cu 338 acte.

O serie de cercetători (P. Lazarsfeld, M.L. DeFleur și S. Ball-Rokeach) demonstrează că între mass-media și deteriorarea morală a vieții sociale există o strânsă legătură. În sprijinul acestor afirmații, cercetătorii supun atenției o serie de acte antimorale și antisociale la care ar fi incitați copiii, adolescenții și tinerii. Se au în vedere mai ales acele manifestări de conduită care, prin însăși evoluția lor, de la o anumită vârstă se pot impune în viața acestora. Jocul *Balena Albastră*, ce a luat amploare în anul 2016-2017, a avut drept urmare faptul că mai mulți adolescenți din spațiul ex-sovietic s-au sinucis. Acesta demonstrează o dată în plus că riscurile consumului unor produse media cu caracter distructiv pot fi chiar fatale atunci când spațiul media nu este reglementat din punct de vedere legislativ, sub aspectul securității mediatică, iar părinții și profesorii nu cunosc nimic sau cunosc puțin despre preocupările virtuale ale copiilor.

Jean Rousselet aduce și alte date privind efectul media asupra copilului și tânărului: „unii copii, decepționați de a descoperi odată cu vârsta o lume foarte diferită de cea prezentă pe ecrane, se răzvrătesc și caută să prelungească în viața de fiecare zi ficțiunile cu care au fost obișnuiți. Refuzând să se integreze în societate, ei se străduiesc să o modeleze după imaginea care li s-a arătat și, în mod inevitabil, intră în conflict cu toți cei care nu împărtășesc vederile lor romantice.”¹⁷ Astăzi putem reproșa nu doar televiziunii, radioului, ci, mai cu seamă, conținuturilor multimedia faptul că au ca efecte crearea și satisfacerea unor false nevoi spirituale, aplatizarea și uniformizarea personalității, a opiniilor și a gusturilor indivizilor, căci fluxul constant și lipsit de diferențieri al mesajelor sale este acceptat fără prea multe rezerve critice.

În ceea ce privește violența de care aminteam¹⁸, agresivitatea și imoralitatea la copii, majoritatea cercetărilor au concluzionat că originea acestora trebuie căutată mai întâi de toate în raporturile lor personale cu părinții, cu familia, cu grupurile din care fac parte, cu școala, cu societatea. Aceștia ar fi factorii principali, media venind doar să le întărească¹⁹ și să contribuie la desensibilizarea la violență.

17 Apud *Mass-Media în Educație - Efecte Pozitive și Efecte Negative* <https://ro.scribd.com/.../Mass-Media-in-Educatie-Efect...>

18 Huesmann L.R., Eron L. *Violența la televizor*. <http://www.ucla.edu/cufrec...ne/violence/iid.htm>.

19 Drăgan J., Ștefănescu P. (coord.), Povară A., Velicu A. *Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului*. București: Vanemonde, 2009. <http://cna.ro/IMG/pdf/Reprezentarea-violentei-1>

Concluzionând, utilizarea excesivă a mijloacelor de utilizare de masă, îndeosebi la o anumită vârstă, aceea de formare a personalității, conduce la pasivitate și comoditate în gândire, la căutarea unor forme facile, superficiale de informație culturală, la anihilarea spiritului critic și a independenței în gândire, la mediocritate estetică și morală. Dependenta față de media duce și la oboseală, stres, depresii, scăderea rezultatelor școlare și influențează vocabularul tinerilor (prin folosirea unor cuvinte nepotrivite, în emisiuni dedicate acestora și nu numai), precum și comportamentul lor în ansamblu. Dependența indică, totodată, lipsa de opțiuni și priorități, de autocontrol, absența unui proiect de viață, un eșec educațional în plan formal și informal, de care se fac responsabili părinții și profesorii, atunci când vorbim de copii.

În altă ordine de idei, se impune să mai reținem un moment. Potențialul educativ pe care ar putea să-l ofere mass-media și multimedia este conceput, organizat, utilizat de către adulți în corespondență cu propriile nevoi, așteptări și beneficii. Mai puțin sau chiar deloc se ține seama de nevoile de dezvoltare sănătoasă ale vârstei tinere. Abandonarea copiilor în fața televizorului²⁰ și, mai recent, în fata computerului²¹, tabletei, telefonului mobil, substituirea funcțiilor de comunicare tradițională și de petrecere a timpului liber în raporturile directe cu adulții din familie, cu educatorii din școală sau cu tinerii de aceeași vârstă reprezintă, așadar, consecințe pe care societatea, școala, familia, mai cu seamă, trebuie să le conștientizeze și să le contracareze sau înlăture.

EDUCAȚIA PENTRU MEDIA ȘI MISIUNEA ȘCOLII

Într-o societate dominată de media, școală are din ce în ce mai mult funcția nu numai de transmitere a informației, ci și cea de selecție, structurare și sistematizare a informației. Iată ce relevă cercetările amintite anterior, care includ și chestionare sugestive despre nivelul de pregătire al actorilor mediului educațional și educabililor în valorificarea produselor media²²:

- **Profesorii** cunosc impactul pe care mass-media îl are asupra elevilor, recunosc că este nevoie de o educație în acest sens, însă nu sunt foarte implicați sau suficient de pregătiți în ceea ce privește *educația pentru folosirea rațională a mass-media/multimedia*²³. Aceștia trebuie instruiți fie la etapa de formare inițială, fie la cursurile de formare continuă despre cunoașterea posibilelor disfuncții ale comunicării mediatice și identificarea modalităților de prevenire și corecție a efectelor indezirabile asupra personalității elevilor.
- **Părinții** cunosc faptul că nu toate programele TV, jocurile la calculator și informațiile din internet sunt benefice copiilor. Mulți dintre ei, însă, nu sunt destul de conștienți de efectele acestora și nu acordă o mare atenție programului pe care copiii lor îl au în fiecare zi, produselor media consumate, prietenilor cu care se întrețin în spațiul virtual.
- **Copiii** nu știu să aleagă programele TV la care să se uite, jocurile, filmulețele la calculator și informațiile relevante pentru vârsta lor din internet și o fac, deseori, din lipsă de ocupație și ghidare adecvată din partea adulților. Acest lucru se datorează, în parte, profesorilor care nu îi îndrumă și părinților care fie sunt lipsă, fie nu se ocupă îndeajuns de mult de educația lor sau nu au pregătirea necesară pentru a-i ghida adecvat în utilizarea corectă a mass-media.

Prin demersul său instructiv-educativ complex, inter- pluri- și transdisciplinar, școala trebuie:

- să dezvolte la elevi spiritul critic,
- să promoveze capacitatea de discernământ și de judecată față de un limbaj atât de echivoc cum este acela audio-vizual, să nu accepte fără un examen critic tot ceea ce citește, ce aud, ce văd copiii,

20 Virgiliu Gh. *Efectele micului ecran asupra minții copilului*. București: Podromus, 2007; Gheorghe V. *Efectele televiziunii asupra minții umane*. București: Evanghelismos, 2005. 89 p.

21 Дусь Р.А. *Ребенок и компьютер* <http://semy@semya.tv>

22 Cf.: Șpac S. *Idem*, p. 86-97; *Mass-media în educație. Efecte pozitive și efecte negative*. București: Academia de Studii Economice, 2011. <https://ro.scribd.com/.../Mass-Media-in-Educatie-Efect...>; *Educația informală și mass-media*. Coordonatori: Gh. Bunesu, El. Negreanu. București: Institutul de Științe ale Educației, Laboratorul Teoria Educației, 2005. <https://dorinpopa.files.wordpress.com/.../educatia-informala-si-mass-med...>

23 Albușescu I. *Idem*. p.169-176.

- să-i ajute pe educabili să-și însușească criteriile de apreciere, ierarhizare și selecție, de evaluare și sintetizare a tot ceea ce este calitativ din avalanșa informațională,
- să găsească mijloace și modalități prin care să contraargumenteze dorința tinerilor de a întrebuința informațiile în scopuri antisociale etc.

Acest demers configurează conținutul noii educații pentru mass-media, stipulată și în documentele elaborate și promovate de UNESCO, de la 1950 încoace, cu denumirea **Educația pentru comunicare și pentru mass-media**, alături de alte deziderate/ componente ale educației sau noi tipuri de conținuturi: educația pentru mediu, educația pentru sănătate, educația pentru democrație, educația pentru șanse egale, educația interculturală, educația pentru familie, educația economică ș.a., care au apărut ca răspuns la sfidările problematicei lumii contemporane²⁴.

Alfabetizarea/educația pentru media a devenit, prin urmare, o necesitate imperioasă din raționamentele expuse deja. Școala trebuie să răspundă acestei provocări, asumându-și într-un mod mai hotărât:

1. misiunea sa educativă prin a transmite mesaje, a se concentra pe furnizarea instrumentelor culturale necesare elaborării de către elev a propriei sale etici. Fără competența axiologică nu există însă posibilitatea de fixare a competenței media²⁵. Dobândirea competenței media este posibilă prin maximizarea implicațiilor educaționale ale receptării mediatice și prin comunicarea didactică despre mass-media și multimedia;

2. promovarea unei instruirii analitice și sistematice, centrată pe valorile existenței autentice, să se ocupe nu numai de informare, ci și de formarea viitorilor cetățeni, capabili de auto-educație, o comunicare reală și comuniune socială.

Și documentele naționale precum *Codul Educației din Republica Moldova* (2014), *Strategia de dezvoltare a educației pentru anii 2014-2020 „Educația-2020”* (2014), elaborate de Ministerul Educației al Republicii Moldova, au ca obiective generale asigurarea dezvoltării durabile a sistemului educațional, în vederea formării unei personalități integre, active, sociale și creative, inclusiv prin valorificarea direcțiilor strategice și a acțiunilor prioritare de facilitare a creării rețelelor de comunicare, de schimb de bune practici, de dezvoltare a competențelor digitale în procesul educațional, asigurarea educației parentale eficiente și promovarea parteneriatelor pentru educație, inclusiv cu mass-media.

Reținem că literatura de specialitate delimitează între **educația prin și pentru mass-media**, care se confundă frecvent. Se impune extinderea domeniului prin includerea multimedia în acest demers și operarea cu conceptele **educația prin media și pentru media**.

Educația prin media poate fi înțeleasă în sens restrâns ca reprezentând emisiuni, articole, rubrici educative, produse media care au proiectată această finalitate în mod explicit, de exemplu, emisiunile pentru învățământul la distanță, lecțiile de limbi străine, dans, culinarie ș.a. Ele se pot încadra la educația nonformală și informală²⁶.

Realizarea unei **educații mai bune prin media** este/poate fi facilitată și de:

- promovarea valorilor autentice de către profesioniști;
- aplicarea deontologiei profesionale, adoptarea de reglementări privind difuzarea produselor cu influență negativă asupra copiilor și a tinerilor;
- reducerea condiționării datorată intereselor comerciale, prin promovarea televiziunilor necomerciale;
- formarea și perfecționarea continuă a jurnaliștilor;
- programe educative atractive, asemănătoare cu inițierea muzicală făcută de Leonard Bernstein;
- explicarea și comentarea produselor media de către un specialist în domeniu ș.a.

Educația pentru media, în sens restrâns, se referă tradițional la pregătirea tinerilor pentru a lucra în domeniul mass-media și multimedia sau pentru a înțelege tehnicile de elaborare a produselor din mass-media.

Disciplina noastră, **Educație pentru media**, derivă din sensul larg al termenului și prevede o **educație pentru a înțelege și a utiliza rațional** nu numai **mass-media** tradițională, noile media, ci și **multimedia** și se referă la procesul de accesare, analiză, evaluare și creare a mesajelor într-o varietate de moduri, genuri și forme mediatice. Acest demers folosește un model instrucțional bazat pe cercetare, care încurajează oamenii să pună întrebări în legătură cu ceea ce urmăresc la televizor, radio, citesc sau ascultă online. Educația pentru media urmărește dezvoltarea unei culturi mediatice și furnizează oamenilor unelte/instrumente prin care:

24 Guțu VI. *Pedagogie*. Chișinău: CEP USM, 2013, p.144-168; *Educația în domeniul mass-media în mediul digital*. Recomandarea, 2009. http://europa.eu/legislation_summaries/inform.

25 Facem referință la Toma, Mircea (coord.): *Competența în mass-media. Manual pentru liceu - curs opțional*. București: Humanitas Educațional, 2004; Buteanu I., Chirișescu D., Ficeac B. et. al. *Mass-media. Manual pentru liceu*. București, 2000, p. 6-24.

26 A se vedea Bunescu Gh., Negreanu El. *Educația informală și mass-media*. București, 2005.

- să analizeze în mod critic mesaje;
- să detecteze propaganda, cenzura sau discriminarea (inclusiv motivațiile acestor acțiuni) din știri sau alt gen de programe publice audio-vizuale și online;
- să înțeleagă modul în care anumite trăsături structurale – cum ar fi distribuirea mijloacelor de producție și modelul de finanțare – pot să afecteze informația prezentată.

Cultura mediatică este o extensie a culturii generale. Transformând procesul de consumare a mesajelor media-tice într-o activitate critică și activă, elevul de astăzi – cetățeanul de mâine – conștientizează mai bine potențialul de manipulare al mass-media (mai ales prin publicitate și tehnici asociate relațiilor publice). De asemenea, este asigurată o mai bună percepție și înțelegere a rolurilor pe care mass-media și media participativă le joacă în construirea unei viziuni a realității.

Realizarea unei **educații mai bune pentru media** este/ poate fi facilitată și prin:

- consum cultural de calitate, variat și compensatoriu față de ceea ce oferă mass-media și multimedia; prevenirea unilateralizării și a dependenței de anumite produse media. Re-descoperirea lecturii, îndrumarea către produse artistice care să cultive și compasiunea, solidaritatea umana, căldura;
- activități organizate în școală, împreună cu specialiști din mass-media și din învățământul superior de specialitate;
- unitatea factorilor răspunzători de educația tinerilor (familie, școală, biserică, ONG-uri pentru tineri), pentru o implicare concertată în luarea de atitudine față de nocivitatea unor emisiuni, publicații, față de limbajul incorect, vulgar, denigrator;
- utilizarea de către profesori a canalelor mass-media și multimedia, pentru a forma spiritul critic cu privire la consumul de media;
- pregătirea adecvată a cadrelor didactice și inițierea părinților în fenomenul extins al media cu impactul său pozitiv și negativ în dezvoltarea individului.

„Școlarizarea” părinților este deosebit de utilă în acest sens, deoarece ei au posibilitatea:

- să verifice zilnic emisiunile TV urmărite de copii și să reducă, atunci când este cazul, timpul de vizionare, în favoarea altor tipuri de activități cotidiene;
- să hotărască de comun acord cu copii – în conformitate cu vârsta și cu interesele lor – ce merită a fi urmărit din întreaga gama de oferte;
- să-i convingă pe copii că este nevoie de selectivitate, evitându-se astfel acele mesaje care pot provoca efecte nedorite;
- să vizioneze emisiunile împreună cu copiii și să inițieze discuții asupra conținutului receptat, în care aceștia sunt încurajați să-și exprime propriile păreri;
- să le inducă o atitudine critică față de conținuturile receptate;
- să-i îndrume pe copii spre alte modalități de distracție și relaxare în timpul liber.

Succesul unor astfel de demersuri este relativ, condiționat fiind de o serie de variabile: nivelul de educație al părinților, gradul în care se implică și timpul disponibil, situația familială etc. De aceea, sarcina de a asigura în mod riguros și sistematic educația consumatorului de mesaje mediatice și de a oferi soluții pentru depășirea problemelor pe care le ridică „școala paralelă” revine cu deosebire instituției școlare.

Dezideratul introducerii **educației pentru media** în școală, incluzând aici atât mass-media, cât și multimedia, este, așadar, unul imperativ. Această nouă educație va contribui la formarea și cultivarea capacității de valorificare culturală a informației furnizată de presa scrisă și online, radio, televiziune, internet etc., în condiții de diversificare și de individualizare, care solicită o evaluare pedagogică responsabilă, raportată la scara valorilor sociale, observă just cercetătorii I.Bontăș și L.Cuznețov²⁷. Concomitent cu formarea culturii de valorificare a media la tânăra generație este, însă, necesar, opinează în acest sens și reductibilul pedagog S. Cristea²⁸, să inițiem și persoanele de toate vârstele în perspectiva educației permanente/pe tot parcursul vieții, care în sec. XXI a devenit o direcție de evoluție a activității de formare-dezvoltare a personalității.

27 Bontăș I. *Tratat de Pedagogie*. București: ALL Educațional, 1996, 315 p.; Cuznețov L. *Educație prin optim axiologic*. Chișinău: Primex-com SRL, 2010, 159 p.

28 Cristea S. *Fundamentele științelor educației. Teoria generală a educației*. Chișinău: Litera Educațional, 2003, p.206.

Cadrul normativ în domeniu referitor la educația pentru media și impactul media asupra minorilor

A. PE PLAN EUROPEAN

- Rezoluția Parlamentului european privind educația în domeniul mass-media într-o lume digitală, adoptată în 2008. Competența media, prevede aceasta, ar trebui să o stăpânească toate categoriile de oameni pe durata vieții lor, pentru a le ajuta să utilizeze eficient și creativ mass-media. Educația pentru media ar trebui să fie o parte componentă a educației formale pentru toți studenții, iar în programul de formare a cadrelor didactice ar trebui să fie incluse module obligatorii de educație pentru media.
- *Towards Information Literacy Indicators* (Indicatori pentru o cultură informațională). Paris: UNESCO, 2008.
- *Understanding Information Literacy: A Primer* (Înțelegerea culturii informaționale: Abecedar). Paris: UNESCO, 2008.
- *European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world* (Rezoluția Parlamentului European din 16 decembrie 2008 despre educația pentru media într-o lume digitală) (2008/2129(INI)). 16 December 2008 – Strasbourg.
- *Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education* (*Agenda de la Paris sau cele 12 Recomandări pentru Educația Media*), 2007. *Agenda de la Paris*, adoptată de UNESCO, include în cele douăsprezece recomandări pentru educația media, inclusiv integrarea acestui tip de educație în formarea inițială a cadrelor didactice, elaborarea unor metode eficiente de predare a noii educații, mobilizarea tuturor părților interesate în serviciile educaționale și sociale.
- *Recommendations "Youth Media Education"* (*Recomandări „Educația Media pentru Tineri”*), Seville: UNESCO, 15-16 February 2002.
- *UNESCO Youth Media Education Survey* (Sondajul UNESCO *Educația Media pentru Tineri*), 2001.
- *Media education. Recommendation of Council of Europe* (*Educația Media. Recomandările Consiliului Europei*), 2000.
- *Медиаобразование в цифровую эпоху*. Вена, ЮНЕСКО, 1999).
- *Грюнвальдская декларация по медиаобразованию*. UNESCO, 1992.
- *New Directions in Media Education* (*Noi direcții în Educația Media*), 1990.
- *Convenția cu privire la drepturile copilului adoptată de Adunarea Generală a Organizației Națiunilor Unite la 20 noiembrie 1989* (republicată în Monitorul Oficial nr. 314 din 13 iunie 2001). Art.17 stipulează: „Statele-părți vor recunoaște importanța funcției îndeplinite de mijloacele de informare în masă și vor asigura accesul copilului la informație și materiale provenind din surse naționale și internaționale, în special cele care urmăresc promovarea bunăstării sale sociale, spirituale și morale și a sănătății sale fizice și morale”.

B. PE PLAN NAȚIONAL

- *Legea cu privire la protecția copiilor împotriva impactului negativ al informației* nr. 30, din 07.03.2013, în vigoare din 05.07.2013.
- *Ghidul de bune practici jurnalistice. Protecția minorilor în mass-media*, 2012.
- *Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova (redacție nouă)*, 2011.

- *Deciziile Consiliului Coordonator al Audiovizualului:*
 - a) *Cu privire la aplicarea semnelor de avertizare în cadrul serviciilor de programe televizate nr. 44, din 30.03.2010 (în vigoare până la data de 24.08.2012)*
 - b) *Cu privire la clasificarea programelor audiovizuale în scopul protecției copiilor nr. 98, din 19 iulie 2012 (publicată în MO nr. 177-180, art. nr. 1080, din 24.08.2012)*
 - c) *Cu privire la respectarea drepturilor și protecția copilului în programele audiovizuale nr. 99, în 19 iulie 2012 (publicată în MO nr. 177-180, art. nr. 1081, din 24.08.2012)*
- *Codul audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260 din 27.07.2006, art. 6 a, art.11 a, art.12*

(12) Publicitatea televizată și teleshopping-ul televizat nu trebuie să provoace nici o daună morală, fizică sau intelectuală minorilor și, în special:

- a) *să nu instige în mod direct minorii să cumpere un produs sau serviciu, prin exploatarea lipsei de experiență sau a credulității acestora;*
 - b) *să nu încurajeze în mod direct minorii să-și convingă părinții sau alte persoane să cumpere bunurile sau serviciile care fac obiectul publicității;*
 - c) *să nu exploateze încrederea specială pe care minorii o au în părinți, profesori sau în alte persoane;*
 - d) *să nu implice în mod nejustificat minori în situații periculoase.*
- *Legea privind drepturile copilului nr.338, din 15.12.1994.*

Vocabular. Concepte-cheie

Actor – Persoana care joacă un rol într-un film, pe scenă sau într-o producție televizată.

Adresă electronică – O adresă utilizată pentru transmiterea mesajelor în spațiul online, alcătuită din numele utilizatorului sau **username** și **site-ul** pe care se creează adresa de email sau **gazda**.

Animator – Persoană care realizează animații prin desene sau utilizând computerul, pentru a crea filme de animație.

Animație – Procesul de filmare a mișcării succesive a imaginii într-un film de animație.

Audioconferință – Modalitate virtuală de comunicare prin care se realizează schimbul instant de informații pe cale auditivă, folosind mijloace precum telefonul.

Audiovizual – Mijloc de informare și comunicare care se bazează pe perceperea auditivă și vizuală (radio și televiziune).

Audiență – Receptivitate. Un post de radio poate avea o mare audiență (mulți ascultători interesați). „A avea audiență” înseamnă a fi bine primit de public. În audiovizual – măsurarea numărului de ascultători sau telespectatori care urmăresc un canal mediatic.

Articol – Material publicistic în care autorul expune informații cu caracter politic, social științific ș.a. De mai mici sau mai mari dimensiuni, un articol prezintă punctul de vedere al redacției (articol de fond), anumite principii (articol program, apărut în primul număr al unei publicații noi) sau dezvoltă un subiect fie în formă de știre, fie în formă de reportaj. Articolul poate avea un caracter descriptiv sau analitic.

Carte electronică (e-book) – Echivalent digital al unei cărți tipărite pe suport de hârtie. Se poate citi pe computer (folosind un CD-ROM), pe ecranul unora dintre telefoanele mobile sau pe dispozitive speciale de lectură, stabile ori portabile, precum și pe Internet.

Chat – Metodă de comunicare virtuală prin care se face schimb instant de informații.

Cinefil – Persoană amatoare de filme care frecventează des spectacole cinematografice.

Computer – Aparat electronic dotat cu memorie și cu multiple mijloace de analiză și prelucrare a informației.

Comunicare de masă – „orice formă de comunicare în care mesajele, având un caracter public, se adresează unei largi audiențe, într-un mod indirect și unilateral, utilizându-se o tehnologie de difuzare”. Astăzi, caracterul unilateral este diminuat prin încercarea de a susține o relație de interacțiune între cele două părți prin feed-back.

(Van Cuilenburg, *Știința comunicării*. București, 1998)

Comunicare mediată – Comunicarea realizată prin telefon, calculator, tabletă ca instrumente de mediere, între grupuri de oameni mai puțin numeroase. Această formă de **comunicare** se numește și **virtuală** și poate fi de mai multe tipuri: **video + audio** sau **videoconferință**; **audio conferință**; **chat-ul**; **email-ul**.

Consola de jocuri – Un tip de calculator interactiv, destinat exclusiv jocurilor virtuale.

Controllerul – Element important al consolei cu ajutorul căruia utilizatorul dă comenzi și interacționează cu obiectele de pe ecran.

Consum mediatic – Cantitate de informație primită și timpul de interacțiune petrecut de o persoană în spațiul media.

Clip – Suită de imagini multimedia, de animație sau film video cu rol ilustrativ, publicitar etc., difuzată pe o secvență de scurtă durată. Clipul poate însoți o melodie sau poate fi o reclamă.

Critic de film – Persoana care scrie despre filme, la scurt timp după apariția acestora, le recenzează scriind despre conținut, personaje și detalii despre film în general. Criticii de film depășesc însa acest nivel superficial, analizând scenariul, regia, performanțele actoricești, precum și detaliile tehnice care țin de modalitatea de filmare, de editare și de montare.

Cultură de masă – Termen care definește „nu faptul că este cultura maselor sau că este produsă pentru a fi consumată de mase, ci faptul că ei îi lipsește atât caracterul reflexiv și subtilitatea culturii „înalte” a elitelor sociale, culturale și academice, cât și simplitatea și concretețea culturii folclorice din societatea tradițională”.

Consecință a **culturii de masă**, este standardizarea produsului, simplificarea conținuturilor, eliminarea dimensiunilor intelectuale în favoarea atributelor afective, accesibilității și valorizarea după criteriul economic, adică profitul. Aceasta se orientează în funcție de preferințele „omului mediu” (Adolphe Quetelet). Din această cauză, unii teoreticieni preferă noțiunile de **tehnici de difuzare colectivă, canale de difuzare colectivă** pentru noțiunea **cultura de masă**.

(Adaptat după Coman M.

Introducere în sistemul mass-media. Iași, 1999)

Dedicație – Text reverențios, măgulitor, înscris de un autor pe exemplarul oferit unei persoane, din proprie inițiativă sau la cererea unui cumpărător. Autorii dau dedicații cu prilejul lansării lucrării. Dedicatia semnată de o personalitate sporește valoarea exemplarului. Multe dedicații sunt convenționale, mai ales atunci când autorul este solicitat de necunoscuți. De obicei, în asemenea cazuri el se limitează să acorde un autograf (semnătură). În istoria cărții se cunosc numeroase dedicații ample, ditirambice, pentru principii, protectori, academicieni. Genul s-a cultivat și la români, în aceeași manieră, de la începutul secolului al XIX-lea până în prezent. Este o comunicare deseori formală, fără substanță reală în relația interpersonală. Uneori dedicația poate fi originală, inventivă, amuzantă, folosind citatul, jocul de cuvinte, aluzia.

Divertisment – Distracție ușoară, petrecere plăcută, care nu implică niciun efort intelectual și nicio dificultate. Masele și elitele apreciază varietatea formelor de divertisment, după nevoile specifice. Mass-media și industriile culturale oferă o gamă largă a divertismentului: publicații, emisiuni, concursuri.

Documentare – Activitate de informare, ce presupune consultarea diferitelor surse și instrumente de informare și etape de aprofundare a cunoașterii. Implică tehnici de muncă intelectuală și face parte dintr-un demers științific, de cercetare sau de elaborare a unui produs media.

Email – Cale de comunicare virtuală (corespondență) prin care se face schimb de informații, documente, imagini dar nu într-un mod instant. Între emiterea și receptarea mesajului poate interveni un decalaj de timp.

Emitător – Persoana, un grup sau o organizație, indiferent de dimensiunea, domeniul de activitate, poziționarea geografică sau politicile promovate, al cărei rol este de a comunica un mesaj receptorului prin intermediul canalelor de comunicare (poșta electronică, televiziunea, radioul, telefonul mobil etc. Emitatorul, reprezintă, de obicei, un grup de persoane profesioniste (ziariști, jurnaliști TV sau radio) și este producătorul de mesaje, dar poate fi și un neprofesionist care transmite mesaje virtuale.

Emisiune – Comunicare de masă transmisă sub o anumită formă, după un anumit program, cu un anumit scop (informativ, educativ, cultural, de interpretare), pe o anumită durată, prin radio sau televiziune. Implică un producător, un realizator și colaboratori/invitați. Poate avea una sau mai multe rubrici și poate fi permanentă sau ocazională (ex. emisiuni de știri, de divertisment, emisiune culturală, muzicală).

Ecran – Suport din diferite materiale (pânză, sticlă, hârtie) pentru proiecția unei imagini. Din acest cuvânt derivă termenul **ecranizare**, transpunerea pe ecran a unei opere literare prin realizarea unui film. Scenariul acestuia urmează, în linii generale, mai mult sau mai puțin fidel, structura textului.

Ediție – În presă - numerele identice ale unui periodic („în ediția de azi a ziarului local”). Unele ziare pot avea mai multe ediții într-o zi, cu segmente diferite, în edițiile locale, din provincie. Există publicații internaționale care au ediții în diferite limbi, cu elemente ce se referă la țara pentru și în care se realizează ediția (de exemplu, revista *National Geographic România*). În anumite situații festive, de o importanță neobișnuită, apar ediții speciale, cu tiraje suplimentare ale publicației.

E-book (de la englezescul „electronic book”) – Fișier electronic digital ce conține textul și imaginile unei cărți, iar uneori chiar clipuri video.

E-reader – Dispozitiv special creat pentru citirea cărților electronice, care cuprinde simultan o mare cantitate de informație. Se pot folosi la afișarea nu numai a cărților electronice, dar și pentru ziare, reviste, chiar pagini web.

Fim artistic – Producție cinematografică care prezintă, de regulă, o istorie inventată, cu eroi

imaginari, fiind o sursă de divertisment pentru spectator.

Film documentar – Producție cinematografică, bazată pe documente și cercetări, care prezintă fapte reale și lucruri interesante din viață, cu scopul de a-l informa pe spectator.

Forum de discuție – Grupuri de discuție online, alcătuite din utilizatori care împărtășesc teme de interes comun.

Fotogramă – Parte a peliculei de film animat care constituie o imagine completă a desenului.

Funcție – Contribuția pe care un element o aduce la satisfacerea unei cerințe a sistemului din care face parte, determinând menținerea și dezvoltarea acestuia.

Generic – Partea de la sfârșitul unui film în care sunt indicate numele tuturor actorilor care fac parte din distribuție, realizatorii lui, informații referitoare la coloana sonoră, locațiile și serviciile care au stat la baza filmării producției respective.

Interviu – Un produs al genului publicistic, implicând două persoane, constând dintr-o succesiune de întrebări și răspunsuri referitoare la o anumită tematică. Autorul principal al unui interviu este ziaristul care urmărește coerența dialogului, lăsându-și interlocutorul să-și exprime opiniile (amintirile, declarațiile) și dirijând ori nuanțând comunicarea.

Informație – Fiecare dintre elementele noi, în raport cu cunoștințele prealabile, cuprinse în semnificația unui simbol sau a unui grup de simboluri (text scris, mesaj vorbit, grup de imagini, indicație a unui instrument etc.).

(*Dicționar enciclopedic*)

Informațiile personale – Totalitatea datelor ce includ numele, prenumele, data și anul nașterii, vârsta, adresa unde locuiește, numărul de telefon, numele membrilor familiei, pozele unei persoane etc..

Joystick – Orice dispozitiv care permite manevrarea de la distanță a camerei de luat vederi. Operarea de la distanță a acesteia presupune control manual și o programare computerizată în prealabil.

Lectură – Act comunicațional de receptare a unui mesaj scris. Pasiv sau activ, în măsura în care cititorul interpretează comunicarea, acest act poate fi non-verbal (lectură individuală, mentală) sau

verbal (lectura pentru o persoană care, dintr-un motiv oarecare, nu poate citi, lectura colectivă). Lectura colectivă a fost o practică specifică societăților cu puțini membri alfabetizați și s-a dezvoltat în cadrul vieții comunitare, mai ales în secolul al XIX-lea.

Login – Numele de cont cu care o persoană se identifică în spațiul online.

Gazetă – Periodic – revistă sau ziar (din francezescul „gazette”). Termenul era folosit frecvent la începutul presei românești, mai rar astăzi. După instalarea regimului comunist, în toate întreprinderile au fost introduse gazetele de perete, panouri de afișaj cu câteva spații în care erau expuse articole manuscrise ori dactilografiate și caricaturi sau fotografii, ce ilustrau viața profesională, socială și culturală internă. Articolele erau informative, laudative sau critice și, în mentalitatea epocii, puteau recompensa pe cineva sau îi puteau prejudicia imaginea.

Internet – Rețea informatică de proporții, creată prin intermediul calculatorului. Cuvântul „internet” provine din îmbinarea artificială și parțială a două cuvinte englezești: inter- connected = interconectat și network = rețea. Internetul este considerat a fi principalul vector al „noilor media”, „social media” și principalul mijloc de creare a spațiului virtual, fiind unul dintre elementele centrale de analiză ale noilor media în relație cu virtualitatea.

Internetul este, așadar, o rețea unitară de computere și alte dispozitive cu adrese computerizate, toate conectate între ele și operând coordonat, grație unui ansamblu standardizat de protocoale de transfer de date. Se confundă adesea noțiunea de internet cu cea de WWW (World Wide Web). Ele nu sunt însă același lucru, căci WWW este numai una dintre aplicațiile internetului (e-mail-ul, de pildă, este alta). WWW este un sistem de documente hipertext interconectate, ce pot fi accesate prin internet. **Web** (< engl. *web/ueb/* cu sensul de pânză) – Sistem hipermedia care permite accesul la internet.

Magazin – Gen de revistă, eclectică sau specializată, bogat ilustrată, de mare tiraj, pentru consum popular. S-a dezvoltat de la începutul secolului al XVIII-lea, îndeosebi în Anglia și SUA, dar și în alte țări din Europa. După tematică și publicul

țintă, există diferite genuri: magazin pentru toată familia, pentru femei, pentru bărbați, tineret, reviste de informatică, sportive ș.a.

Manșetă – (În presă). Text de mici dimensiuni ce rezumă o știre din cuprinsul periodic. Este imprimat de obicei pe prima pagină a unui ziar, cu caracter de literă distinct față de acel al articolului la care se referă. Are un rol de atenționare.

Manipulare – Acțiune prin care un actor social (persoană, grup, colectivitate) este determinat să gândească și să acționeze într-un mod compatibil cu interesele inițiatorului și nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune care distorsionează intenționat adevărul, lăsând însă impresia libertății de gândire și decizie. Influențarea opiniei publice printr-un ansamblu de mijloace (presă, radio, televiziune) prin care, fără a se apela la constrângeri, se impun acesteia anumite comportamente, cultivându-i-se impresia că acționează în concordanță cu propriile interese.

(Dicționar enciclopedic)

Masă – „Un conglomerat uriaș de oameni, care nu se cunosc între ei, nu se află în relații de proximitate spațială, nu comunică, nu au valori și scopuri comune și pe care nu-i leagă decât un singur lucru – consumul aceluiși produs cultural, distribuit pe scară largă prin tehnologiile moderne.”

(Coman M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași, 1999)

Mass-media (sau **mediile**) – Termen care desemnează ansamblul mijloacelor și modalităților tehnice moderne de informare și influențare a opiniei publice, cuprinzând radioul, televiziunea, presa, edituri, internetul (new media) etc. Sinonim relativ cu expresia **comunicare de masă**, înțeleasă ca mesaje și procese de comunicare, și **mijloace de comunicare** (instrumentele comunicării, mijloacele tehnice de transmitere a mesajelor).

Termenul **mass-media** s-a format prin sinteza dintre cuvântul anglo-saxon „mass”, cu sensul de masă, căruia i s-a adăugat latinescul „media”, cu forma sa de plural, însemnând mijloace, suportul mijloacelor transmise. Prin urmare, mijloacele media sunt, în general, definite ca „suporturi tehnice care servesc la transmiterea mesajelor către un ansamblu de indivizi”.

Cu ajutorul acestor mijloace, se stabilește o relație de comunicare între creatorul de mesaje și receptor. Numele de **comunicare mediată** se datorează faptului că acel instrument de mediere permite unuia sau mai multor emițători să difuzeze informații către unul sau mai mulți receptori. Altfel spus, medierea se referă la „acele suporturi care se interpun în actul comunicării, între emițător și receptor”.

Media – Suport, mijloc. Mass-media desemnează mijloacele de comunicare în masă (presă, radio, televiziune). Deși este o formă de plural, în limba română este simțită ca formă de singular, deși există tendința de a se folosi un plural: mediile (ca pluralul de la mediu, care înseamnă spațiu-natural, cultural, social, înconjurător).

Moderator – Persoană care conduce o comunicare de grup într-o situație comunicațională dată (dezbateri, masă rotundă, emisiune cu mai mulți participanți). Moderatorul dirijează discuțiile, dezamorsează eventualele conflicte când acestea depășesc limita admisă în situația dată, eventual formulează concluziile. El acționează ca mediator între participanții direcți și între aceștia și public.

Monitor – Ecran pe care se afișează textele, imaginile, filmele; aparat de control al unei instalații de telecomunicații, care urmărește imaginea proiectată de aparatele de luat vederi.

Megafon – Ansamblu format dintr-un amplificator și un difuzor, de forma unei pâlnii, folosit pentru transmiterea la distanță a comenzilor; portavoce prin care regizorul transmite indicațiile actorilor și tuturor echipei de pe platourile de filmare.

Mesajul produsului media – Conținutul de idei, atitudini, emoții și trăiri pe care le interiorizează într-o manieră profund personală un receptor (cititor, radioascultător, telespectator etc) în raport cu tema valorificată prin subiectul oricărui produs media: film, emisiune, piesă muzicală, reclamă, articol etc.

Microfon – Aparat care transformă vibrațiile sonore în oscilații electrice, folosit în cinematografie, radioteleviziune și în telecomunicații.

Monitorul – Ecran pe care se afișează textele, imaginile, filmele.

Motor de căutare – Un apelabil program căutător, care accesează Internetul în mod automat și frec-

vent și care stochează titlul, cuvinte cheie și, parțial, chiar conținutul paginilor web într-o bază de date. În momentul în care un utilizator apelează la un motor de căutare, pentru a găsi o informație, o anumită frază sau un cuvânt, motorul de căutare se va „uita” în această bază de date și, în funcție de anumite criterii de prioritate, va crea și afișa o listă de rezultate (engleză: hit list).



Cele mai utilizate motoare de căutare sunt Google, Yahoo, Baidu, Bing, Ask și AOL, Яндекс ș.a. În

topul preferințelor utilizatorilor este în prezent Google, care ne poate ajuta să găsim nu numai site-uri, ci și imagini, locații, cărți și multe alte elemente grație numeroaselor filtre introduse. Există chiar și Google Scholar, o variantă a motorului de căutare, care se concentrează asupra materialelor științifice care au fost revizuite de către cercetători sau profesori. Google Scholar este perfect pentru cei care vor să alcătuiască o lucrare științifică și pentru cei care caută materiale pentru o dezbatere.

Mouse – Dispozitiv acțional manual care transmite comenzile utilizatorului către computer, prin deplasarea cursorului grafic pe ecran. Numele de mousse (rom.: șoarece), de origine engleză, a fost dat acestui dispozitiv pentru asemănarea sa exterioară cu un șoarece.

Mulțime – Un conglomerat uriaș de oameni care nu se cunosc și nu comunică între ei; nu trăiesc în aceeași zonă; nu împărtășesc valori, credințe, convingeri, scopuri comune; sunt eterogeni din punct de vedere economic, social, cultural, religios etc.; sunt legați exclusiv de consumul aceluiași produs mass-media (transmis prin mijloace diverse). În opinia lui Denis McQuail, masele reprezintă „un agregat de spectatori, cititori, ascultători și privitori”, caracterizați în esență prin dispersie și anonimat.

(Adaptat după Toma Mircea (coord.), *Competență în mass media*. București, 2004)

Multimedia – Aplicație care, utilizând calculatorul, combină textul, sunetul, imaginile statice și video, procedeele de animație, într-o comunicare complexă, vizând transmiterea de informații sau

divertismentul. Cele mai moderne sunt interactive. Astfel, o enciclopedie multimedia ilustrează un fenomen, facilitând selecția informațiilor, detalierea unora dintre ele, vizualizarea tridimensională, permițând utilizatorului să circule, zăbovind sau alegându-și obiectivele, într-o lume virtuală.

Navigator sau browser – O aplicație software (program) ce permite utilizatorilor să afișeze un text, grafică, video, muzică și alte informații situate pe o pagină din World Wide Web, dar și să comunice cu furnizorul de informații și chiar ei între ei. O altă definiție: „Prin browser se înțelege un program de «navigare» (virtuală) în web”. De aceea, în loc de cuvântul **browser** se poate folosi și termenul general **navigator**.



Cele mai rapide navigatoare sunt Mozilla Firefox, Chrome, Opera, Safari, Maxthon 4.4, Internet Explorer.

Netichetă – Termen special, construit prin combinarea de la „net” și „etichetă”, care definește codul de comunicare într-o rețea online.

Noile media – se referă la rezultatul convergenței dintre sistemul mediatic tradițional (televiziune, radio, presă scrisă), telecomunicații, tehnologia digitală și sisteme informatice computerizate. Acestea includ computerele personale, teletextul, sistemul de înregistrare video, video textul, televiziunea prin cablu, sateliții de telecomunicații, sistemele de teleconferințe și videoconferințe, mesageria vocală, sistemul de transmitere prin fax, televiziunea de înaltă fidelitate, telefonul mobilă, televiziunea interactivă, CD-ROM, DVD, instant messaging, inteligența artificială, grafica tridimensională și realitatea virtuală.

(Adaptat după Dobrescu P. *Prolegomene la o posibilă istorie a comunicării*. București, 2003)

Opinie publică – Ansamblu de cunoștințe, convingeri și trăiri afective, manifestate cu o intensitate relativ mare de membrii unui grup sau ai unei comunități față de un anumit domeniu de importanță socială majoră.

(*Dicționar de sociologie*)

Poșta electronică – sistem de comunicare online prin care se pot transmite mesaje electronice de la o persoană la alta.

Presa – Totalitatea modalităților de comunicare care pot ajunge la un număr foarte mare de oameni. Presa este o formă de exprimare a libertății de gândire, care contribuie la schimbul de idei, pluralismul de idei și la formarea opiniei publice.

Prezentator – Persoană care, în mass-media sau într-o situație comunicațională publică (festival, premieră), citește un text explicativ. Prezentatorul expune textele altei persoane (redactor), eventual cu intervenții proprii, ca legătură între mesajele prezentate. Este protagonistul emisiunilor de actualități sau conduce concursurile televizate.

Prompter – Un dispozitiv sau atașament al camerei de filmat pe care rulează replicile ce trebuie rostite de cel care ține un discurs în cadrul unui spectacol sau al unei reprezentații televizate. Ultimele forme de promptere reprezintă ecrane de televizor amplasate dedesubtul camerei de luat vederi, care proiectează replici, indicații scenice etc.

Public – Comunitate umană constituită, ca atare, într-o situație comunicațională, în legătură cu receptarea unor mesaje, având un centru de interes comun. După gradul de implicare, publicul poate fi asistent sau participativ. După direcțiile de interes, există un public general, un public specializat și un public de grup foarte restrâns. Din punct de vedere geografic, există un public global (la nivel planetar, în raport cu mass-media), public național, public local. Publicul general este format din diferite categorii psiho – sociale, de sex, de vârstă, cu nivel cultural variat și caracteristici determinate de toți acești factori.

Public-țintă – Categoria specifică de receptori care preferă un anumit tip de produs media.

Program – Planul unei acțiuni (inclusiv comunicative) care sistematizează desfășurarea acesteia după anumite criterii și intenții (ex. programul unui spectacol, al unei emisiuni radio/TV, programul unei vizite, al unei reuniuni).

Publicitate – Formă de comunicare de tip persuasiv, având rolul de a modifica atitudinea receptorilor în sensul achiziției unui produs sau serviciu anume, ale cărui calități anunțate sunt reale.

(O.Guinn, T.Allen)

Receptor (destinatar) – Orice grup uman caracterizat atât prin atitudini și opinii comune, cât și prin continuitatea ideilor și valorilor sociale, constituind *ținta* mesajului transmis de emițător. În limba română avem mai mulți termeni care îi desemnează pe cei care receptează mesajele prin media (consumatorii de mesaje): *public, audiență, cititor, radio-ascultător, telespectator*.

Regimul zilei – Mod de organizare, prin alternare și dozare ca timp, a activităților desfășurate de o persoană pe durata unei zile.

Replică – Orice propoziție, frază, cuvânt sau grup de cuvinte incluse într-un scenariu și pe care un actor le rostește într-un film, la televizor, la radio sau pe scenă.

Revistă – Publicație periodică sub formă de carte sau de ziar, cu apariție săptămânală, lunară, trimestrială sau anuală, de obicei regulată. De tip magazin, eclectică sau specializată într-un domeniu, revista cuprinde toate genurile presei. De mare sau de mic tiraj, populare sau savante, cu diverse rubrici și ilustrații, revistele acoperă toate domeniile de activitate și se bucură de succes încă din secolul al XVIII-lea. Colecțiile de reviste se conservă în biblioteci, unde pot fi consultate pentru dimensiunea lor documentară și după ce unele își încetează apariția. Ele reprezintă excelente documente pentru reconstituirea vieții sociale a fiecărei epoci.

Radio – Mijloc de comunicare în masă. Cuvântul radio desemnează atât aparatul receptor cât și tehnologia însăși, bazată pe transmiterea de unde radio (radiodifuziune) în sistem public sau privat (radioamatorism, practicat prin posturi de emisie-recepție particulare, fără scop economic sau cultural). Publicul radio amator se constituie între 1912 și Primul Război Mondial. Din 1920 în SUA unele stații radio difuzează programe pentru un public general. Ca mijloc de comunicare în masă, radioul cunoaște o dezvoltare puternică începând cu anul 1921.

Radiodifuziune – Emisie de programe sonore prin utilizarea undelor radioelectrice. În România prima transmisiune pentru public a avut loc în anul 1920. Radiodifuziunea s-a dezvoltat la începutul secolului XX printr-o suită de descoperiri și invenții.

Redactor – Funcție în cadrul mass-media scrise și audiovizuale. Autor de comunicări scrise și orale (știri, comentarii, interviuri), care și prelucrează, când este cazul, materialele aduse de reporter sau preluate de la agențiile de știri. Funcția există și în activitatea editorială (redactor de carte).

Redacție – Grup de persoane având funcții redacționale. Într-o editură sau la un ziar există redacții specializate (politică, sport, cultură), un serviciu de tehnoredactare, un serviciu de corectură, unul de difuzare ș.a. Se numește redacție și spațiul de lucru al redactorilor (ex. „telefoniez de la redacție”).

Reporter – Funcție în presa scrisă și audiovizuală. Reporterul culege informațiile și consemnează evenimentele la fața locului, relatându-le în mod obiectiv (relativ) sau subiectiv.

Scene obligatorii – Scene tipice pe care spectatorii așteaptă să le vadă într-un anumit gen de film.

Spot – Scurt anunț sau reclamă comercială prezentată la radio și televiziune. Expresia „spot publicitar” este, așadar, un pleonasm.

A stoca – Acțiune de înmagazinare în memorie a unei informații, care se păstrează în computer, laptop, pe un disc sau pe un USB (card flash).

Site,-uri – Loc în care se pot accesa informații utile (texte, imagini, sunete, programe), într-o rețea, de obicei internet.

Tastatura sau claviatura – Dispozitiv cu taste care îndeplinește anumite funcții, servind la transmiterea comenzilor utilizatorului către computer.

Tehnologii informaționale – Ansamblul mijloacelor, proceselor, metodelor, operațiilor etc., utilizate cu scop de informare.

Televizor (sau simplu, TV) – Dispozitiv electronic, folosit pentru a recepționa și reda emisiuni de radiodifuziune vizuală (televiziune radiodifuzată), care difuzează programe de televiziune, fiind folosit astăzi pentru divertisment, pentru educație și pentru informare. Progresul tehnologic a transformat televizorul într-un dispozitiv complex, care poate accesa internetul și poate reda

imagini tridimensionale. Primul televizor color a fost produs de către Toshiba în 1959, iar din 1960 era disponibil pentru cumpărare.

Televiziune – Tehnică de transmitere la distanță a imaginilor în mișcare și a sunetului. Acest mijloc de comunicare în masă a apărut ca un „apendice” al radioului și a dobândit autonomie mai ales după cel de al Doilea Război Mondial.

Talk-Show – Gen de emisiune la radio sau televiziune, în care două sau mai multe persoane discută o problemă de interes public (în engleză, to **talk**=a vorbi, **show**=spectacol). Adoptat ca atare în limba română, termenul desemnează un tip de program/emisiune cu caracter informativ, analitic, de dezbatere sau divertisment. Participă un moderator și unul sau mai mulți invitați, permanenți sau ocazionali, având un subiect mai bine sau mai puțin delimitat/precizat. Pot interveni sau nu telefonic și alte persoane presupus competente sau informate în problematica discutată. Publicul se poate pronunța prin SMS, iar o selecție din intervențiile sale se face publică prin crawl. Uneori publicul votează/răspunde la o întrebare tip anchetă, iar în cursul emisiunii răspunsurile (DA/NU), contabilizate, sunt prezentate grafic și statistic.

Video+audio sau video conferință – Procedeu modern de telecomunicație, prin care mai multe persoane aflate în locuri diferite pot participa la o conferință/discuție prin intermediul unui sistem format din computere, camere video și rețea telefonică.

Utilizator online – Persoană care utilizează diferite aplicații, recepționând și „consumând” informații din media de socializare.

Ziar – (Din italianul „diario”). Publicație cu periodicitate zilnică, jurnal, gazetă. Mijloc de informare în masă, apărut ca tipăritură „ocazională” în 1529, dezvoltat cu periodicitate regulată în secolele următoare. Prin extensie, cuvântul **ziar** se folosește pentru a desemna (impropriu) și periodice săptămânale. În mod normal, el se referă la cotidian.



Inițiere în mass-media

Fișa 1

CE ESTE MASS-MEDIA? MASS-MEDIA ÎN VIAȚA NOASTRĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** discuție frontală, agenda Știu-Vreau să știu-Am învățat, discuție tematică cu adulții
- **Resurse materiale:** un computer/laptop conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- *Mass-media/mediile/media*
- *Comunicare de masă*
- *Emitător vs receptor*
- *Comunicarea interpersonală*
- *Comunicare mediată*

Support informațional

- <https://ro.wikipedia.org/wiki/Mass-media>
- <http://study.com/academy/lesson/what-is-mass-media-definition-types-influence-examples.html>

EVOCARE



- **Imaginează-ți cum ar fi o zi fără informație?! Includi radioul, iar de acolo se aude doar... liniștea. Pornești televizorul, dar ecranul e negru și mut. Vrei să afli ce se întâmplă în lume din Internet, însă drept răspuns primești o permanentă „eroare de conexiune”. Până și paginile de ziar și reviste sunt goale. Ori nu mai sunt deloc...**
 - a. Ce reprezintă toate aceste lucruri luate împreună?
 - b. Ce loc ocupă ele în viața noastră?
 - c. Ce ai vrea să mai cunoști despre ele?

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport, bifând ceea ce știi din informația propusă, iar prin semnul plus „+” indică ceea ce ai învățat nou.

Definiție

Mass-media este mijlocul principal de comunicare, folosit pentru a ajunge la marea majoritate a publicului larg.



Semnificația conceptului

Termenul **mass-media (medii, media)** se referă la ziare, radio, cinematografie, televiziune și, mai nou, la Internet, adică cuprinde toate mijloacele care difuzează informații pentru o masă mare de consumatori.

Acest termen provine din limba engleză, fiind o expresie folosită la plural – „mediile de masă”. Formula s-a încetățenit în mai toate limbile lumii. Mai nou,

cuvântul este folosit și la singular, atunci când vrei să indici asupra unei anume instituții de presă, televiziune („media X nu respectă etica jurnalistică”).

Conceptul „media” are trei înțelesuri:

1. **tehnică** sau **un ansamblu de tehnici** care produc mesaje sau le transmit instantaneu printr-un canal către un terminal (receptor, monitor);
2. **totalitatea mesajelor** create cu ajutorul acestei tehnici;
3. **totalitatea organizațiilor** care produc sau abordează aceste mesaje.

Formele de comunicare prin mass-media



Tradițional, comunicarea dintre două sau mai multe persoane se produce oral, prin relații directe, fără a fi necesară intervenția unor mijloace tehnologice de mediere. Această formă de **comunicare**, față în față, se numește **interpersonală**.

Comunicarea prin mass-media este bazată pe relații indirecte dintre **emițător** și **receptor**. Cel sau cei care creează, transmit mesaje scrise (ziarele, revistele, cărțile), audio (radio), audiovizuale (televiziunea, Internetul) se numesc **emițător/i**. Emițătorul reprezintă, de obicei, un grup de persoane (ziariști, jurnaliști TV sau radio) și este producătorul de mesaje.



Receptorul sau destinatarul este o persoană sau un grup de persoane care primesc mesajul (cuvinte, propoziții și fraze, imagini, sunete), cel/cei care ascultă, vizionează ceva; audiență, public, cititor, radio-ascultător, telespectator.

Comunicarea prin mass-media este de două feluri: **comunicare mediată** și **comunicare de masă**.



Comunicare mediată este realizată prin ceea ce astăzi se numește tehnologii „new media”: telefon, calculator, tabletă sau alte gadgeturi conectate la Internet. Toate acestea sunt instrumente de mediere între grupuri de oameni mai puțin numeroase.



Această formă de **comunicare** se mai numește și **virtuală** sau **online**. Prin **chat**, spre exemplu, sau **email** noi comunicăm virtual.

Comunicare de masă se realizează prin radio, TV, ziare, reviste, cărți ș.a., care transmit mesaje în rândul unui auditoriu mare de oameni.

Reține!

Nu este corect să spunem „mijloace mass-media”. Formele acceptate sunt: mijloace de comunicare în masă, mijloace de informare în masă sau mijloace de difuzare în masă.

Cuvinte noi

Chat, chaturi – Conversație purtată pe Internet cu transmitere (aproape) instantanee a mesajelor.

Instantaneu, instantanee – Care se produce brusc și se desfășoară rapid; pe moment.

Mediată, mediate – Care se efectuează prin intermediar, mijlocit.

Gadget, gadgeturi – Obiect mic, ingenios construit, de valoare și utilitate neînsemnate.

B. Exercițiu practic

- Ascultați un fragment din emisiunea radio *Ora copiilor*, accesând <http://trm.md/ro/ora-copiilor>.

- Specificați tipul de comunicare utilizat.
- Precizați cine este emițătorul și cine este receptorul.

REFLECȚIE



- Împărțiți-vă în 3 grupuri. Primul grup va analiza specificul și efectele comunicării interpersonale. Grupul al doilea – specificul și efectele comunicării mediate, iar grupul al treilea – specificul și efectele comunicării de masă.

- Discutați despre efectele pozitive și cele negative pentru fiecare formă de comunicare.
- Utilizați informația textuală și cea din imaginile de mai sus.
- Concluzionați care formă de comunicare este cel mai frecvent utilizată în viața voastră.

EXTINDERE



- Discută cu părinții, frații, surorile, bunicii despre mass-media și formele de comunicare.

- Analizează ce formă de comunicare preferă membrii familiei tale și de ce.
- Care dintre acestea este mai credibilă și mai sigură. De ce?

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- Numărul de mesaje text, trimise și primite zilnic pe glob, depășește populația globului (7,3 mlrd).
- Apelul de urgență este 112 peste tot în lume. Acest număr poate fi apelat și dacă ai tastele telefonului blocate. Încearcă!
- Prima convorbire telefonică inteligibilă a avut loc în martie 1876 la Boston, Massachusetts, SUA, când Alexander Bell i-a telefonat asistentului său, aflat într-o altă cameră, și i-a spus: „Dle Watson, vino aici, vreau să te văd!” Celebra frază a marcat începutul unui șir nesfârșit de conversații telefonice. Brevetul de inventator îi aparține lui Alexander Graham Bell, care a realizat transformarea vocii umane în impulsuri electrice și înapoi în voce.

Fișa 2

MIJLOACELE DE COMUNICARE ÎN MASĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** mozaic, GPP, aplicație practică, discuție frontală, proiect de grup
- **Resurse materiale:** un computer/laptop conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Presa scrisă
- Presa audiovizuală
- Multimedia
- Presa online
- Internet

Support informațional

- <http://www.creeaza.com/didactica/comunicare-si-relatii-publice/Mijloace-de-comunicare-media851.php>
- <http://www.e-ziare.ro/index.php?z=continut&j=10>
- <http://www.itsybitsy.ro/enciclopedie-zimitot/mijloace-de-comunicare-televiziunea/>

EVOCARE



- Observă imaginea.
 - a. Ce mesaje ne comunică?
 - b. Argumentează-ți punctul de vedere.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport.
 - a. Formați echipe de 4 persoane. Fiecare echipă va studia câte o subtemă.
 - 1 Mijloacele de comunicare în masă; presa scrisă și presa online;
 - 2 Clasificarea publicațiilor
 - 3 Presa audiovizuală
 - 4 Ce este Internetul? Ce este multimedia?
 - b. Memorează informația, pentru a o preda colegilor/colegilor.

Mijloacele de comunicare în masă

Principalele mijloace de comunicare în masă, în funcție de mesaj, sunt **presa scrisă, presa online și presa audiovizuală.**

Presa reprezintă totalitatea modalităților de comunicare destinate unui număr foarte mare de oameni.

Impactul cel mai mare asupra publicului îl are televiziunea. Aceasta operează cu imagini, iar știrile se succed atât de rapid, încât telespectatorul nu are timp de gândire și posibilitatea să-și formeze opinii. Spre deosebire de televiziune, în presa scrisă sau online se poate reveni asupra celor citite pentru aprofundare sau reinterpretare.

În funcție de gradul de noutate și de complexitate, deosebim:

- ✓ **mijloace tradiționale** (ziarele și revistele tipărite, radioul);
- ✓ **mijloace moderne** (televiziunea, publicațiile online, Internetul, complexe multimedia).

Presa scrisă și presa online

Presa scrisă include **ziarele** și **revistele**. Rolul ei este de a ține publicul la curent cu cele mai noi evenimente din țară și din afară. Acestea pot apărea în variantă tipărită sau electronică. Unele publicații, cum ar fi *Unimedia Moldova*, *Portalul de Știri nr. 1 din Moldova*, *Diez. Știri pentru tineri* ș.a., au doar versiune electronică, de aceea li se mai spune și **e-ziare** sau **e-reviste**.



Presa online are mai multe avantaje decât cea scrisă. Ea oferă o arhivă de știri, reportaje, comunicații de presă, materiale audio, statistici, care nu se pot introduce într-un ziar. În același timp, este mai ușor de accesat și este mai ieftină.

Ziarele care apar în fiecare zi se numesc **cotidiene**. Pentru ziarele care apar săptămânal, magazine, reviste se utilizează și termenul de **periodice**.

Clasificarea publicațiilor după genul de informații

Însumând informațiile prezentate, aflăm că există:

A. publicații de informare specializate, cum ar fi:

- ✓ presa pentru copii și adolescenți (*revistele Micul Prinț, Alunelul, Florile Dalbe*)
- ✓ presa sportivă (*Sport-Curier*)
- ✓ periodicele feminine (*Aquarelle, Avantaje*)
- ✓ periodicele de cultură (*Literatura și Arta, Sud-Est*), economice (*Ziarul Financiar, Economist*) ș.a.

B. periodicele de documentare:

- ✓ revistele savante (*Curierul medical, Revista de Istorie a Moldovei, Limba Română*)
- ✓ revistele de tehnică (*Fizica și Tehnologiile Moderne, Știință&Tehnică.*) ș.a.



Presa audiovizuală

Presa audiovizuală se bazează pe percepția audio și cea vizuală a receptorului, fiind transmisă cu ajutorul **radioului** sau al **televiziunii (TV)**. Comunicarea

audiovizuală se realizează prin semne, semnale, texte, sunete, informații sau mesaje de orice natură.



Odată cu dezvoltarea tehnologiei în domeniul telefoniei celulare, a apărut „radioul mobil” și „televiziunea mobilă”, care pot fi urmărite pe ecranul telefonului sau al tabletei grație aplicațiilor Internetului.



Ce este Internetul?

Internetul este o rețea foarte mare de calculatoare, care conectează între ele milioane de rețele mai mici din lumea întreagă. La rețeaua Internet pot fi conectate toate tipurile de calculatoare, precum și televizoarele sau telefoanele inteligente, tabletele.

Astăzi Internetul e o adevărată lume paralelă în care:

- ✓ sunt afișate informații de interes public în formă de text, imagini și sunete (așa-numitele pagini web);
- ✓ există o poștă electronică/email, transfer de fișiere de date, chat, video, telefonie și telefonie cu imagine, radio și televiziune;
- ✓ putem face operațiuni bancare, vinde produse materiale și intelectuale, organiza video conferințe sau grupuri de discuții pe anumite teme.

Reține!

Toate acestea formează complexe multimedia.

Ce este multimedia?

Complexele multimedia sau **Multimedia** (**multi** – mai multe; **media** – medii, mijloace) înseamnă capacitatea unui sistem de a comunica informația simultan prin intermediul mai multor medii de prezentare, cum ar fi: textul, grafica, fotografiile, animația, sunetul, clipurile video etc.



Complexele multimedia includ, de asemenea:

- ✓ CD-uri audio
- ✓ DVD-uri video
- ✓ cărți digitale
- ✓ jocuri video
- ✓ felicitări electronice ș.a.

Cuvinte noi

Socializare, *socializări* – Activitate de comunicare și interacțiune cu alții.

Site, *site-uri* - Loc în care se pot accesa informații utile (texte, imagini, sunete, programe) într-o rețea de calculatoare, de obicei Internet.

B. Exercițiu practic

- Unește, prin săgeți, tipul de televiziune și denumirile de televiziune propuse:

EuroSport	de știință
National Geographic	de muzică
Publika	de sport
Minimax	de știri
Busuioc	de animație

REFLECȚIE



- Lucrând în perechi, completați tabelul, utilizând informațiile din textul-suport și alte surse.

Tipul de mass-media	2-3 caracteristici de bază	Categoriile/clasificări	Exemple
Presa scrisă			
Presa online			
Presa audiovizuală			
Internetul			
Complexele multimedia			

EXTINDERE



Proiect de grup

- Lucrând în echipe, selectați, în funcție de preferințe, o publicație electronică pentru copii dintre cele recomandate sau altele:

<http://www.piticlic.ro/ro/piticlic>

<https://www.dragamea.ro/>

<http://www.lumea-copiilor.ro/>

- studiați-o cu atenție;
- consultați rubricile pe care le are;
- specificați genul de informații pe care le conține;
- argumentați utilitatea lor;
- prin ce se deosebește publicația electronică de una tipărită;
- prezentați-o colegilor, pentru a-i motiva să o citească.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Anual, pentru tipărirea publicațiilor periodice se consumă circa 500 mln de tone de materiale (hârtie).
- ◆ Undele radio călătoresc prin aer și pot trece prin cele mai multe corpuri nemetale, inclusiv corpul omenesc.

Fișa 3-4

ISTORIA ȘI EVOLUȚIA MASS-MEDIA



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** graffiti, turul galeriei, proiect în grup, studiu de caz
- **Resurse materiale:** postere, markere, scotch, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Tipar
- Înregistrări
- Cinematografie
- Radio
- Televiziune
- Telefon mobil

Suport informațional

- <http://mediacritica.md/ro/ru-din-ce-este-compusa-mass-media/>
- <http://www.reincarcarecartus.ro/istoriatiparului.html>
- www.scientia.ro/stiinta-la-minut/istoria-ideilor-si.../1404-nasterea-radioului.html
- https://ro.wikipedia.org/wiki/Istoria_televiziunii

EVOCARE



- Mass-media a evoluat în mod semnificativ în timp. Te-ai întrebat vreodată cum erau comunicate în trecut cele mai recente știri și informații? Discută cu colegul/colega ta.
 - Amintiți-vă care mijloace de comunicare au apărut mai întâi și ce cunoașteți din istoria apariției lor.
 - Din care surse ați aflat sau de la cine știți aceste informații?

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție un scurt istoric despre apariția și dinamica mediilor.

Istoria mass-media începe cu produsele tipărite – „bătrânele” de peste 500 de ani. Acestea au apărut odată cu inventarea tiparului de către metalurgul german **Johannes Gutenberg**. Astăzi evoluția mediilor continuă cu cele mai noi modele de telefoane mobile inteligente.

S-o luăm, însă, pe rând și să vedem dinamica media în timp, în cifre și evenimente, care au schimbat lumea.

Tiparul



Aprilie 1450. Este perioada când Europa „cunoaște” **tiparul**, deși chinezii foloseau o analogie a acestuia încă de prin anul 594, tot ei fiind cei care au inventat hârtia. Cuvântul tipărit a simplificat circulația informației.

Potrivit unor cercetări, de la 1500 și până astăzi, au fost puse în circulație mai bine de 9.000.000 de cărți! Alături de **cărți**, din mass-media tipărite mai fac parte **broșurile, ziarele, revistele**.

Înregistrările

Sfârșitul sec. al XIX-lea. Deși reproducerea sunetelor pare să existe de când este lumea, istoria ne spune că **înregistrările** există de mai bine de un secol.

Este adevărat că și aici tehnologiile au evoluat destul de mult. Astfel, **discurile de gramofon**, invenția-trăsnit de la sfârșitul sec. al XIX-lea, astăzi îi interesează doar pe colecționarii de anticariat. Piese de anticariat devin **benzile magnetice, casetele, dischetele, cartușele, CD-urile și DVD-urile.**



Cinematografia

Aprilie 1900. Și industria **filmului** e destul de tânără. Prima proiecție cinematografică „oficială” a avut loc la 28 decembrie 1895, la Paris. Aici Louis și Auguste Lumière au prezentat o peliculă de câteva minute, intitulată *Ieșirea din Uzinele Lumière din Lyon.*



Louis Lumière este considerat și primul operator de „actualități”. În iunie 1895, el i-a filmat coborând de pe vapor pe participanții la Congresul de fotografie din Neuville-sur-Saine. Astfel a fost posibilă apariția „jurnalului de actualități”, a „documentarului” și a „reportajului”, dar și a montajului cinematografic.

Radioul

Aprilie 1910. Primul deceniu al secolului XX este marcat de apariția **radioului**. Datorită undelor electromagnetice, informația a putut fi transmisă la distanțe mari.

Primul care a transmis un mesaj vocal prin undele radio a fost Reginald Fessenden, în 1900. În următoarele decenii radioul a cunoscut o dezvoltare fulminantă. În ultimul deceniu recordul îl deține **radioul digital.**



Televiziunea

Aprilie 1950. La 500 de ani de la „revoluția Gutenberg”, omenirea s-a pomenit în fața unei noi invenții ce avea să schimbe pentru totdeauna imaginea lumii - **televiziunea.**

Bunăoară, dacă în 1936, Jocurile Olimpice de la Berlin au fost transmise în locurile publice din șase orașe germane, atunci în 1952 încoronarea Reginei Elisabeta a II-a a fost urmărită de peste 20 de milioane de telespectatori. Acesta a fost primul eveniment transmis de televiziune în direct, în mai multe țări europene și retransmis în SUA, dar și un prim prilej pentru ca toată planeta să participe la același eveniment.

Și numărul de televizoare a crescut de la an la an, ajungând la un milion în 1952, în Marea Britanie, și la 60 de milioane în 1964, în casele particulare din SUA. Din păcate, invenția care a pornit drept cel mai puternic instrument de informare a devenit, rapid, și cea mai puternică armă de manipulare și dezinformare din lume.



Internetul

Aprilie 1990. Ca și alți „colegi” de progres informațional, **Internetul** a cunoscut o perioadă mai lungă de cercetare, urmată de o adevărată explozie la nivel mondial. Ideea unei rețele care să permită comunicarea între utilizatorii aflați la diferite calculatoare a apărut în SUA încă în anii



1950-60. În 1969, pentru prima dată, au fost conectate calculatoarele din patru universități americane. Pentru comparație, în 1984 numărul calculatoarelor conectate la rețeaua globală atinge cifra de 1000, iar în 2017 – de 3,2 miliarde la o populație de cca 7,3 mlrd.

Astăzi, pentru mass-media, Internetul este cel mai rapid și mai accesibil mod de a-și difuza produsul.

Telefonul mobil

Aprilie 2000. Din start, micul dispozitiv, pe nume **telefonul mobil**, a fost conceput pentru a putea lua legătura cu rudele și prietenii de oriunde, fără a depinde de fir.



În mai puțin de două decenii, acesta a devenit un „accesoriu” indispensabil, care ne permite să fim conectați nonstop la fluxul informațional din întreaga lume. În plus, în ziua de azi, telefonul mobil nu mai e un simplu telefon – el e smartphone, adică e „inteligent”. El este concomitent și dictafon, și aparat de fotografiat sau de filmat, și instrument pentru Internet, pentru privit filme și ascultat știri radio, și GPS, și multe altele.

(Text adaptat de pe site-ul Centrului de Jurnalism Independent, [Mediacritica.md](http://mediacritica.md), rubrica ABC-ul presei)

Cuvinte noi

Anticariat, *anticariate* - Profesie sau pasiune de a colecționa obiecte de artă vechi.

Fulminant, *-ă fulminanți, -te* - Care produce explozie; exploziv.

REFLECȚIE



● **Lucrând în grup, accesați jocul Media Erudit, tema 2, Istoria presei, de la adresa <http://mediacritica.md/mediaerudit/>:**

- Aranjați pictogramele pe axa cronologică astfel, încât să demonstrați etapele evoluției mass-media.
- Finalizați exercițiul prin fixarea pictogramelor în ordine cronologică.

EXTINDERE



● **Lucrând în perechi, documentați-vă suplimentar despre un mijloc de comunicare în masă preferat, pentru a afla:**

- mai multe detalii despre dezvoltarea acestuia, curiozități;
- schimbările pe care le-a produs în societate și în viața noastră de zi cu zi;
- utilizarea, accesarea acestuia astăzi.

● **Includeți informația în portofoliu și folosiți-o și la alte ore. Împărtășiți-o și colegilor, prietenilor, familiei.**

CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ◆ Scufundarea *Titanicului* a fost proba de foc a telegrafiei fără fir, inventată de italianul Guillermo Marconi. Datorită ei, cei de pe vasul în pericol au putut alarma navele aflate în trafic. În lipsa telegrafului fără fir, *Titanicul* ar fi dispărut fără urmă, inclusiv supraviețuitorii - atâția câți au fost ei. Am fi crezut că l-a înghițit un fel de Triunghi al Bermudelor.
- ◆ Radioului i-au trebuit 38 de ani ca să ajungă la 50 de milioane de utilizatori. Facebook a adunat 200 de milioane de utilizatori în mai puțin de 1 an.

Fișa 5

FUNȚIILE MEDIILOR



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** rezumate în perechi, aplicație practică, text argumentativ, studiu de caz
- **Resurse materiale:** fișe de lucru, flipchart, markere
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Informație
- Divertisment
- Educație
- Propagandă
- Opinie

Support informațional

- http://referat.clopotel.ro/Mass_media_functii_si_disfunctii-14688.html
- [Presă scrisă și lecția \(goo.gl/px8xdb\)](http://goo.gl/px8xdb)
- <https://www.usab-tm.ro/.../Maria%20Palicica%20-%20Presă%20scrisă%20și%20lecția...>

EVOCARE



● Observă imaginea.

- Ce mesaj general îți comunică?
- Formulează-ți argumentele, pornind de la relația care există între om și mass-media, precum și rolul ei în viața noastră.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citiți, în perechi, cu atenție textul-suport. Rezumați informația după fiecare subtemă.

Funcțiile mass-media

Relația dintre mass-media și om poate fi definită ca una interactivă. Media „redă” zilnic evenimentele care au captat atenția generală, trăirile, reacțiile pe care le are societatea la diferite situații care se produc în țara noastră și pe întreg globul. Ea este, precum afirma Lewis Mumford, „o fereastră larg deschisă spre lume, cu multe tentații, provocări, adesea fiind denumită «ochiul lumii»”.

Mediile au un important rol în societate, concretizat prin următoarele funcții:

- ✓ funcția de informare;
- ✓ funcția de formare a opiniei publice;
- ✓ funcția publicitară;
- ✓ funcția de divertisment;
- ✓ funcția educativă ș.a.



1. Funcția de informare

Media colectează, prelucrează și difuzează diverse tipuri de informații care se adresează nu doar nevoilor noastre de zi cu zi, dar care ne pot fi de folos în deci-

zii, aprecieri, acțiuni ulterioare (programul la cinematograf sau la teatru; manifestări culturale, evenimente sportive, informațiile despre prevenirea unor boli, incendii sau a unor accidente rutiere).



2. Funcția de formare a opiniei publice

Opinia reprezintă informații transmise prin medii ca rezultat al muncii unui număr mare de persoane. Atunci când informațiile sunt receptate de un număr foarte mare de oameni, se formează **opinia publică**.

3. Funcția publicitară

Mediile fac publicitate unor produse, unor informații etc., iar pentru aceasta obțin surse de finanțare. Publicitatea/reclama ne informează, dar, totodată, ne influențează comportamentul.

4. Funcția de divertisment

Divertismentul ocupă prim-planul multora dintre ofertele mass-media, deoarece este tot mai mult solicitat de public. El răspunde nevoii de odihnă, relaxare, distracție, evadare într-o lume imaginară.

Oferta de divertisment este realizată în moduri diferite:

- ✓ benzi desenate;
- ✓ jocuri, concursuri interactive;
- ✓ seriale;
- ✓ emisiuni de sport;
- ✓ spectacole de muzică etc.



5. Funcția educativă

Mass-media contribuie la transmiterea moștenirii culturale și facilitează învățarea individuală și colectivă. Funcția educativă se realizează indirect, prin tot ce ne comunică media și, explicit, prin mai multe produse:

- ✓ acțiuni de popularizare a științei (emisiunea *Teleenciclopedia*, *Animal Planet*, *Discovery*, *National Geographic*);
- ✓ programe de educație la distanță, prin care cursanții sunt pregătiți pentru examene; emisiuni (*Magazinul copiilor*) și publicații pentru copii;
- ✓ cicluri de învățare a limbilor străine.

B. Exercițiu practic

● **Lucrați în grup. Citiți cu atenție informațiile din extrasele propuse.**

- a. Identificați tipul acestor informații.
- b. Argumentați-vă opiniile.
- c. Comparați răspunsurile date de fiecare grup.



Oamenii de știință au descoperit bateria care ar putea rezista veșnic

Viața oamenilor s-ar putea schimba complet, după ce mai mulți oameni de știință de la Universitatea Irvine din California au inventat o baterie ce poate rezista veșnic. Potrivit specialiștilor, aceasta ar putea fi încărcată de sute de mii de ori, fără a-și pierde autonomia.



Trupa O-zone va concerta și la Chișinău. Când vor veni „înapoi acasă”?

După marea veste că trupa O-zone s-a reunit și va susține un concert la București, o altă veste este că băieții vin și la Chișinău. Despre aceasta a anunțat Radu Sîrbu, unul din membrii trupei, pe pagina sa de Facebook.

Trafic paralizat în Chișinău la această oră. Ce străzi trebuie să evitați, ca să nu stați în ambuteiaje?



La moment nu sunt înregistrate accidente rutiere sau obstacole care ar împiedica traficul rutier, însă există un flux mare de transport în :

Sectorul BUIUCANI:

- Sensul giratoriu de la intersecțiile Calea Ieșilor – Ion Creangă – bd. Ștefan cel Mare;
- str. M. Viteazul – direcția spre bd. Ștefan cel Mare și Sfânt;
- str. V. Lupu – direcția spre str. Belinski.

REFLECȚIE



- Citește afirmația lui Lewis Mumford *Media reprezintă o fereastră larg deschisă spre lume, cu multe tentații, provocări, adesea fiind denumită „ochiul lumii”?*

- a. Comentează-o într-un text argumentativ pe jumătate de pagină.
- b. Utilizează informațiile din tableta de idei.

EXTINDERE



- Analizați în grup, la alegere, un număr de ziar sau de revistă (printat sau online) pentru copii.

- a. Selectați exemple sugestive de imagini, rubrici pentru funcțiile îndeplinite de medii.
- b. Precizați ce tip de informații prezintă și discutați despre utilitatea acestora.
- c. Prezentați exemplele voastre întregii clase.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ♦ Efectele mass-media au fost observate inițial în timpul Primului Război Mondial. Dacă până atunci populația civilă nu fusese implicată în război, de aceasta dată mass-media a reușit să mobilizeze populația, să mențină moralul și să convingă oamenii să se alătore armatei.



Presă scrisă și presă online



Fișa 1

ZIARUL PENTRU COPII - SURSĂ DE INFORMARE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** GPP, graficul T, aplicație practică
- **Resurse materiale:** ziarele pentru copii *Florile dalbe*, *Scara spre cer*, *Tribuna copiilor*, fișe de lucru
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➔ Ziar pentru copii

➔ Ziarist

➔ Redactor

Support informațional

➔ <http://documents.tips/documents/tipologia-ziarelor.html>

EVOCARE



- Observă imaginea. Bifează ziarele care îți sunt cunoscute.

- Ce rol ocupă ele în viața ta?
- Cu ce scop le citești?



- Cunoști și alte ziare pentru copii? Scrie titlul acestora în spațiul alăturat.

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport. Află lucruri interesante despre ziar ca sursă de informare și socializare.



Ce este ZIARUL?

Cunoști deja că ziarul (jurnal, gazetă) este o publicație periodică (cotidiană), în care se tipăresc știri și informații actuale din toate domeniile de activitate (știință, cultură, artă, sport, muzică).

Persoana care lucrează în redacția unui ziar, a unei reviste sau care colaborează permanent la ele se numește **ziarist/ă, gazetar, jurnalist/ă**.

Redactorul este persoană care lucrează în mod permanent la redacția unui ziar, a unei edituri etc., îngrijind și răspunzând de lucrările care se tipăresc.

Acesta este asistat de un colectiv de redacție (colegiul de redacție), care lucrează împreună la editarea ziarului sau a revistei.

Caracteristicile ziarelor pentru copii tipărite

- ✓ Sunt tipărite pe hârtie;
- ✓ sunt viu ilustrate;
- ✓ propun un bogat material informativ;
- ✓ promovează tinerele talente;
- ✓ pot fi abonate periodic sau anual;
- ✓ oferă cupoane de reducere cititorilor fideli.



Avantajele lecturii ziarelor

Probabil, ai avut ocazia să te convingi de faptul că acestea reprezintă o valoroasă sursă de informare, respectiv, de învățare.

La fel, prin explorarea ziarelor ai posibilitatea să-ți faci noi prieteni, grație unor interese comune. Împreună puteți comenta și exprima opiniile față de anumite subiecte. Aveți șansa de a mobiliza și alți copii în diverse acțiuni culturale, sportive sau de voluntariat.

Acestea sunt doar câteva dintre avantajele pe care ți le oferă ziarele pentru copii.

Structura ziarelor

Ziarul are o structură externă, care include prima și ultima pagină, precum și o structură internă, care cuprinde toate celelalte pagini.

Elementele primei pagini sunt:

- ✓ **articolul de deschidere** a numărului, plasat cel mai adesea imediat sub titlul ziarului, în stânga sau în centru;
- ✓ **sumarul ziarului** (în dreapta articolului sau deasupra titlului ziarului, în așa-numita manșetă).
- ✓ **O fotografie**, foarte expresivă, fie în raport cu articolul de deschidere, fie exprimând o temă de mare actualitate.
- ✓ **Informații de actualitate** care au parvenit la redacție în ultimele momente.



Ultima pagină conține, de obicei, informații utilitare sau de divertisment, precum:

- ✓ reportaje, notițe de călătorii;
- ✓ știri externe;
- ✓ bancuri, integrale, rebusuri;
- ✓ fotografii etc.

În unele publicații această pagină este neglijată și nu are o identitate clară.

Interiorul ziarului este organizat tematic: pe pagini și pe domenii.

Ziarul online

Ziarul online este o publicație electronică, adeseori având și versiune tipărită.

Acest tip de ziar are mai multe puncte forte:

- ✓ poate fi actualizat pe tot parcursul zilei;
- ✓ cuprinde imagini video și un meniu care te ajută să explorezi diverse domenii;
- ✓ este accesibil pentru un auditoriu larg de cititori;
- ✓ este econom, deoarece nu implică cheltuieli suplimentare pentru hârtie și difuzare;

Prin urmare, ziarul online este eco-prietenos, deoarece salvează de la defrișare păduri întregi. Singura condiție este să știi cum se accesează o publicație online și să ai conectare la Internet.

➔ <https://nieonline.com/detroit/yak.cfm>

➔ <http://4kids.org/>

➔ <http://www.robinage.com/>



Cuvinte noi

Riguros, oasă – 1 Care nu admite abateri de la normele stabilite. 2 Care este făcut, executat cu o rigurozitate, cu scrupulozitate, exigent, strict.

Manșetă – Titlu scris cu caractere mari pe prima pagină a unui ziar (anunțând o știre importantă). Text scurt, scris cu litere mai mari, la începutul unui articol, care conține ideea principală a articolului respectiv.

Utilitar, ă – Care are scopuri utile (imEDIATE), care pune pe primul plan utilitatea imediată, care este preocupat de interesele practice, materiale.

Identitate – Faptul de a fi identic în fiecare moment dat cu sine însuși; stare a unui obiect de a fi ceea ce este, de a-și păstra un anumit timp caracterele fundamentale.

B. Exercițiu practic

- **Selectați unul dintre ziarele pentru copii: *Florile dalbe*, *Scara spre cer*, *Tribuna copiilor* și, împreună cu colegul/colega, cercetați structura lui.**
 - a. Observați care sunt rubricile și elementele specifice de pe paginile ziarului respectiv. Citiți cu atenție informația care v-a trezit curiozitatea.
 - b. Prezentați în plen oportunitățile pe care vi le-ar putea oferi această sursă de informare.

REFLECȚIE



- **Lucrând în echipe, descrieți unul dintre ziarele enumerate, completând Graficul T, pornind de la afirmația: *Ziarele au un impact benefic asupra copiilor*.**



- a. Utilizați informațiile din textul-suport, pentru a ilustra avantajele ziarului: informare și socializare.
- b. Completați graficul pe un poster.
- c. Prezentați colegilor produsul, propunând și exemple prin care să vă argumentați ideile enunțate.
- d. Completați graficul cu cele mai interesante idei lansate de colegi.
- e. Formulați o concluzie.

EXTINDERE



- **Realizați un sondaj, pentru a afla:**
 - a. câți dintre membrii familiilor voastre, cunoscuți, prieteni, colegi sunt abonați la reviste și ziare;
 - b. care sunt ziarele citite de aceștia;
 - c. cât de des le citesc;
 - d. ce-i motivează să le citească.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ♦ Ziarul (cotidianul) a devenit în cea de-a doua jumătate a secolului XIX gigantul media tipărite, reușind să-și păstreze această poziție și la începutul mileniului al III-lea. Istoria a reținut că primul cotidian a apărut în Germania, în marele centru comercial și meșteșugăresc Leipzig, în anul 1660, intitulat *Leipziger Zeitung*. Acest prim cotidian al lumii publica preponderent știri și a continuat să apară până în anul 1921.

Fișa 2

ARTICOLUL DE ZIAR



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** discuții de tip Panel, GPP, simularea
- **Resurse materiale:** Ziare pentru copii: *Florile dalbe*, *Scara spre cer*, *Tribuna copiilor*
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- *Articol*
- *Reportaj*
- *Analitic*
- *Știre*
- *Descriptiv*

Support informațional

- <http://www.scribub.com/jurnalism/ELEMENTELE-UNUI-ARTICOL54845.php>

EVOCARE



- Studiați publicațiile de pe masă.
 - a. Numiți un titlu de text din aceste publicații, care v-a atras atenția.
 - b. Argumentați alegerea.

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citiți cu atenție textul-suport.

Ce este UN ARTICOL?

Presupun că ți-ai adresat deseori această întrebare. Atunci poți afla că articolul este un material publicistic, în care autorul sau autoarea expune informații din diferite domenii: cultural, educațional, economic, politic, social, științific ș.a.

Un articol bun respectă câteva criterii de succes:

- ✓ titlu sugestiv;
- ✓ imagine atractivă;
- ✓ mesaj actual.

Etapele de scriere și structura unui articol

1. Alegerea subiectului și a titlului;
2. Documentarea și selectarea a 2-3 surse;
3. Elaborarea planului simplu de idei;
4. Expunerea punctului propriu de vedere;
5. Redactarea textului propriu-zis.



În **introducere** vei relata despre motivul scrierii articolului.

În **secțiuni** vei expune faptele, gândurile în ordinea importanței lor.

Concluziile vor cuprinde dorințe, sugestii, speranțe, mulțumiri etc.

Cuvinte noi

Documentare – Acțiunea de a se informa, de a afla detalii importante despre un anumit subiect.

Reține!

Corectitudinea scrierii unui articol este o condiție de bază, pe care o respectă un ziarist și o publicație de valoare.

B. Exercițiu practic

● Reveniți la textul selectat la începutul lecției.

- a. Identificați criteriile de succes prezente.
- b. Observați elementele de structură ale acestui articol.

REFLECȚIE



● Lucrând în grup, argumentați avantajele scrierii unui articol pentru ziar:

- a. posibilitatea de a te documenta și învăța;
- b. oportunitatea de a comenta și exprima opinii față de anumite lucruri, evenimente;
- c. șansa de a mobiliza cititorii și de a-i solidariza în acțiuni comune.

EXTINDERE



● **Scrive un articol de ziar la tema:**

Îmi pasă de persoanele aflate în dificultate: știu, pot să-i ajut!

**CURIOZITĂȚI...
ȘTIAȚI CĂ...**



- ◆ În China a fost creat, de către cercetătorii de la Universitatea din Beijing, primul robot-jurnalist, capabil să genereze conținut redacțional. Acesta, botezat Xiaonan Yan Furi, a scris pentru publicația Southern Metropolis Daily un articol despre un eveniment, care urma să aibă loc la Guangzhou, după mărime – al treilea oraș din China. Textul format din 300 de ieroglife a fost redactat în doar o secundă! Potrivit declarațiilor cercetătorilor, robotul nu este capabil deocamdată să realizeze interviuri, pentru că acesta nu poate reacționa la ironie sau sarcasm și nici nu poate evalua opinia interlocutorului său. Așadar, nu poate fi vorba, deocamdată, de o înlocuire totală a jurnaliștilor cu roboți-jurnaliști. Cu toate acestea, pe viitor, robotul-reporter ar putea deveni un sprijin de neînlocuit pentru mass-media.

Fișa 3

REVISTA PENTRU COPII-SURSĂ DE DOCUMENTARE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** discuție dirijată, învățare prin descoperire, proiect
- **Resurse materiale:** revistele pentru copii *Alunelul*, „a”MIC, *Tropoțel* și *Tropoțica*, *Puișorul curios*, *Noi, Spiridușii*; fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Revistă tipărită*

➤ *Revistă online*

➤ *Concept*

Support informațional

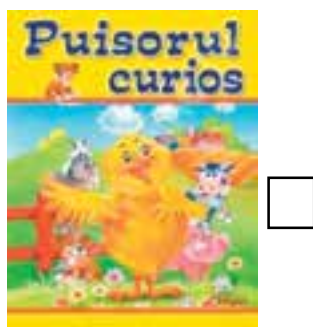
- http://www.familia.md/ro/info/children/up_to_1_year/publicatiile_perioadice_copii/default.aspx
- <https://www.dragamea.ro/>
- <http://www.lumea-copiilor.ro/arhiva/arhiva.php>

EVOCARE



● Cercetează imaginile. Bifează revistele pe care le citești.

- Cine ți le-a recomandat pentru lectură?
- Ești abonat la vreuna dintre ele?
- Care sunt rubricile preferate?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

● Citește cu atenție textul-suport.

Ce este REVISTA?

Cunoști deja că revista este o publicație periodică. De asemenea, ai observat că ea poate fi tipărită sub formă de carte sau de ziar. Revistele au o apariție săptămânală, lunară, trimestrială, semestrială sau anuală. De tiraj mare sau

mic, populare sau savante, cu diverse rubrici și ilustrații, revistele acoperă toate domeniile de activitate și se bucură de succes încă din secolul al XVIII-lea.

Colecțiile de reviste se păstrează în biblioteci. Ele reprezintă excelente documente pentru reconstituirea vieții sociale a fiecărei epoci.

Este necesar să știi că revista, ca și ziarul, are o structura specifică. Aceasta conține următoarele elemente:

COPERTA I		COPERTA II
1. TITLUL REVISTEI	PAGINI DE INTERIOR (texte, ilustrații, note de subsol)	1. FOTOGRAFII. DEDICAȚII, FELICITĂRI
2. ILUSTRAȚIA DE PE COPERTĂ		2. CASETA CU INFORMAȚII DESPRE ECHIPA REDACȚIONALĂ
3. PERIODICITATEA (numărul, luna, anul)		3. DATE DE CONTACT

Tipurile de reviste

Suntem obișnuiți cu reviste tipărite. Mai nou, datorită noilor tehnologii, apar tot mai multe reviste online. Tipărite sau în versiune digitală, acestea explorează diferite domenii:



beletristică



tehnică



de cultură artistică



științifico-fantastică



umoristică și de atitudine

Revistele online sau tipărite reprezintă o „tribună” de la care îți poți exprima opiniile față de anumite lucruri, subiecte, pe care le discută semenii tăi sau le consideri utile.

Cuvinte noi

Concept – Idee generală care reflectă just realitatea, noțiune.

Beletristic, ă – Care aparține literaturii artistice

B. Exercițiu practic

- **Selectați și accesați una dintre revistele online pentru copii („a”MIC <http://amic.radog.md/>, Spiridușii <http://www.spiridusii.md/index.php/ro/menu-top-publicatii/2012-08-07-22-23-26/menu-descr>)**
 - a. Cercetați structura ei.
 - b. Observați care sunt domeniile și conținuturile specifice.
 - c. Citiți cu atenție informația care v-a trezit curiozitatea.

REFLECȚIE



- **Lucrând în grup, identificați câte 3-4 puncte forte ale unei reviste tipărite și ale unei reviste online.**

EXTINDERE



- **Lucrând individual, proiectează conceptul unei reviste.**

- a. Alege domeniul.
- b. Propune un titlu atractiv.
- c. Respectă elementele de structură specifice unei reviste.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ *Murzilka*, o publicație lunară de literatură și artă, dedicată copiilor cu vârste cuprinse între 6 și 12 ani, editată în Rusia, este, potrivit site-ului oficial Guinness World Record, revista pentru copii cu cea mai îndelungată apariție. Primul număr a fost publicat la 16 mai 1924 și de atunci revista a avut o existență neîntreruptă chiar și în timpul războiului. În total, până la 28 decembrie 2010 au fost realizate 1015 numere. Imaginea publicației este Murzilka însuși, un erou galben, pufos, cu nelipsita beretă roșie și cu fular și, de multe ori, având un aparat de fotografiat. Personajul Murzilka, atât de iubit astăzi, a fost creat în anul 1937. Până atunci Murzilka a fost un cățeluș obișnuit și prietenos.



Fișa 4

ALGORITMUL DE PREZENTARE A UNEI REVISTE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *algoritmul, „Topul revistelor”, chestionarul*
- **Resurse materiale:** *reviste pentru copii: Alunelul, „a”MIC, Tropoțel și Tropoțica, Puisorul curios, fișe de lucru, flipchart*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual, în perechi, pe grupe*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Algoritm*

➤ *Criterii*

➤ *Prezentare*

Support informațional

➤ <http://amic.radog.md/>

➤ http://www.familia.md/ro/info/children/up_to_1_year/publicatiile_perioadice_copii/default.aspx

EVOCARE



- Votează trei dintre revistele propuse.
- Realizați *Topul revistelor*.



1	
2	
3	
4	
5	
6	





A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport. Reține algoritmul și criteriile de prezentare a unei reviste.

Ce este UN ALGORITM?

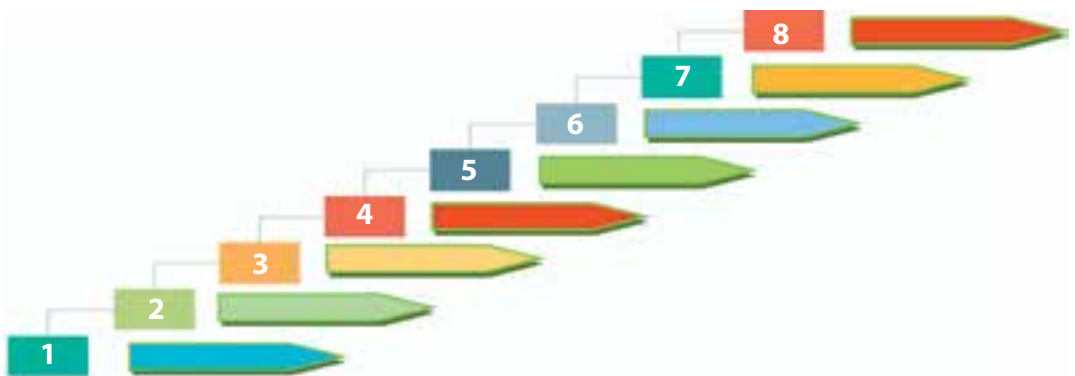
Probabil, ați mai întâlnit cuvântul acesta și la alte discipline școlare, în special, la lecțiile de matematică. Este necesar să știți că algoritm înseamnă o succesiune de operații elementare (de exemplu, reguli de calcul) bine definite.

Pentru prezentarea unei reviste vom respecta, de asemenea, un algoritm. Să-l parcurgem împreună!

În fiecare zi apeleți și la criteriile unei învățări orientate spre succes. Aceștia sunt termenii în baza cărora vă faceți evaluarea proprie, dar și a colegilor. Deci, prin **criteriu** se presupune o normă, punct de vedere, element hotărâtor, principiu pe baza căruia i se face o apreciere, o clasificare, o definiție etc.

Algoritmul de prezentare a unei reviste

1. Anunță titlul revistei.
2. Prezintă date despre redactor, colegiul de redacție.
3. Menționează domeniul din care face parte.
4. Enumără rubricile de bază.
5. Relatează mesajele importante din conținutul revistei.
6. Precizează detalii despre stilul și limbajul utilizat (imagini, culori, text).
7. Exprimă gânduri și sentimente despre revistă.
8. Formulează concluzii și aprecieri personale despre revistă.



Reține!

*O revistă convingător prezentată,
În umbră nu poate fi lăsată.
Algoritmul prezentării dacă-l respectați,
Pe toți să o citească o să-i provocați.*

B. Exercițiu practic

- Extrageți, la întâmplare una dintre revistele cunoscute pentru copii.
 - a. Prezentați revista, respectând algoritmul propus.
 - b. Discutați în plen la care disciplină școlară v-ar putea fi utile informațiile din aceste reviste.

REFLECȚIE



- **Elaborează textul pentru un spot, în care să pui în valoare revista preferată, pentru a-i motiva pe colegi/colege să o citească.**

Întâlni câteva enunțuri „magice” care te vor ajuta!

- ✓ Un elev modern citește...
- ✓ Revista pe care doresc să v-o prezint este asemeni unui soare, explozii stelare etc ...
- ✓ Doar în această revistă vei descoperi...
- ✓ Am citit câteva reviste atât de interesante despre...
- ✓ Te îndemn să descoperi și tu plăcerea lecturii unei reviste de calitate: amuzantă, interesantă, captivantă, plină de culoare și muzică, pe care doar cei mai buni o pot auzi etc.)...

EXTINDERE



- **Citește cu atenție chestionarul. Bifează răspunsurile, răspunzând sincer la întrebări.**

1. Unde îți place să citești reviste?

- a.** în clasă; **b.** acasă; **c.** în parc; **d.** la biblioteca; **e.** alte locuri.

2. Când ai timp liber la școală, obișnuiești să citești reviste?

- Da Nu

3. Ce preferi într-o revistă: **a.** pozele; **b.** textul.

4. Discuți cu prietenii despre mesajele citite?

- Da Nu

5. Consideri lectura revistelor o activitate interesantă?

- Da Nu

6. De multe ori lași revista începută necitită?

- Da Nu

7. Un computer ți-ar putea înlocui lectura?

- Da Nu

8. Cât timp acorzi săptămânal lecturii?

- 1 oră 2 ore 3 ore

9. Lectura revistelor reprezintă pentru tine:

- a.** o pasiune **b.** un mod de a-ți petrece timpul liber
 c. o obligație **d.** un mod de a te instrui.

10. Când citești în timpul liber, la ce renunți?

- a.** la joacă; **b.** la televizor; **c.** la prieteni; **d.** la computer.

CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ◆ *Florile Dalbe* este o revistă săptămânală educativ-cognitivă și literar-artistică pentru copii și adolescenți, gen ziar, care este editată la Chișinău în limba română. Pe timpuri, revista a apărut cu titlul *Tânărul leninist*, (1941-1990), fiind tribuna tinerelor talente din toată Republica Moldova. Aici și-au publicat primele creații literare majoritatea scriitorilor basarabeni, iar o bună parte din pictori și-au tipărit aici primele desene și schițe grafice. Cu această publicație periodică au colaborat pe timpuri scriitorii Grigore Vieru, Liviu Damian, Arhip Ciubotaru, Victor Teleucă.

Fișa 5

E-BOOKUL VERSUS CARTEA TRADIȚIONALĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** discuția dirijată, diagrama Venn, aplicație practică
- **Resurse materiale:** cărți digitale, computer conectat la Internet, E-reader, flipchart.
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ E-book

➤ E-reader

➤ Suport digital

Suport informațional

➤ <http://www.arenamall.ro/cartea-digitala-vs-cartea-traditionala/>

➤ <http://ea.md/cartile-tiparite-sau-cele-electronice/>

➤ <http://editura.liternet.ro/ebooks/vdincamagarusul/vdincamagarusul.html>

➤ <http://editura.liternet.ro/carte/317/Charles-Way/Craiasa-Zapezii.html#>

EVOCARE



- Recunoaște obiectele din imaginile propuse. Ce au comun acestea?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport.

Ce este un e-book?

Denumirea **e-book** vine de la englezescul „electronic book” și reprezintă un fișier digital ce conține textul și imaginile unei cărți, iar uneori chiar și clipuri video. E-book-urile sau cărțile electronice pot fi citite pe calculatoare personale, laptopuri, tablete, smartphon-uri. Toate aceste dispozitive care ne ajută să citim cărți digitale se numesc **e-reader** sau **e-book**.

Interesant este că în funcție de model, dispozitivele e-reader se pot compara în greutate cu o carte adevărată. Spre deosebire de aceasta, un e-reader păstrează în memorie un volum gigantic de informație (sute de romane). În plus, multe dintre aceste dispozitive se pot folosi la afișarea nu numai a cărților electronice, ci și pentru ziare, reviste, chiar pagini web.

Avantajele E-BOOK-ului



poate fi accesat oriunde și nu e neapărat să mergi la bibliotecă;

este mai ieftin decât cărțile tipărite pe hârtie;

poate fi citit și fără sursă de lumină suplimentară, prin reglarea intensității luminii dispozitivului;



poate fi stocat (și nu doar unul, ci sute!) într-un singur e-reader sau tabletă;
poate fi accesat și descărcat gratuit;
facilitează găsirea unor opere care, în varianta tipărită, sunt rare;
contribuie la reducerea defrișărilor de pădure.

DEZavantajele E-BOOK-ului



nu permite efectuarea notițelor pe pagină;



poate rămâne inaccesibil din cauza bateriei descărcate a dispozitivului;



procurarea unui dispozitiv de pe care să citești cărțile în format electronic necesită mijloace financiare considerabile;



într-o carte electronică nu îți va putea lăsa autograf, nici un autor.



Avantajele CĂRȚII TRADIȚIONALE



Cartea tipărită nu o poți „șterge” din greșeală, printr-un clic;



permite folosirea unui semn de carte pentru a găsi ușor ultima pagină citită. În cazul e-book-urilor, dacă repornești dispozitivul de pe care citești, poți pierde pagina unde ai rămas;



permite efectuarea însemnărilor, notițelor sau sublinierea frazele care ți-au plăcut.



nu are baterie, deci nu se descarcă;



poate fi împrumutată oamenilor apropiați, de orice vârstă;



poate deveni relicvă de familie;



o bibliotecă mare va înfrumuseța mereu orice casă.



DEZavantajele CĂRȚII TRADIȚIONALE



Nu o poți citi seara sau noaptea fără o sursă alternativă de lumină, care să nu deranjeze pe cei din jur;



este mai costisitoare decât varianta electronică;



hârtia se poate uza în timp sau se îngălbenește și capătă, cu timpul, un miros de vechi. Totuși, acest lucru nu-i scade din valoare, ba din contra.

Reține!

Ambele tipuri de cărți au avantajele lor. Unii oameni găsesc mai confortabilă tehnologia, în schimb, alții preferă mirosul și căldura unei cărți tradiționale.



B. Exercițiu practic

- Împărțiți-vă în două grupuri: susținători ai cărții tradiționale și ai e-book-ului.
 - a. Citiți cartea *Lumea lui Ciupicilă-Mofturici* de Valentina Carmen Dinca în format e-book și în versiune tipărită.

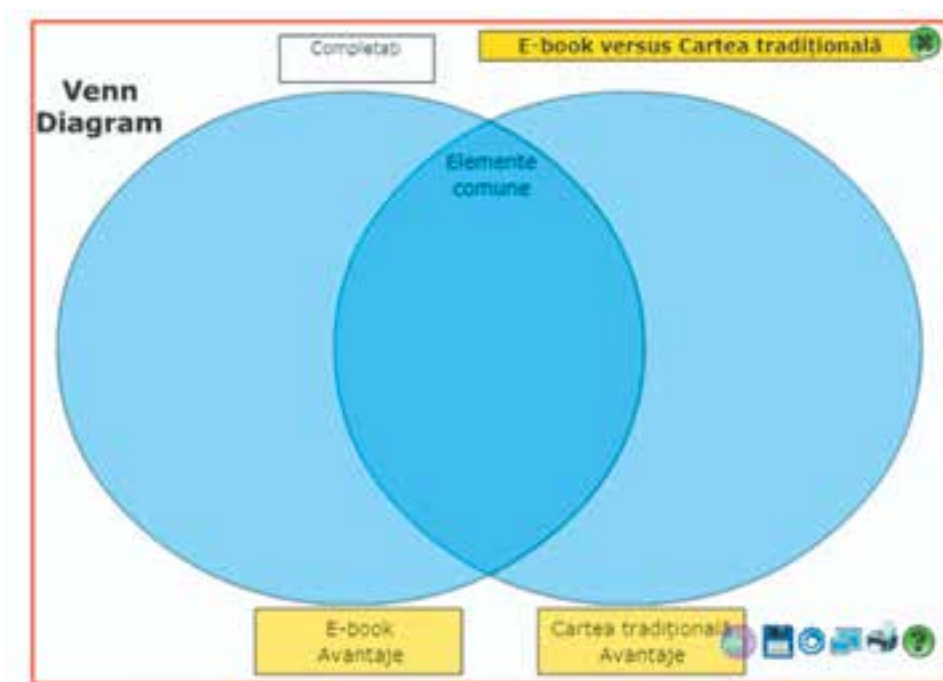
- b. Comparați sentimentele pe care le-ați trăit în urma lecturării versiunii tradiționale și digitale.
- c. Prezentați oportunitățile pe care vi le oferă ambele modalități de lectură.

REFLECȚIE



● Vizionați filmulețul <https://www.youtube.com/watch?v=RRDSj62tlvQ>

- d. Identificați avantajele și dezavantajele e-book-ului și ale cărții tradiționale.
- e. Descoperiți rolul comun al e-book-ului și al cărții tradiționale în viața omului.
- f. Completați diagrama Venn, utilizând informația din textul-suport și mesajul filmulețului vizionat.



EXTINDERE



● Citește cartea *Crăiasa Zăpezii* de Charles Way în format e-book <http://editura.liternet.ro/carte/317/Charles-Way/Craiasa-Zapezii.html#>.

- a. Povestește despre cele citite membrilor familiei tale.
- b. Împărtășește-ți impresiile și cu colegii/ele de clasă.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Cea mai mare carte din lume are 3m și 304 pagini.
- ◆ Cea mai veche carte din Europa se află în Grecia. Ea are 2000 ani.

Fișa 6

CITESC, REFLECTEZ – CA UN CETĂȚEAN ACTIV MĂ FORMEZ!



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** axa valorilor, studiu de caz, fișa de lectură
- **Resurse materiale:** poster, flipchart, carioci
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Cetățean

➤ Reflectez

➤ Meditez

Support informațional

- <https://dozadesucces.ro/de-ce-trebuie-sa-citesti-sau-cum-cartile-ne-influenteaza-personalitatea/>
- <https://ru.scribd.com/doc/52355389/Model-de-analiza-a-unei-carti-pentru-copii>

EVOCARE



● Observă imaginea.

- Selectează mijloacele de informare pe care le folosești mai des.
- Ordonează-le pe axa valorilor conform preferinței.
- Cu ce scop le utilizezi (pentru informare, organizare a timpului liber, socializare)?
- Ce realizează în comun aceste mijloace? Argumentează răspunsurile.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție versurile de mai jos. Descoperă la ce drept al copiilor fac referință autoarele.

A ȘTI ȘI A NU ȘTI

*A nu ști e-o boală răspândită,
Și-i din cele mai molipsitoare
Dar ușor se lasă lecuită,
Dacă o tratezi cu informare.*

*Haide la cuvântul scris,
Haide la televizor
Haide la calculator,
Asta nu ți-i interzis!*

*Nu visa la pară mălăiață,
Ci te du în sala de lectură
Și absoarbe câte-o picătură
Mierea adunată-n informații!*

*Dacă știi, nu te supui minciunii.
Dacă știi, cu tine e dreptatea.
Dacă știi, tu ai și demnitate.
Și ești omul respectat de lume.*

(Autoare: Ecaterina Stratan și Alexandra Balan, Dirigenție, cl.a II-a)

● Să discutăm!

- a. Ce mesaj transmite poezia?
- b. Care mijloace de informare sunt enumerate în poezie?
- c. Cum este considerat omul informat?

REGULI importante pentru a fi persoană informată



Reține!

*Orice informație își are locul și rostul său,
De aceea e necesar să reflectezi mereu.
Numai dacă citești atent și meditezi,
Ca un cetățean activ te formezi!*

Exercițiu practic

● Citește cu atenție fragmentul de mai jos .

Pentru lecția de științe elevii au avut de prezentat o informație despre ursul polar. Ana-Maria a mers la bibliotecă și a luat enciclopedia pe care a recomandat-o doamna învățătoare. Răsfoind-o, a citit despre păsările migratoare. I-a părut o informație destul de interesantă și a selectat cele mai importante și curioase fapte. Dar a doua zi a luat o notă mică. De ce?

- a. Meditează asupra celor citite. Specifică sursa de informare utilizată de Ana-Maria.
- b. Care reguli de lucru cu cartea au fost respectate de ea?
- c. Propune 3-4 sfaturi pentru Ana-Maria la selectarea corectă a informațiilor.
- d. Formulează o concluzie prin care să argumentezi rolul informațiilor.

REFLECȚIE



- **Lucrând în grup, realizați o comunicare cu subiectul *Și bunicii sunt o sursă de informare.***
 - a. Împărtășiți-vă informațiile acumulate din povețele bunicii.
 - b. Amintiți-vă situațiile când ei v-au spus primele povești la leagănul copilăriei.
 - c. Citiți colegilor comunicarea, ținând cont de regulile de prezentare.
 - d. Completați comunicările cu idei noi lansate de colegi.
 - e. Dovediți veridicitatea afirmației date.

- **Selectează, la dorință, o sursă de informare (carte, revistă, ziar).**
 - a. Completează rezumativ conținutul despre cele citite, utilizând *Fișa de lectură model.*
 - b. Enumeră sentimentele, emoțiile pe care le-ai trăit în timpul lecturii.
 - c. Reflectează asupra mesajului citit.
 - d. Reține ideile pe care le consideri prețioase pentru a informa și colegii.
 - e. Ține cont de regulile importante pentru a fi o persoană informată.

EXTINDERE



FIȘĂ DE LECTURĂ

(adaptată după modelele din Cartea de lectură,
cl. a IV-a, autoare T. Niculcea, M. Marin)

Data _____

Elev/ă _____



Titlul sursei citite (revistă/ziar/carte) : _____

Fondatorul/Autorul/Redactorul-șef _____

Conținutul rezumativ : _____

Sentimente/emoții trăite în timpul lecturii: _____

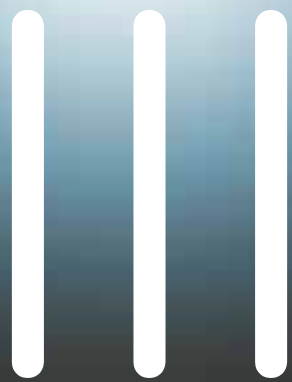
Mesajul perceput din sursă : _____

Idei valoroase extrase din sursă: _____

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Pentru a avea cetățeni activi și informați, Uniunea Europeană a decretat o zi europeană a școlilor, în care acordă premii celor mai bune texte, creații și desene elaborate de copii, pe o anumită temă. Astfel, prin intermediul mass-media copiii se documentează, participă la diferite evenimente importante, se pregătesc să devină cetățeni activi și informați.



Audiovizualul

Fișa 1

RADIOUL. EMISIUNEA RADIOFONICĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** dialogul dirijat, jocul de rol, tehnica Semaforul
- **Resurse materiale:** computer, telefon, aparat de radio, cartonașe colorate, fișa de lucru
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Radio

➤ Radioascultător

➤ Emisiune

➤ Audiență

Support informațional

➤ <http://www.itsybitsy.ro/>

➤ <http://www.creeaza.com/didactica/comunicare-si-relatii-publice/jurnalism-presa/PRODUCTIA-EMISIUNILOR-RADIO851>

EVOCARE



● Observă imaginea

- Amintește-ți ce ai studiat anterior la tema *Istoria și evoluția mass-media*.
- Despre care obiecte din imaginile propuse ai vorbit?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport, utilizând cartonașele colorate: verde – am înțeles, galben – am unele întrebări și roșu – nu am înțeles, am nevoie de ajutor.

Radioul

Cunoști deja că radioul este unul dintre mijloacele de comunicare în masă. Cuvântul **radio** înseamnă atât aparatul receptor, cât și tehnologia bazată pe transmiterea undelor radio, numită **radiodifuziune**.



Radioul se adresează direct **radioascultătorului**. Ai observat, probabil, că acesta este un mediu mobil, care ne însoțește aproape peste tot: la școală, la plajă, în parc, la locul de muncă, acasă, în drum spre diferite destinații.

Până nu demult, radioul era singurul mijloc care nu oferea un suport vizual, (ascultătorii nu vedeau cine era la microfon). Însă, în ultimii 2-3 ani, unele emisiuni radio sunt transmise și online, oferind ascultătorilor posibilitatea de a fi vizualizate.

Pe de altă parte, trebuie luat în considerare faptul că anumite cuvinte, bine alese, pot crea în mintea ascultătorilor sugestii mai puternice decât în cazul în care ar fi existat posibilitatea unui contact vizual.

Emisiunea radiofonică

Emisiunea *este un produs media*, radio sau TV, transmisă cu un anumit scop (informativ, educativ, cultural, de interpretare), pe o anumită durată.

O emisiune poate avea una sau mai multe rubrici și poate fi permanentă sau ocazională. În funcție de tematică și conținut, deosebim emisiuni de știri, de divertisment, culturale, muzicale, sportive etc.

Probabil, te-ai întrebat nu o singură dată: „Cine și cum realizează o emisiune radiofonică?” De regulă, participă o întreagă echipă care include: un director (patronul postului), reporteri, redactorul, realizatorul de emisiuni, redactorul muzical, regizorul de emisie.

Acționând ca o adevărată echipă, fiecare are un rol:

- ✓ **directorul postului**, împreună cu realizatorul, stabilește ce emisiuni și cui se vor adresa acestea;
- ✓ **reporterul de serviciu** aduce informații, folosindu-se de telefon, fax sau deplasându-se în teritoriu;
- ✓ **reporterii specializați pe domenii** se deplasează la locul diferitor evenimente și fac înregistrări la subiect;
- ✓ **redactorul** construiește scenariul emisiunii în baza materialelor acumulate de reporteri;
- ✓ **realizatorul de emisiuni** aprobă, finalizează produsul, iar uneori chiar prezintă emisiunea;
- ✓ **redactorul muzical** selectează piesele muzicale;
- ✓ **regizorul de emisie** asigură tehnic desfășurarea emisiunii.

Reține!

Reporterul este o funcție în presa atât scrisă, cât și audiovizuală. Acesta culege informațiile și consemnează evenimentele la fața locului, relatându-le în mod obiectiv.

Pașii pentru realizarea unei emisiuni radiofonice



Cuvinte noi

Ocazională,-ă – Care are loc cu ocazia unui anumit eveniment, într-o anumită împrejurare.

Patron,-oană – Proprietar al unei întreprinderi, al unei firme, al unui atelier.

A consemna – A nota, a înregistra, a însemna.

Audiență – În audiovizual, măsurarea numărului de ascultători sau telespectatori care urmăresc un canal mediatic

B. Exercițiu practic

- Utilizând un computer sau un telefon, accesați pe www.trm.md postul Radio Moldova 1. Selectați din grila propusă două emisiuni pentru copii.

REFLECȚIE



- Realizează împreună cu colegul/colega un mini-interviu radiofonic pe tema *Jocurile preferate*.
 - a. Repartizați rolurile.
 - b. Formulați 3-4 întrebări și răspunsuri la temă dată.

EXTINDERE



- Ascultă, pe parcursul unei săptămâni, 2-3 emisiuni radiofonice pentru copii de la postul de Radio Moldova 1.
 - a. Completează fișa după modelul propus:

Nr d/o	Denumirea emisiunii radiofonice	Data și ora difuzării	Informații reținute	Mesajul general
1.				
2.				
3.				

- b. Discută cu membrii familiei informațiile audiate.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ La început, posturile de radio emiteau numai în timpul nopții, în special muzică și programe de divertisment. Ocazional, se transmiteau recitaluri, poezii și discursuri ale unor personalități. Radioul atinge un record de audiență în anii '30 ai secolului XX, printr-o mare varietate a programelor, care includeau dedicații muzicale și concursuri interactive (cu participarea directă a radioascultătorilor).

Fișa 2

ARTA COMUNICĂRII ÎN SPAȚIUL AUDIO: DEDICAȚIILE MUZICALE ȘI INTERVIUL



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *joc de rol, agenda Știu/Vreau să știu/Am învățat, GPP, Microfonul magic, audiția, discuția*
- **Resurse materiale:** *un computer conectat la Internet, aparat de radio*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual, în perechi*

Cuvinte și concepte-cheie

- *Spațiu audio*
- *Dedicație*
- *Interviu*
- *Intervievat/ă*

Support informațional

- https://www.radionoroc.md/emisiuni/despre/dedicatii_la_pachet
- <http://www.radioplai.md/dedicationshttp://trm.md/ru/o-melodie-pentru-tine/>
- <http://felicitaricuziuadenastere.blogspot.md/>

EVOCARE



Activitate în perechi: joc de rol *Vedetele*

- Repartizați rolurile (reporter la un post de radio și o vedetă din țară sau de peste hotare).
 - Inițiați un dialog, formulând întrebări și răspunsuri.
 - Meditați asupra stării emoționale pe care ați trăit-o, adresând întrebări sau formulând răspunsuri.
 - Formulați concluzii cu privire la regulile culturii comunicării de care ați ținut cont în timpul dialogului.
- Ce știți despre arta comunicării în spațiul audio? Completați primele două rubrici ale tabelului:

ȘTIU	VREAU SĂ ȘTIU	AM ÎNVĂȚAT



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul.

Arta comunicării în spațiul audio

Comunicarea în spațiul audio se bazează pe competența reporterului de a ști să asculte. Interlocutorul trebuie să simtă că este ascultat cu atenție de reporter, deoarece poate să creadă că mesajul său nu este înțeles.

Este bine ca reporterul să urmărească atent cu privirea și uneori chiar să-l aprobe, prin înclinarea ușoară a capului.

Reporterul de radio nu trebuie să cedeze microfonul, iar interviu-vatul nu ar trebui să-l solicite!

Este important să știm că reporterul poate, uneori, să-l corecteze discret pe interlocutor, în cazul în care acesta a făcut unele greșeli de exprimare.



Ce este interviul?

Dialogul dintre jurnalist/reporter și interlocutor în emisiunile radiofonice sau TV se numește interviu. Această formă de comunicare este prezentă în majoritatea emisiunilor. Este cel mai eficient mijloc de a obține și transmite o informație către public, mai ales în radio, unde cuvântul rostit este deosebit de important.

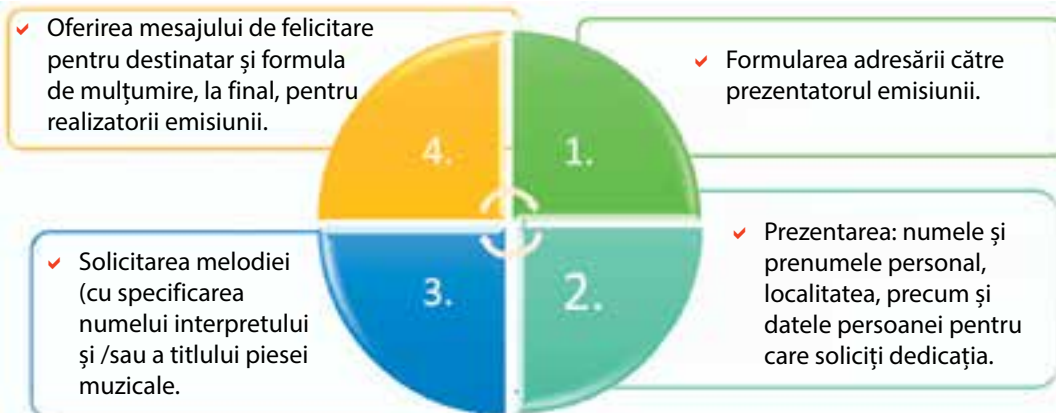
Interviul este, așadar, o conversație în cadrul căreia un jurnalist sau o jurnalistă pune întrebări, uneia sau mai multor persoane, pentru a afla informații, opinii, explicații, care permite cunoașterea unui fapt sau a unei situații.

Cum se face o dedicație muzicală?

Dedicațiile muzicale sunt urările de bine adresate unor persoane dragi cu prilejul unor evenimente, de regulă, de familie, prin intermediul unei emisiuni radiofonice sau televizate, însoțite de solicitarea difuzării unei piese muzicale.

Acest lucru îi ajută pe radioascultători să fie mai aproape de cei dragi, înlătură și scurtează distanțele între ei.

Pentru a putea face o dedicație muzicală la un post de Radio sau TV, e necesar să respecti următoarele etape:



Cuvinte noi

Lacună – Întrerupere involuntară în continuitatea unei expuneri, a unui text, în înlănțuirea unor fapte, idei. Ceea ce lipsește pentru ca ceva să poată fi considerat complet, întreg, desăvârșit.

Moderator,-oare – Persoană care conduce, îndrumă o dezbateră, o discuție, o masă rotundă și trage concluziile.

Discret, ă – Care este rezervat, reținut în vorbe, în fapte, în acțiuni. Care se comportă cu măsură, cu discreție, fără a deranja, a incomoda.

B. Exercițiu practic

● **Audiati câteva dedicații muzicale la postul Radio Noroc.**

https://www.radionoroc.md/emisiuni/despre/dedicatii_la_pachet

- Determinați, discutând în perechi, dacă dedicațiile au fost formulate, respectând arta comunicării în spațiul audio.
- Identificați lacunele și propuneți varianta corectă.

REFLECȚIE



● **Completează ultima rubrică a tabelului Știu/Vreau să știu/Am învățat.**

EXTINDERE



● **Lucrând în perechi, scrieți o dedicație muzicală unei persoane dragi (părinți, bunici, colegi, prieteni, profesori etc.)**

- Prezentați produsul, simulând dialogul dintre persoana care face dedicația și moderatorul/moderatoarea emisiunii radio.
- Analizați-le în plen.



CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Metoda interviului a fost folosită cu mult înaintea apariției presei scrise și este des utilizată în diverse științe. S-a constatat că nimic nu este mai convingător pentru ascultător decât informația primită direct de la prima sursă, care este cea mai credibilă.
- ◆ Radioul folosește interviul mai mult decât alte mijloace media, pentru că prezența la microfon a unei singure voci poate duce la monotonie, iar apariția unei noi voci aduce un element nou, care captează atenția publicului ascultător.

Fișa 3

TELEVIZORUL, „STĂPÂN AL TIMPULUI LIBER” ȘI SURSĂ DE INFORMARE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *asociații libere, jurnalul dublu, dialogul dirijat, lectura ghidată*
- **Resurse materiale:** *un televizor, emisiuni televizate pentru copii, fișe de lucru, flipchart*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Televizor*

➤ *Telecomandă*

➤ *Telespectator*

Suport informațional

➤ <http://www.tvmd.info/2013/07/gurinel-tv.html>

➤ <http://www.tvmd.info/2012/09/noroc-tv-online.html>

EVOCARE



○ Observă imaginea.

- Ce cuvinte poți asocia imaginii propuse?
- Scrie, la vârful razelor, posturile de televiziune pe care le cunoști.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție sfaturile psihologului Mihaela Sterian, pentru a face însemnări în *Jurnalul dublu*.

„Vrei să-ți faci prieteni noi sau să călătorești prin lume? Nimic mai simplu! Iei telecomanda și ecranul te va conduce oriunde în lume, devenind un avion virtual sau un partener de călătorii. El, televizorul, creează, pur și simplu, o nouă

realitate. Face parte din viața noastră și este în sufletul nostru. Generația bunicii-
lor îi spunea „micul ecran”, deoarece a fost creat ca o replică la „marile ecrane”
pe care se proiectau filme în cinematografe.

Televizorul ne satisface dorința de a fi mereu bine informați într-o lume
plină de evenimente și într-o societate marcată de comunicare și dominată de
știri. Demonstrațiile și manifestările sportive transmise la TV ne aduc aproape
bucuria victoriei sau suferința înfrângerilor și ne cultivă respectul și admirația
pentru marii campioni. Filmele artistice sau documentare, spectacolele de tea-
tru intră în casa noastră prin intermediul televizorului, aducând cu ele o lume,
un întreg univers.

Pe de altă parte, spectacolul de sunet, culoare, lumină ne captivează și, adese-
ori, putem pierde simțul realității și noțiunea de timp. Astfel, dacă nu-l privim
cu discernământ, putem vorbi despre televizor ca despre o „obsesie cotidiană”.

Prin urmare, fi un telespectator inteligent, care consumă rațional produsele
media și nu lăsa televizorul să devină „stăpânul timpului tău liber”.

(Text adaptat din *Invitație la educație*,
autori: Silvia Marinescu, Rodica Dinescu, pag.125)

Cuvinte noi

Obsesie – Imagine, idee care urmărește pe cineva neîncetat,
preocupare chinuitoare.

Discernământ – Facultatea de a pătrunde, de a judeca și de a
aprecia lucrurile exact, la justa lor valoare.

Apendice – Parte secundară a unui obiect, care se prezintă
ca o prelungire, ca o completare a acestuia. *Analog*. Anexă,
adaos, supliment la o publicație.

B. Exercițiu practic

- Completează, în baza textului, tabelul.



Jurnalul dublu

1. _____ _____ _____ _____ _____	
2. _____ _____ _____ _____ _____	

REFLECȚIE



- Citește cu atenție textul. Formulează răspunsuri la întrebările de mai jos.

Rugăciunea unui copil

„Doamne, în seara asta te rog ceva special. Transformă-mă într-un televizor, ca să-i pot lua locul. Mi-ar plăcea să trăiesc cum trăiește televizorul în casa mea, în jurul căruia se adună toată familia.

Fă să fiu luat în serios, să fiu în centrul atenției, așa încât toți să mă asculte, fără să mă întrerupă. Mi-ar plăcea să mi se dea atenția deosebită care i se dă televizorului când ceva nu funcționează și să-i țin de urât tatei când se întoarce obosit de la serviciu și mama, în loc să mă ignore, să stea cu mine când sunt singur și plictisit. Să distrez toată familia, ca membrii ei să lase totul la o parte și să stea câteva minute alături de mine.

Doamne nu-ți cer prea mult, doar să trăiesc ca un televizor!”

- Crezi că și alți copii au trăit sentimente și stări asemenea personajului din text?
- Ce le-ai spune părinților acestui copil?
- Care este rolul televizorului în familia voastră?
- Este televizorul un „stăpân” al timpului tău liber?
- Care sunt emisiunile preferate pe care le vizionezi?



EXTINDERE



- Redactează o scrisoare adresată Postului Național de Televiziune.

- Enumeră cele mai importante emisiuni pentru copii, pe care le vizionezi.
- Propune emisiuni care a-i dori să se difuzeze pe acest post de TV.
- Mărturisește despre așteptările tale.
- Exprimă recunoștința echipei TV pentru efortul depus în realizarea emisiunilor pentru copii.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Televiziunea a apărut ca „un apendice” al radioului și a dobândit autonomie mai ales după cel de-al Doilea Război Mondial. Primele țări care au experimentat și dezvoltat televiziunea au fost Marea Britanie, SUA, Franța și Germania, înainte de 1945, an considerat ca fiind acela al „adevăratului start.”

Fișa 4

EMISIUNILE COGNITIVE ȘI CELE DE DIVERTISMENT



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming cu imagini, lectura cu sarcini, vizionare de emisiuni, discuția euristică
- **Resurse materiale:** un computer conectat la Internet, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Emisiune

➤ Cognitiv

➤ Divertisment

Support informațional

- <http://trm.md/ru/ring-star/ring-star-emisiune-din-05-martie-2017/>
- <http://trm.md/ro/erudit-cafe/erudit-cafe-emisiune-din-20-mai-2017/>
- <http://www.discovery.ro/program-tv/animal-planet/>

EVOCARE



- ⊙ Potrivește imaginile-simbol cu domeniul emisiunii care le corespunde.

SPORT

ȘTIRI

DIVERTISMENT

EDUCAȚIE

COPII



- Numește titluri de emisiuni pentru fiecare categorie.
- Selectează o emisiune și spune ce emoții îți produce vizionarea acesteia.

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- ⊙ Citește cu atenție textul-suport. Află lucruri interesante despre emisiunile pentru copii.

Emisiunile pentru copii pot fi grupate în:

- Emisiuni instructive/educative sau cognitive** de gen magazin, ce cuprind mai multe rubrici: *Ce? Unde? Când?, Vreau să fu, Lecturi folositoare, Curiozități* ș.a.
- Emisiuni de divertisment** care urmăresc scopul de a informa publicul, de a oferi informații într-o manieră distractivă, veselă sub formă de joc, care nu presupune existența unui partener, și nici



a unor reguli stabilite în prealabil. Se bazează foarte mult pe imaginație. La baza oricărui tip de divertisment media se află suspansul legat de modul cum se va încheia întâmplarea. Publicului i se propune să tragă concluzii cu privire la propria persoană sau la alte persoane, într-o libertate totală.



CE CUPRINDE O EMISIUNE PENTRU COPII ?



Reține!

Mass-media și industriile culturale oferă diverse posibilități de divertisment: publicații, emisiuni, concursuri.

Cuvinte noi

Cognitiv,-ă – 1. Care aparține cunoașterii, care se referă la cunoaștere. 2. Capabil de a cunoaște.

Divertisment – Distracție ușoară, petrecere plăcută care nu implică nici un efort intelectual și nici o dificultate .

B. Exercițiu practic

- Urmăriți emisiunea *Magazinul copiilor*, accesând <http://trm.md/ro/magazinul-copiilor/magazinul-copiilor-emisiune-din-10-iunie-2017/>. După vizionarea emisiunii, discutați următoarele aspecte:
 - Ce fel de emisiune este?
 - Care sunt rubricile emisiunii?
 - Ce momente te-au impresionat?

REFLECȚIE



- Lucrând în două echipe, elaborați grila tematică pentru :
 - Emisiunile cognitive – echipa I-a;
 - Emisiunile de divertisment – echipa a II-a.



Notă! Subiectele propuse se vor referi la temele studiate la diferite discipline școlare în acest an.

EXTINDERE



- Discută cu prietenii tăi, membrii familiei și colegii de clasă despre emisiunile lor preferate.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- Emisiunea televizată *Povestea de seară* este unica emisiune cognitiv-distractivă pentru copii din Republică Moldova, cu periodicitate zilnică și cu difuzare la aceeași oră. Tipul emisiunii este sub forma de poveste compusă din elemente teatralizate și desene animate. Generația bunicilor și părinților voștri cunosc această emisiune cu titlul *Noapte bună, copii!*

Fișa 5

EMISIUNEA TV PREFERATĂ A MEA ȘI A FAMILIEI



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** lectura imaginii, discuția euristică, studiul de caz, argumentarea
- **Resurse materiale:** chestionare, fișe de lucru
- **Forme de organizare:** frontal, individual

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Show

➤ Familie

➤ Gazdă

Support informațional

➤ <http://www.digi24.ro/emisiuni/jurnal-pentru-copii>

➤ <http://www.tvrplus.ro/emisiune-in-curtea-bunicilor-4564>

➤ <https://antenaplay.ro/next-star>

➤ <http://a1.ro/junior-chef/>

EVOCARE



● Cercetează cu atenție imaginile.

- Recunoști vreo emisiune?
- Ce te motivează să o vizionezi?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

● Citește cu atenție *Studiul de caz* propus.

Wow Kids este un **show TV de divertisment**, apărut recent, care a captat atenția atât a copiilor, cât și a părinților din Republica Moldova. Aceasta își propune să descopere cei mai carismatici, ingenioși, creativi și talentați copii din Republica Moldova și nu numai.

Scopul show-ului este de a prezenta publicului și de a pune în valoare o nouă generație de talente din rândul copiilor. **Gazda** emisiunii este Ludmila Bălan, cunoscuta „Tanti Ludmila” de la emisiunea *Povestea de seară*.

La emisiune **sunt chemați să participe** toți copiii cu vârsta cuprinsă între 3-14 ani, care demonstrează talent în cele mai **diverse domenii**: dans, pictură, actorie, muzică, sport, științe exacte, geografie, astronomie, robotică, magie, dresură și orice altceva.

Emisiunile pentru copii, precum *Wow Kids*, **pot fi urmărite** de către toți membrii familiei, de la mic la mare. În acest mod, ei comunică și petrec timpul liber util și plăcut împreună.

B. Exercițiul practic

- Descrîe emisiunea preferată după modelul textului din *Studiu de caz*, utilizând cuvintele evidențiate în structura prezentării.

REFLECȚIE



- Completează chestionarul.

CHESTIONAR Emisiuni televizate pentru copii

N/O	Denumirea emisiunii	Cunosc	Nu cunosc	Vizionez		
				Întotdeauna	Rareori	Niciodată (cauza)
1.	<i>Povestea de seară</i> , TVM1					
2.	<i>Părinți și copii</i> , TVM1					
3.	<i>Ring Star</i> , TVM1					
4.	<i>Magazinul copiilor</i> , TVM1					
5.	<i>Oglinda copiilor</i> , Gurinel TV					
6.	<i>Știri pentru copii</i> , ProTV					
7.	<i>Magic english</i> , Disney Channel					

- Completează tabelul de mai jos cu alte emisiuni TV vizionate de tine.

Notă: Învățătorul va sintetiza datele din chestionare, le va prezenta și analiza la ședința cu părinții.

EXTINDERE



- Analizați cu membrii familiei programul emisiunilor TV.

- Selectați o emisiune TV pe care ați dori să o vizionați.
- Urmăriți-o împreună și împărtășiți-vă impresiile.

CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ♦ Emisiunea *Jurnal pentru copii*, este, la ora actuală, cea mai bună emisiune TV pentru copii din România. În decembrie 2013 a câștigat Marele Trofeu la categoria *Programe pentru copii*. Jurnalul este prezentat de Miruna, o fetiță de numai 9 ani, considerată în prezent cea mai tânără jurnalistă română. Principala atracție a acestei emisiuni, pe lângă informațiile prețioase, care ajută la îmbogățirea culturii generale a celor mici, sunt interviurile pe care fetița le realizează cu „oameni mari” și vedete din România.

Fișa 6

EVALUARE SUMATIVĂ. SIMULAREA REALIZĂRII UNEI EMISIUNI TELEVIZATE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *explozia stelară, simularea, dialogul dirijat*
- **Resurse materiale:** *un televizor, emisiuni televizate pentru copii, fișe de autoevaluare, flipchart*
- **Forme de organizare:** *individual, în perechi, pe grupe*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Simulare*

➤ *Realizare*

Suport informațional

- <http://trm.md/ru/ring-star/ring-star-emisiune-din-05-martie-2017/>
- <http://trm.md/ro/erudit-cafe/erudit-cafe-emisiune-din-20-mai-2017/>
- <http://www.discovery.ro/program-tv/animal-planet/>

EVOCARE



- Formulează pentru colegi întrebări, utilizând cuvântul-cheie „emisiune”.



- Ce idei interesante din răspunsurile colegilor ai reținut?

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție tabelul. Amintește-ți pașii pentru realizarea unei emisiuni.

Pasul 1	• Anunțarea denumirii emisiunii.
Pasul 2	• Motivarea alegerii denumirii.
Pasul 3	• Fixarea duratei emisiunii.
Pasul 4	• Elaborarea proiectului emisiunii.
Pasul 5	• Repartizarea rolurilor participanților.

Pasul 6	• Pregătirea pentru emisiune a diverselor activități (dramatizări, recitări, cântece, dansuri, interviuri).
Pasul 7	• Confecționarea materialelor și mijloacelor necesare (vestimentație, rechizite, jucării, ustensile).
Pasul 8	• Mediatizarea emisiunii prin anunțuri, afișe, reclame.
Pasul 9	• Prezentarea emisiunii în fața publicului (colegilor, părinților, copiilor de la grădiniță).
Pasul 10	• Documentarea/inregistrarea celor prezentate.

B. Exercițiu practic

- **Lucrând în grup (6-8 persoane), simulați una dintre emisiunile televizate.**
 - a. Repartizați rolurile și atribuțiile pentru fiecare membru.
 - b. Elaborați proiectul emisiunii.
 - c. Prezentați emisiunea în fața publicului spectator din clasă.

REFLECȚIE



- **Lucrând independent, completează fișa de autoevaluare. Desenează câte un emoticon pentru fiecare răspuns:**
 - a. M-am implicat în proiectul emisiunii.
 - b. Am prezentat rolul încredințat.
 - c. Am folosit un limbaj corespunzător conținutului.
 - d. Am expus coerent și clar gândurile.
 - e. Mi-am argumentat părerea proprie.

LEGENDA

 5-4	 3-2	 1
<i>Foarte bine</i>	<i>Bine</i>	<i>Suficient</i>

EXTINDERE



- **Mediatizați rezultatele emisiunii pe panoul de avize.**
 - a. Scrieți un reportaj despre emisiunea desfășurată.
 - b. Mărturisiți părinților despre punctele forte ale emisiunii.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ♦ Televiziunea Națională, pe parcursul timpului, are o istorie bogată în vederea realizării emisiunilor pentru copii (programe artistico-publicistice, distractive, instructive). Astfel, la sfârșitul anilor '90 existau zece emisiuni pentru copii. Apoi, după perfecționarea și îmbunătățirea tuturor programelor, acestea s-au redus și s-au simplificat, rămânând doar *Povestea de seară* pentru preșcolari, jurnalul televizat *Magazinul copiilor* și emisiunea concurs *Ring Star*.

The background features a light yellow and orange color palette. It is decorated with stylized, semi-transparent icons of film-related elements: a camera, two film reels, and a person sitting in a chair. A prominent teal film strip runs diagonally from the top left towards the bottom center. Other film strips in orange and yellow are scattered across the background.

IV

Filmul

Fișa 1

FILMUL – SPECTACOL DE LUMINĂ ȘI CULOARE. DIN ISTORIA FILMULUI



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** jocul de rol, lectura interogativ-interpretativă, vizionarea de film, discuția euristică, axa cronologică
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Cinematograf
- Cinefil
- Film mut
- Film sonor
- Film color
- Actor

Support informațional

- <http://novapolaris.ro/dictionar-cinematografic>
- <http://docshare04.docshare.tips/files/28064/280649539.pdf>
- <http://www.youtube.com/watch?v=Xr-N3fSo62w>

EVOCARE



Joc de rol

- Lucrând în grup, extrageți o fișă și încercați să transmiteți mesajul proverbului...fără cuvinte!

Proverbele propuse:

- ✓ „Când doi se ceartă, al treilea câștigă”.
 - ✓ „Cine aleargă după doi iepuri nu prinde niciunul”.
 - ✓ „Nu poți opri apa, vântul și gura lumii”.
- Discutați cât de ușor/greu a fost să vă faceți înțeleși.
 - Ce v-a ajutat să vă faceți înțeleși?

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport despre istoria filmului.

Proiectarea primului film – nașterea cinematografi

Apariția filmului este legată de îndepărtatul an 1895, când doi francezi, frații Lumière, au prezentat pe ecran mare primul lor film – *La Sortie de l'usine Lumière a Lyon (Ieșirea lucrătorilor de la Uzina Limière din Lyon)*. Cei doi inventatori au creat o mașină-minune care proiecta imagini în mișcare și au botezat-o „Cinematograf”. Astăzi, prin „cinematograf” înțelegem sala destinată proiectiei de filme.

În aceeași perioadă, un alt mare inventator, Thomas Edison (1847–1931) a realizat „kinetograful” pe care l-a patentat în anul 1891. De asemenea, acesta a inventat pelicula cu perforații pe care se înregistrau filmele.



Prin urmare, frații Lumière s-au inspirat și din rezultatul muncii altor colegi. Durata filmului proiectat de cei doi frați era de doar 45 de secunde și ilustra ieșirea lucrătorilor de pe porțile uzinei. Chiar dacă există mai multe dispute, anume 28 decembrie a rămas în istorie ca ziua nașterii artei cinematografice. Publicul a rămas entuziasmat și fascinat de ideea imaginilor care se mișcă. Vă dați seama cât de mirați au fost primii spectatori? Până la acel moment, pictura, sculptura sau fotografia nu erau decât imagini statice!

Prima revoluție – filmul mut

Filmul fraților Lumière era fără sunet și de scurt metraj. După primele pelicule proiectate, s-a încercat realizarea unor filme cu durată mai mare, care să ilustreze o anumită istorioară. Un **film mut** avea muzică de fundal, dar nu avea cuvinte. De cele mai multe ori, aceasta era muzica unui pian. Și pentru că filmul nu avea, cuvinte, actorul trebuia să transmită întregul mesaj muțeste...și aceasta era și este o mare artă!



Cu siguranță, ați auzit de Charlie Chaplin (1889 -1977), renumitul actor și regizor englez. Acesta a devenit celebru pentru talentul său actoricesc inconfundabil, demonstrat anume în filmele mute.

Cea de-a doua revoluție – filmul sonor

În anul 1927, la New York a fost proiectat *The Jazz Singer* (*Cântărețul de Jazz*), primul **film sonor**, produs de compania Warner Bros. Un film sonor ca acesta înregistra schimbul de replici dintre personaje și cântecele acestora. În România acest film a fost proiectat doi ani mai târziu, în 1929. După apariția celui sonor, filmul mut a început să intre în istorie, fiind mai puțin atractiv.

Cea de-a treia revoluție – filmul color

Următoarea provocare pentru **cinefili** – persoane care sunt pasionate de film – a fost să toarne **filme color**, așa cum până la acel moment, filmele erau alb-negru. Se crede că primul film color a fost făcut în jurul anului 1900 de către Georges Méliès (1861-1938). Pelicula se numea *Le voyage dans la lune* (*O călătorie pe lună*) și fusese colorată manual. Era un film realizat în baza romanelor științifico-fantastice ale scriitorului Jules Verne.



Reține!

La apariția cinematografului și-au adus contribuția mai mulți inventatori și oameni de cultură.

Cuvinte noi

A **patenta** – a recunoaște în mod oficial dreptul cuiva asupra unei invenții;

Inconfundabil – care este original, deosebit și nemaiîntâlnit.

B. Exercițiul practic

- Urmăriți filmulețul *The Lion's Cage* (*Cușca leului*), accesând <https://www.youtube.com/watch?v=79i84xYelZI>. După vizionarea filmulețului, discutați următoarele aspecte:
 - a. Câte personaje apar în film?
 - b. Care este dilema eroului principal?
 - c. Ce situații din film provoacă râsul?
 - d. Cum își comunică eroii emoțiile și mesajele?
 - e. Cât de importantă este muzica în acest film? Argumentează.

REFLECȚIE



- Lucrând în echipe, realizați o axă cronologică pe care să fixați anii și momentele importante în evoluția cinematografilei.

ex. 1891

inventarea
kinetografului
(Thomas Edison)

EXTINDERE



- Discută cu prietenii tăi, membrii familiei și colegii de clasă despre filmele lor preferate.
 - a. Solicită de la fiecare denumirea filmului preferat, perioada aproximativă când a fost turnat și numele actorului principal.
 - b. Realizează, pentru portofoliu, o listă de super-filme, pe care o vei completa pe parcursul anului.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Imediat după apariție, filmul a devenit foarte popular, în special în rândurile clasei mijlocii. Aristocrații, de regulă, nu se duceau la film și continuau să meargă la teatru, considerând această activitate mai elevată.

Fișa 2

FILMUL DE ANIMAȚIE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** jocul didactic, experimentul, vizionarea de film, discuția euristică
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, fișe colorate, caiet, creioane, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Gen de film
- Film de animație
- Animație
- Scene obligatorii
- Fotograme
- Animator

Suport informațional

- <http://webcultura.ro/primul-desen-animat-romanesc/>
- <https://www.historia.ro/sectiune/general/articol/o-vizita-succinta-in-lumea-tehnicilor-de-animatie>
- <https://www.youtube.com/watch?v=FcCedRHjuOc>

EVOCARE



● Joc didactic– activitate în grup

- Scrieți sau desenați pe o fișă colorată numele personajului de desen animat îndrăgit.
- Semnați foaia, apoi mototoliți-o pentru a obține un bulgăre.
- La indicația profesorului, aruncați bulgărele în clasă.
- Fiecare elev va prinde un alt bulgăre. Aflând numele colegului/colegei care l-a scris, va încerca să-l descrie, comparându-l cu personajul indicat de acesta, fără a-i divulga numele.
- Elevul care intuiește cine e colegul descris preia ștafeta și este următorul care-și descrie colegul/colega.



Exemplu: Colegul/colega mea este la fel de rapid/rapidă și inteligent/inteligentă precum personajul ..., deoarece... .

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport despre filmul de animație.

Genuri de film

Pentru a satisface așteptările fiecărui cinefil, marii producători și-au diversificat oferta și au inventat diferite **genuri de film**. Pentru fiecare gen de film există anumite **scene obligatorii**, scene tipice pe care spectatorii se așteaptă să le vadă. Cele mai importante genuri de film, din punct de vedere al conținutului, sunt **filmele documentare** și **filmele artistice**. Acestor două mari categorii li se alătură și **filmele de animație**. Filmele documentare prezintă lucruri interesante

despre fapte și persoane reale. Spre deosebire de acesta, filmul artistic prezintă istorii inventate, cu eroi imaginari

Din istoria filmelor de animație

Primul film animat a fost realizat în îndepărtatul an 1890 și a fost creat de francezul Charles-Emille Reynaud. Filmulețul se numea *Pauvre Pierot* (Sărmanul Pierot) și ilustra o tristă istorie de dragoste.



<https://www.youtube.com/watch?v=A4FrX3-XU6Y>

Primul film românesc care s-a păstrat până azi este *Haplea* (1927). Eroul filmulețului este un personaj din folclorul românesc.

<https://www.youtube.com/watch?v=rc2IYDAT8qM>

Cum se fac filmele de animație?

Ți-ai pus vreodată întrebarea cum se fac desenele animate? Cu siguranță, fiecare copil este curios să afle. Este o muncă migăloasă, fiecare mișcare a personajului animat necesită zeci de ore de muncă!

Mai exact, pictorul face **fotograme** – o imagine completă a desenului, parte a peliculei. Procesul de filmare a mișcării succesive a imaginii se numește **animație!** Cuvântul „animat” înseamnă plin de viață, însuflețit, deoarece în desenele animate imaginile nemișcate prind viață și aceasta este o adevărată magie! Cea mai simplă animație e posibilă la derularea a cel puțin 24 de imagini de acest fel pe secundă!



Maria, Mirabela – un film care a făcut istorie

În anul 1981, regizorul român Ion Popescu-Gopo a regizat și elaborat scenariul filmul *Maria, Mirabela*. Această producție este inedită, deoarece actorii – oameni vii – interacționează cu personajele de desen animat: Oache, Scăpărici și Omid! Este important să știm că versurile pentru acest minunat filmuleț au fost scrise de poetul Grigore Vieru, iar muzica a fost compusă de maestrul Eugen Doga.



<https://www.youtube.com/watch?v=FcCedRHjuOc>

Walt Disney – cel mai cunoscut animator

Walt Disney (1901 - 1966) este cel mai cunoscut **animator** (persoană care realizează filme de animație). El este creatorul **Walt Disney Company** – „fabrică” de desene animate, cu un venit de miliarde de dolari. Datorită spiritului inovativ, W. Disney a fost de 61 de ori nominalizat la premiul Oscar și de 22 de ori a devenit deținătorul acestui premiu! Personajul emblematic, inventat de el, este Mickey Mouse.



B. Exercițiul practic

PASUL 1

Urmăriți acest tutorial de pe net, accesând

https://www.youtube.com/watch?v=yapO9_C4zfQ.

Observați cum se poate obține un mic desen animat.

PASUL 2

După vizionare, împărțiți-vă în echipe de 3-4 persoane.

PASUL 3

Alegeți un animal sau un alt personaj și încercați să obțineți un mic desen, realizând mai multe fotograme așa cum este ilustrat în tutorial.

PASUL 4

Încercați să filmați mișcarea și proiectați-o pe ecran. Puteți utiliza telefonul mobil.

Felicitări – ați realizat un desen animat!

REFLECȚIE



● Să facem și un calcul matematic!

- Știind numărul de fotograme necesar pentru derularea unei secunde de film animat, calculați câte imagini trebuie să realizeze un pictor pentru un desen animat, care va dura 15 minute.
- Formulați o concluzie cu referire la specificul muncii pictorilor care realizează desene animate.
- Care sunt calitățile și abilitățile necesare pentru a deveni un animator de succes?



● Să restabilim textul poetului Arcadie Suceveanu, completând în spațiile libere, numele unuia dintre personajele din imaginile puse întâmplător.



„Azi vă arăt cinci filme - toate cu desene animate.

Primul film e despre ghici. Despre cei șapte _____,

Care uite cum trec strada după - _____-ca-Zăpada.

Vin apoi, după pitici, Ochi și cu Scăpărici

Doi eroi din filmul acela cu _____ și Mirabela.



Cel de-al treilea film în serii este despre Tom și _____.



Uite-l cu pistol la șold pe _____ Leopold

Miorlăind nevoie mare – cum se cheamă filmul oare?





Și-n sfârșit, după repaos, iată-l și pe _____ Mouse,
Care de atâta zor – cade din televizor.”

(Filmul de Arcadie Suceveanu)

EXTINDERE



- **Observă imaginea care ilustrează o parte din personajele de animație foarte populare, create de compania Walt Disney.**
 - a. Selectează un personaj și urmărește filmul de animație împreună cu familia.
 - b. Ce poți învăța de la acest personaj?



CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Numele inițial selectat pentru Mickey Mouse era Mortimer.
- ◆ Ariel sau Mica Sirenă, un alt personaj inventat de W. Disney, a fost inspirat din povestea *Mica Sirenă* de Hans Christian Andersen.
- ◆ Eroina din filmul de lung metraj *Merida – Nefricata* (2012) a devenit nu doar un simbol al curajului, dar și o sursă de inspirație în crearea costumelor de Halloween. Acest fapt se datorează părului său roșcat neobișnuit. Mai multe adolescente i-au copiat stilul.



Fișa 3

FILMUL DOCUMENTAR ȘI FILMUL ARTISTIC



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** clustering, învățarea prin descoperire, analiza comparativă, vizionare filmului, conversația euristică
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișa de lucru, flipchart, stickere
- **Forme de organizare:** frontal, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Film artistic

➤ Film documentar

Suport informațional

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=jAQPSHvNB4A>

➤ http://filmepentruliceeni.ro/uploads/lectii/Lectia_2.pdf

EVOCARE



- Amintiți-vă care a fost primul film artistic realizat și prezentat într-un cinematograful?
- Ce înseamnă cuvântul „animat”?
- Uniți denumirile de film cu speciile corespunzătoare:

Epoca glaciară (2012)

Marea Piramidă (1992)

Titanic (1996)

FILM DOCUMENTAR

FILM ARTISTIC

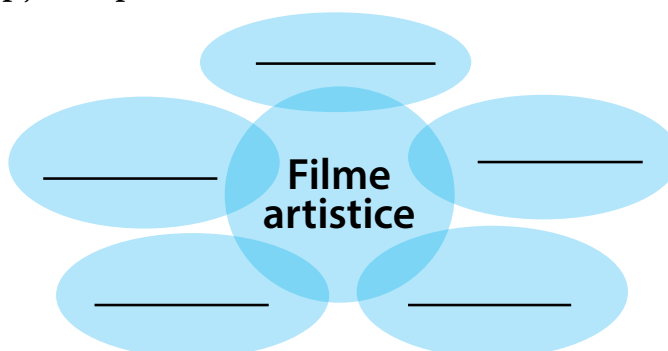
FILM DE ANIMAȚIE

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Amintiți-vă denumirile de filme artistice pe care le-ați urmărit împreună cu familia în ultima perioadă.
- Motivați opțiunea pentru unul dintre aceste filme.



- Pentru a înțelege diferența dintre un film documentar și unul artistic, să urmărim un fragment din filmul documentar *Marea Piramidă* (1992).

<https://www.youtub25e.com/watch?v=U2uq7NA78Zc>

- Lucrând în echipe, analizați filmul documentar urmărit și unul dintre filmele artistice discutate.
- Completați cele două coloane din schema propusă în fișa de lucru.

FIȘĂ DE LUCRU

FILMUL ARTISTIC *versus* FILMUL DOCUMENTAR

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Care este subiectul filmului? 2. Când și unde are loc acțiunea în film? 3. Cu ce se ocupă eroii? 4. Cine povestește în film? 5. Cele povestite sunt adevărate sau inventate? 6. Eroii sunt oameni obișnuiți sau sunt eroi imaginari, care joacă anumite roluri? 7. Urmărind filmul, ai fost curios sau amuzat de ceea ce vezi? 	
--	---	--

- Formulați concluziile, utilizând cuvintele-cheie marcate în schemă.

B. Exercițiu practic

- Analizați ultima temă pe care ați studiat-o la științe și selectați o listă de lucruri despre care ați dori să aflați mai multe, urmărind un film documentar.

Notă: Introduceți cuvintele-cheie din tema dată pe portalul YouTube după modelul: **film documentar despre plante, pentru copii.**



REFLECȚIE



- Lucrând în perechi, scrieți pe stickere câte două aspecte care demonstrează utilitatea filmului artistic și a filmului documentar.
- Identificați, în baza aspectelor discutate, două elemente comune pentru filmul artistic și cel documentar.



EXTINDERE



- Urmărește, împreună cu familia sau prietenii, un film documentar despre animalele sălbatice, utilizând Canalul sau pagina de YouTube National Geographic.
- Selectează 3 curiozități pentru a le prezenta colegilor.



CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Canalul National Geographic este o organizație internațională, al cărei scop este explorarea și protecția planetei Terra. O multitudine de filme documentare sunt prezentate zilnic pe canalul TV National Geographic. Totodată, National Geographic Kids propune on-line, pe Youtube, o gamă variată de filme documentare despre lumea animalelor, utile în procesul pregătirii temelor.

<https://www.youtube.com/watch?v=jAQPSHvNB4A>

Fișa 4

MESAJUL EDUCATIV AL FILMULUI



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** Brainstorming, lectura cu sarcini, vizionare de film, conversația euristică
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Public-țintă

➤ Mesaj educativ al unui film

Suport informațional

➤ <https://www.onf.ca/animation/>

➤ <http://education.francetv.fr/>

EVOCARE



- Propuneți în primele patru casete denumiri de filme artistice, documentare și de animație.

- Scrieți cuvinte și îmbinări de cuvinte despre aceste filme în următoarele două rânduri de casete.
- Notați emoțiile și stările pe care le-ați trăit vizionându-le.



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport despre mesajul educativ al filmelor. Încercuiește secvențele care arată ce calități îți poți dezvolta, urmărind diferite filme.

Filmul și consumatorul său

Fiecare film artistic, documentar sau de animație are un mesaj pentru cei care-l privesc. Acesta trebuie să fie captivant, să ne mențină curiozitatea vie, creând clipe de suspans.

Subiectele abordate într-un film pot fi variate: familia, școala, joaca, istoria, călătoria, lumea acvatică, lumea animalelor, invențiile științifice etc. Fiecare vârstă are preferințele sale în funcție de magia pe care regizorul, scenograful, pictorul, compozitorul, actorii și alți membri ai echipei reușesc să o creeze. Categoria specifică de receptori care preferă un anumit tip de film formează **publicul-țintă**. Ceea ce reușește să rețină receptorul – conținut, emoții, trăiri – constituie **mesajul** unui film.

Funcțiile magice ale filmului

Să reținem „7 funcții magice” ale filmului:

1. Vizionând un film, poți călători în timp și spațiu. Alături de personajele preferate poți zbura pe lună, în epoca dinozaurilor sau descoperi roboți sofisticăți din viitor!
2. Vizionând un film, poți vedea lumea altfel, povestită de un narator atent la detalii, astfel devii mai informat.
3. Vizionând un film bun, vei plânge sau vei râde alături de eroii tăi. Filmul te învață să fii mai bun sau, dimpotrivă, mai puțin bun!
4. Vizionând un film interesant, vei cunoaște lucrurile noi. Îți vei pune întrebări și vei căuta răspunsuri. Filmul te va provoca spre noi descoperiri!
5. Vizionând un film, vei dori să le semeni eroilor din film sau, dimpotrivă, vei decide că nu vei fi ca un erou anume. Filmul îți oferă modele, dar și antimodele!
6. Vizionând un film, vei înțelege mai ușor lucruri din viața reală, vei învăța cum te poți comporta în mai multe situații, urmărindu-i pe eroi.
7. Vizionând un film, devii mai sensibil. Înveți să apreciezi arta: pictura, muzica, dansul, poezia, pentru că toate acestea se conțin în film.



Ce este mesajul educativ al filmelor?

Aceste „7 funcții magice” constituie **mesajul educativ al filmului** sau lecția pe care o trăim. Învățăm din filme la fel precum o facem observând viața de zi cu zi, comunicând cu familia, cu prietenii, citind cărți sau studiind la școală. Învățăm să facem diferența dintre ce e rău și ce bine.



B. Exercițiu practic

- Identificați două funcții magice în unul din filmele propuse în casetele la începutul orei.
- Formulați mesajul filmului, așa cum îl înțelegeți.

REFLECȚIE



- Urmăriți episodul din filmul de animație *Mașa și ursul* <https://www.youtube.com/watch?v=kq3MUmYcFMI>.

- Discutați în perechi despre mesajul acestui filmuleț.
- Cum apreciați comportamentul personajului Mișa?
- Ce model de conduită reprezintă Mașa? Dar ursul?
- Credeți că este un exemplu bun de educație? Argumentați.
- Fixați ideile pe fișe și prezentați-le clasei.
- Formulați o concluzie.



EXTINDERE



- Discutați în familie despre semnificația cifrelor sau a altor indicații de pe ecran, pe durata vizionării unui film (exemplu: 12 încercuit sau abrevierea AP).
- Stabiliți împreună câteva reguli importante în procesul de selectare și vizionare a unui film.

CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ◆ Ca o replică la popularitatea producătorului de filme Hollywood din America, în India a apărut Bollywood-ul. Este o denumire haioasă, formată din numele orașului Mumbai (Bumbay) și Hollywood. Se spune că producătorilor indieni nu le place acest apelativ care, iată, a și prins rădăcini în toată lumea.



Fișa 5

PREZENTAREA FILMULUI PREFERAT



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *asociații forțate, lectura cu sarcini, vizionarea de film, conversația euristică, problematizarea.*
- **Resurse materiale:** *un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart.*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual, pe grupe*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Critic de film*

➤ *Genericul de film*

Support informațional

➤ <http://cinema-documentar.ro/dictionar/>

EVOCARE



● Observă imaginea.

- Ce reprezintă?
- Ce asemănări găsești între carte și film?
- Stabilește trei lucruri comune între aceste surse importante de educație.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport despre prezentarea unui film și subliniază secvențele care includ pașii de prezentare a acestuia.

Cartea și filmul sunt buni prieteni, întrucât multe subiecte de film sunt inspirate din cărți, iar unele cărți au apărut datorită succesului unor pelicule. Un film de calitate, ca și o carte bună, devine o parte din ființa celui care l-a vizionat. Știm deja că un film are un mesaj educativ pentru cel care-l privește. Oamenii care apreciază valoarea unei cărți se numesc **critici literari**, iar cei care apreciază un film se numesc **critici de film**.



Fiecare dintre noi poate deveni un critic de film. Pentru acest lucru, vei respecta câțiva pași importanți.

În primul rând, vei fi atent la informația prezentată la începutul și sfârșitul filmului, **genericul de film** și vei puncta următoarele aspecte:

- denumirea filmului;
- compania care l-a realizat;

- c. regizorul;
- d. actorii care joacă în rolurile principale;
- e. anul când a fost turnată pelicula.

Un alt moment important îl vei deduce individual, apreciind ce **gen de film** este: film de animație, film documentar sau film artistic. Identificarea genului de film va fi urmată de un argument – de ce crezi că este un film documentar, de exemplu?



După vizionarea filmului, vei putea parcurge ultima etapă de prezentare care se referă la **mesajul educativ al filmului**. Prezentarea acestuia va include:

- a. Cele mai importante detalii despre tema și subiectul filmului - despre ce este vorba în film?
- b. Cine este eroul filmului?
- c. Cu ce se ocupă?
- d. Ce dificultăți încearcă să depășească?
- e. Cum le depășește?
- f. Care sunt calitățile ce l-au ajutat?
- g. Ce poți învăța de la acest erou?



Reține!

Prezentarea unui film implică valorificarea genericului de film, argumentarea genului și a mesajului educativ al acestuia.

B. Exercițiul practic

- Lucrând în echipe, realizați un algoritmul de prezentare a unui film, încadrându-l într-o schemă sau o hartă originală.

REFLECȚIE



- În baza algoritmului, repartizați-vă, pe echipe, sarcini și prezentați filmul de animație *Căutându-l pe Nemo*, realizat de Pixar Animation Studio, în anul 2003. Puteți opta pentru un alt film de animație, dar veți valorifica cele trei aspecte importante în prezentarea unui film.



EXTINDERE



Proiect de grup

- Elaborați benzi desenate care ilustrează istoria filmului, genurile de film și cele mai importante, în opinia voastră, producții din ultimul deceniu.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ♦ Trilogia *Stăpânul Inelelor* (2001) are cele mai multe premii Oscar câștigate vreodată.
- ♦ Statueta de la Oscar reprezintă un cavaler care se sprijină pe o sabie. Cele 5 spițe de pe rola de film reprezintă unitatea dintre actori, regizori, producători, scenariști și tehnicieni. O statueta cântărește 3,5 kg!



Multimedia și noile medii în viața copilului

Fișa 1

COMPUTERUL – UN MIJLOC MODERN DE ÎNVĂȚARE. UTILIZAREA RAȚIONALĂ A COMPUTERULUI



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** discuția ghidată, asociații forțate, lectura interogativ-interpretativă, jocul 6 De ce?, problematizarea
- **Resurse materiale:** un computer/laptop conectat online, fișe de lucru, postere, carioca, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Computer

➤ Unitatea centrală

➤ Imprimantă

➤ Monitor

➤ Mouse

➤ Scanner

Support informațional

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=ev-99L1rUu0> (filmuleț Cum pornim computerul?)

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=4C4TRIpA8gQ> (filmuleț Unde este folosit computerul?)

EVOCARE



- ⦿ Amintiți-vă unde sunt utilizate computerele în școală. La ce sunt folosite? Cine are acces la ele?

- În ce situație utilizezi un computer? Cât de des utilizezi computerul pentru a studia?
- Care sunt disciplinele în cadrul cărora învățătoarea utilizează cel mai des computerul?
- Care sunt disciplinele școlare pregătirea cărora te determină să utilizezi computerul? Amintește-ți câteva situații concrete.

- ⦿ **Activitate în echipă: asociații forțate**

Elevii vor fi împărțiți în două echipe. Vor înregistra pe postere asociațiile libere pentru cuvintele **computer** și **școală**.

- Identificați elementele comune pentru computer și școală.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- ⦿ Citește cu atenție textul-suport.

Computerele au devenit un element indispensabil în activitatea de toate zilele. Astăzi, nimeni nu-și poate imagina cum ar funcționa societatea noastră fără el. Primul computer a fost inventat în anul 1940. Acesta avea dimensiuni impresio-

nante, ocupând spațiul unei încăperi! Astăzi tehnologia a evoluat și computerele sunt din ce în ce mai sofisticate, mai mici și multifuncționale: laptopuri, iPaduri, telefoane mobile, iPhoane, e-bookuri etc. Un computer este ceva similar unei baghete fermecate, pentru că, grație navigării pe net, poți afla răspuns la un ocean de întrebări.

Un calculator personal (CP) este o mașină de prelucrat date și informații. Iată cele mai importante elemente ale unui CP.

- ✓ **Tastatura** sau claviatura este un dispozitiv cu taste care îndeplinesc anumite funcții.
- ✓ **Monitorul** este un ecran pe care se afișează textele, imaginile, filmele.
- ✓ **Unitatea centrală** se aseamănă cu o „mică valiză” ce conține componentele de bază ale calculatorului. Grație acesteia, are loc stocarea și prelucrarea informației. Aceasta îndeplinește funcții similare creierului uman, doar că este un creier artificial și cu o capacitate uluitoare.
- ✓ **Mouse-ul** este un dispozitiv care te ajută să dai comenzi computerului. Îl utilizezi făcând click dreapta sau click stânga. Vei observa pe monitor un cursor grafic care îți execută comenzile.
- ✓ **Boxele** sau difuzoarele sunt dispozitive care te vor ajuta să auzi sunetele când vizionezi filme, asculți muzică sau comunică cu cineva prin chat.
- ✓ **Camera video** este un dispozitiv care poate fi încorporat sau atașat la PC și te va ajuta să captezi imagini.

Computerele se alimentează cu energie electrică. Utilizându-le, poți scrie texte și apoi le poți printa la aparatul pe care-l numim **imprimantă**. Acesta poate fi color sau alb-negru. **Scannerul** este un aparat cu ajutorul căruia poți să reproduci texte, imagini, fotografii.

Utilizând corect toate aceste elemente, vei putea scrie diferite mesaje vei realiza proiecte interesante, fișe biobibliografice, felicitări frumoase, ilustrate personalizate. Îți vei face prieteni, vei studia și vei comunica cu persoane din toate colțurile lumii! etc.

Fii un responsabil utilizator de computer!

Computerul poate deveni „un prieten artificial” care te va ajuta în viitor să înveți și să descoperi lucruri noi. Pentru aceasta e nevoie să respecti anumite reguli și să reții următoarele sfaturi:

- ✓ Selectează un mouse original! Optează pentru un dispozitiv comod.
- ✓ Alege o claviatură cu butoane mari, vizibile, eventual, colorate.
- ✓ Ține minte: atunci când utilizezi computerul, nu trebuie să mănânci sau să bei – aceste acțiuni sunt incompatibile cu activitatea la computer.



O clipă de neatenție ar putea cauza deteriorarea computerului, totodată, este bine să știi că, în timp ce consumi produse și este absorbit, eventual, de un joc, creierul tău nu se concentrează și la procesul de digestie.

- ✓ Atunci când utilizezi tastatura, vei avea grijă să ai mâinile curate.
- ✓ Nu apropia computerul de surse de căldură (calorifer, sobă).
- ✓ Dacă utilizezi un laptop, ai grijă să-l aerisești. Suprafața pe care-l ții să fie solidă, în niciun caz moale (pernă, saltea).
- ✓ Utilizează computerul nu mai mult de 25-45 de minute zilnic.

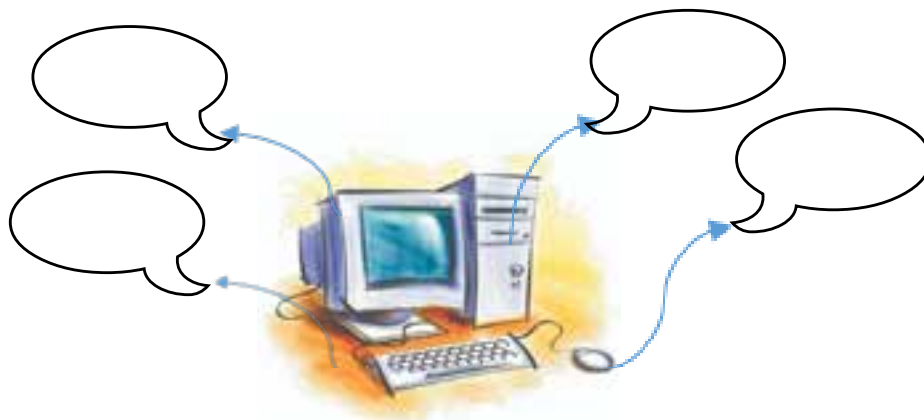
Cuvinte noi

A stoca – A înmagazina în memorie o anumită informație; în cazul dat, informația se păstrează în computer, laptop, pe un disc sau pe un USB (card flash).

Artificial – Care imită un produs al naturii, dar este făcut de mâna omului.

Multifuncțional – Care poate îndeplini mai multe funcții.

- Observă imaginea. Scrie în bule numele fiecărui element al computerului.



B. Exercițiu practic

Un computer este o bibliotecă universală pe care o ai în propria casă. Este important să învățăm cum vom accesa acest „Sesam magic” al secolului XXI. Grație Internetului, poți afla orice și naviga imaginar în timp și spațiu.

Profesorul demonstrează elevilor etapele conectării unui computer

<https://www.youtube.com/watch?v=ev-99L1rUu0>

- Să utilizăm motorul de căutare Google pentru a afla date importante din istoria computerului.

REFLECȚIE



- Împărtășește colegilor alte reguli pe care le respecți când utilizezi computerul.
- Comentează, în cheia tehnicii **6 De ce?** afirmația: *Este necesar să folosim rațional computerul.*

Model: De ce? Deoarece computerul este o formă importantă și rapidă de învățare.

De ce? Deoarece _____

- **Meditează: de la ce vârstă ar trebui să aibă acces copiii la computer?**
 - a. Optează pentru una dintre cele patru vârste ilustrate sau propune o alternativă.
 - b. Argumentează, cu referire la fiecare vârstă, de ce e prea devreme sau prea târziu.
 - c. Identifică efectele negative pe care le poate avea folosirea prematură sau tardivă a computerului.



2 ani



5 ani



75 de ani



12 ani

- **Cum crezi că ar fi evoluat lumea, dacă nu ar fi fost inventat computerul? Descrie un scenariu posibil, care ar începe cu enunțul: „Dacă nu ar fi fost inventat computerul, lumea ar fi arătat astfel...”**

EXTINDERE



- **Împărțiți-vă în echipe și identificați cât mai multe situații de viață în care este utilizat computerul. Completați tabelul:**

Unde se utilizează?	Cine îl utilizează?	Cu scop?	Care sunt beneficiile utilizării?

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ♦ Există o boala care se numește patologia de computer, manifestată prin reacțiile organismului omenesc la privitul îndelungat și concentrat la ecranul de computer.
- ♦ Cuvântul „robot” a fost introdus pentru prima oară de cehul Karel Čapek în anul 1921, în lucrarea sa *Roboții universali ai lui Rossum*, pornind de la cuvântul „robota”, ceea ce înseamnă muncă.
- ♦ În anul 2016, ONU a decis că accesul la Internet este un drept al omului.

Fișa 2

NOILE MEDII ȘI SITE-URILE PENTRU COPII



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *Explozia stelară, lectura interogativ-interpretativă, observarea, descoperirea*
- **Resurse materiale:** *Un compute/laptop conectat online, fișe de lucru, flipchart*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual, pe grupe*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Site,-uri

➤ Forum de discuție

Suport informațional

➤ <https://www.commonsense.org/education/>

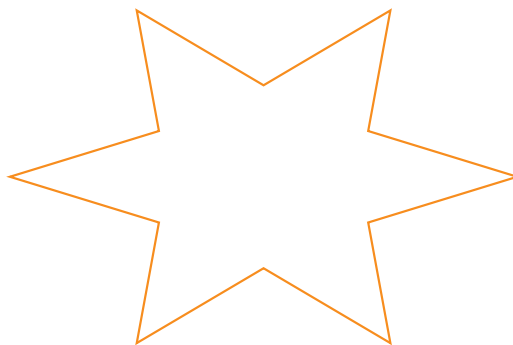
➤ <http://www.e-learningforkids.org/>

➤ <http://www.educationworld.org/>

EVOCARE



- Completează steaua de idei, marcând sursele din care te informezi când ai nevoie.



- Apreciază, din lista propusă, tipurile de informații pe care le cauți, de regulă, în spațiul media. Acordă un punctaj (de la 1 la 10) corespunzător importanței și frecvenței unui anumit tip de produs pe care-l cauți.

Atunci când accesez media caut:

- ✓ Concursuri _____
- ✓ Știri _____
- ✓ Filme artistice și/sau filme documentare _____
- ✓ Informații de divertisment _____
- ✓ Muzică _____
- ✓ Jocuri video _____
- ✓ Curiozități despre personalități _____

- ✓ Date meteo _____
- ✓ Curiozități despre univers _____
- ✓ Filme de animație _____

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citiți cu atenție textul-suport pentru a vă familiariza cu o importantă sursă de informare.

Site-urile pentru copii

Media este prezentă pretutindeni. Știți deja că există două tipuri de media: media tradițională și noile media. **Media tradițională** însumează toate tipurile de media, apărute înainte de inovațiile tehnologice și Internet. Exemple binecunoscute de media tradițională sunt: TV-ul, radioul, presa scrisă și poșta clasică.

Noile media sunt invenții moderne care utilizează diferite tehnologii moderne. **Site-urile** sunt pagini web (deci necesită conexiune la Internet)

care conțin nu doar text, dar și imagini, animații, video etc., prezentând interactiv anumite lucruri.

Site-urile care au conținuturi specifice și prezintă interes pentru copii sunt **site-uri pentru copii**.

Majoritatea site-urilor pentru copii includ și **forumuri de discuție**. Acestea sunt grupuri de discuție pe o anumită temă de interes comun pentru mai mulți oameni. Este interesant faptul că utilizatorii, în cazul dat copiii, pot posta mesaje online în timp real. În acest mod, dacă o școală are un site, care include și forumul de discuție în calitate de instrument, elevii din această instituție pot comunica între ei, dar și cu semenii lor din orice colț al lumii.

Ce site-uri pot utiliza?

La selectarea site-urilor este necesar să ceri părerea unui matur. Este important să utilizăm site-urile dedicate anume copiilor. Dacă școala deține un site școlar, acesta este o sursă utilă pentru informare și interacțiune. Iată câteva sugestii de site-uri pe care le poți accesa:

Clopotel.ro (www.clopotel.ro) este un site pentru copii în limba română. Acesta oferă informații interesante pentru copii, jocuri interactive, concursuri, sarcini de creație, desene cu personajele preferate etc.

ABC Children (<http://www.abc.net.au/children>) este un site pentru copii în limba engleză. Pe lângă oferta generoasă de jocuri virtuale, acesta conține multiple rubrici din domeniul sportului, științei, mediului înconjurător etc. Acesta se adresează mai multor vârste de elevi.

WIKIMINI (<http://fr.wikimini.org/wiki>) este o enciclopedie virtuală în limba franceză, care a fost realizată cu ajutorul copiilor și a adolescenților. **WIKIMINI**



Este destinat nu doar copiilor, dar și părinților, elevilor. Aceasta conține peste 17 mii de articole despre diferite lucruri și realități interesante. Copiii care îl utilizează se numesc *wikiminauți*. Astăzi comunitatea **WIKIMINI** este alcătuită din 35 445 wikiminauți.



B. Exercițiul practic

- Accesați site-ul pentru copii www.kidzo.net
 - a. Solicitați suportul profesoarei de limbă franceză, la necesitate. Analizați oferta educațională pe care o propune.
 - b. Selectați două informații utile pentru voi și prezentați-le colegilor.



REFLECȚIE



- Lucrând în echipe, stabiliți lista elementelor obligatorii pe care ar trebui să le conțină site-ul școlii voastre.

EXTINDERE



- Accesează site-ul Minimax pe <http://www.minimax.ro/tv/>
 - a. Observă ce tipuri de informații oferă.
 - b. Crezi că este un site interesant pentru copii? Argumentează.
 - c. Punctează trei momente atractive pentru tine.



CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Noile media oferă acces la un volum infinit de informație, pe care omul o poate păstra. Dacă am păstra în memorie toată această informație, efectiv, ne-am bloca creierul. Din fericire, această mașinărie perfectă, creierul uman, are capacitatea de a uita 8 informații din 10 pe care le cunoaștem, iar noile media devin o extensiune de memorie pentru creierul nostru.

Fișa 3

REȚELELE SOCIALE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming, GPP, Graficul T, aplicație practică, sondajul
- **Resurse materiale:** un computer/laptop conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** rontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Media de socializare
- Rețele sociale
- Utilizator online
- Comunitate virtuală
- Creator de social media

Suport informațional

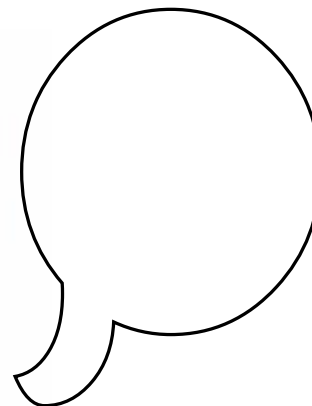
- <https://www.facebook.com/>
- https://ro.wikipedia.org/wiki/Media_de_socializare

EVOCARE



● Observă imaginea.

- Încercuiește simbolurile care-ți sunt cunoscute.
- Ce semnifică acestea?
- Ai utilizat vreuna dintre aceste rețele sociale?
- Cunoști și alte simboluri ale unor rețele sociale? Desenează-le în bula alăturată.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport pentru a afla lucruri interesante despre media și rețelele sociale.

Ce este media de socializare?

Media de socializare sau **social media** se constituie din totalitatea aplicațiilor și a website-urilor care permit crearea și transmiterea de informații către alte persoane. Conținuturile din cadrul social media sunt interactive, ele pot include imagini, video, texte etc. Persoanele care utilizează aceste aplicații, recepționând

sau „consumând” informații din media de socializare, se numesc **utilizatori online**.

Media de socializare include: jocuri virtuale, bloguri, enciclopedii sau dicționarele online, forumuri rețele sociale.



Care sunt punctele forte ale social media?

Informația din aceste tipuri de media poate fi transmisă rapid către o multitudine de persoane. Oricine poate deveni **creator de social media**, dacă utilizează și produce texte în social media. Nu e necesar să deții o editură, o televiziune sau un post radio că să devii producător de mesaje în social media! Pentru aceasta este nevoie de un dispozitiv - laptop, telefon, computer sau tabletă care să fie conectat la Internet. Crearea acestui tip de media este accesibilă – nu presupune costuri și poate fi realizată ușor. În acest tip de comunicare poți fi, în același timp, emițător și receptor de mesaje. Trimiți și primești mesaje din orice colț al Planetei!

Ce sunt rețelele sociale

Rețele sociale sunt parte a social media și se constituie din **comunități virtuale sau online**, adică, din persoane care aleg, în calitate de canal de comunicare, spațiul virtual, mijlocit de tot soiul de platforme. Forma de comunicare care se realizează prin rețelele sociale se numește **comunicare virtuală**. Actualmente, cea mai populară rețea de socializare este Facebook. Conform unor statistici, 73% dintre adulți utilizează anume Facebook, numărul total de utilizatori depășind un miliard! Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Skype, MySpace, Google+ sau Viber sunt alte exemple foarte cunoscute de rețele de socializare.

Avantajele utilizării rețelelor sociale

Există o multitudine de avantaje ale utilizării rețelelor sociale precum:

- ✓ menținerea legăturii permanente cu cei dragi;
- ✓ interacțiunea cu multe persoane, potențiali prieteni, grație unor interese comune;
- ✓ posibilitatea de a utiliza rețelele sociale ca formă și sursă de învățare;
- ✓ oportunitatea de a comenta și exprima opinii față de anumite lucruri;
- ✓ șansa de a mobiliza oamenii și de a-i solidariza în acțiuni de voluntariat etc.

B. Exercițiu practic

- Utilizând un laptop sau un computer conectat la Internet, accesați împreună cu profesorul/profesoara o rețea socială.
 - a. Observați care sunt pașii pe care i-a respectat profesorul/profesoara pentru a intra în rețea.
 - b. Analizați ce elemente specifice găsiți pe pagina respectivei rețele de socializare.
 - c. Discutați în plen ce oportunități v-ar putea oferi această rețea de socializare pentru activitatea clasei.

REFLECȚIE



- **Lucrând în perechi, realizați Graficul T, pornind de la afirmația: *Rețelele sociale au un impact benefic asupra utilizatorilor.***
 - a. Utilizați informațiile din textul-suport propus, pentru a ilustra avantajele rețelelor sociale.
 - b. Meditați asupra impactului negativ pe care-l pot avea rețelele de socializare.
 - c. Completați graficul pe un poster.
 - d. Prezentați altor colegi produsul, propunând și exemple prin care să vă argumentați ideile enunțate.
 - e. Completați-vă graficul cu cele mai interesante idei lansate de colegi.
 - f. Formulați o concluzie.



EXTINDERE



- **Lucrând în echipe, realizați un sondaj pentru a afla următoarele informații:**
 - a. câți dintre membrii familiilor voastre, cunoscuți, prieteni, colegi utilizează rețelele sociale;
 - b. care sunt rețelele utilizate de aceștia;
 - c. cât de des le accesează;
 - d. ce-i motivează să le utilizeze.

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Logoul și culoarea dominantă a rețelei sociale Facebook este albastrul, deoarece Mark Zuckerberg, fondatorul Facebook, suferă de o boală ce nu-i permite să vadă culorile (daltonism). Culoarea albastră este singura pe care acesta o poate distinge.
- ◆ Mark Zuckerberg îți poate servi drept model de organizare: în fiecare an își propune câte un nou obiectiv pe care îl realizează. Obiectivele și le stabilește reieșind din dorința de a cunoaște noi lucruri și de a-și lărgi orizontul cultural.



Fișa 4

POȘTA PERSONALĂ ȘI POȘTA CLASEI. NETICHETA



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming cu imagini, lectura interogativ-interpretativă, explicația, demonstrația, lectura imaginii
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** rontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Poșta electronică
- Parolă
- Poșta clasei
- Adresă electronică
- Login
- Netichetă

Suport informațional

- <http://www.ecronicar.ro/2011/06/istoria-e-mail-ului-cum-evoluat-posta-electronica-de-a-lungul-timpului/>

EVOCARE



- **Observă imaginea.**
 - Cu ce scop crezi că se trimiteau asemenea mesaje pe mare?
 - În ce perioadă istorică ar fi putut fi trimis un asemenea mesaj?
 - Cine crezi că ar putea fi autorul unui asemenea mesaj?
 - Cum crezi, unde se afla în acel moment, persoana care a expedit-o: pe mare sau pe uscat?
 - Inventează o istorie din spatele acestei imagini.
- **Aminteșteți când ai primit sau ai transmis ultima dată o scrisoare.**
 - Cui ai expedit-o sau de la cine ai primit-o?
 - Care a fost mesajul scrisorii?
 - Formulează două reguli pe care le-ai respectat, pentru a te asigura că scrisoarea ta ajunge la destinație.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul.

Istoria mesajelor și a mesagerilor

Din cele mai vechi timpuri, oamenii și-au trimis mesaje. Este o necesitate fi-rească, așa cum nu putem fi mereu alături de anumite persoane. Așa, de exemplu, conducătorii, fie ei împărați sau domnitori, făceau acest lucru prin curieri, numiți și călărași sau soli (persoane delegate de ei să ducă un mesaj și să facă tratative). Alteori vestitorul anunța informațiile, el fiind persoana autorizată cu această misiune. Se consideră că primii care au inițiat servicii poștale au fost romanii.

Ce este poșta electronică?

Poșta electronică sau **emailul** este o modalitate modernă prin care, utilizând computerul, telefonul mobil sau laptopul, putem expedia scrisori prin mediul virtual. În acest caz, dispozitivul utilizat trebuie să fie conectat la o rețea de Internet.

Cu alte cuvinte, fără a ieși din casă și a irosi hârtia, putem expedia scrisori în orice colț al lumii. Mai mult decât atât, un **email** (ceea ce înseamnă și mesajul pe care îl trimiți online) ajunge la destinație în mai puțin de 1 minut! Această modalitate de a trimite scrisori este aproape gratuită, dacă nu luăm în calcul faptul că, pentru a trimite o asemenea scrisoare, este necesar să ai un dispozitiv, conectare la net și electricitate, în cazul unui CP (computer personal).



În procesul de trimitere a unei scrisori există în mod obligatoriu **un expeditor** (cel care trimite mesajul) și **un destinatar** (cel care primește mesajul). De acest lucru ținem cont atunci când trimitem o scrisoare obișnuită. Același lucru este valabil și pentru un email doar că, adăugând și alți destinatari, expeditorul poate trimite instantaneu un mesaj la un număr mare de persoane.

Pentru a trimite e-mail-uri e necesar să ai **o poștă personală** pe care să o deschizi pe un anumit site Web: <http://www.yahoo.com/>, <http://www.gmail.com>, <http://mail.ro>, <http://www.hotmail.com> și altele.

Cum se creează o poștă electronică?

Din moment ce ai decis să ai o **poștă electronică**, stabilești care va fi **adresa ta electronică**. Aceasta, de regulă, se alcătuiește din trei elemente:

nume (cuvinte, cifre semnificative)+**@+adresa site-ului web** (de exemplu „gmail.com” .



Prima parte a adresei constituie **loginul**, adică numele de cont cu care te identifici. Semnul @ se pronunță „**a rond**” și este parte a oricărei adrese de e-mail.

Al doilea pas este să creezi **o parolă** pe care să o păstrezi în secret. Cu ajutorul ei îți vei accesa propria casuța poștală. Parola e un soi de cheie pe care o păstrezi cu grijă și nu o dai nimăniu, cu excepția părinților, poate.

Poșta clasei – un bun comun

Poșta clasei va fi un bun comun. Toată clasa va avea acces la aceasta, utilizând-o rațional. Nu este nicio problemă dacă, în același timp, poșta clasei este accesată de mai mulți colegi. Puteți plasa aici lucruri utile: fișe cu informații, listele de lectură, teme pentru acasă, produsele făcute în grup etc. Această poștă va deveni, în scurt timp, un bun comun al clasei, în care, în ordine cronologică, veți păstra lucrurile importante.



Cum utilizăm poșta electronică?

Veți observa că orice **căsuța poștală** are mai multe componente, de exemplu rubrica „Primate” sau „Inbox” care stochează toate mesajele pe care le primești sau „Nefinalizate”, alias „Draft”, care păstrează toate mesajele pe care ai început să le scrii și nu le-ai finalizat. Totodată, trebuie să știi că pentru a trimite un mesaj ai nevoie și de adresa electronică a destinatarului. Se recomandă ca fiecare mesaj transmis să aibă un „Subiect”, adică un soi de titlu.

Spre deosebire de scrisoarea tradițională, prin email poți trimite diferite imagini, fotografii, filmulețe video și texte de dimensiuni mari, utilizând butonul „Lipire” sau „Attach”.

Ce este neticheta?

Există chiar un termen special care definește codul de comunicare într-o rețea – **neticheta** (net+eticheta). Comunicarea în mediu online, chiar dacă se face de la distanță, respectă mai multe reguli esențiale. Neticheta cere să fii respectuos și să demonstrezi că ești o persoană educată și cărturară. Atunci când expediezi un mesaj, ții cont de structura unei scrisori clasice. Textul va avea formula de adresare, introducere, conținut, încheiere cu formula specifică.






Cuvinte noi

Cronologic – Care se desfășoară în ordinea succesiunii în timp.

B. Exercițiu practic

- Ghidați de profesor, parcurgeți pașii necesari pentru a deschide o căsuță poștală pentru clasa voastră.
- Stabilește corespondențele dintre cuvintele specifice poștei tradiționale și celei electronice.

 <p>Poștașul</p>		
Plicul		
Hârtia		
Bicicleta poștașului		
Oficiul postal		
Timbrele		
Cutia pentru scrisori		

REFLECȚIE



- **Lucrând în echipe, elaborați o listă de reguli care vor constitui neticheta clasei.**
 - a.** Formulați regulile sub forma unui angajament/contract pe care să-l semnați.
 - b.** Plasați regulile netichetei stabilite în spațiul potrivit din clasa voastră, pentru ca să fie vizibile fiecăruia.



NETICHETA va cere fiecărui elev să:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Promit să respect neticheta. Semnătura personală _____

EXTINDERE



- **Cu ajutorul părinților sau al unui frate/soră mai mare creați o casuță poștală personală, de pe care să puteți expedia mesaje tuturor prietenilor, inclusiv în poșta clasei voastre.**

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Primul șef de stat care a trimis un e-mail a fost Regina Elisabeta a Marii Britanii. Altețea Sa a trimis întâiul mesaj virtual în anul 1976.
- ◆ Primul email a fost trimis la începutul anilor '70 de inginerul în informatică Ray Tomilson.
- ◆ Expresia „cale de o poștă” s-a constituit în perioada antică, atunci când în Imperiul Roman au fost create mai multe stații poștale. Distanța dintre ele era la o zi de mers de la una de alta și constituia aproximativ 14 km.

Fișa 5

JOCURILE VIRTUALE – ÎNTRE DIVERTISMENT ȘI DEPENDENȚĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming, lectura cu sarcini, interviul, studiul de caz, discuția în plen, jocul didactic, problematizarea
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- *Joc virtual*
- *Consolă de jocuri*
- *Dependență*

Suport informațional

- <http://jocuridincopilarie.ro/>
- <http://geografila.blogspot.jp/2016/09/peste-100-de-jocuri-ale-copilariei.html>

EVOCARE



- **Amintește-ți ultimul joc la care ai participat. Descrie-l.**
 - De ce îți place?
 - Cu cine preferi să-l joci?
- **Iată niște denumiri ale jocurilor îndrăgite de copii:** *Leapșa, De-a v-ați ascunselea, Friptea, Împărate, Împărate, Bâza, Coarda, Elasticul, Rațele și vânătorii, Baba oarba, Telefonul fără fir, Roaba, Podul de piatră, Mațele încurcate, Castelul din cărți de joc, X și O, Titirezul, Lupta cu degetul mare...* **Acestea sunt doar câteva din listă jocurilor copilăriei.**
 - Observă imaginile și scrie în casetele de sub ele numele jocului corespunzător.
 - Appreciază care dintre cele șase jocuri este cel mai amuzant. De ce?





REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește cu atenție textul-suport despre jocurile virtuale.
- Subliniază cu o linie verde aspectele pozitive, iar cu o linie roșie aspectele negative ale utilizării jocurilor virtuale.

Ce sunt jocurile virtuale?

Jocul este prima formă de activitate a unui copil. Prin intermediul acestuia el cunoaște lumea. Prin joc, copilul învață să socializeze și să înțeleagă importanța regulilor și să-și depășească propriile limite. Fiecare vârstă are jocurile sale, iar copilăria este cea mai privilegiată la acest capitol.



Astăzi, jocurile virtuale au substituit, din păcate, jocurile adevărate. Utilizarea jocurilor electronice sau virtuale este mijlocită de computer. Acestea permit interacțiunea **imaginară** dintre utilizator și obiectele de pe ecran. Acțiunea din jocurile virtuale este, adeseori, foarte complexă, implică tot soiul de instrumente, mașini, arme, obiecte magice, dar toate acestea nu se întâmplă decât în mintea utilizatorului, întrucât sunt ... **virtuale!**

Ce este o consolă de jocuri?

Mulți utilizatori folosesc telefonul mobil sau computerul pentru jocurile video. Pasiunea pentru noile jocuri a determinat apariția **consolei de jocuri** - un fel de calculator interactiv, destinat exclusiv jocurilor virtuale. Jocul *Tetris* a fost inventat în anul 1982 și a fost foarte apreciat de public. *Tetris* este un soi de consolă de jocuri video portabilă. Ideea jocului e să construiești un perete din cărămizi! Puțin tentant pentru tinerii de azi!

În fapt, acesta a fost primul joc video popular în țara noastră. Partea pozitivă era că dezvolta gândirea spațială și viteza de reacție. În anii '90, mulți directori de școli confiscau aceste aparate-minune.

Efectele jocurilor virtuale

Discuția despre efectele utilizării jocurilor virtuale împarte oamenii de știință în două categorii: susținătorii și criticii duri ai jocurilor virtuale. Susținătorii sunt convingeți că utilizarea rațională a jocurilor video contribuie la dezvoltarea intelectuală a copilului. Jocurile virtuale pot substitui practic orice tip de activitate. Astfel există fotbal virtual, tenis virtual, fermă virtuală, tir virtual, ciclism virtual, șofat virtual etc.

Criticii consideră că utilizarea jocurilor virtuale pune în pericol sănătatea copilului. Ele pot crea **dependența**. Fiind captivați de magia jocului virtual, copiii pierd noțiunea timpului, petrecând ore în șir în fața ecranului. În timpul jocului, utilizatorii consumă băuturi dulci, gustări sărate și alte feluri de fast-food care le oferă cantitatea de energie necesară. Absorbiți de jocurile video, utilizatorii simt nevoia să mănânce permanent. Din acest motiv, copiii care abuzează de acestea pot deveni obezi. Totodată, jocurile video determină organismul utilizatorului să fie în permanentă încordare. Acest fapt generează oboseala și lipsa dorinței copilului de a face altceva – să citească sau să comunice cu familia, de exemplu.

Un alt pericol este lipsa de mișcare a copiilor – singurele implicate în acțiune sunt degetele care aleargă cu o viteză nebună pe tastatură. Lipsa mișcării este o altă cauză importantă a apariției **obezității** infantile, dar și a altor probleme de sănătate.



Cuvinte noi

Virtual, ă – Care nu există în mod real, obiectiv, ci doar ca posibilitate.

Obezitate – Creștere exagerată în greutate a unei persoane, îngrășare.

B. Exercițiu practic

Etapa 1

- Scrieți pe flipchart toate denumirile jocurilor virtuale pe care le cunoașteți.
- Selectați un joc și un coleg/o colegă pasionată de acest joc.

Etapa 2

- Adresați-i colegului/colegei întrebări cu privire la timpul pe care-l acordă acestui joc și despre stările pe care i le provoacă.
- Discutați dacă acest joc are elemente de violență care pot influența negativ utilizatorul.

REFLECȚIE



STUDIU DE CAZ

La începutul anului 2017, mai mulți copii, inclusiv din Republica Moldova, au devenit jertfele unui periculos joc virtual numit *Balena albastră*. Cei care au căzut în capcana jocului au acceptat să îndeplinească, pe parcursul a 50 de zile, mai multe sarcini de la un așa-numit „mentor”. De regulă, sarcinile propuse erau periculoase și constituiau o amenințare pentru viața copilului. Cel mai grav este faptul că cei implicați își cauzau traume în mod intenționat, pentru a demonstra că sunt „curajoși”. În această perioadă, în Chișinău doi adolescenți s-au sinucis. Se presupune că de vină ar fi acest joc virtual în care s-au implicat adolescenții. Din păcate, victimele acestui joc nu au sesizat pericolul la care se expun și nimeni nu le-a fost alături pentru a-i ajuta și opri la timp.



● Să discutăm!

- a. Care sunt cauzele care ar putea să-i determine pe copii să se implice în asemenea jocuri?
- b. Ce semnifică ghilimele de la cuvântul „curajoși”?
- c. Ce măsuri credeți că ar fi trebuit să ia părinții copiilor implicați în jocul fatal?
- d. Cine altcineva ar putea să le vină în ajutor copiilor într-o situație similară?
- e. Cum te poți proteja, dacă cineva te invită să participi într-un joc virtual suspect, precum *Balena albastră*?

EXTINDERE



- **Selectează din lista propusă la începutul fișei un joc și propune-le membrilor familiei tale sau colegilor de clasă să-l jucați în timpul liber.**

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ *Space Wars* este primul joc virtual, inventat încă în anul 1961 de un simplu student.
- ◆ În anul 2016 a apărut un nou joc virtual – *Pokemon*. Jocul i-a scos din minți pe mulți... maturi, făcându-i fani înflăcârați! Aceștia deveneau antrenori de pokemoni. În fapt, jocul este deosebit, deoarece presupune deplasare - participanții sunt puși în situația de a se mișca, de a interacționa și de a se socializa,

Fișa 6

SIGURANȚA ONLINE



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming cu imagini, lectura cu sarcini, viziunea de film, discuția euristică, problematizarea
- **Resurse materiale:** un computer conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Siguranța online
- Prieten online
- Spam
- Informații personale
- Hoț online
- Persoană dubioasă

Support informațional

- <http://www.sigur.info/resurse-sigur-info/parinti.pdf>
- <http://www.sigur.info/video/upload.html#.WT0PFvmLTIV>
- <https://www.youtube.com/watch?v=-nMUbHuffO8>
- <https://www.facebook.com/SaferInternetDay/videos/1015152240242606>
- <https://youtu.be/XXBAxU-wbpY>

EVOCARE



● Observă imaginea.

- Ce crezi că semnifică?
- De ce este preocupată mama copilului?
- Îți amintești situații din experiența personală în care ai văzut lucruri neplăcute pe Internet?
- Cum ai reacționat tu? Dar părinții?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citește, cu atenție, textul-suport despre siguranța online.
- Marchează cu **!** două informații interesante pentru tine, iar cu **?** două lucruri neclare sau cu care nu ești de acord.

Când și cât timp pot utiliza computerul?

Toți copiii sunt pasionați de Internet, computer sau telefoane mobile. Ele ne permit să petrecem timpul distractiv. Este important să știm, totuși, că **siguranța online** este la fel de importantă ca și siguranța din viața reală. Fiecare utilizator trebuie să aibă o **conduită responsabilă pe net**.



Astfel, este recomandabil să utilizezi Internetul doar în zilele de odihnă. Excepție sunt zilele săptămânii în care ai de realizat teme, utilizând acest mega mediu informațional – Internetul. O jumătate de oră este durata de timp oportună pentru a sta la computer.

Ce sunt informațiile personale?

Informațiile personale includ: numele, prenumele, data și anul nașterii, vârsta, adresa unde locuiești, numărul de telefon, numele membrilor familiei, locul de muncă al părinților, adresa școlii unde înveți. Tot informații personale sunt pozele tale și ale celor apropiați.



Trebuie să știi că orice informație personală, odată plasată on-line, chiar dacă ai șters-o, se păstrează și poate fi ulterior folosită de persoane necunoscute. Iată de ce informațiile personale sunt foarte importante – ele sunt garanția siguranței tale. Din acest motiv, nu le oferi niciodată unei persoane necunoscute, mai ales din spațiul on-line. În spațiul virtual există așa-ziii „**hoți online**”, persoane care încearcă să spargă parolele altora și să aibă acces la informațiile personale ale unor oameni străini. Ulterior le pot fura, dar și expedia tot soiul de **gunoi** informațional – **spam**.

Dacă cineva îți solicită informațiile personale, cere sfatul părinților sau al învățătorilor.

Ce postezi în spațiu public?

Postările din spațiul public nu trebuie să aibă un caracter foarte personal. Nu trebuie să postezi lucruri care te pot compromite pe tine sau pe cei apropiați. Evită să plasezi fotografiile personale, în special cele din anturajul casei. Acestea ar putea să-i atragă pe hoții de apartamente! Nu posta niciodată informații personale despre prietenii tăi, familie sau chiar colegi de clasă!



E bine să postezi informații, sfătuindu-te cu părinții sau frații mai mari. Poți împărtăși impresii și opinii despre diferite evenimente: curiozități despre natură, lucruri ingenioase și utile prietenilor tăi, informații despre filme artistice, documentare sau animate, știri etc.

Nu uita – ceea ce postezi te reprezintă. Iată de ce, din respect pentru prietenii online, nu vei posta lucruri indecente sau de prost gust. În situația în care faci comentarii, ai grijă să respecti neticheta!

Cu cine pot deveni prieten în spațiul online?



Să ai un prieten online este tentant și poate să-ți aducă multe beneficii. Imaginează-ți că găsești o altă persoană, dintr-o altă țară, care are aceleași pasiuni ca și tine! Totuși, trebuie să fii foarte prident/ă atunci când accepți prieteni online. Adeseori, persoane cu rele intenții se ascund sub masca unor copii de vârsta ta și încearcă să obțină informațiile tale personale. Așa că

niciodată nu accepta o prietenie cu o persoană dubioasă. O persoană dubioasă este insistentă, încearcă să obțină de la tine cât mai multe informații personale, are, de regulă, mulți prieteni online, este frecvent activă pe rețelele sociale, îți face multe complimente și îți promite daruri la o eventuală întâlnire. Dacă observi aceste comportamente la unul dintre prietenii online, anunță-i imediat pe părinți.

Cc aspecte ar trebui să discuți mai întâi cu părinții?

Părinții sunt cele mai apropiate persoane din viața ta. Siguranța și fericirea ta este sensul vieții lor. Trebuie să ai încredere în ei și să discuți cu ei orice aspect important. Ei trebuie să cunoască parola adresei tale de email sau a paginilor web personalizate! Nu-ți fă griji – acest lucru nu te va împiedica să te simți liber!

Împreună cu părinții stabilește regimul de utilizare a spațiului virtual și respectă-l. Ține minte: un copil informat este un copil puternic!

Cuvinte noi

Dubios, oasă – Despre o persoană sau un lucru care îți trezește îndoieli și neîncredere.

Personalizat, ă – care ține de o anumită persoană și este individualizat după bunul său plac.

B. Exercițiu practic

● Urmăriți acest filmuleț animat, accesând

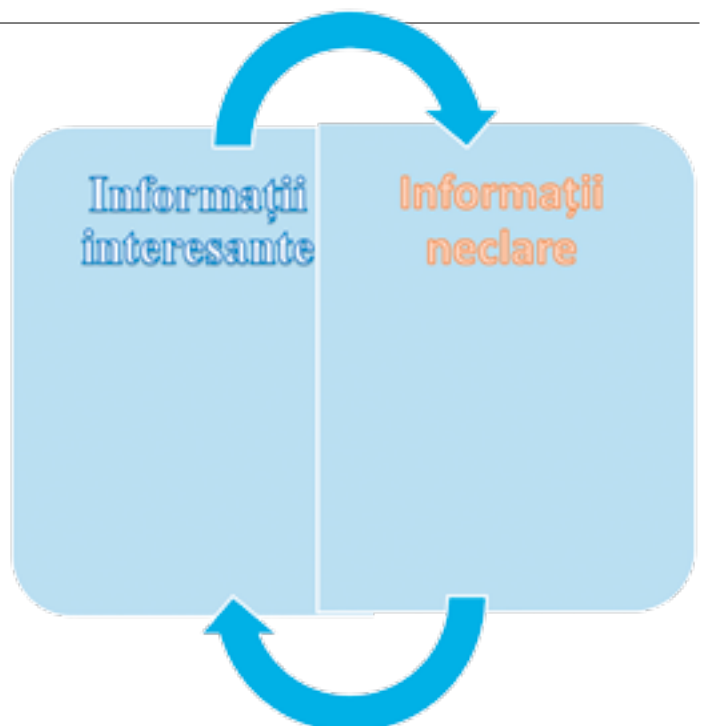
https://www.youtube.com/watch?v=d5kW4pI_VQw.

- Cum credeți, ce a determinat-o pe fetița să facă click pe imaginea buclucașă?
- Comentați atitudinea tatălui.
- Cât de important este să cerem ajutorul unui matur în asemenea cazuri?

REFLECȚIE



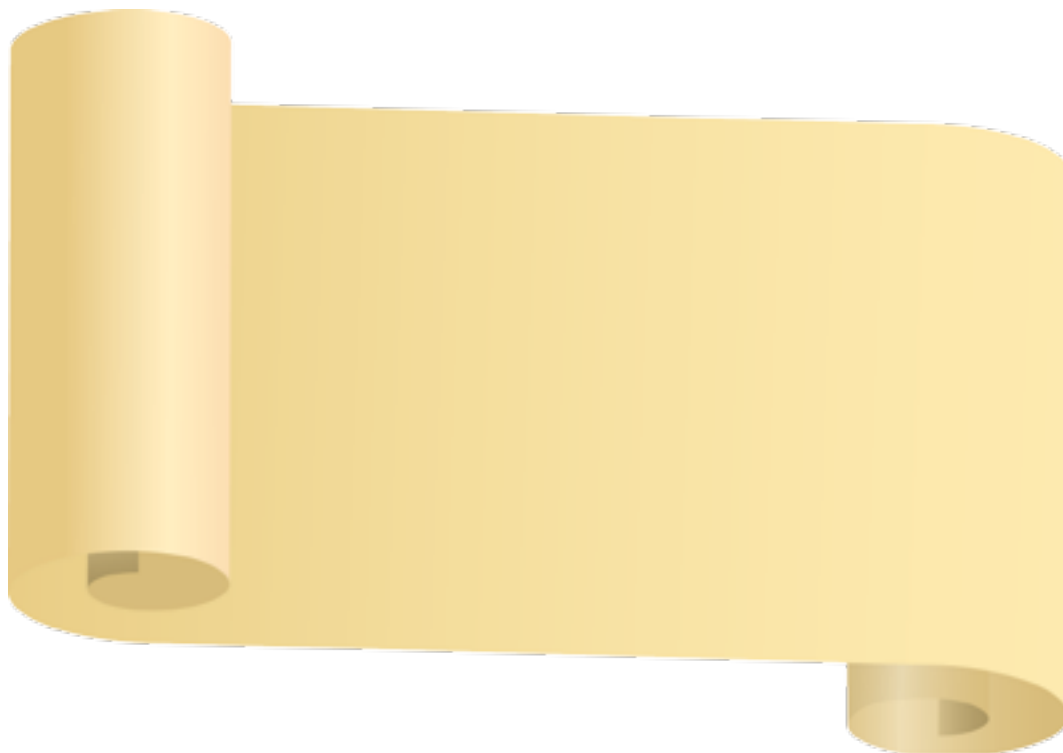
- Scrieți pe flipchart în două coloane: informațiile interesante și informațiile neclare pe care trebuie să le mai analizați cu un matur.
- Discutați în plen aceste aspecte.



EXTINDERE



- Realizați, în echipe, *Codul de reguli* al unui utilizator media inteligent.
- Plasați-l în spațiul clasei să fie vizibil.



CURIOSITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ În multe state ale lumii, în luna februarie, se sărbătorește Ziua siguranței pe Internet. În Republica Moldova ea se sărbătorește în data de 10 februarie.

VI

Sănătatea micului consumator de produse media



Fișa 1

DAUNELE UTILIZĂRII EXCESIVE A MIJLOACELOR DE COMUNICARE ÎN MASĂ



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *asociații libere, discuție ghidată, GPP*
- **Resurse materiale:** *fișe de lucru, flipchart, markere*
- **Forme de organizare:** *frontal, individual, în perechi*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Efecte negative*

➤ *Exces*

➤ *Dependență*

Support informațional

➤ http://www.qbebe.ro/psihologie/dezvoltare_emotionala/5_din_cele_mai_nocive_efecte_ale_televizorului_asupra_copilului_tau#

EVOCARE



- Scrieți 3-4 asociații pentru cuvântul „dependență”.

REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Citiți cu atenție textul-suport.

Zi de zi mediile ne „bombardează” cu informații, emisiuni, filme, jocuri, publicitate. Nici adulții nu sunt protejați de aceste „atacuri” ale mass-media. Însă consumul în exces al mijloacelor de comunicare ne poate dăuna foarte mult, fie că suntem copii, tineri sau adulți.



Care sunt efectele negative ale consumului de media?

Iată care sunt cele mai periculoase consecințe ale privitului îndelungat la televizor sau la monitor:

- ✓ slăbesc nervii, apare o stare de disconfort psihic și de epuizare, însoțită uneori și de dureri de cap;
- ✓ scade atenția și capacitatea de activitate;
- ✓ slăbește memoria, voința și motivația;
- ✓ crește gradul de irascibilitate, impulsivitate și chiar agresivitate;
- ✓ apar tulburări de somn;

- ✓ crește îngrijorarea, neliniștea, temerile;
- ✓ sporește pasivitatea mentală;
- ✓ scade inițiativa;
- ✓ slăbește creativitatea și capacitatea de a lua decizii;
- ✓ devenim apatici, dezinteresați de lectură, sport și alte activități care necesită concentrare;
- ✓ ne izolăm social și emoțional prin evadarea în realitatea virtuală.



Conform unor studii de specialitate, realizate de medici, sociologi și psihologi, atunci când vorbim doar de copii, cele mai nocive efecte ale televizorului asupra acestora sunt:

- ✓ slăbirea gândirii logico-matematice, a coerenței gramaticale a vorbirii, ceea ce duce, în viitor, la o exprimare deficitară, o neputință sau chiar la incapacitatea de a comunica ideile;
- ✓ dependența față de televizor și Internet prin jocurile și filmele de pe YouTube, de exemplu;
- ✓ scăderea vederii, problemele de coloană vertebrală, obezitatea, toate cauzate de imobilitate și de consumul alimentelor în fața ecranului TV sau a computerului;
- ✓ izolarea de familie, semeni.



Reține!

„Privitul la calculator și la televizor (pe termen lung) este ca și cum ai bate cuie în creierul copilului.”

(Virgiliu Gheorghe)

Televiziunea, Internetul favorizează, în anumite cazuri, prin știri, filme, jocuri, comportamentele violente. Acestea îndeamnă la agresivitate verbală și fizică, duc la creșterea sentimentului de insecuritate și scad sensibilitatea la violență.



Cuvinte noi

Exces, excese – Exagerare, abuz; lipsă de cumpătare, de măsură.

Irascibilitate, irascibilități – Iritabilitate; stare manifestată prin reacții intense, violente, agresive, carăspuns la încordări psihice minime.

Impulsivitate – Lipsă de stăpânire, violență, brutalitate.

Apatic, -ă, apatici, -e – Pasiv, indiferent.

Nociv, -ă, nocivi, -e – Vătămător, distrugător (pentru sănătatea, viața, dezvoltarea cuiva).

B. Exercițiu practic

- **Formulați câte un enunț cu fiecare cuvânt nou.**
 - Utilizați informația reținută din tema nouă, cu privire la urmările care pot apărea atunci când consumăm fără măsură și fără a selecta produsele media.
 - Inspirați-vă și din imaginile alăturate textului.

REFLECȚIE



- **Lucrați în perechi. Discutați despre influența pe care o au asupra voastră „idolii” din muzică sau sport.**
 - Aceștia au influențe negative sau pozitive asupra voastră?
 - Comparați-vă punctele de vedere.
 - Prezentați concluziile voastre întregii clase.
 - Scrieți pe tablă/flipchart aspectele comune, în ceea ce privește influențele modelelor preluate din mass-media.

EXTINDERE



- **Comunică-le și părinților, fraților, surorilor despre daunele utilizării excesive a televizorului, Internetului.**



CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Peste 80% din desenele animate din zilele noastre conțin violență: șoarecele este fugărit permanent și lovit de către motan; comicul este obținut prin lovituri, punere de piedică, aruncare cu obiecte în persoane, răzbu-nare. Mai grav este că violența nu e pedepsită sau explicată în aceste filme, ci ne distrează grozav. Chiar și personajele pozitive folosesc violența, lăsând copilului impresia că așa se rezolvă conflictele în viața reală. Și ce fac copiii după ce se termină filmul? Imită ceea ce văd prin joc sau procedează și ei așa în viața reală. Specialiștii americani în educație au remarcat ca toate filmele de desene animate produse în SUA în perioada 1937-1999 se bazează pe violență (poate acum veți privi cu alți ochi Tom și Jerry, Popeye Marinarul și altele).
- ◆ În Europa, peste 75% din copiii cu vârsta cuprinsă între 6 și 17 ani folosesc Internetul, iar în România, peste 90% din adolescenți utilizează mediul online pentru socializare. Minorii din întreaga lume sunt expuși zi de zi unor pericole online. Cele mai multe se referă la site-urile pornografice, furtul de date personale sau la abuzurile pe Internet.

Fișa 2

REGIMUL ZILEI ȘI CONSUMUL MEDIATIC



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming cu imagini, lectura cu sarcini, GPP, investigația
- **Resurse materiale:** fișe de lucru, flipchart, carioci
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi

Cuvinte și concepte-cheie

➤ Regimul zilei

➤ Consum mediatic

Suport informațional

➤ <https://www.brandwatch.com/blog/96-amazing-social-media-statistics-and-facts-for-2016/>

EVOCARE



● Observă imaginile.

- Numește acțiunile pe care le ilustrează.
- Scrive, sub fiecare imagine, perioada zilei (dimineața, la amiază, seara, noaptea) în care copii fac activitatea respectivă.
- Observă acțiunile pe care le poți face de două sau de mai multe ori pe durata unei zile. Argumentează.
- Care dintre activitățile respective le-ai realizat deja azi?
- Care sunt activitățile pe care urmează să le mai faci azi, dar nu sunt reprezentate în imaginile propuse.



A. Tableta de informații și idei

- Citește, cu atenție, textul-suport despre regimul zilei și consumul mediatic. Subliniază, pe text, propozițiile care conțin sfaturi utile pentru tine.

Știi să-ți organizezi regimul zilei?

În fiecare dimineață ne trezim cu mult optimism și dorință de a face și a descoperi lucruri noi și interesante. Unele zile sunt speciale – ne aduc emoții și experiențe deosebite. Alte zile sunt mai puțin memorabile, întrucât facem activitățile obișnuite, dar foarte importante.

Aceste activități obișnuite sunt comune pentru fiecare persoană: somnul, igiena personală, alimentația, școala, joaca, odihna, discuțiile cu familia și prietenii ș.a. Ele au o anumită durată de desfășurare, ne străduim să le alternăm corect pe parcursul celor 24 de ore și alcătuiesc regimul zilei. Fiecare copil trebuie să-și organizeze corect regimul zilei. Tu știi să o faci?

Ce este consumul mediatic?

O parte importantă din regimul zilei unui elev o constituie activitatea de învățare, desfășurată, de regulă, la școală, dar și activitatea de socializare, adică, de comunicare cu alte persoane. Tot mai mulți copii aleg să socializeze cu prietenii sau rudele, utilizând mijloacele media: rețelele sociale, chaturile, forumurile de discuție, site-urile, poșta electronică, telefonul mobil. În același timp, ei preferă să-și petreacă timpul cu jocuri video, vizionând filme de animație și artistice sau ascultând radioul. Toate acestea constituie consumul mediatic care semnifică cantitatea de informație primită și timpul de interacțiune petrecut de o persoană în spațiul media.



Știm deja cât de importantă este siguranța în mediul online. Mai știm cât de captivante ne par orele petrecute online sau în fața televizorului. Dar nu vom uita că atât excesul de mâncare, cât și cel de media au un efect negativ.

În limita bunului simț, consumul mediatic ne ajută să învățăm sau să socializăm, însă excesul consumului de media are o influență negativă asupra celorlalte activități zilnice. Rezerva celor 24 de ore zilnice trebuie repartizată judicios - este cel mai important capital pe care-l avem. De aceea, nu putem renunța la somn sau la plimbări în aer liber în favoarea orelor petrecute în fața computerului, a tabletei sau a telefonului. O comunicare plăcută cu prietenii îți va aduce mai multă hrană spirituală decât 1000 de like-uri pe Facebook!



Astfel, este recomandabil să utilizezi Internetul doar în zilele de odihnă. Excepție sunt zilele săptămânii în care ai de realizat teme utilizând acest imens mediu informațional. În acest caz, timpul de documentare nu va depăși limita de 30 de minute. De asemenea, o jumătate de oră este durata de timp optimă pe care o poți petrece în fața computerului sau a televizorului în celelalte zile ale săptămânii, pentru a urmări o emisiune sau un film care-ți place, să socializezi sau să devii mai bun, exersând jocuri virtuale cognitive.

Cuvinte noi

Exces – Lipsă de măsură și de cumpătare, exagerare.

Documentare – Acțiune de a te informa amănunțit și temeinic.

B. Exercițiu practic

- Lucrând în grup, elaborați *Regimul săptămânal*, fixând, conform regulilor specificate în text și a sarcinilor de învățare pe care vi le propuneți la nivel de clasă, perioadele și timpul alocat consumului mediatic.

REFLECȚIE



- Lucrând în perechi, observați imaginea.

- Descrieți ce reprezintă.
- Ce semnifică tipul cu un cap în forma literei „F”?
- Ce sugerează gestul acestuia de a mânca un ceas?
- Formulați concluziile.



EXTINDERE



- Să facem o mică investigație!

- Monitorizează, pe durata unei săptămâni, consumul mediatic al fiecărui membru din familia ta.
- Fixează datele în *Agenda de consum mediatic*.
- Prezintă produsul colegilor și completați împreună recomandările.
- Împărtășește membrilor familiei tale rezultatele acestei anchete și recomandările.



	Ziua săptămânii	Tipul de media consumat (ziar, TV, Internet etc)	Timpul alocat
Membrul FAMILIEI (tata, mama, fratele, sora, bunica sau bunicul)	Luni		
	Marti		
	Miercuri		
	Joi		
	Vineri		
	Sâmbătă		
	Duminică		
Concluzii	Recomandări		Total (ore și minute) _____ _____

CURIOZITĂȚI... ȘTIAȚI CĂ...



- ◆ Pe rețelele sociale Facebook și WhatsApp se scriu zilnic 60 de miliarde de mesaje.

Fișa 3

MANIPULAREA PRIN MEDIA



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** brainstorming prin imagini, aplicație practică, studii de caz
- **Resurse materiale:** un computer/laptop conectat online, fișe de lucru, flipchart
- **Forme de organizare:** frontal, individual, în perechi, pe grupe

Cuvinte și concepte-cheie

- Manipulare
- Libertate de expresie
- Publicitate
- Control informațional
- Dezinformare

Suport informațional

- <http://www.rasfoiesc.com/business/marketing/comunicare/Tehnici-de-manipulare-in-mass-85.php>
- http://adevarul.ro/life-style/stil-de-viata/copiii-asaltati--reclame-1_50ad98467c42d5a66397de8c/index.html

EVOCARE



● Lucrând în perechi, comentați imaginile alăturate:

- Focusați-vă atenția pe semnificația riglei care apare între fetița care vizionează ceva la televizor și televizorul propriu-zis.
- Ce semnifică, după părerea voastră, firul de ață depănat?
- Cum și prin ce ne influențează televizorul, dar și presa, publicitatea de pe stradă?
- Care produse au un impact mai mare asupra noastră?



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

● Citiți cu atenție textul suport.

Mass-media deține puterea imensă de a influența atitudinile, ideile și comportamentul nostru. Ea reușește să schimbe obișnuințe și convingeri atunci când ne prezintă altfel realitatea în care trăim.

Ce înseamnă a manipula?

Manipularea înseamnă influența prin diverse mijloace asupra modului de a gândi și de a acționa al unei persoane sau al unei colectivități. Manipularea o atestăm în *presă*, *radio*, *TV*, *Internet* atât prin informațiile comunicate, dar, mai cu seamă, în **publicitate**. Mesajul publicitar se face prin *anunțuri* și *reclame* la diverse produse de consum, servicii, instituții.



Mijloacele de manipulare

Controlul informațional este unul dintre cele mai puternice și cel mai utilizat mijloc pentru manipularea unor persoane, a unui grup mai mare. Acest control se face, de obicei, prin:



- ✓ cenzura informațiilor;
- ✓ limitarea libertății de expresie și a accesului liber la informare;
- ✓ lipsa altor surse de informare.

O modalitate frecventă de manipulare este minciuna, care implică informații neadevărate, făcute, de obicei, intenționat cu scopul de a înșela.

Care sunt tehnicile de manipulare?

Cele mai frecvente tehnici de manipulare, folosite de media sunt **dezinformarea** și **zvonul**.

Dezinformarea reprezintă orice intervenție într-un mesaj, pentru a-l determina pe receptor să adopte un anumit comportament. De exemplu: „Toți elevii vor primi câte o tabletă, dacă eu voi fi ales primar al satului X”, promitea unul dintre candidați, pentru a fi susținut la vot de alegătorii care au elevi de școală și/sau studenți.

Zvonul este o afirmație legată de un eveniment al zilei care poate fi un obiect, o persoană sau o problemă de interes public. Această informație este prezentată drept adevărată, fără a exista posibilitatea să i se verifice corectitudinea. Temele frecvente ale zvonurilor sunt: răpirea copiilor, bolile vedetelor, ale conducătorilor etc.

- ✓ Cel mai mare impact la copii îl au, conform unor cercetări, reclamele la produsele alimentare, urmate de cele la jucării și la sucuri.
- ✓ Cele mai frecvente strategii aplicate sunt publicitatea pentru un produs legat de un fenomen popular în rândul copiilor, cum ar fi păpuși care întruchipează personaje celebre sau jucării din desenele animate.

Reține!

A face publicitate înseamnă a anunța sau lăuda un produs, un serviciu, o persoană, o instituție etc., printr-un mijloc de comunicare publică, pentru a convinge oamenii să-l cumpere, să-l folosească, să-l urmeze sau să-l aleagă!

Cuvinte noi

Hipnotic, -ă *hipnotici*, -ce – Care provoacă un somn artificial.

Cenzură, *cenzuri* – Control prealabil exercitat, în unele state, asupra conținutului publicațiilor, spectacolelor, emisiunilor de radioteleviziune.

A deruta, *derutez* – A face pe cineva să se încurce, să se zăpăcească.

B. Exercițiu practic

- Analizează imaginile de mai jos.



- Ce sunt ele ca produs și ce ne comunică?
- Care este publicul țintă căruia i se adresează?
- Sunt sănătoase produsele alimentare din imaginile 1-3 pentru un copil? Dar pentru un adult?
- Tu le consumi? Dacă da, de ce?
- Observă desenele de pe ambalajul sticlei și cele imprimate pe haine. Ce asociații îți apar atunci când le vezi?
- Formulează o concluzie în legătură cu influența și efectul reclamelor asupra ta, în calitate de consumator.



REFLECȚIE



- Vizionați filmulețul realizat de Centrul de Jurnalism Independent *Știi ce media consumi?* <http://mediacritica.md/ro/stii-ce-media-consumi/>

- Care sunt ideile de bază din film?
- Explicați comparația dintre alegerea cu atenție a celor mai bune produse alimentare și produselor media pe care le consumăm.
- Cum influențează acestea omul?
- Utilizați și ideile din textul suport, pentru a vă argumenta răspunsul.

EXTINDERE



Activitate în două echipe

- Selectați un post TV. Monitorizați-l timp de o săptămână.
- Identificați 2-3 reclame prin care se manipulează consumatorii.
- Precizați tehnica de manipulare utilizată.
- Analizați „informația” și „lauda” care se conțin în reclame.

CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ◆ Se consideră un zvon informația că, dacă nu ai conexiune la Internet, nu îți trebuie antivirus. Greșit! Cei mai mulți viruși circulă pe medii mobile de stocare, mai ales pe stick-uri.

Fișa4

CAPCANELE LUMII VIRTUALE ȘI CONSECINȚELE NEFASTE ASUPRA SĂNĂȚĂȚII FIZICE ȘI EMOȚIONALE A MICULUI CONSUMATOR



STRATEGII DIDACTICE

- **Resurse procedurale:** *asociații forțate, Frisco, desenul ghidat*
- **Resurse materiale:** *fișe de lucru, flipchart, markere, creioane*
- **Forme de organizare:** *în grup*

Cuvinte și concepte-cheie

➤ *Sănătate fizică;*

➤ *Sănătate emoțională*

Suport informațional

- <http://limbaromana.md/index.php?go=articole&n=3372>
- <http://e-medicina.md/internetul-intre-cunoastere-si-pericol/>

EVOCARE



- Recunoașteți obiectul din imagine? Scrieți 3-4 asociații pentru acest obiect și Internet.



REALIZAREA SENSULUI



A. Tableta de informații și idei

- Observați imaginea. Comentați semnificația ei din perspectiva percepției voastre.
- Discutați în baza textului-suport de la tema *Daunele utilizării excesive a mijloacelor media*.
 - Împărțiți-vă în echipe a câte 4 persoane.
 - Fiecărui membru al echipei îi va reveni unul dintre rolurile propuse.
 - Citiți cu atenție sarcinile pe care le aveți în cadrul grupului, conform rolului asumat.
 - Pregătiți-vă argumentele timp de 5 minute.
 - Discutați în plen.



SARCINI și IDEI CU „SCÂNTEI”:

CONSERVATORUL

- ✓ apreciază meritul soluțiilor vechi, de exemplu, rolul cărții tradiționale și al perioadei de până la apariția resurselor media;
- ✓ punctează daunele și capcanele utilizării mijloacelor media.



EXUBERANTUL

- ✓ emite idei originale, uneori imposibil de aplicat în practică, despre cum ar putea fi utilizate resursele media fără ca acestea să aibă un impact negativ asupra sănătății emoționale a copiilor;
- ✓ asigură o atmosferă creativă, identifică punctele forte ale media și chiar poate propune inventarea unor obiecte magice, cu ajutorul cărora să fie înlăturate efectele negative ale media.



PESIMISTUL

- ✓ neagă oportunitatea oricărei îmbunătățiri a soluțiilor originale propuse;
- ✓ se concentrează pe aspectele negative;
- ✓ poate utiliza datele din rubricile *Curiozități* discutate și la alte lecții.



OPTIMISTUL

- ✓ critică poziția Pesimistului și susține, în mod realist, soluțiile propuse de Exuberant;
- ✓ va demonstra că, în situația respectării regulii de consum media, capcanele media pot fi evitate.

Cuvinte noi

Exuberant – Care își manifestă sentimentele zgomotos, prin numeroase demonstrații exterioare; foarte vioi.

Conservator – Persoană care este atașată de tradiție, nu-i place schimbarea și optează pentru stabilitate în tot ce face.

REFLECȚIE



- **Desenați, pe o coală de hârtie, lumea reală și lumea virtuală.**
 - a.* Ilustrați, prin simboluri specifice, beneficiile fiecăreia.
 - b.* Marcați, pe desen, la hotarul dintre cele două lumi, aspectele care ne pot influența negativ.
 - c.* Intitulați-vă desenul.
 - d.* Prezentați colegilor produsul.



EXTINDERE



- **Invitați asistenta medicală din școală sau un părinte care are studii de specialitate în medicină.**
- **Discutați cu aceasta/acesta despre impactul lumii virtuale asupra sănătății emoționale a copiilor.**



CURIOZITĂȚI... ȘTIATI CĂ...



- ♦ Creșterea creierului se oprește în jurul vârstei de 15 ani, iată de ce este foarte important să avem grijă nu doar de sănătatea noastră fizică, dar și de cea emoțională de la o vârstă fragedă. Oboseala, orele îndelungate în fața computerului sau a televizorului au asupra creierului o influență similară cu cea pe care rugina o are asupra fierului.

Evaluare sumativă

CRITERII DE EVALUARE RECOMANDATE PENTRU ÎNVĂȚĂTORI LA DISCIPLINA OPȚIONALĂ EDUCAȚIE PENTRU MEDIA

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE	CRITERII DE EVALUARE
Inițiere în mass-media	<p>Descrierea mijloacelor de comunicare în masă.</p> <p>Cunoașterea elementelor despre evoluția mass-media.</p> <p>Explicarea funcțiilor mediilor.</p> <p>Înțelegerea aspectului pozitiv și educativ al surselor de informare.</p> <p>Argumentarea necesității mijloacelor de comunicare în viața cotidiană.</p>
Presa scrisă și presa online	<p>Selectarea informațiilor utile din presa scrisă și online.</p> <p>Identificarea avantajelor/dezavantajelor e-book-ului și ale cărții tradiționale.</p> <p>Elaborarea unui articol de ziar/revistă în formă tipărită sau online.</p> <p>Formularea mesajului unui articol de ziar.</p> <p>Prezentarea unui ziar, revistă tipărite, reviste online.</p>
Audiovizualul	<p>Selectarea postului de Radio sau TV preferat.</p> <p>Diferențierea emisiunilor pentru copii de tip cognitiv sau de divertisment.</p> <p>Analizarea critică a unor dedicații și interviuri audiate.</p> <p>Simularea unei emisiuni radiofonice sau televizate.</p>
Filmul	<p>Identificarea tipurilor de film.</p> <p>Deducerea secvențelor educative în filmul animat.</p> <p>Selectarea filmelor relevante pentru dezvoltarea personală.</p> <p>Prezentarea filmului preferat în baza algoritmului.</p> <p>Formularea mesajului filmului vizionat.</p> <p>Exprimarea opiniei proprii în baza filmelor pentru copii vizionate.</p>
Multimedia și noile medii în viața copilului	<p>Accesarea site-urilor și rețelelor sociale.</p> <p>Identificarea efectelor pozitive și negative ale jocurilor virtuale.</p> <p>Utilizarea eficientă a poștei electronice.</p> <p>Respectarea netichetei în utilizarea noilor medii și multimediei.</p> <p>Identificarea conținuturilor media cu impact negativ asupra sănătății.</p> <p>Utilizarea oportunităților de învățare prin mijlocirea computerului.</p>

Sănătatea micului consumator de produse media	<p>Cunoașterea regulilor de explorare rațională a mijloacelor de comunicare în masă.</p> <p>Explicarea consecințelor utilizării excesive a mediilor.</p> <p>Elaborarea regimului săptămânal de consum mediatic.</p> <p>Consumarea rațională a produselor media.</p> <p>Conștientizarea impactului lumii virtuale și a manipulării prin media asupra sănătății fizice și emoționale.</p>
--	---

**CRITERII DE SUCCES / CONDIȚII DE SUCCES
PENTRU ELEVI/ELEVE
LA DISCIPLINA OPȚIONALĂ EDUCAȚIE PENTRU MEDIA**

UNITATEA DE ÎNVĂȚARE	CRITERII DE SUCCES	Verde/ independent	Galben/ ghidat, ajutat	Roșu/ mult sprijin
Inițiere în mass-media	<p>Descriu mijloacele de comunicare în masă.</p> <p>Cunosc elemente despre evoluția mass-media.</p> <p>Pot explica funcțiile mediilor.</p> <p>Înțeleg aspectul pozitiv și educativ al surselor de informare.</p> <p>Argumentez necesitatea mijloacelor de comunicare în viața cotidiană.</p>			
Presa scrisă și presa online	<p>Selectez informații utile din presa scrisă și online.</p> <p>Identific avantajele și dezavantajele e-book-ului și ale cărții tradiționale.</p> <p>Pot elabora un articol de ziar sau revistă în formă tipărită sau online.</p> <p>Formulez mesajul unui articol de ziar.</p> <p>Pot prezenta un ziar, o revistă tipărită sau o revistă online.</p>			

Audiovizualul	<p>Selectez postul de Radio sau TV preferat.</p> <p>Diferențiez emisiunile pentru copii de tip cognitiv sau de divertisment.</p> <p>Analizez critic dedicațiile și interviurile audiate.</p> <p>Pot simula o emisiune radiofonică sau televizată.</p>			
Filmul	<p>Identific tipurile de film.</p> <p>Deduc secvențele educative în filmul animat.</p> <p>Selectez filme relevante pentru dezvoltarea personală.</p> <p>Prezint filmul preferat în baza algoritmului.</p> <p>Formulez mesajului filmului vizionat.</p> <p>Îmi exprim opinia despre filmelor pentru copii vizionate.</p>			
Multimedia și noile medii în viața copilului	<p>Accesez site-urile și rețelele sociale.</p> <p>Identific efectele pozitive și negative ale jocurilor virtuale.</p> <p>Utilizez eficient poșta electronică.</p> <p>Respect neticheta în utilizarea noilor medii și a multimediei.</p> <p>Pot identifica conținuturile media cu impact negativ asupra sănătății</p> <p>Folosesc oportunitățile de învățare prin mijlocirea computerului.</p>			

<p>Sănătatea micului consumator de produse media</p>	<p>Cunosc regulile de explorare rațională a mijloacelor de comunicare în masă.</p> <p>Pot explica consecințele utilizării excesive a mediilor.</p> <p>Elaborez independent regimul săptămânal de consum mediatic.</p> <p>Consum rațional produsele media.</p> <p>Conștientizez impactul lumii virtuale și al manipulării prin media asupra sănătății fizice și emoționale.</p>			
<p>În mod deosebit, m-au captivat următoarele teme și conținuturi:</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			
<p>Aș vrea să mai exersez la următoarele teme și conținuturi:</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>			

Bibliografie recomandată

Referințe științifice și metodice

1. Albulescu I. *Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Dacia, 2003, p. 81-122.
2. Andreas Schmenk, Arno Watjen, Rainer Kothe. *Ce și cum, Multimedia și lumile virtuale*. Enciclopedia RAO, 2000.
3. Balaban D.- Cr. *PR, publicitate și new media*. București: Triton, 2009.
4. Баженова Л. М. *Медиаобразование школьников (1–4 классы). Пособие для учителя*. М.: Изд-во Российской академии образования, 2004.
5. Bertrand J. C. *O introducere în presa scrisă și vorbită*. Iași: Polirom, 2001.
6. Bunescu Gh., Negreanu El. (coord.) *Educația informală și mass-media*. București: Institutul de Științe ale Educației, 2005.
7. Чельшева И. В. *Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности*. Научно-популярное издание. Таганрог: Изд-во Южного Федерального ун-та, 2008.
8. Semortan R. *Comunicarea și mass-media*. Chișinău: Tipografia Reclama SA, 2006.
9. Coman M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 2007.
10. Chiribuca D. 2007, *Mass-media și socializarea adolescenților*. În: Revista de Sociologie, nr.1, Sibiu: Editura Catedra de Sociologie, Universitatea „Lucian Blaga”.
11. Craia S. *Dicționar de Comunicare, Mass-Media și Știința Informării*, București: Meronia, 2008.
12. Cristea S. *Fundamentele științelor educației. Teoria generală a educației*. Chișinău: Litera Educațional, 2003.
13. Crișan C., Danciu L. *Manipularea opiniei publice prin TV*. Cluj-Napoca: Dacia, 2000, p. 17-51.
14. Cucuș C. *Informatizarea în educație. Aspecte ale virtualizării formării*. Iași: Polirom, 2006.
15. Cucu G. *Educația și mass media*. București: Licorna, 2000, p. 4-37.
16. Cuznețov L. *Etica educației familiale*. Chișinău: Editura ASEM, 2010.
17. *** *Dicționar de media*. Larousse. Editura Univers Enciclopedic Gold, 2005.
18. Decaigny Th. *Communication audio-visuelle et pedagogie*. Bruxelles-Paris: Labor-Nathan, 1976.
19. Drăgan I. *Media și violența*. În: Sociologie Românească vol. IV nr.2, 2006. București: Editura Asociația Română de Sociologie, Institutul Social Român și Facultatea de Sociologie și Asistență Socială.
20. Drăgan J., Ștefănescu P. (coord.) *Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului*. București: Vanemonde, 2009.
21. Dumitrașcu D. H. *Avatarurile televiziunii asupra dezvoltării copiilor*. În: Sociologie Românească, vol. IV, nr.2, 2006. București: Editura Asociația Română de Sociologie, Institutul Social Român și Facultatea de Sociologie și Asistență Socială.
22. Dufoyer J. P. *Informatique, education et psychologie de l'enfant*, Paris: PUC, 1988.
23. Fedorov A. V. *Media Education and Media Literacy: Russian Point of View*. LAMBERT Academic Publishing, 2010. 364 p.
24. Федоров А. В. *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности*. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.
25. Guțu-Tudor D. *New Media*. București: Tritonic, 2008.
26. Guțu Vl. *Pedagogie*. Chișinău: CEP USM, 2013, p.144-168.
27. Hodge B., Tripp D. *Children and Television*. Cambridge: Polity Press, 1986.
28. Jeanney J.-N. *O istorie a mijloacelor de comunicare*. Iași: Institutul european, 1997.
29. Locard G. & Boyer H. *Comunicarea mediatică*. Iași: Ed. Institutul European, 1998.
30. Marinescu S., Dinescu R. *Invitație la educație. Suport metodic pentru lecții educative la gimnaziu și liceu*. Pitești: Carminis Educațional, 2007.
31. Masterman L., Mariet Fr. *Media Education in 1990's Europe. A Teacher's Guide*. Council of Europe Press, 1994.
32. Ministerul Educației al Republicii Moldova, Academia de Științe a Moldovei, Institutul de Științe ale Educației. *Evaluare criterială prin descriptori în învățământul primar. Ghid metodologic, cl. I*. Chișinău, 2015.

33. Ministerul Educației al Republicii Moldova, Academia de Științe a Moldovei, Institutul de Științe ale Educației. *Evaluare criterială prin descriptori în învățământul primar. Ghid metodologic, cl. a II-a.* Chișinău, 2017.
34. Micaci Cr. I. *Educația și alfabetizarea media.* București: Galaxia Gutenberg, 2011.
35. Moeglin P. (coord.). *Industria educației și noile media.* Iași: Polirom, 2003.
36. Niculcea T., Marin M. *Limba română cl a IV-a.* Carte de lectură. Ediția a-II-a. Chișinău: Cartier, 2011.
37. Popa D. *Mass-media, astăzi.* Iași: Institutul European, 2002.
38. Robotă M.-R. „Noi nu ne temem de lupul cel rău” - *Impactul Third Person Effect în perceperea influenței violenței tv asupra propriei persoane și asupra celorlalți.* În: *Analele științifice ale Universității „Al. I. Cuza” din Iași. Psihologie.* Tom. 12, 2003, p.83-114.
39. Rotaru I. *Educația pentru comunicare și mass-media.* Reșița: Editura Eftimie Murgu, 2009, 126 p.
40. Rusu A. *Valențe educative ale comunicării mediatice.* Iași: Universitatea „Al. Ioan Cuza”, 2004.
41. Rusu-Păsărin G. *Comunicarea radiofonică. Provocări actuale: conceperea și elaborarea emisiunilor radiofonice.* București: Tritonic, 2012.
42. Selys G. *Minciuni mass media.* București: Scripta, 1992.
43. Schram W. *Noile mass-media: un studiu în sprijinul planificării educației.* București: EDP, 1979, p. 39-125.
44. Silverstone R. *Televiziunea în viața cotidiană.* Iași: Polirom, 1999.
45. Спичкин А. В. *Что такое медиаобразование: Книга для учителя.* Курган, 1999, 114 с.
46. Stan S.- Cr. *Manipulare prin presă.* București: Humanitas, 2004.
47. Sălcudean M. *New media, social media și jurnalismul actual.* București: Tritonic, 2015.
48. Sterian Mihaela. *Agresivitatea mediatică și personalitatea.* București: Paideia. 2004.
49. Stratan E., Balan A. *Dirigenție clasa a II-a.* Chișinău: Poligraf-Design, 2009.
50. Şpac S. *Educația pentru mass-media a elevilor din treapta învățământului primar. Ghid metodologic.* Chișinău, 2014, Tipografia Primex COM.
51. Ștefănescu P. *Expunerea la violența televizuală și comportamentul agresiv al copiilor. Un model structural al efectelor pe termen scurt.* În: *Sociologie Românească vol IV nr.2,2006.* București: Editura Asociația Română de Sociologie, Institutul Social Român și Facultatea de Sociologie și Asistență Socială.
52. Toma M. (coord.): *Competența în mass media. Manual pentru liceu – curs opțional (toate specializările).* București: Humanitas Educațional, 2004.
53. Țipa V. *Cultura audiovizuală. Provocări și tendințe.* Chișinău: Elan Poligraf, 2011.
54. Van Cuilenburg. *Știința comunicării.* București: Humanitas, 1998.
55. Vasile A.a. *Mass media și gândire critică.* București: Tritonic, 2012.
56. Virgiliu Gh. *Efectele micului ecran asupra minții copilului.* București: Podromus, 2007.

Resurse on-line

1. Crăciun C. *Mass-media ca factor educativ.* [www.c-cultural.ro/tradiții/mass media.pdf](http://www.c-cultural.ro/tradiții/mass%20media.pdf) 2009.
2. *Детское восприятие.* 2013. [http://semya.tv/vospitanie detei/detskoe-vos](http://semya.tv/vospitanie_detei/detskoe-vos). Accesat 02.03.2016
3. Дусь Р.А. *Ребенок и компьютер* <http://semya@semya.tv>. Accesat 02.03.2016
4. *Mass-media și influența lor.* www.e-scoala.ro/comunicare/mass-media.html Accesat 09.03.2016
5. Farrel G.M. *The Development of Virtual Education: A Global Perspective.* În: *The Commonwealth of Learning.* <http://www.col.org/virtualed/index.htm>
6. *Медиаграмотность и информационная культура в современной ...mic.org.ru* › 7 номер, 2013. Accesat 01.03.2016
7. Huesmann L.R., Eron L. *Violența la televizor.* <http://www.ucla.edu/cufrec...ne/violence/iid.htm>. Accesat 02.03.2016
8. *Влияние средств массовой информации на воспитание подрастающего поколения.* <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=443951> Accesat 03.04.2017

ANEXA 1.

MINISTERUL EDUCAȚIEI, CULTURII ȘI CERCETĂRII AL REPUBLICII MOLDOVA

INSTITUTUL DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI

CURRICULUM PENTRU DISCIPLINA OPȚIONALĂ

EDUCAȚIE PENTRU MEDIA

(clasele a III-a – a IV-a)

Chișinău, 2017

Aprobat:

Proces-verbal nr. 14 din 06.07.2017 al Consiliul Național pentru Curriculum;

Ordinul nr. 671 din 01 august 2017.

ECHIPA DE LUCRU:

Loretta Handrabura, dr. în Filologie, conf. univ., UPS „Ion Creangă”

Natalia Grîu, consultant superior, Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al RM

Silvia Șpac, dr. în Științe pedagogice, învățătoare, L.T. „G. Călinescu”

Recenzenți:

Mariana Marin, dr. în Pedagogie, conferențiar universitar, Institutul de Științe ale Educației

Svetlana Nastas, dr. în Pedagogie, Institutul de Științe ale Educației

Ion Achiri, dr. în Științe fizico-matematice, conferențiar universitar, Institutul de Științe ale Educației

Ion Botgros, dr. în Științe fizico-matematice, conferențiar universitar, Institutul de Științe ale Educației

CUPRINS

Introducere	131
I. Concepția didactică a disciplinei opționale	132
II. Competențe-cheie prioritare pentru disciplina opțională.....	132
III. Competențe transdisciplinare prioritare pentru disciplina opțională.....	132
IV. Competențe specifice disciplinei opționale	132
V. Repartizarea temelor pe clase și unități de timp	133
VI. Subcompetențe, conținuturi, activități de învățare și evaluare.....	133
VII. Sugestii metodologice	136
VIII. Strategii de evaluare	137
Referințe bibliografice	138

INTRODUCERE

În prezent, educația pentru media în școală este sporadică, limitându-se la o dimensiune ilustrativ-informativă, ca suport pentru activitatea didactică. Profesorii și părinții nu sunt suficient de pregătiți pentru a-și ghida elevii/copiii în acest demers complex, variat și cu multe capcane, efecte nocive, pentru a-i ajuta să consume informații relevante și utile vârstei lor, să discearnă între manipulare și adevăr. Timpul afectat consumului de mesaje mediatice, îndeosebi audio-vizuale, este tot mai mare, cu numeroase implicații imediate sau latente, directe sau indirecte, previzibile sau imprevizibile asupra sănătății emoționale și dezvoltării personalității elevilor în plin proces de formare.

Mass-media și, de curând, multimedia reprezintă astfel, chiar din perspectiva construirii sinelui, un mediu la care elevii se raportează constant, fără ca ei să fie pregătiți pentru a face și a utiliza diferențele dintre realitate, reprezentarea acesteia și virtualitate.

În aceste condiții, este cu atât mai necesară formarea la elevi/e a competențelor de raportare la medii și anume prin selecție valorică, analiză și atitudine critică față de mesajele transmise. Dezvoltarea la elevi, începând cu clasa a III-a sau a IV-a din treapta primară, apoi gimnazială și liceală, a acestor competente reprezintă aspecte esențiale pentru un comportament activ și responsabil al acestora ca viitori cetățeni. Ca membri ai comunității, elevii trebuie să fie capabili să caute și să utilizeze informația, să comunice liber, deschis, fără teama confruntării cu o realitate pentru care nu sunt pregătiți. Curriculumul școlar propus are în vedere, dincolo de semnificația deosebită a mediilor în prezent, „deschiderea” și apropierea școlii de viață, necesitate reliefată ca atare din perspectiva reconceptualizării educației și rolului școlii, precum și realizarea educației civice prin media și pentru mass-media.

Comunicarea de masă face parte din multiplele dimensiuni ale contextului sociocultural în care cresc și se formează copiii. Curiozitatea și dorința de cunoaștere a elevilor nu mai sunt satisfăcute doar în cadrul restrâns al clasei sau al experiențelor cotidiene extrașcolare. Ei sunt atrași de cultura digitală și de suporturile tehnice ale mass-media și multimedia. Acestea sunt mai apropiate de interesele lor, prezentându-se sub formă de jocuri, videoclipuri, producții cinematografice, conexiuni de tot felul – forumuri de discuții, chat-uri, discuții în timp real și virtual. Registrul mediilor se lărgțește odată cu progresul tehnologic, chiar dacă identificăm și suporturi aparent tradiționale, dar care valorifică noile tehnologii digitale (păpuși care vorbesc, roboței cu diverse performanțe intelectuale ș.a.).

Studiul aspectului deontologic și valoric de explorare a mijloacelor mediatice a permis să delimităm două axe în pregătirea și educația pentru media a elevilor:

1. educația pentru un contact optim cu media, pentru a recepționa / a privi, a audia, a lectura, a se informa și a asimila activ, creator și adecvat vârstei conținutul mesajelor mediatice;
2. capacitatea și competența pentru utilizarea media în contextul efortului de autoeducație și educație pe tot parcursul vieții.

Curriculumul școlar, propus pentru clasele III-IV din treapta primară, este justificat din perspectiva următoarelor aspecte:

- dezvoltarea fără precedent a mediilor atât sub aspectul diversificării modalităților de distribuire a mesajelor, cât și al multiplicării tipurilor de mesaje transmise;
- creșterea consumului de medii în rândul copiilor, adolescenților și tinerilor, influențați în ceea ce privește alegerea modului de viață, implicit raportarea la modele umane, stiluri de activitate; practicarea unor hobby-uri, comportamente, precum și relaționarea cu ceilalți;
- implicarea mediilor în procesul complex de funcționare a unei societăți democratice.

Disciplina opțională *Educație pentru media* are menirea să transforme dependența de tehnologie și de socializare a elevilor în noi experiențe cognitive, care vor reprezenta un sprijin pentru conceptualizarea cunoașterii, optimizarea relațiilor cu ceilalți, promovarea valorilor precum demnitatea, echitatea, generozitatea, ordinea, libertatea, spiritul comunitar. Totodată, cursul, gândit pentru toate treptele de învățământ, își propune să dezvolte abilitățile de analiză și raportare critică la mesajele transmise de media, capacitatea de a discerne între o informație veridică și manipulare, capacitatea de a lua decizii și de a acționa în cunoștință de cauză.

Administrarea disciplinei opționale *Educație pentru media*

Statutul disciplinei	Arii curriculare	Clasa	Nr. de unități de conținuturi	Nr. de ore pe an
Opțională	Educație socioumană Limbă și comunicare Arte și Tehnologii	cl. a III-a – a IV-a, la discreția învățătorului	33	33

Notă: Opțiunea pentru studierea acestei discipline aparține elevilor și cadrului didactic.

I. CONCEPȚIA DIDACTICĂ A DISCIPLINEI OPȚIONALE

Scopul demersului didactic proiectat prin actualul curriculum este de a crește gradul de înțelegere și utilizare rațională a media de către eleve/i, de a forma un cetățean-consumator de media avizat și responsabil prin formarea competenței socioculturale de cunoaștere / înțelegere și apreciere a valorilor, normelor sociale transmise de media.

Procesul de predare-învățare-evaluare a disciplinei opționale Educație pentru media se va axa pe formarea următoarelor valori și atitudini: libertatea de expresie, libertatea opiniilor, relaționarea pozitivă și constructivă cu ceilalți, valorificarea optimă și creativă a potențialului intelectual, încrederea în propria persoană și în ceilalți, spiritul critic și de autoevaluare, evaluare reciprocă obiectivă.

II. COMPETENȚE-CHEIE PRIORITARE PENTRU DISCIPLINA OPȚIONALĂ

- Competența de a învăța să înveți;
- Competențe sociale și civice;
- Competențe digitale;
- Competențe de comunicare în limba română;
- Competențe de exprimare culturală și de conștientizare a valorilor culturale.

III. COMPETENȚE TRANSDISCIPLINARE PRIORITARE PENTRU DISCIPLINA OPȚIONALĂ

- Competențe de a învăța din surse diverse, independent și împreună cu alții;
- Competențe de a interacționa constructiv cu oamenii din jur, pe bază de colaborare;
- Competențe de utilizare a resurselor informatice, digitale destinate învățării și odihnei;
- Competențe de a aplica abilitățile de bază integratoare în situațiile de învățare și comunicare eficientă cotidiană;
- Competențe de a respecta diversitatea dorințelor și posibilităților oamenilor, recunoașterea drepturilor persoanelor reprezentante ale diferitor culturi.

IV. COMPETENȚE SPECIFICE DISCIPLINEI OPȚIONALE

- Dezvoltarea gândirii critice prin lectura presei periodice pentru copii și vizionarea produselor audiovizuale și multimedia;
- Accesarea și selectarea unor conținuturi media pentru dezvoltarea personală;
- Înțelegerea locului și rolului mediilor în dinamica societății contemporane;
- Elaborarea unor produse mediatice prin aplicarea unor strategii specifice de lucru cu textul literar și nonliterar;
- Consolidarea relațiilor interpersonale prin valorificarea eficientă și adecvată a produselor media.

V. REPARTIZAREA TEMELOR PE CLASE ȘI UNITĂȚI DE TIMP

Clasa	Unități de învățare	Nr. de ore
III-IV	Inițiere în mass-media	5 ore
	Presa scrisă și presa online	6 ore
	Audiovizualul	6 ore
	Filmul	5 ore
	Multimedia și noile medii în viața copilului	6 ore
	Sănătatea micului consumator de produse media	5 ore
	Total	33 ore

VI. SUBCOMPETENȚE, CONȚINUTURI, ACTIVITĂȚI DE ÎNVĂȚARE ȘI EVALUARE RECOMANDATE

Subcompetențe	Conținuturi	Activități de învățare și evaluare (recomandate)
<p>1.1. Utilizarea corectă a termenilor corelați conceptului „mass-media” în discuțiile cotidiene și în reproducerea unor informații.</p> <p>1.2. Manifestarea interesului pentru sursele de informare și deducerea aspectului pozitiv și educativ al acestora.</p>	<p>I. Inițiere în mass-media</p> <p>1. Ce este mass-media? Mass-media în viața noastră.</p> <p>2. Mijloacele de comunicare în masă.</p> <p>3-4. Istoria și evoluția mass-media.</p> <p>5. Funcțiile mediilor.</p>	<p>Exerciții de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - studiere a termenilor-cheie din domeniul mass-media; - descriere a mijloacelor de comunicare în masă cunoscute; - relatare prin exemple proprii a informațiilor preluate din mediile naționale și internaționale; - enumerare a surselor de informare accesate; - argumentare a necesității mediilor în viața de zi cu zi.

<p>1.3. Cunoașterea formelor de media după indicii propuși: media scrisă, online, audiovizuală.</p>		<p><i>Activități de evaluare:</i> Proiect de grup: Publicația electronică pentru copii. Proiect în perechi: Istoria și evoluția unui mijloc de comunicare în masă preferat. Portofoliul elevului/elevei.</p>
<p>2.1. Identificarea unui mesaj scris în funcție de mijloacele de transpunere a acestuia. 2.2. Compararea avantajelor și dezavantajelor e-book-ului cu cele ale cărții tradiționale. 2.3. Transpunerea unor situații reale sau preluate din media în produse și creații proprii (interviu, articol). 2.4. Aplicarea algoritmului de elaborare/prezentare a unor produse media scrise și online.</p>	<p>II. Presa scrisă și presa online</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ziarul pentru copii - sursă de informare. 2. Articolul de ziar. 3. Revista pentru copii - sursă de documentare. 4. Algoritmul de prezentare a unei reviste. 5. E-book-ul versus cartea tradițională. 6. Citesc, reflectez - ca un cetățean mă formează! 	<p>Exerciții de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - analiză a elementelor componente ale unui ziar; - comentare a mesajelor vizuale, scrise; - accesare și selectare a revistelor și textelor on-line; - argumentare a rolului lecturii ziarelor și revistelor; - elaborare a unui articol de ziar; - utilizare în propriul sistem lexical a informațiilor și ideilor preluate. <p><i>Activități de evaluare:</i> Sondajul de opinie. Proiect individual: Conceptul unei reviste. Chestionarul. Fișa de lectură.</p>
<p>3.1. Analiza și interpretarea critică a unor produse media audiovizuale. 3.2. Sintetizarea valorilor culturale, naționale și universale pe baza produselor media: (emisiunilor televizate, radiofonice).</p>	<p>III. Audiovizualul</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Radioul. Emisiunea radiofonică. 2. Arta comunicării în spațiul audio: dedicațiile muzicale și interviul. 3. Televizorul „stăpân al timpului liber” și sursă de informare. 4. Emisiunile cognitive și cele de divertisment. 	<p>Exerciții de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - selectare a postului radio, tv, a produsului mediatic preferat. - audiere și argumentare a unor produse radiofonice; - analiză a diferitor produse media (dedicații și interviuri); - diferențiere a emisiunilor pentru copii (cognitive și de divertisment);

<p>3.3. Utilizarea eficientă a fluxului de informații audiovizuale în diferite situații reale sau modelate/ de simulare a unor contexte.</p> <p>3.4. Realizarea unor produse audiovizuale pentru copii.</p>	<p>5. Emisiunea TV preferată a mea și a familiei.</p> <p>6. Evaluare sumativă: Simularea realizării unei emisiuni televizate.</p>	<p>- proiectare a unei emisiuni radiofonice/televizate.</p> <p><i>Activități de evaluare:</i></p> <p>Fișa de autoevaluare la tema: Emisiunea radiofonică.</p> <p>Proiect de grup: Simularea realizării unei emisiuni TV pentru copii.</p> <p>Chestionarul.</p> <p>Fișa de autoevaluare.</p>
<p>4.1. Identificarea secvențelor educative și creative în produsele cinematografice.</p> <p>4.2. Selectarea și analiza unor filme relevante pentru dezvoltarea personală.</p> <p>4.3. Exprimarea opiniilor și atitudinilor proprii față de conținuturile vizionate și receptate, precum și a modelelor de eroi.</p>	<p>IV. Filmul</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Filmul – spectacol de lumină și culoare. Din istoria filmului. 2. Filmul de animație. 3. Filmul documentar și filmul artistic. 4. Mesajul educativ al filmului. 5. Prezentarea filmului preferat. 	<p>Exerciții de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - explicare a noțiunilor din domeniul cinematografiei; - precizare a destinației filmelor în viața cotidiană; - recunoaștere a mesajelor transmise prin intermediul filmului; - identificare a modelelor de eroi în personajele din filmele pentru copii. <p><i>Activități de evaluare:</i></p> <p>Proiect de grup: Benzi desenate care ilustrează momente din istoria filmului.</p> <p>Fișa de autoevaluare.</p>
<p>5.1. Completarea cunoștințelor anterioare despre sursele informaționale, apreciind aspectul/ impactul formativ, pozitiv (dar și cel negativ) al acestora.</p>	<p>V. Multimedia și noile medii în viața copilului</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Computerul – un mijloc modern de învățare. Utilizarea rațională a computerului. 2. Noile medii și site-urile pentru copii. 3. Rețelele sociale. 	<p>Exerciții de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identificare a oportunităților de învățare prin mijlocirea calculatorului; - elaborare a poștei personale și a clasei; - memorare a tehnicilor de securitate în mediul virtual;

<p>5.2. Aplicarea tehnicilor de selectare a unor conținuturi media pentru documentare și relaționare constructivă cu semenii.</p>	<p>4. Poșta personală și poșta clasei. Neticheta. 5. Jocurile virtuale – între divertisment și dependență. 6. Siguranța online.</p>	<p>- identificare a conținuturilor media cu impact negativ asupra sănătății;- elaborare a regulilor pentru neticheta clasei. <i>Activități de evaluare:</i> Proiect de grup: Codul de reguli pentru utilizarea noilor medii. Fișa de autoevaluare.</p>
<p>6.1. Cunoașterea regulilor de explorare rațională, responsabilă a mediilor ca activitate de recreare și informare. 6.2. Identificarea mesajelor, produselor care instigă la ură, dezbinare, violență și care manipulează. 6.3. Conștientizarea impactului pozitiv/negativ al explorării mediilor asupra sănătății.</p>	<p>VI. Sănătatea micului consumator de produse media</p> <p>1. Daunele utilizării excesive a mijloacelor de comunicare în masă. 2. Regimul zilei și consumul mediatic. 3. Manipularea prin media. 4. Capcanele lumii virtuale și consecințele nefaste asupra sănătății fizice și emoționale a micului consumator. 5. Evaluare sumativă. Portofoliul elevului/elevei.</p>	<p>Exerciții de: - memorare a regulilor de protecție a sănătății fizice și mentale în timpul utilizării media; - control al mesajelor media accesate și utilizate; - proiectare a activităților de consum mediatic de calitate și pentru sănătate. <i>Activități de evaluare:</i> Proiect individual: Regimul meu de consum mediatic. Ancheta: Agenda de consum mediatic. Evaluare sumativă.</p>

VII. SUGESTII METODOLOGICE

Proiectarea-predarea-învățarea

Curriculumul la disciplina opțională *Educație pentru media* se va realiza prin utilizarea **Auxili- arului didactic pentru învățători și elevi**, care va fi elaborat și va include *Ghidul învățătorului și Fișe didactice*. Având caracter informativ și formativ, disciplina *Educație pentru media* se axează pe situații concrete de învățare, cu exemple relevante din spațiul media (filme, articole de ziar, reviste, interviuri, emisiuni televizate, captări audio și video, reportaje etc.), din mediul familial, social și cel școlar. Instrumentarul didactic utilizat va respecta paradigma socio-constructivistă și interac- tivă, în măsura în care elevul, subiect al propriei învățări, își construiește individual cunoștințele în interacțiune cu ceilalți. Astfel, curriculumul opțional la disciplina *Educație pentru media* propune diversificarea formelor de activitate individuală, în perechi și în grup. În acest context, situațiile de învățare vor deveni, în egală măsură, sursă a cunoștințelor (elevul/a va confrun- ta propriile cunoș-

tințe și valori cu exigențele situației/contextul propus) și criteriu al cunoașterii (elevul va discerne asupra pertinentei/relevanței achizițiilor obținute).

Centrarea pe cel/cea ce se educă și pe activitatea sa de construire a cunoașterii presupune ca elevul să manifeste interes și implicare, să caute informația, să se informeze, să analizeze, să compare, să evalueze, tratând critic informația, indiferent de sursa de proveniență a acesteia. Acest fapt va necesita utilizarea unui instrumentar didactic activ-participativ, inclusiv tehnici de dezvoltate a gândirii critice, structurate pe etapele-cadru ERRE: Evocare, Realizare a sensului, Reflecție și Extindere.

Tehnicile de lucru oportune sunt cele de factură ludică, orientate spre motivarea elevilor și stabilirea interacțiunilor educaționale: *Brainstorming, Brainwriting, Explozia stelară, Clustering, 6 De ce?, Cvintet, Jurnalul dublu,, Agenda cu notițe paralele, Graficul conceptual, Floarea de nufăr, Studiu de caz, Discuția de tip Panel, Graficul T, VAS, Presupunerea prin termeni, Cubul, Grila lui Quintilian* etc. Considerăm deosebit de relevante aplicarea la clasă a *Studiilor de caz*, preluate din spațiul media, care oferă o gamă generoasă de conținuturi pe acest segment. Vizualizarea unor studii de caz (filme, interviuri, reportaje, emisiuni etc.) va avea un impact puternic asupra copiilor, determinându-i să trăiască activ experiențele de învățare, să aprecieze dimensiunea interacțiunii sociale a situațiilor propuse, să formuleze ipoteze și să desprindă observații, raportându-le la propria experiență de viață.

Totodată, recomandăm aplicarea *Jocului de rol* care poate fi corelat, după caz, cu situațiile prezentate prin *Studiu de caz*. Combinarea celor două metode îi va permite învățătorului să construiască un design constructivist al lecției, încurajând elevul/a să-și edifice o viziune integrală asupra problemei abordate, să observe critic diferite puncte de vedere asupra situației (punctul de vedere al agentului sau actorului media, punctul de vedere al comunității, punctul de vedere al colegilor/colegelor și punctul de vedere personal), să se implice în dialoguri argumentative, realizând feedback-ul și feed-forward-ul.

VIII. STRATEGII DE EVALUARE

Evaluarea competențelor formate prin cursul opțional *Educație pentru media* se va realiza în conformitate cu prevederile *Metodologiei privind implementarea evaluării criteriale prin descriptorii în învățământul primar*, aprobată de către Ministerul Educației la 26 august 2015 și pusă în aplicare din 1 septembrie 2015. Criteriile de evaluare vor servi drept repere de învățare eficientă. Produsele elaborate vor fi evaluate în baza criteriilor de succes, stabilite și negociate împreună cu elevii, anunțate anticipat într-un limbaj accesibil și vor contribui la motivarea acestora pentru învățare conștientă.

Evaluarea va fi centrată pe tehnici și strategii didactice activ-participative, fapt ce va permite orientarea rezultatelor școlare spre latura metaformativă. Se va urmări ca prin evaluare să se poată observa achizițiile elevilor la nivel de atitudini, convingeri, conduite personale, mentalități produse la nivelul structurilor cognitive și afectiv-motivaționale. Profesorul are libertatea alegerii instrumentarului didactic de evaluare, diversificând formele de evaluare orală, scrisă și practică, astfel încât să asigure caracterul multifuncțional al evaluării și personalizarea acestui proces, în funcție de obiectivele urmărite. La finalul fiecărei unități tematice se va realiza câte un produs. Astfel, la nivelul fiecărei unități, elevii vor elabora, individual sau în grup, un produs care va demonstra evoluția gradului de înțelegere și utilizare rațională a media. Propunem inițierea și desfășurarea unor proiecte de dezvoltare personală și comunitară, dezbateri, chestionare, sondaje, portofolii, interviuri, jocul didactic, jurnalul reflexiv etc.

Recomandăm utilizarea chestionarelor de autoevaluare, precum și a fișei de autoevaluare, care permit elevei/ului să-și observe propriul comportament în situații de învățare structurate cooperative. În mod special, încurajăm realizarea evaluărilor practice, întrucât considerăm că, în perspectiva evaluării competențelor specifice, enunțate pentru această disciplină opțională, utilizarea unor sarcini de lucru, precum și a evaluării realizate cu ajutorul computerului (teste online, poșta clasei etc.), va constitui o oportunitate.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

Documente normative

1. *Codul Educației al Republicii Moldova*. Chișinău, 2014, nr. 152 din 17.07.2014. Publicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, nr. 319-324, art. nr. 634 din 24.10.2014.
2. *Strategia de dezvoltare a educației pentru anii 2014-2020 „Educația-2020”*. Hotărârea guvernului Republicii Moldova nr. 944 din 14.11.2014. Publicat în Monitorul Oficial, nr. 345-351 din 21.11.2014.
3. *Metodologia privind implementarea evaluării criteriale prin descriptori în învățământul primar*, aprobată în ședința Consiliului Național de Curriculum, Ministerul Educației al Republicii Moldova (26 august 2015).

Referințe științifice și metodice

1. Albulescu I. *Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională*. Cluj-Napoca: Dacia, 2003, p. 81-122.
2. Cemortan R. *Comunicarea și mass-media*. Chișinău: Tipografia Reclama SA, 2006, 142 p.
3. Cristea S. *Fundamentele științelor educației. Teoria generală a educației*. Chișinău: Litera Educațional, 2003, p.152.
4. Crișan C., Danciu L. *Manipularea opiniei publice prin TV*. Cluj-Napoca: Dacia, 2000, p. 17-51.
5. Cucu G. *Educația și mass media*. București: Licorna, 2000, p. 4-37.
6. Cuznețov L. *Etica educației familiale*. Chișinău: Editura ASEM, 2010.
7. *Educație pentru toleranță*, supliment al revistei de teorie și practică educațională *Didactica Pro...*, 2004.
8. Guțu Vl. *Pedagogie*. Chișinău: CEP USM, 2013. p.144-168.
9. Hodge B., Tripp D. *Children and Television*. Cambridge: Polity Press, 1986
10. Masterman Len, Mariet François. *Media Education in 1990's Europe. A Teacher's Guide*. Council of Europe Press, 1994.
11. Șpac S. *Educația pentru mass-media a elevilor din treapta învățământului primar. Ghid metodologic*. Chișinău, 2014, Tipogr. Primex COM.
12. Virgiliu Gh. *Efectele micului ecran asupra minții copilului*. București: Podromus, 2007.

Resurse on-line

1. Drăgan J., Ștefănescu P. (coord.). Povară A., Velicu A. *Reprezentarea violenței televizuale și protecția copilului*. București: Vanemonde, 2009. <http://cna.ro/IMG/pdf/Reprezentarea-violentei-1> (Accesat la 14 august 2017)
2. *Детское восприятие****. 2013. http://semya.tv/vospitanie_detei/detskoe-vos (Accesat la 14 august 2017)
3. *Влияние средств массовой информации на воспитание подрастающего поколения****. <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=443951> (Accesat la 14 august 2017)
4. Дусь P.A. *Ребенок и компьютер* <http://semya@semya.tv> (Accesat la 14 august 2017)
5. *Educația informală și mass-media*. Coordonatori: Gh. Bunescu, El. Negreanu. București: Institutul de Științe ale Educației, Laboratorul Teoria Educației, 2005. <https://dorinpopa.files.wordpress.com/2008/06/educatia-informala-si-mass-media.pdf> (Accesat la 14 august 2017)

6. *Educația în domeniul mass-media în mediul digital****. Recomandarea, 2009. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=LEGISSUM:am0004> (Accesat la 14 august 2017)
7. *European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI))****. 16 December 2008 – Strasbourg. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN> (Accesat la 14 august 2017)
8. *Mass-media și influența lor****. http://www.e-scoala.ro/comunicare/mass_media.html (Accesat la 14 august 2017)
8. *Медиаграмотность для школьников. Возможно образовать всю Беларусь!**** <http://mediakritika.by/article/3873/mediagramotnost-dlya-shkolnikov-vozmozhno-obrazovat-vsyu-belarus> (Accesat la 14 august 2017)
9. *Media education****. Recommendation of Council of Europe (2000). <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16811&lang=en> (Accesat la 14 august 2017)
11. Noelle-Neumann E. *Spirala tăcerii. Opinia publică – înțelesul nostru social. Teorii privind influența mass-mediei* http://edituracomunicare.ro/pdf/pdf_492.pdf?id=1500665555 (Accesat la 14 august 2017)
12. *Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education (2007) Parliamentary Assembly, Council of Europe****. Doc. 8753, June 6, 2000 (Совет Европы: Рекомендации Парламентской Ассамблеи по медиаобразованию (2000) Перевод на русский язык). http://www.mediagram.ru/documents/documents_29.html (Accesat la 14 august 2017)

Acest manual se distribuie gratuit.



Centrul pentru Jurnalism Independent

Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) este prima organizație de media care acordă asistență jurnaliștilor și instituțiilor media din Republica Moldova, având scopul de a contribui la consolidarea unei prese libere și viabile, prin intermediul proiectelor ce oferă instruire în domeniul jurnalismului și relații cu publicul, campanii media, advocacy, cercetare și educație mediatică.