

Jurnalul meu de Educație Media

Nume și prenume:



Detectivi de Meserii: Educație Media în Acțiune

Proiectul Detectivi de Meserii: Educație Media în Acțiune este derulat de Asociația Pentru Educație Digitală și de Mediu Edurod și finanțat prin programul Efectiv Civic, dezvoltat de FDSC – Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile în parteneriat cu RAF – Romanian American Foundation și cu sprijinul CJI – Centrul pentru Jurnalism Independent.

Explicarea conceptelor de educație media reprezintă o adaptare făcută de Asociația Edurod pentru ciclul școlar primar pe baza suportului de curs pentru organizații neguvernamentale dezvoltat de CJI.

Salut!

Noi suntem Marco și Mara, împreună vom deveni Detectivi de Meserii!

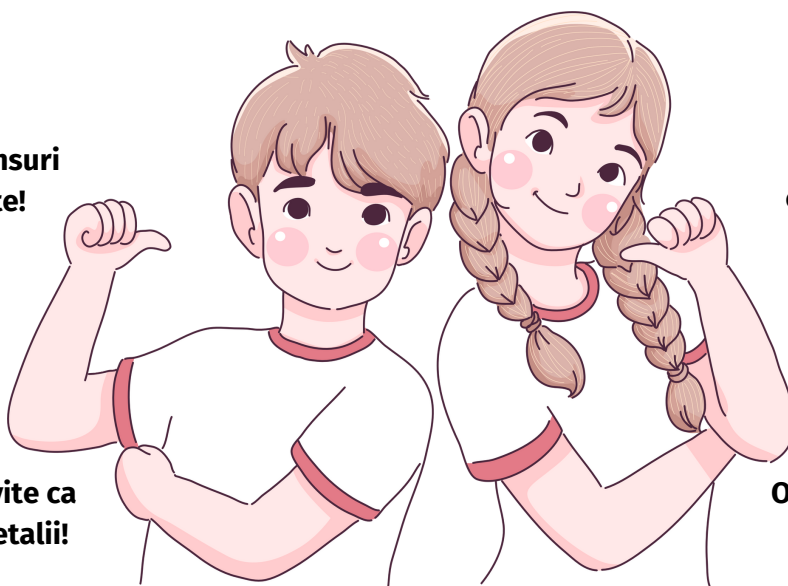
Găsim ideile cele mai importante dintr-o știre sau o poveste!

Formulăm răspunsuri clare și corecte!

Legăm ideile între ele ca să înțelegem mai bine!

Punem întrebări potrivite ca să aflăm mai multe detalii!

Observăm dacă ceva nu are sens sau nu este corect!



Verificăm dacă un mesaj este adevărat și de încredere!

Ce reprezintă media și mass-media, de ce avem nevoie de educație media și ce presupune aceasta?

Media este pluralul latinescului medium, care înseamnă „intermediar”, deci un canal prin care se transmit informații, iar mass-media reprezintă totalitatea canalelor de comunicare în masă.

Mass-media este diversă și este peste tot. Suntem înconjurați de mesaje media, chiar și atunci când nu ne dăm seama.

Cum ne întâlnim cu media în fiecare zi?

Dimineața, imediat ce ne trezim, unii dintre noi deschid **televizorul** pentru a urmări desene animate sau își iau **telefonul sau tableta** ca să vadă ce mesaje noi au primit. În timp ce luăm micul dejun, poate ne uităm la **ambalajul cutiei de cereale** și citim ce scrie pe ea, fără să ne dăm seama că și aceasta este o formă de media.

Pe drum spre școală, vedem **reclame colorate pe panouri mari**, cu jucării sau haine, și **afișe cu spectacole pentru copii**. În autobuz sau în mașină, poate auzim la **radio** o **melodie nouă** sau o **știre** despre un eveniment important.

Când ajungem acasă, ne relaxăm uitându-ne la un **videoclip** amuzant sau la o **emisiune** preferată. Unii dintre noi poate joacă **jocuri video**, în care apar **reclame** sau **mesaje** care ne îndeamnă să cumpărăm ceva. Fără să ne dăm seama, media este mereu prezentă în viața noastră, sub diferite forme!

De aceea, este important să învățăm să fim atenți la informațiile pe care le primim și să ne dăm seama dacă sunt adevărate sau nu.

Prin mass-media aflăm informații, ne formăm păreri și ne conturăm credințele.



Aventurile lui Marco în Ținutul Știrilor



Marco era un băiat curios, mereu dornic să afle lucruri noi. **Îi plăcea să citească știri online** și să urmărească emisiuni educative. Însă, într-o zi, în timp ce **căuta informații** pentru un proiect despre animale rare, **a găsit o știre** care spunea că un nou dinozaur a fost descoperit în pădurea de lângă orașul lui.

— „Uau! Trebuie să le spun colegilor mei!”, și-a spus el entuziasmat. Dar, chiar înainte să **împărtășească vestea**, bunicul său, un **fost jurnalist**, l-a întrebat:

— „Marco, **ai verificat dacă această informație este adevărată?**”

— „Cum adică?”, a întrebat Marco confuz. „**Scrie clar pe un site de știri!**”

Bunicul a zâmbit și i-a explicat că **nu toate știrile sunt adevărate și că uneori pot exista informații false menite să îi inducă în eroare pe oameni.**

— „Hai să investigăm împreună!”, a spus el.

Cei doi **au verificat dacă și alte surse de încredere vorbeau despre acel dinozaur.** Dar nimeni nu menționa nimic. De fapt, au descoperit că **site-ul care publicase știrea mai avusese și alte articole ciudate**, despre roboți invizibili și orașe plutitoare.

— „**Asta înseamnă că era o informație falsă!**”, a exclamat Marco surprins.

— „Exact!”, a confirmat bunicul. „**De aceea este important să verificăm sursele și să ne bazăm pe jurnalismul corect. Jurnaliștii adevărați respectă regulile și încearcă să informeze oamenii onest.**”

Matei a înțeles că **presa este foarte importantă, dar și că oamenii trebuie să fie atenți la ce informații cred.**

A doua zi, la școală, le-a spus colegilor despre ce a învățat:

— „**Nu tot ce citim sau vedem online este adevărat.** Trebuie să fim ca niște detectivi ai adevărului și să verificăm informațiile!”

De atunci, Marco a devenit mai atent la ce știri citește și a învățat să analizeze informațiile critic. Știa că doar un public bine informat poate ajuta jurnalismul adevărat să existe și să își facă treaba corect.

Media nu este nici bună, nici rea – depinde cum o folosim și cât de bine știm să alegem informațiile corecte! 💡



Întâlnirea I Educația Media

Insigna Detectivului Media

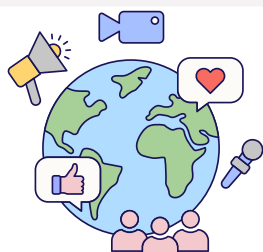
Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Un cetățean care știe despre educația media poate:



Să caute și să aleagă informațiile corecte 🕵️♂️ – Folosind internetul, cărți, TV sau ziare, el poate găsi surse de încredere care să-l ajute să înțeleagă mai bine lumea.

Să pună întrebări despre informațiile pe care le vede ❓ – El știe că nu trebuie să creadă tot ce aude sau citește, ci să se întrebe „Cine a spus asta?” și „Este adevărat?”.

Să înțeleagă că oamenii pot gândi diferit 🧠 – El știe că fiecare persoană poate avea propria părere și că uneori, informațiile sunt prezentate într-un fel care influențează cum le înțelegem.

Să analizeze dacă informațiile sunt adevărate și utile ✅❌ – Înainte să creadă ceva, se întreabă „Aceasta este o informație adevărată? Mă ajută cu ceva?”.

Să creeze mesaje corecte și potrivite ✍️ – Atunci când scrie sau postează ceva, se asigură că este adevărat și că nu îi poate răni pe ceilalți.

Să înțeleagă că media ne arată doar o parte din realitate 🧐 – Știe că ceea ce vedem pe internet, la TV sau în reclame nu este întotdeauna exact așa cum este în viața reală și își formează propriile opinii.

Întâlnirea II Haosul informațional

Insigna Detectivului
Media

Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

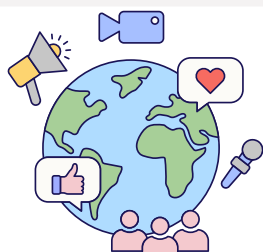
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Asociația Edurod



Povestea covrigelului dispărut



La pauză, cineva a observat că a dispărut un covrigel din cutia de gustări.

◆ Exemplu de DEZINFORMARE

Marco știe că Mara nu a luat covrigelul, dar vrea să-i facă o farsă. Așa că le spune colegilor:

„Eu am văzut-o pe Mara cum fura covrigelul!”

Marco știe că minte, dar o face intenționat ca să-i strice imaginea Marei.

➔ **Asta e dezinformare – o minciună spusă cu intenție, ca să o facă pe Mara să pară vinovată.**

◆ Exemplu de INFORMARE GREȘITĂ

Mara a trecut pe lângă cutie și l-a văzut pe Marco stând acolo. Crede că el a luat covrigelul, dar nu e sigură.

Le spune colegilor:

„Cred că Marco a luat covrigelul, l-am văzut lângă cutie.”

Mara nu minte intenționat – doar a presupus greșit, fără să știe toată povestea.

➔ **Asta e informare greșită – o greșeală care poate crea confuzie, dar nu e făcută cu răutate.**



◆ Dezinformarea = **Informații false** răspândite **intenționat** pentru **a manipula sau induce în eroare** oamenii.

◆ Informarea greșită = Informații **incorecte** care sunt răspândite **fără intenție de a face rău (din greșeală, din neatenție)**.

Fake news nu înseamnă doar știri false – Se referă și la **zvonuri, imagini și videoclipuri false**.

Fake news **contribuie la un amestec de informații confuze**, în care **adevărul** se **amestecă** cu **minciuni**, făcând dificilă diferențierea dintre **realitate și fals**.

Haosul informațional - tipuri

Satira și comedia:

🥰 **Comedia** este atunci când spunem sau facem ceva amuzant pentru a face oamenii să râdă.

😂 **Satira** este un fel special de comedie, în care râdem de lucruri serioase, cum ar fi greșelile oamenilor sau problemele din societate, dar cu scopul de a învăța ceva sau de a face lumea mai bună.

Conținutul înșelător este atunci când cineva îți arată doar o parte a adevărului.

Context fals - în acest caz este vorba de conținut adevărat dar care a fost pus în context într-un mod înșelător.

Conținut-impostor - numele sau logo-ul unei instituții cunoscute este folosit împreună cu conținut fals.

Conținut fabricat - ne referim la momentele în care conținutul este fabricat sută la sută. De exemplu, poate fi vorba de crearea unui conținut sută la sută fals, care de asemenea, poate fi distribuit printr-un cont de utilizator fals.

Întâlnirea III Deconstrucția Mesajului

Insigna Detectivului
Media

Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

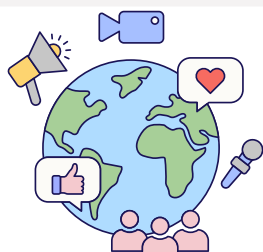
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Asociația Edurod





Marco și Mara – Detectivii Media



Într-o dimineață frumoasă de primăvară, Marco și Mara, doi prieteni foarte curioși, stăteau pe canapea și se uitau la o reclamă cu un baton de cereale magic. În reclamă, un băiat gustă din baton și, dintr-o dată, aleargă mai repede decât un avion!

— Uau! Eu vreau batonul acela! a zis Marco, cu ochii cât cepele.

— Hmm... E chiar adevărat ce vedem? a întrebat Mara, ridicând o sprânceană.

Mara tocmai învățase la școală despre educația media și cum să analizezi un mesaj. Așa că a propus:

— Hai să fim detectivi media! Să vedem ce e adevărat și ce e doar ca să ne convingă să cumpărăm ceva.

 **Pasul 1: Cine a făcut mesajul?**

— Reclama a fost făcută de firma care vinde batonul, zise Mara. Deci ei vor să-l cumpărăm.

 **Pasul 2: Ce vrea să ne facă să credem?**

— Că dacă mănânci batonul, vei fi super rapid, ca un fulger! a spus Marco.

— Dar noi știm că niciun baton nu te face să alergi ca un avion, nu? a râs Mara.

 **Pasul 3: Pentru cine e făcută reclama?**

— Pentru copii ca noi, sigur! Batonul are culori, reclama are muzică veselă și băiatul din ea e de vârsta noastră, zise Marco.

 **Pasul 4: Ce simțim când o vedem?**

— Ne entuziasmăm și vrem să-l avem! Dar poate e doar o păcăleală frumoasă...

La final, Marco zâmbi:

— Mara, cred că am devenit și eu un mic detectiv media!

— Super! Acum putem să ne uităm la reclame fără să ne lăsăm păcăliți. Dar... putem totuși să mâncăm un baton de cereale normal? 😊

— Da, dar doar după ce citim eticheta! răspunse Mara, glumind.



Fii ca Marco și Mara – gândește cu mintea ta și întreabă-te mereu cine a făcut mesajul și de ce! Astfel, vei fi un detectiv media de nota 10!

Ce trebuie să avem în vedere atunci când ne dorim să verificăm o informație:



- ✓ **EMOȚIE:** Provoacă o reacție emoțională mesajul?
- ✓ **SURSA ORIGINARĂ:** Căutăm aceeași știre pe alte website-uri și o comparăm cu conținutul care a ajuns inițial la noi.
- ✓ **AUTORUL:** Ce putem afla despre autor
- ✓ **CANAL ȘI FORMAT:** Pe ce canale a ajuns la noi mesajul? În ce format? Ce elemente sunt scoase în evidență?
- ✓ **TITLU:** Ce informații oferă titlul? În ce ton este acesta scris (alarmist, face apel la frică)? Se potrivește cu restul articolului/mesajului sau prezintă distorsionat informația?
- ✓ **CONȚINUT:** Evaluează conținutul! Verifică expertii menționați și pe alte site-uri, verifică linkurile și dovezile indicate - provin ele din surse credibile?
- ✓ **CANAL ȘI FORMAT:** Pe ce canale a ajuns la noi mesajul? În ce format? Ce elemente sunt scoase în evidență?
- ✓ **FAPTE/OPINII:** Analizează mesajul din perspectiva faptelor și opiniilor.
- ✓ **IMAGINE ȘI VIDEO:** Uită-te cu atenție la imaginile și videourile folosite! Conțin urme de manipulare? Au o calitate îndoielnică? Există pixeli care par a nu fi la locul lor, există pete sau decolorări pe anumite porțiuni? Pică umbra la fel pe toate persoanele/obiectele prezentate?
- ✓ **CONTEXT ȘI SCOP:** În ce context a fost creat și distribuit? Ce încearcă să îți transmită acesta?
- ✓ **REAȚII:** Câte reacții a adunat mesajul? Ce tipuri de reacții, comentarii? Există interacțiuni cu alte mesaje postate de același cont?

Să ne relaxăm!



Colorează mandala și denumește-o!

.....



Întâlnirea IV

Fapte și opinii. ...Limbajul persuasiunii.....

Insigna Detectivului
Media

Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

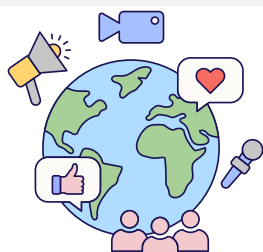
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



● Pași simpli pentru a înțelege faptele și părerile (opiniile)



✓ **Pasul 1:** Găsește faptele și părerile

- Fapt = ceva ce putem verifica (ex: „Soarele răsare dimineața”)
- Păreră = ce crede cineva (ex: „Soarele e frumos”)

✓ **Pasul 2:** Verifică dacă este un fapt adevărat

- Întreabă-te: „Pot dovedi asta? Pot verifica într-o carte sau întreba un adult?”

✓ **Pasul 3:** Vezi dacă părerea are legătură cu un fapt

- Unele păreri spun și un adevăr factual (ex: „Cred că merele sunt sănătoase, pentru că au vitamine.”)

✓ **Pasul 4:** Alege părerea care ne ajută cel mai mult

- Întreabă-te: „Această părere e folositoare? Are legătură cu ce vorbim acum?”

Faptul e ceva ce poți dovedi,

Părerea e ce simți sau ce ți se pare ție.

Dacă părerea are și-un fapt, e mai de folos.

Și dacă ne ajută, e cu rost! 😊

Limbaajul persuasiunii (convingerii)

Tip de mesaj	Ce vrea să facem?	Unde îl vedem?
Publicitate	Să cumpărăm un produs sau serviciu	TV, internet, afișe, reviste
Propagandă	Să credem o idee sau să urmăm o regulă	Ziare, reclame politice, internet

Persuasiunea nu este în sine bună sau rea. **Caracterul pozitiv ori negativ al mesajului** este dat de **intenția creatorului** de informație, care poate fi **benefică sau malefică**.



Întâlnirea V Informația online.....

Insigna Detectivului
Media

Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

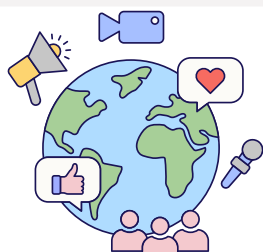
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Asociația Edurod





Marco, Mara și Reclama care știa prea multe



Era sâmbătă dimineața, iar Marco tocmai se trezise și dădea **scroll pe telefonul lui**. Se uita la clipuri cu roboți, jocuri și... jucării!

Deodată, a apărut **o reclamă** cu exact robotul pe care îl căutase cu o zi înainte.

— Uaaau! Exact ăsta mi-l doresc! Ce noroc să-mi apară chiar așa! Mai târziu, la biblioteca școlii, Marco i-a povestit totul Marei.

— Mara, a fost ciudat... parcă telefonul știa ce am căutat!

Mara a zâmbit:

— Nu e magie, Marco. E treaba **algoritmilor**.

— Algori... ce?

— Algoritmi! **Sunt programe care urmăresc ce îți place, ce cauți, ce postezi. Apoi îți arată mai mult din aceleași lucruri, ca să stai mai mult pe telefon sau pe internet.**

— Deci robotul ăla din reclamă... nu a fost întâmplare?

— Nu! Tu ai căutat jucăria, și internetul ți-a pus-o iar în față. Se numește **amprentă digitală**.

— Cum adică?

— E ca o **urmă invizibilă pe care o lași online: ce pagini deschizi, ce videoclipuri vezi, ce-ți place, ce postezi sau comentezi. Toate formează un profil despre tine.**

Marco s-a scărpinat în cap: — Și Facebook și Google știu tot ce fac?

— Nu chiar tot, dar știu destule. **De asta vezi reclame doar cu lucruri care îți plac. Pentru că te-au „citit” deja.**

— Hmm... Deci ar trebui să fiu mai **atent la ce fac online**, nu?

— Exact! Nu spune lucruri personale, nu scrie adresa sau școala, și întreabă mereu un adult dacă vrei să descarci ceva sau să îți faci un cont nou.

— Bine, **Detectivule Media!** a zis Marco râzând. De acum înainte, **dacă văd o reclamă, mă întreb:**

„De ce văd tocmai asta?”

— Și dacă te întrebi asta, înseamnă că deja **gândești critic**, a spus Mara mândră.



Întâlnirea VI Jurnalist

Insigna Detectivului
Media

Data ____ / ____ / ____



.....

Ce voi ține minte

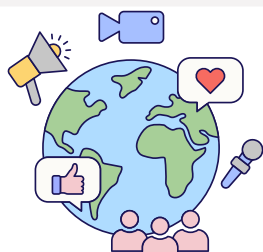
01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Ce vreau să aplic



01	
02	
03	
04	
05	
06	
07	



Asociația Edurod





Marco și Mara – Detectivii Meseriilor

Într-o dimineață însorită, Marco și Mara au primit o provocare specială:

— „Astăzi **sunteți jurnaliști adevărați! Veți merge în comunitate și veți descoperi meserii interesante, punând întrebările potrivite.**”

Cei doi au fost foarte entuziasmați. După toate lecțiile de educație media, erau pregătiți să investigheze și să afle informații valoroase despre diferite meserii.

📌 Prima oprire – Biblioteca Orașului

La bibliotecă, au întâlnit-o pe doamna Ana, bibliotecara. Mara a deschis jurnalul său și a întrebat:

— „**Ce face un bibliotecar în fiecare zi?**”

— „Eu ajut oamenii să aleagă cărți, organizez evenimente și mă asigur că biblioteca este mereu un loc plăcut pentru citit”, a răspuns doamna Ana cu un zâmbet cald.

Marco a notat răspunsul și a mai adăugat o întrebare:

— „**Cum ne ajută cărțile să înțelegem mai bine lumea?**”

— „Ooo, cărțile sunt ferestre spre cunoaștere! Ele ne învață să gândim critic, să punem întrebări și să vedem lucrurile din perspective diferite.”

📌 A doua oprire – Atelierul de tâmplărie

Într-un atelier plin de miros de lemn, Marco și Mara l-au întâlnit pe domnul Andrei, un tâmplar priceput.

— „**Cum ați devenit tâmplar?**”, a întrebat Mara.



— „Am învățat de la tatăl meu, iar acum creez mobilă pentru case și școli. Este o meserie care necesită răbdare și îndemânare.”

Marco, curios, a întrebat:

— **„Ce sfat aveți pentru copiii care vor să învețe o meserie?”**

— „Să fie curioși, să învețe în fiecare zi și să nu le fie frică să pună întrebări. Orice meserie se învață cu pasiune și muncă.”

A treia oprire – Redacția unui ziar local

Ultima vizită a fost la un ziar local, unde l-au întâlnit pe domnul Mihai, un jurnalist adevărat.

— **„Cum știți dacă o informație este adevărată?”**, a întrebat Marco.

— „Verificăm sursele și punem întrebări! Un jurnalist bun nu crede tot ce aude, ci caută adevărul.”

Mara a notat cu atenție în jurnal: **„Verifică întotdeauna sursele! Un jurnalist bun pune întrebări și se asigură că informația este corectă.”**

 Misiune îndeplinită!

Întorși la școală, Marco și Mara și-au prezentat descoperirile colegilor.

— **„Am aflat că fiecare meserie are un rol important în comunitate! Dar, ca jurnaliști, trebuie să verificăm informațiile și să punem întrebări potrivite.”**

Doamna învățătoare le-a zâmbit și a spus:

— „Felicitări, Marco și Mara! Ați demonstrat că sunteți adevărați exploratori ai cunoașterii. Meritați pe deplin Steluța Jurnalistului!” 

Astfel, Marco și Mara au înțeles că jurnalismul înseamnă mai mult decât a scrie știri – este despre a descoperi lumea cu ochi curioși și minți critice.



Să ne relaxăm!



Colorează mandala și denumește-o!

.....

