

gender  
media  
education



**EMERGE**



# CUNOAȘTE-ȚI MAI BINE ELEVII, CUNOAȘTE-LE CULTURA MEDIĂ!

**EDUCAȚIE MEDIA ȘI CULTURĂ POP**  
**Ghid metodologic pentru profesori**  
**Septembrie 2021**



# Cuprins

Obiective și proiectarea în comun.....	3
Înainte de a începe.....	4
Activitatea 1 - De ce consumi media? Ce platforme online folosești?.....	5
Activitatea 2 - Ce i-ai recomanda colegului tău?.....	10
Activitatea 3 - Cinci minute pe telefon.....	12
Activitatea 4 - Să înțelegem cultura pop.....	15
Activitatea 5 - Ești de acord cu...? (limbajul imaginii).....	18
Activitatea 6 - A distribui sau a nu distribui?.....	20
ANEXA 1.....	23
ANEXA 2.....	28
ANEXA 3 (legată de Activitatea 5).....	31



## Obiective și proiectarea în comun

Ghidul metodologic propune o serie de 6 activități de educație media ca să afli mai multe despre cultura media a elevilor tăi. Scopul principal al ghidului este să-ți ofere instrumente pentru a cunoaște mai bine cum folosesc elevii rețelele sociale, ce conținuturi media consumă în mod regulat, cum se informează și comunică online.

Ghidul a fost dezvoltat în cadrul proiectului european eMERGE (e-Media Education about Representations of Gender (<https://project-emerge.eu/>), 2020-2023) care susține competențele media ale profesorilor pentru a deconstrui împreună cu elevii lor reprezentările de gen și stereotipurile înrădăcinate în practicile lor media și în cultura pop cu care interacționează.

Activitățile de educație media au fost create de echipa proiectului eMerge - 4 organizații neguvernamentale din Belgia, România, Italia și Grecia (Italia (UNIPA), Grecia (Athens Lifelong Learning Institute), România (Mediawise Society) și Belgia (Media Animation)) - împreună cu aproximativ 35 de profesori care au oferit sugestii pe documentul de lucru. 1000 de elevi au fost implicați în testarea ghidului la clasă și toate activitățile au fost îmbunătățite pentru a fi adaptate oricărui context școlar.

[project-emerge.eu](https://project-emerge.eu)



Media animation asbl (Belgium)



Athens Lifelong Learning Institute (Greece)



University of Palermo (Italy)



Mediawise Society (Romania)



Această publicație a fost produsă cu sprijinul financiar al Programului Erasmus+ al Uniunii Europene. Conținutul acestei publicații se află în responsabilitatea exclusivă a autorilor și nu poate fi considerat ca reflectând o opinie oficială a Comisiei Europene.

# Înainte de a începe

## Informații generale și recomandări:

- Fiecare activitate are o structură asemănătoare: o fișă tehnică care conține informații despre publicul țintă, timp estimativ, obiective de învățare, metode pedagogice etc; și prezentarea activităților la clasă (discuții, prezentare, analiză).
- O parte din **testimoniile** profesorilor care au testat ghidul în școlile din Grecia, România, Italia și Belgia sunt evidențiate la începutul fiecărei activități.
- Poți selecta **una, două sau mai multe activități** în funcție de obiectivele și interesele educaționale specifice. E posibil ca o activitate să nu fie suficientă pentru a cunoaște pe deplin comportamentele și obiceiurile online ale elevilor. Îți recomandăm să folosești cel puțin două activități.
- Poți folosi activitățile din ghidul metodologic **ca introducere pentru alte ore mai aprofundate** pe diverse teme: reprezentare și stereotipuri de gen, dezinformare, rolul mass-mediei / rețelelor sociale într-o societate democratică, conceptul de cultură la disciplinele socio-umane etc.
- **Obiectivele și instrucțiunile evidențiate** cu **mov** sunt opționale și se referă la **re-prezentarea de gen în cultura media și pop a tinerilor**. Poți să le integrezi sau nu în planurile tale de lecție în funcție de obiectivele tale educaționale.
- Pentru a-i încuraja pe elevi să ofere ușor informații despre practicile lor media, te sfătuim să menții în timpul activităților **o atitudine curioasă și deschisă, să nu le judeci răspunsurile**. Elevii dezvăluie în clasă informații personale despre ce fac online (timpul petrecut online, aplicațiile cu care interacționează etc); este important să crezi o atmosferă bazată pe încredere, respect reciproc și toleranță față de opiniile celorlalți (profesor, colegi).
- Îți recomandăm la sfârșitul ghidului câteva **aplicații interactive** pe care le poți folosi ca să adaptezi activitățile într-un **mediu de predare online**.
- **Resursele educaționale din anexă sunt opționale**. Te vor ajuta să înțelegi și să discuți temele din Ghidul metodologic în profunzime. Anexa 1 oferă sugestii generale, în timp ce anexa 2 se concentrează pe activitatea 5, "Ești de acord cu...?"

**Hai să descoperim împreună cultura media a elevilor!**

# Activitatea 1 - De ce consumi media?

## Ce platforme online folosești?

“O bună activitate introductivă, care deschide calea pentru a dezbate și descoperi și alte lucruri despre consumul media, (...) comportamentul consumatorului tânăr de media.”  
**(profesor, România)**

“Elevii au fost foarte receptivi și bucurători să participe la clasificarea conținuturilor media”.  
**(profesor, Belgia)**

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 12 și 18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Toate
<b>Obiective de învățare pentru profesori</b>	<p>Profesorii vor putea să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>identifice conținuturi și platforme media pe care nu le cunosc;</li> <li>afle despre consumul media al elevilor și <b>despre practicile lor media în funcție de gen;</b></li> <li>discute despre motivele pentru care elevii folosesc diverse media;</li> <li>afle cât timp petrec tinerii pe internet.</li> </ul>
<b>Obiective de învățare pentru elevi</b>	<p>Elevii vor putea să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>reflecteze asupra practicilor lor media și asupra utilizării platformelor online;</li> <li>compare timpul lor petrecut online cu cel al colegilor lor;</li> <li><b>Să se gândească dacă genul fiecăruia dintre ei influențează interacțiunea lor cu media și în ce fel.</b></li> </ul>
<b>Timp</b>	50 minute aproximativ sau 2 x 50 de minute (în funcție de numărul de participanți și detaliile organizării)
<b>Metode pedagogice</b>	Lucru individual și în echipă
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexa 1)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definiție: ce sunt <i>mainstream media</i>?</li> <li>Date despre practicile media ale tinerilor și timpul petrecut online</li> <li><b>Date despre practicile media ale tinerilor în funcție de gen</b></li> </ul>
<b>Materiale necesare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fișa de lucru</li> <li>Note adezive (post-it) sau foi cu o clepsidră desenată</li> </ul>

**Fișa tehnică a activității****Alte informații**

Un pas important în desfășurarea lecției este pregătirea activității. Cere elevilor să aducă două tipuri de conținut media: unul pe care îl accesează des și unul despre care cred că profesorii sau colegii nu îl știu.

## A. Activitate pregătitoare

Cere elevilor să aducă la școală două tipuri de conținut media cu câteva zile înainte de desfășurarea activității:

- *Conținut media 1*, cu care interacționează des;
- *Conținut media 2*, despre care elevii cred că profesorii și colegii lor nu îl cunosc încă, dar pe care ei îl accesează uneori.

Pentru ilustrare, elevii pot aduce o captură de ecran, un obiect, o revistă, o imagine, un link video etc. Asigură-te că elevii înțeleg să aleagă de pe orice platformă online un exemplu de conținut concret (un serial, un film, o secvență, o postare, un articol, o reclamă etc.) și nu platforma în sine. Pot alege orice tip de media (în acest caz, vor menționa ce tip de conținut aleg să distribuie):

- profil / cont de Instagram, TikTok, Twitter;
- grup de Facebook;
- jocuri video pe care le joacă pe consolă sau online;
- canal de YouTube la care s-au abonat;
- serial sau film văzut la TV / serviciile de streaming online (ex. Netflix);
- platformă de unde se informează (blog, website, wikipedia etc);
- reviste / ziare pe care le citesc și/sau cumpără;
- podcast, canal radio;
- forum online sau platforma de mesagerie (WhatsApp, Snapchat) unde distribuie diverse informații și conținuturi media etc.

## B. Activitate în clasă

### 1. Lucru individual

Cere elevilor să descrie cele două conținuturi media cu ajutorul fișei de lucru.

#### Fișă de lucru

Descrie cele două exemple pe care le-ai ales:

- Ce fel de conținuturi media ai ales? De ce?
- În ce limbă sunt? Sunt din România?
- Pe ce platformă online le-ai accesat? (Netflix, Amazon Prime, Instagram, Tik Tok etc.)?
- Cum definești grupul țintă al acestor platforme? De exemplu, crezi că aceste conținuturi se adresează oamenilor interesați de spațiu, modă, machiaj, SF, comedie sau celor care vor să socializeze? Sunt aceste conținuturi pentru tineri sau pentru adulți? Pentru băieți sau pentru fete?
- Care crezi că este scopul acestor platforme și al conținutului pe care îl promovează: de informare, divertisment, învățare, socializare etc.
- De ce folosești des acest conținut media? Cum le-ai găsit (ți-au fost recomandate, familia ta le folosește, l-ai căutat)? Accesezi acest conținut singur sau cu prietenii?

## 2. Prezentarea și clasificarea conținuturilor media

Cere elevilor să prezinte în fața clasei fișa de lucru care descrie cele două conținuturi media pe care le-au ales (*conținut media 1 și 2*). Apoi, invită elevii să clasifice primul conținut media (cel pe care îl consumă des) conform tabelului de mai jos. Tabelul poate fi desenat pe tablă. Elevii pot de asemenea să deseneze un logo și să lipească o imagine care reprezintă conținutul media pe care l-au ales.

Dacă elevii au ales același tip de conținut, separă conținuturile pe coloane diferite, în funcție de practicile de utilizare ale fiecărui elev (socializare, divertisment, jocuri etc.).

*Sugestie 1: Dacă ai mai mult timp, cere elevilor să clasifice și tipul de conținut media 2 pe care l-au ales (cel pe care profesorul și ceilalți elevi s-ar putea să nu îl știe încă), dar îți recomandăm ca în pasul trei să te concentrezi pe primul conținut media (cel pe care elevii îl folosesc des).*

*Sugestie 2: Dacă grupul este prea mare pentru a oferi timp fiecărui elev să prezinte propriul conținut media, invită elevii să lucreze Pasul 1 în grupuri de trei. Invită un elev din fiecare grup să prezinte cele trei conținuturi media cu care ei interacționează în mod regulat. În acest timp, unul dintre colegii săi clasifică conținuturile media în următoarele categorii la tablă.*

De ce consumi / folosești acest conținut media?							
Informare (știri locale, naționale sau internaționale)	Socializare	Divertisment	Cultură generală (de exemplu, aflu mai multe despre artistul care îmi place)	Învățare (prin tutoriale, documentare)	Jocuri	Pentru școală	Alt motiv

În timp ce un elev prezintă fișa de lucru, profesorul discută cu ceilalți elevi despre informațiile din tabel.

Sunt unele categorii goale? De ce? Apar aceleași tipuri de conținut media în coloane diferite? De ce? Ești de acord cu modul în care colegii tăi au clasificat conținuturile media? Ești surprins de rezultate?

Pentru elevii din clasele mai mari, poți alege și alte întrebări specifice, care invită la analiză și la înțelegerea mai profundă a subiectului.

Încearcă să definești împreună cu elevii ce sunt media, dar îți recomandăm să ai deja o definiție la îndemână.



Play  
⌚ 2 hours a day

### 3. Discuție despre timpul petrecut online

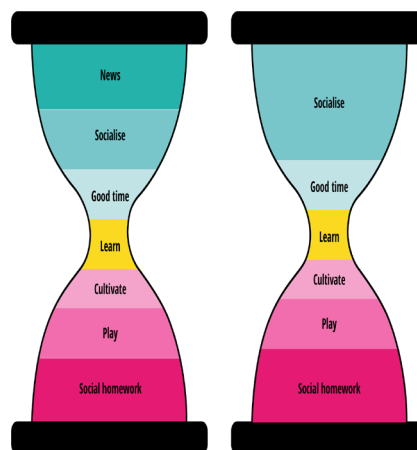
Oferă fiecărui elev două note adezive (post-it) și invită-i să scrie pe ele două categorii din tabel care le ocupă cel mai mult timpul. Elevii vor scrie apoi cât timp petrec zilnic pentru activitățile selectate (informare, socializare, divertisment etc.).

Pentru a menține răspunsurile anonime, unul dintre elevi va strânge toate post-it-urile de la colegi și le va lipi pe tablă (în funcție de categorii și în ordinea timpului estimat petrecut online). Fiecare elev poate să compare cu ceilalți colegi timpul mediu estimat petrecut online pentru fiecare categorie selectată.

*Sugestie 3 (pentru elevii mai mici): Oferă elevilor o imagine cu o clepsidră și spune-le să o coloreze în funcție de timpul petrecut online pentru fiecare categorie. Fiecărei categorii din tabel îi corespunde o altă culoare. Pot menționa și timpul estimat pentru fiecare categorie (în ore și minute).*

Profesorul și elevii discută împreună:

- Sunt elevii surprinși de rezultate? Ce categorie este mai populară? De ce?
- Este ușor să își dea seama cât timp petrec online?
- Ce anume îi face să uite de trecerea timpului? (adrenalina din timpul jocului, descoperă întâmplători alte conținuturi, notificările, redarea automată a videoclipurilor).



Un moment bun pentru elevi și profesor să reflecteze asupra sănătății mintale în mediul digital, echilibrul dintre viața online și offline. Este posibil ca unii elevi să evidențieze efectele negative ale utilizării de media fără să se informeze mai mult despre acest subiect. Dacă este cazul, ajută-i pe elevi să reflecteze critic cum și-au format aceste opinii.

Strânge fișele de lucru completate de elevi și fă o fotografie la rezultatele de pe tablă pentru a salva și analiza mai târziu informațiile.

## Activitatea 2 - Ce i-ai recomanda colegului tău?

“Activitatea este potrivită pentru vârsta elevilor și se încadrează foarte bine în cadrul programei de educație socială la clasa a VII-a”  
(profesor, România)

“Am crezut greșit că elevii mei folosesc media socială doar pentru divertisment și socializare”  
(profesor, Italia)

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 12 și 18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Divertisment și <i>mainstream media</i> (tipurile de media identificate în această activitate se pot schimba în funcție de întrebările profesorilor) O scurta discuție pentru clarificarea conceptelor de mainstream.
<b>Obiective de învățare pentru profesori</b>	Profesorii vor putea să: <ul style="list-style-type: none"> <li>identifice cultura media a elevilor, interesele comune și motivele pentru care majoritatea elevilor alege să acceseze un anumit tip de media;</li> <li>definească împreună cu elevii ce înseamnă <i>mainstream media</i> și de ce;</li> <li>stabilească dacă genul elevilor contează atunci când își definesc cultura media</li> </ul>
<b>Obiective de învățare pentru elevi</b>	Elevii vor putea să: <ul style="list-style-type: none"> <li>reflekteze asupra practicilor lor media și asupra conceptului <i>mainstream media</i>;</li> <li>să se gândească dacă genul fiecăruia dintre ei influențează interacțiunea lor cu media și în ce fel</li> </ul>
<b>Timp</b>	35 minute aproximativ, extinderea timpului la 50 de minute
<b>Metode pedagogice</b>	Lucru individual, în echipă
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexa 1)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definiție: ce sunt <i>mainstream media</i>?</li> <li>Încurajează dezbateră: chestionează judecățile de valoare pe care unii oameni le au despre <i>mainstream media</i>. De exemplu, de ce unele tipuri de media sunt etichetate ca fiind “cultură înaltă”, iar altele nu? Media consumate de elite sunt de mai înaltă calitate? Pot <i>mainstream media</i> să construiască punți între elite și celelalte grupuri sociale? Cum pot <i>mainstream media</i> să încurajeze dezbateră pe teme sociale (despre sexism, rasism, democrație)?</li> <li>Date despre practicile media ale tinerilor și timpul petrecut online</li> </ul>
<b>Materiale necesare</b>	Cartonașe cu întrebări în funcție de nevoile educaționale ale elevilor.

## A. Discuție în grup

Profesorul împarte elevii în grupuri de trei și le prezintă următoarea situație:

*Elevii au un coleg nou care nu știe nimic despre cultura media a elevilor din clasă. Ce tip de media i-ați recomanda?*

Distribuie un set de cartonașe cu trei întrebări fiecărui grup de elevi și invită-i să discute întrebările și să găsească răspunsuri împreună. Unele grupuri de elevi pot discuta același set de întrebări. Unele întrebări pot fi distribuite tuturor grupurilor (în funcție de cerințele pedagogice ale profesorului).

### Exemple de întrebări:

- Ce film / serial / joc video / canal YouTube i-ai recomanda noului coleg și de ce?
- Ce platformă de mesagerie i-ați recomanda pentru a distribui și discuta conținuturi media cu alți elevi din clasă și de ce?
- Care sunt cele mai haioase meme-uri pe care i le-ai arăta și de ce?
- Ce rețele sociale i-ai recomanda și de ce? (YouTube, Instagram, TikTok etc)
- Care sunt cele mai importante 5 canale sau pagini la care s-ar putea abona și de ce?
- Care sunt cele 3 jocuri video și online pe care i le-ai recomanda?
- **I-ai propune conținuturi media diferite ținând cont de genul persoanei? De ce?**
- ... pregătește din timp întrebări diferite, în funcție de participanți.

## B. Prezentarea răspunsurilor și discuție la clasă

Fiecare grup de elevi își prezintă ideile în fața clasei. Dacă elevii au discutat aceleași întrebări, ceilalți colegi pot interveni, reacționa și completa. Poți facilita discuția în clasă cu ajutorul întrebărilor:

- Sunteți de acord cu răspunsurile celorlalți colegi?
- De ce majoritatea elevilor preferă anumite tipuri de media ? Ce particularități au?
- Ar defini tipurile de media alese ca fiind *mainstream media*? Ce sunt *mainstream media*?
- De ce unii oameni au o părere negativă despre *mainstream media*? Ce să înțelegem din asta?
- Ați adăuga altceva?

Folosește resursele educaționale din **anexa 1** pentru a încuraja dezbateră despre *mainstream media*.

## Activitatea 3 - Cinci minute pe telefon

*"O activitate interesantă și distractivă pentru elevi"* (profesor, Grecia)

*"O abordare originală"* (profesor, Italia)

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 12 și 18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Platforme de socializare online și aplicații online
<b>Obiectiv de învățare pentru profesori</b>	Profesorii vor putea să analizeze cum și în ce scop folosesc elevii telefoanele mobile
<b>Obiectiv de învățare pentru elevi</b>	<p>Elevii vor putea să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>reflekteze la ce tipuri de media consumă pe telefonul mobil de tip smartphone</li> <li><b>Să se gândească dacă genul fiecăruia dintre ei influențează felul în care folosesc telefoanele de tip smartphone și cum</b></li> </ul>
<b>Timp estimat</b>	± 40 minute
<b>Metode pedagogice</b>	Utilizarea telefonului mobil de tip smartphone - lucru individual și în grup
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexa 1)</b>	Informații despre practicile media ale tinerilor
<b>Materiale necesare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cere elevilor să-și aducă telefonul în ziua activității;</li> <li>Oferă elevilor mai mici un desen cu un smartphone;</li> <li>Elevii mai mari trebuie să aibă acces la internet sau spune-le înainte de oră să descarce aplicații de monitorizare (de exemplu, <a href="#">Usage Analyzer</a>).</li> <li>Dacă elevii nu au telefon mobil de tip smartphone, pregătește un chestionar cu întrebări despre obiceiurile lor media.</li> </ul>

Alte informații:

- Această activitate presupune ca elevii să folosească telefonul mobil în timpul orei. Verifică dacă acest lucru corespunde cu regulamentul intern al școlii.
- Există riscul ca discuția să se reducă la opinii pro-și-contra tehnologie. Consultă resursele educaționale din anexa 1 pentru a oferi și alte puncte de vedere.
- Această activitate este pentru elevi din clasele mai mici și mai mari.

Spune elevilor că își pot folosi telefonul să analizeze ce aplicații folosesc cel mai des. Creează o atmosferă prietenoasă, pozitivă și de încredere în care elevii să se simtă în siguranță. Spune-le că nu trebuie să dezvăluie informații private dacă nu se simt confortabil.

*“Cum folosești telefonul este o informație privată. Este în regulă dacă nu te simți confortabil să ne dezvălui date personale”.*

## Activitate cu elevi din clasele primare

### 1. 5 minute pe telefon

Spune-le elevilor că au voie să-și folosească telefonul pentru 5 minute în clasă. Sunt liberi să folosească telefonul așa cum își doresc și cum o fac de obicei.

Apoi, împarte elevii în grupuri de câte doi și spune-le să vorbească despre ce au făcut pe telefon în timpul celor 5 minute:

- Cum ți-ai folosit telefonul și de ce?
- Sunt lucruri pe care nu le poți face pe telefon pentru că ești la școală?

Alege una dintre aceste două opțiuni pentru continuarea activității:

- **Opțiunea 1:** Oferă elevilor o imagine cu un telefon smartphone. Elevii vor desena iconița aplicației pe care au accesat-o în cele cinci minute pe telefon și vor explica de ce au ales să o folosească.
- **Opțiunea 2:** Desenează un smartphone pe tablă și cere fiecărui elev să deseneze iconița aplicației pe care a folosit-o. Dacă iconița aplicației pe care folosit-o este deja pe tablă, spune-le elevilor să o sublinieze.

## 2. Analizarea rezultatelor și discuție în grup

Elevii au o discuție în clasă despre răspunsurile lor:

- De obicei, ce aplicații folosești? Te surprinde?
- De ce accesezi aplicația? O folosești ca să te distrezi, ca să socializezi, să te informezi?
- **Răspunsurile fetelor sunt diferite de ale băieților?**
- Dacă această aplicație ar fi ștearsă din telefonul tău, ce ți-ar lipsi cel mai mult?
- Ar putea fi înlocuită cu o altă aplicație? Care ar fi diferența?

## Activitate cu elevi între 12-18 ani

### 1. Cum îți folosești telefonul smartphone

Elevii își folosesc telefonul mobil pentru a analiza ce aplicații și platforme online utilizează cel mai mult. Există două opțiuni:

- ➔ Dacă au un telefon mobil cu sistem de operare Android, ei descarcă (în timpul sau înaintea orei) o aplicație de monitorizare, de exemplu Usage Analyzer sau altă aplicație pe care profesorul poate să o testeze înainte de activitate. Este important ca aplicația să ofere informații retroactive despre cel mai des vizitate aplicații și platforme, timp aproximativ de utilizare, de câte ori telefonul a fost deblocat pe zi / pe săptămână.
- ➔ Dacă elevii au un telefon iPhone, ei pot să folosească direct opțiunea Screen Time (găsești mai multe detalii [aici](#)).

Dacă unii dintre elevi nu au un telefon mobil de tip smartphone, întreabă-i despre obiceiurile lor online în general. Pregătește din timp o listă cu întrebări.

### 2. Analizarea rezultatelor și discuție în grup

Elevii prezintă rezultatele și au o discuție în clasă despre răspunsurile lor: Ce aplicații folosești cel mai mult? Te surprinde? De ce accesezi aplicația? O folosești ca să te distrezi, ca să socializezi, să te informezi? **Răspunsurile fetelor sunt diferite de ale băieților?** Ai putea să dezinstalezi aplicația? Dacă această aplicație ar fi ștearsă din telefonul tău, ce ți-ar lipsi cel mai mult? Ar putea fi înlocuită cu o altă aplicație? Care ar fi diferența? Putem vorbi cu adevărat despre o dependență de telefon mobil / smartphone? (...)

## Activitatea 4 - Să înțelegem cultura pop

"Activitatea oferă posibilitatea unei discuții nu numai despre preferințele media ale elevilor, ci și despre valorile sau modelele pe care le au" (profesor, România)

"Cea mai bună activitate din Ghidul metodologic"  
(profesor, Grecia)

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 12 și 18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Divertisment și <i>mainstream media</i>
<b>Obiective de învățare pentru profesori</b>	Profesorii vor putea să: <ul style="list-style-type: none"> <li>• înțeleagă mai bine cum se raportează elevii la cultura pop, dacă o fac într-un mod critic sau nu.</li> <li>• vadă dacă elevii lor înțeleg cum influențează cultura pop ideea de gen și atitudinile sexiste din societate</li> </ul>
<b>Obiective de învățare pentru elevi</b>	Elevii vor putea să-și pună întrebări despre diverse reprezentări și imagini (inclusiv de gen) în cultura pop și să reflecteze asupra modului în care sunt influențați. Un bun prilej să-și analizeze obiceiurile online și de consum media.
<b>Timp</b>	50 - 80 minute aproximativ
<b>Metode pedagogice</b>	Lucru individual - discuție în grup
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexele 1 și 2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiții: mainstream media, cultura populară, gen, stereotipuri de gen.</li> <li>• Încurajează dezbateră: pune la îndoială judecățile de valoare pe care unii oameni le au despre mainstream media</li> <li>• Să-și dea seama când anumite conținuturi media sau mesaje promovate de diverse persoane sau vedete sunt controversate/ Să-și dea seama când anumite conținuturi media sau mesaje promovate de diverse persoane sau vedete sunt controversate</li> <li>• Articole despre relația dintre cultura populară și atitudini sexiste în societate</li> <li>• Listă de platforme online care clasifică vedete și formatori de opinie</li> </ul>
<b>Materiale necesare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Articole sau video despre un conținut media controversat din cultura pop a tinerilor (film, o vedetă, un cântec, un joc video). Caută articole și mesaje care exprimă opinii diferite despre conținutul media controversat pe care l-ai ales.</li> <li>• Videoproiector / calculator / laptop</li> </ul>
<b>Alte informații</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aranjează mesele și scaunele în formă de U pentru a facilita discuțiile între elevi;</li> <li>• E important să organizezi activitatea pregătitoare înainte de oră</li> <li>• Există riscul ca activitatea să nască o dezbateră despre teme care nu au legătură cu media.</li> </ul>

## Activitate pregătitoare

Cere elevilor cu câteva zile înainte de lecție să aducă două-trei imagini care au legătură cu conținuturi și personalități ale culturii pop pe care ei le urmăresc.

Spune elevilor că pot aduce la școală imagini cu personalitățile lor favorite (formator de opinie, blogger, actor, cântăreț, formație, artist, vedetă etc.), postere ale unui film sau serial, imagini cu un personaj dintr-un joc video sau desen animat, secvențe dintr-un film / serial sau clip muzical șamd.

*Sugestie (pentru a evita consumul de hârtie și printarea imaginilor):* Cere elevilor să-ți trimită imaginile pe adresa de email cu câteva zile înainte de activitate. Vei prezenta imaginile pe ecran în timpul lecției. Astfel, te vei familiariza din timp cu imaginile și conținuturile de cultură pop pe care elevii le aleg și vei putea pregăti mai ușor întrebările pentru dezbateri. Vei putea de asemenea să selectezi conținuturile controversate în funcție de imaginile pe care elevii le vor prezenta.

## Activitate la clasă

### 1. Prezentarea imaginilor

Discuție liberă cu elevii: Ce arată imaginile? De ce ai ales acest personaj/film/serial/joc online/ vedetă...? De ce îți plac?

Poți stimula dezbateri și cu ajutorul următoarelor întrebări:

- Care sunt calitățile actorului/actriței/formatorului de opinie etc. pe care le-ai ales?
- De ce urmărești acest serial sau acest personaj media?
- Această persoană media pe care o urmărești ajută la eliminarea sau la consolidarea diverselor stereotipuri, **inclusiv a celor de gen?**
- Au aceste personaje fictive vreo legătură cu realitatea ta?

Adaugă sau modifică întrebări în funcție de conținuturile media alese pentru activitate.

### 2. Controverse din cultura pop

Lansează o discuție cu elevii despre controversele pe care le-ai ales:

- Cunosc elevii tăi subiectul/subiectele prezentate?
- Au auzit și ei despre controversa din jurul acestor subiecte sau personalități media?
- Ce părere au despre asta?

Exemple:

- Credeți că filmul "Wonder Woman" este feminist și contribuie la eliminarea stereotipurilor de gen sau, din contră, consolidează și mai mult aceste stereotipuri?
- **Credeți că serialul «Cele treisprezece motive» de pe Netflix prezintă sinuciderea într-un mod atractiv și fermecător? Sau este foarte folositor pentru a denunța atitudini de bullying și «slut shaming»? Pot seriile să ilustreze teme sociale frp a promova ati-**



**tudinile pe care le denunță? Scena sinuciderii din serial a fost editată după lasare din cauza controverselor care s-a iscat.**

\* *slut-shaming este un termen din limba engleză și se referă la atitudinea de a critica fetele și femeile care sunt percepute că ar încălca valorile societății în ceea ce privește comportamentul sexual*

- Crezi că serialul Netflix "Atipic" oferă o reprezentare stereotipă a persoanelor cu autism sau este o oportunitate pentru a discuta despre sănătate și afecțiunile mintale? Crezi că persoanele cu autism ar trebui să fie implicate în procesul de scriere a scenariului și regizarea serialului?
- (...)

Evită să adopți poziția unui expert/formator și încurajează-ți elevii să-și exprime liber părerea, să discute în contradictoriu. Nu ezita să stimulezi discuția cu ajutorul informațiilor pe care le-ai căutat online.

## Activitatea 5 - Ești de acord cu...? (limbajul imaginii)

*"Mi-am văzut elevii cu alți ochi (...) această activitate m- făcut să înțeleg ce stereotipuri foloseam și eu"*  
(profesor, Belgia)

*"O activitate foarte interesantă"*  
(profesor, Grecia)

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 12-18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Platforme de știri online, jocuri online, platforme de socializare online (alegerea tipului de media variază în funcție de datele statistice și studiile prezentate elevilor)
<b>Obiectiv de învățare pentru profesori</b>	Profesorii vor putea să: <ul style="list-style-type: none"> <li>• pună față în față opiniile și definițiile elevilor despre media;</li> <li>• observe cum se poziționează și cum discută elevii despre teme legate de media (indiferent de opinia pe care o exprimă)</li> </ul>
<b>Obiectiv de învățare pentru elevi</b>	Elevii vor putea să: <ul style="list-style-type: none"> <li>• își spună părerea despre subiecte legate de media</li> <li>• își argumenteze părerea și să-și confrunte ideile cu ale celorlalți colegi</li> <li>• să respecte părerea colegilor lor</li> </ul>
<b>Timp</b>	50 to 80 minutes (depending on the number of students participating)
<b>Metode pedagogice</b>	Limbajul imaginii, discuții în grup
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexa 1 &amp; 2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Platforme online și organizații care oferă date statistice și studii din domeniul media</li> <li>• Articole despre aspecte pozitive și negative ale mass-media. Oferă articole ale unor experți care au păreri nuanțate pentru a evita demonizarea media.</li> </ul>
<b>Materiale necesare (→ vezi anexa 1)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Date statistice despre media: cum interacționează elevii, tinerii sau adulții cu media (de exemplu: 80% dintre tineri consideră că...), informații despre jocuri video, media sociale, filme, muzică, știri.</li> <li>• Opinii și testimoniale ale tinerilor despre tipuri și platforme diferite de media</li> </ul>

## Alte informații

- Aranjează mesele și scaunele în formă de U pentru a facilita discuțiile între elevi
- Această activitate invită în mod indirect elevii să-și dezvăluie obiceiurile media online sau mai puțin decât alte activități.

### A. Limbajul foto / testimoniale

Prezintă elevilor imagini, capturi din articole, testimoniale, citate și date statistice despre consumul media pe care le-ai găsit. Aceste conținuturi pot să facă referire la teme, precum dependența de telefon mobil, violența din jocurile video, știri false și dezinformare, cyberbullying (vezi anexa 2 pentru exemple).

Fiecare elev alege una sau mai multe afirmații pentru că este sau nu de acord cu afirmația / opinia exprimată, vrea să o critice sau să comenteze informațiile.

### B. Discuție liberă

- De ce ai ales acea afirmație?
- Ești de acord cu mesajul articolului?
- Ce părere au ceilalți colegi?
- ... Sunt și alte întrebări sau comentarii?

Fiecare elev poate reacționa la părerea colegilor săi. Poți să folosești anumite testimoniale / afirmații pentru a stimula discuția în clasă.

*Sugestie (dacă grupul este prea mare):* Spune-le elevilor să aleagă un testimonial / o afirmație dintre cele prezentate și să o discute în grup de trei. Fiecare grup prezintă apoi concluziile discuțiilor în fața clasei, iar ceilalți colegi pot interveni și reacționa.

#### *Observație:*

Scopul activității nu este de a demoniza media. Recomandăm profesorilor să aibă o atitudine echilibrată și calmă față de informațiile alarmiste despre consumul media al tinerilor care apar în articolele de presă. Informațiile din articole vor fi folosite pentru a încuraja elevii să-și exprime părerea și să participe la discuții în clasă pe această temă. Nu ezita să le ceri elevilor să critice sau să pună la îndoială informațiile alarmiste (citește o activitate complementară din anexa 2 care se concentrează pe acest aspect).

## Activitatea 6 - A distribui sau a nu distribui știrea?

*“Activitatea este foarte interesantă și elevilor le-a plăcut să vorbească despre subiecte pe care rar le discută în clasă” (profesor, Belgia)*

*“Este o activitate care are în vedere dezvoltarea gândirii critice a elevilor, aplicată receptării mesajelor din mass-media” (profesor, România)*

### Fișa tehnică a activității

<b>Public țintă</b>	Elevi între 14 și 18 ani. Poți adapta activitatea în funcție de vârsta elevilor.
<b>Tipul de media</b>	Presa, știri
<b>Obiective de învățare pentru profesori</b>	<p>Profesorii vor putea să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• evalueze capacitatea de analiză critică pe care îl au elevii față de știrile din presă</li> <li>• observe nivelul de încredere al elevilor în media de informare (tradiționale sau nu)</li> </ul>
<b>Obiective de învățare pentru elevi</b>	<p>Elevii vor putea să:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• reflecteze asupra interacțiunii lor cu media de informare</li> <li>• prezinte propriile lor metode de a recunoaște știrile false</li> </ul>
<b>Timp</b>	50 minute aproximativ
<b>Metode pedagogice</b>	Joc de rol - lucru individual și în echipă
<b>Resurse educaționale (→ vezi anexele 1 și 2)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• cum să fii informat despre subiectele publicate în presă</li> <li>• cum verifici știrile: vezi <a href="#">infograficele</a> realizate de Mediawise Society și Funky Citizens</li> <li>• care sunt categoriile de știri</li> <li>• <a href="#">ce este o știre</a></li> <li>• <a href="#">10 tipuri de știri înșelătoare</a></li> <li>• Pachetul de activități 3 - Când informația devine știre din <a href="#">Caietul de educație media</a></li> </ul>
<b>Materiale necesare</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A panel of cards with different types of news: each card □ Creează un panou cu 10 cartonașe care reprezintă 10 categorii de știri diferite, printre care știri internaționale și locale, știri mondene, despre oameni și tineri, știri false etc. Multiplică cele 10 cartonașe astfel încât fiecare elev să primească cel puțin trei tipuri de știri.</li> <li>• Videoproiector, laptop</li> </ul>
<b>Alte informații</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aranjează mesele și scaunele în formă de U pentru a facilita discuțiile între elevi</li> <li>• Avantajul acestei activități este că poate fi o introducere pentru lecții de dezvoltare a competențelor de informare despre media, știri</li> </ul>

## A. Ai distribui știrea?

Fiecare elev primește 3 știri (una dintre ele poate fi o știre falsă). Elevii vor răspunde următoarelor întrebări:

- Ai distribui această știre?
- Pe ce platformă și cui?
- Ai adăuga un comentariu / mesaj la postarea ta?
- De ce? Ce ar conține mesajul tău?

Împarte știrile aleatoriu sau oferă elevilor conștient anumite titluri pentru a stimula dezbaterea. De exemplu, oferă o știre despre violența împotriva femeilor unui elev și unei eleve pentru a vedea dacă răspund diferit.

Dacă elevii răspund că ei nu distribuie știri online, spune-le că știrile false se răspândesc pe rețelele de socializare, dar și în discuții offline. De ce unii oameni aleg mai degrabă să distribuie o informație în mediul offline decât online?

## B. Analizarea răspunsurilor

Discută împreună cu elevii știrile de pe panou. Elevii explică despre ce este știrea și prezintă răspunsurile lor la întrebările de mai sus. Există răspunsuri și păreri diferite? De ce?

Întrebări ajutătoare:

- Sunt unele știri îndoielnice, care inspiră neîncredere? Dacă da, care dintre ele?
- Și cum verifici sursa informațiilor?
- Vezi des știri false online?
- Care sunt motivele pentru care distribui o știre și nu alta?

## Recomandări de aplicații pentru activități adaptate mediului de predare online

Poți să adaptezi ghidul metodologic fără prea multe modificări pentru mediul de predare online.

Folosește aplicații pentru a face activitățile mai interactive și participative. Acestea sunt recomandările noastre pentru aplicații și platforme ușor de folosit:

- Folosește [Wooclap](#) și [Mentimeter](#) la clasă pentru a prezenta activități și a pregăti chestionare / quiz-uri (post-it online, word cloud / nori de cuvinte, întrebări cu variante multiple). Avantajul celor două aplicații este că toți elevii își pot păstra anonimatul, iar cei introvertiți vor fi confortabili să-și exprime opinia. Aplicațiile îi permit profesorului să urmărească și să păstreze toate răspunsurile.
- [Flipgrid](#) este o altă platformă care îi încurajează pe elevi să-și exprime și împărtășească părerile și prezentările media.
- Elevii pot să folosească chestionare online (via [Framaforms](#), [Google Form](#) e.g.) să răspundă la diverse întrebări din ghid (în special la activitatea 2).
- [Padlet](#) sau [Prezi](#) te ajută să creezi prezentări vizuale și grafice.

## ANEXA 1

### Glosar și resurse educaționale

#### Observații:

Toate definițiile și resursele prezentate în Anexa 1 sunt opționale și menite să ofere instrumente teoretice și îndrumare profesorilor care doresc să le folosească. Ele își propun să completeze informațiile și resursele pe care profesorii le au deja la dispoziție. Anexa conține citate, definiții și trimiteri prin hyperlink către resurse disponibile online. Se menționează explicit atunci când resursele se potrivesc unei activități specifice.

#### Media și rețelele sociale online (toate activitățile din ghid)

“În sensul cel mai larg, medium(sg), media (pl.) este un mijloc de comunicare, un canal prin care sunt transmise informații. M.M. Davies spune că „media sunt toate mijloacele prin care copiii (și noi toți) învățăm despre și definim lumea în care trăim. De aceea, media includ: limba vorbită, limbajul semnelor și al gesturilor, limba scrisă, limbajul calculatorului, muzica, sunetele, imaginile, mirosurile, obiectele, hărțile, notele muzicale, cărțile, programele TV, filmele, telefoanele, afișele publicitare, tablourile, sculpturile și artefacte de tot felul. În măsura în care toate aceste obiecte, experiențe și produse culturale transmit informație și semnificații, toate acestea sunt media” (Davies, 2010, p.14, traducerea autorului).”

- [Caietul de Educație Media](#) (Fotiade N., Spătan S., Asociația Culturală Contrasens, 2020)

“Rețelele sociale online și, în general, platformele de media sociale, sunt spații participative, care permit crearea și publicarea de conținut online de către utilizatori. Mai mult, datorită calității lor de media convergente, aceste platforme permit desfășurarea mai multor tipuri de activități: de la activități productive - cum ar fi rezolvarea unor probleme în rețea, organizarea unor evenimente, participarea la acțiunile unui grup format pe interese comune sau chiar comercializarea unor produse - la activități de divertisment (e.g., urmărirea postărilor unor media tradiționale), la comunicare (fie ea publică sau privată).”

- [Conectat la media. Interacțiunea tinerilor din România cu media](#) (Velicu A., Fotiade N., Centrul pentru Jurnalism Independent, 2020)

“Deoarece platformele de socializare online și funcțiile lor au permis colaborarea și dialogul, utilizatorii au devenit creatori de media și astfel diferența dintre abilitățile de producție și receptare a mesajelor media s-a redus.”

- [Media literacy](#) (Renée Hobbs, Oxford Research Encyclopedia of Communication, traducerea autorului)

#### Află mai multe:

- [Studiu privind utilizarea internetului de către copii](#) (Salvați copiii, 2018)

- [Defining the Mass Media](#) (Chris Livesey, Sociology Central, 2011)
- [How the World Changed Social Media](#) (Daniel Miller, Dr Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Dr Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman, and Xinyuan Wang, UCL PRESS, 2016)

## Mass media mainstream și cultura populară (în special activitățile 2 & 4)

Termenul englez “mainstream media” este folosit deseori în română cu sensul de mass media mainstream / mass media oficială / mass media tradițională (televiziune, presă, radio).

“În general oamenii asociază cultura populară cu produsele de divertisment, pe care le consumă via diverse media – muzică, film, jocuri online etc. De fapt, termenul de cultură populară este definit în mai multe feluri în funcție de ideologia autorilor și de context.

Cultura populară (cultura pop) are de cele mai multe ori o conotație negativă. Este percepută a fi superficială, inferioară. Asta se întâmplă mai ales atunci când este asociată cu cultura de masă, bazată pe gusturile îndoielnice ale oamenilor simpli, fără educație. Este diferențiată de cultura înaltă (cea generată de elitele educate) și de culturile instituționale diverse (cultura politică, cultura educațională, cultura juridică etc.). Include, printre altele, produse și conținuturi media, divertisment și relaxare, modă și tendințe.”

- [Ce este cultura populară](#) (Anexa 2) (Fotiade N., Mediawise Society, 2021)

“Folosirea conținuturilor din cultura pop la clasă poate fi o bună strategie pentru profesori să-și încurajeze elevii să discute pe subiecte controversate, dar importante.”

- Ascione L., [Are You Using Popular Culture in Class? Why You Should](#), www.eschoolnews.com, 2017, traducerea autorului).

### Află mai multe:

- [Defining the Mass Media](#) (Chris Livesey, Sociology Central, 2011)
- [“Topul celor mai \(ne\) credibile televiziuni și site-uri din România. Și de ce presa nu e independentă”](#) (Radio România Europa Liberă, 2020)
- Studiu [“Situția Influencer Marketing în România”](#) (HypeAuditor & MOCAPP, 2020)
- [How the World Changed Social Media](#) (Daniel Miller, Dr Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Dr Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman, and Xinyuan Wang, UCL PRESS, 2016)
- citește paragrafe despre cultura pop din [Feminism and Pop Culture](#) (Zeisler A., Berkeley, Seal Studies, Seal Press, 2008)
- [Pop Models: What Popular Media Culture Does to Women](#) (D. Bonvoisin, E. Meur-Poniris, Media Animation)

## Gen, reprezentare și stereotipuri de gen (toate activitățile din ghid)

“Genul se referă la caracteristici ale femeilor, bărbaților, fetelor și băieților care sunt construite social. Acesta include normele, comportamentele și rolurile asociate cu statutul de femeie, bărbat, fată sau băiat, precum și relațiile dintre ei. Fiind o construcție socială,



genul variază de la o societate la alta și se poate schimba în timp.

- [Gender and health](#) (OMS - Organizația mondială a sănătății, www.who.int)

“Ca mare utilizatoare de clișee, aceste concentrații de sens foarte restrâns, publicitatea aduce în față și promovează anumite roluri pentru femei și bărbați, care expuse la infinit, conduc la formarea unei „realități”, a unei „normalități” de referință. „Normalitatea” de azi prezentată de publicitate diferă de cea de acum 20 de ani la nivel grafic, vizual, de fashion, de formă, dacă vreți, dar în substanță, lucrurile au rămas cam la fel. Femeile rămân reginele gospodăriilor, ale detergenților și margarinelor, iar bărbații principii sferei publice, care conferă prestigiu social.”

- [8 clișee sexiste din publicitate](#) (Prisca E., Scena 9, 2020)

#### Află mai multe:

- [UNESCO's Gender Mainstreaming Implementation Framework: baseline definitions of key concepts and terms](#), (UNESCO, 2003)
- [Gender equality in the media sector](#) (European Parliament's Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs at the request of the Committee on Women's Rights and Gender Equality, 2018)
- [The Origin of Gender](#) (Origin of Everything, 2018)
- [Gender Fluidity: What it means and why support matters](#) (Harvard Health Publishing, Harvard Medical School, 2020)
- [Watching gender: How stereotypes in movies and TV impact kid's development](#) (Ward, L.M., & Aubrey J.S., 2017, San Francisco, CA, Common Sense)

### Știri false, dezinformare (activitatea 6)

“Știrile false sunt pretinse produse jurnalistice, fabricate cu scopul de a înșela, manipula cititorii sau telespectatorii”

- definiție European Parliamentary Research Service, [Știri false, conținut fals](#) (Media-wise Society, 2019)

“Dezinformarea este informația falsă creată și distribuită cu scopul de a aduce prejudicii și a face rău în mod deliberat. Exemplu: un mesaj pe Twitter despre imigranții care comit crime în Europa distribuit cu intenția de a diviza societatea. Există și informații false care sunt distribuite fără intenția de a face rău și fără ca oamenii să realizeze că ele nu sunt adevărate (misinformation, în engleză). De cele mai multe ori, oamenii aceștia încearcă să ajute. Exemplu: mătușa ta dă mai departe pe Facebook un articol sau un meme despre beneficiile usturoiului împotriva virusului Covid-19 pentru că ea crede că informația este de ajutor, fără să realizeze că informația e falsă”.

- [Spot and fight disinformation](#) (Learning Corner, European Commission, 2021); ghi-

dul editat de Comisia Europeană oferă cadrelor didactice informații și resurse educaționale pentru a-i ajuta pe elevi să facă diferența dintre știrile false și credibile atunci când navighează online.

“Propaganda este o formă de persuasiune care încearcă să influențeze emoțiile, atitudinea, opiniile și acțiunile unui grup țintă în scop ideologic, politic sau comercial prin transmiterea controlată de mesaje partizane (bazate sau nu pe informații actuale) via mass-media și alte mijloace media directe”.

→ Richard Alan Nelson, [Definirea propagandei](#) (Mediawise Society, 2019)

#### Află mai multe:

- [Ce este știrea?](#) (Fotiade N., Spătan S., Caietul de educație media, Asociația Culturală Contrasens, 2020)
- [Unelte de verificare a informațiilor](#) (Mediawise Society și Factual, 2016)
- [10 tipuri de știri înșelătoare](#) (Cum receptăm și distribuim propaganda electorală, EAVI și Mediawise Society, 2019)
- [Când informația devine știre](#) (Fotiade N., Spătan S., Caietul de educație media, Asociația Culturală Contrasens, 2020)
- [Why do our brains love fake news?](#) (Above The Noise YouTube)
- [Fact-checking 101](#) (Mantzaris A., [Journalism, Fake News and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training](#), UNESCO, 2018)
- [Fakey](#): joc online menit să antreneze competențele media și să investigheze cum interacționează oamenii cu dezinformarea.

#### Resurse generale despre obiceiurile media ale tinerilor

- [Conectat la media. Interacțiunea tinerilor din România cu media](#) (Velicu A., Fotiade N., Centrul pentru Jurnalism Independent, 2020)
- [Studiu privind utilizarea internetului de către copii](#) (Salvați copiii, 2018)
- [Studiu privind atitudinea tinerilor față de obiectivele de patrimoniu cultural](#) (2018, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală)
- Studiu de piață [“Utilizatorii de jocuri video din România”](#) (Asociația Dezvoltatorilor de Jocuri Video din România, 2019).
- [“Adolescenții români mi-au zis cum le schimbă viața influencerii de pe Instagram”](#) (Bejinariu A., Vice, 2019)
- [The Impact of the Media on Children and Young People with a particular focus on computer games and the internet](#) (Centre for the Study of Children, Youth and Media, Institute of Education, University of London, 2007)
- [Some Reflections on Children’s Media Cultures: An interview with D. Buckingham discussing children’s media culture](#) (Published in Transatlantica, 2019, <https://da->

vidbuckingham.net/)

- [Teen's Social Media Habits and Experiences](#) (Anderson M., Jiang J., Pew Research Center, 2018)
- [Social Media is not real: The effect of "Instagram vs reality" images on women's social comparisons and body image](#) (Tiggermann M., Anderberg I., Sage Journals, 2019)
- [The Secret Social Media Lives of Teenagers](#) (Homayoun A., NY Times, June 7, 2017)

## Activitate complementară

Ghidul își propune să genereze discuții în clasă despre media prin intermediul cărora profesorii își formează o imagine mai clară despre obiceiurile online ale elevilor lor. Acestea ar putea conduce la dezbateri în care elevii vor tinde să prezinte și să-și însușească afirmații generale despre efectele negative ale mass-mediei. Pentru a analiza și chestiona aceste afirmații, îți recomandăm să folosești activitatea complementară inspirată din Media Education Manifesto de D. Buckingham (Polity Press, 2019) pe care o poți include în orice activitate din ghid

**1.** Alege și discută cu elevii tăi despre o dezbatere recentă privind efectele negative ale rețelelor sociale, filmelor sau jocurilor online. Cere elevilor să adune argumente pro și contra despre modul în care rețele sociale, filme și jocurile online influențează opinia generală a oamenilor despre media. Exemple de întrebări:

- Cine face aceste afirmații, ce autoritate și expertiză au?
- Ce dovezi aduc în discuție și cât de credibile și relevante sunt ele?
- Ce tip de limbaj folosesc pentru a atrage atenția asupra afirmațiilor lor?
- Ce presupuneri fac ei despre mass-media și anumite tipuri de utilizatori?

Poți adapta întrebările la tema dezbaterii.

**2.** Cere elevilor să reflecteze asupra propriilor obiceiuri online și/sau ale prietenilor lor apropiați, să analizeze modul diferit în care folosesc rețelele sociale și să pună la îndoială unele dintre afirmațiile des întâlnite despre "dependența de social media". Exemple de întrebări:

- Care sunt obiceiurile tale online?
- Cât de publice sau private îți sunt postările? Cine îți vede postările și cum îți dai seama?
- Câți dintre elevi creează și distribuie propriul conținut original online?
- Câți dintre ei comunică și îți împărtășesc postările cu un public larg?

## ANEXA 2: Cultura populară

Nicoleta Fotiade, Media Literacy Educator, Mediawise Society

În general oamenii asociază cultura populară cu produsele de divertisment, pe care le consumă via diverse media – muzică, film, jocuri online etc. De fapt, termenul de cultură populară este definit în mai multe feluri în funcție de ideologia autorilor și de context.

Cultura populară (cultura pop) are de cele mai multe ori o conotație negativă. Este percepută a fi superficială, inferioară. Asta se întâmplă mai ales atunci când este asociată cu cultura de masă, bazată pe gusturile îndoielnice ale oamenilor simpli, fără educație. Este diferențiată de cultura înaltă (cea generată de elitele educate) și de culturile instituționale diverse (cultura politică, cultura educațională, cultura juridică etc.). Include, printre altele, produse și conținuturi media, divertisment și relaxare, modă și tendințe.

### Ce este cultura?

Înainte de a intra în detalii despre ce este și cum este înțeleasă cultura populară, ar trebui să înțelegem ce este cultura. În cartea sa - *Introducere în teoria culturii și cultura populară*, John Storey alege să folosească cele trei definiții largi ale culturii propuse de Raymond Williams – unul dintre cei mai prolifici și influenți autori în domeniul studiilor culturale – la începutul anilor 1980.

1. În primul rând, ne putem referi la cultură ca la “un proces general de dezvoltare intelectuală, spirituală și estetică”. De pildă, spune Storey, atunci când vorbim despre dezvoltarea culturală a Europei de Vest, ne referim doar la factorii intelectuali, spirituali și estetici care contribuie la această dezvoltare: mari filozofi, mari artiști, poeți șamd.
2. A doua utilizare a termenului de cultură poate sugera “un anumit mod de viață al unui popor, într-o perioadă anumită sau al unui grup anumit”. Folosind această definiție, dacă din nou ar fi să vorbim despre dezvoltarea culturală a Europei de Vest, pe lângă factorii intelectuali și estetici, alți factori ar trebui luați în considerare precum educația, vacanțele, sportul, sărbătorile religioase etc.
3. În al treilea rând, sugerează R. Williams, cultura se mai poate referi la “operele și practicile activității intelectuale și mai ales artistice”. Principala funcție a acestor texte și practici este de a produce semnificații. Și aici vorbim despre poezie, literatură, balet, operă, fine art etc. (Storey, 2018, p.1-2)

### Ce este cultura populară?

Dintr-un articol publicat pe platforma Thoughtco. și intitulat *Definiția sociologică a culturii populare. Istoria și geneza culturii pop*, aflăm că termenul de „cultură populară” a fost inventat la mijlocul secolului al XIX-lea - odată cu apariția clasei de mijloc generată de Revoluția industrială - și se referea la tradițiile culturale ale poporului spre deosebire de „cultura oficială” a statului sau a claselor guvernante.

În zilele noastre, termenul este definit de multe ori în termeni calitativi. Cultura pop este adesea considerată un tip de expresie artistică mai superficială sau inferioară.

În Occident, cultura pop se referă la produse culturale precum muzică, artă, literatură, modă, dans, film, cyberculture, televiziune și radio, care sunt consumate de majoritatea populației unei societăți - sunt consumate în masă.

John Storey a oferit șase definiții ale culturii populare care au devenit de referință și care ne ajută să înțelegem mai bine complexitatea conceptului.

1. Cultura populară este pur și simplu cultură plăcută de mulți oameni: fără alte conotații negative. Este ceea ce le place mai multor oameni.
2. Cultura populară este tot ceea ce rămâne după ce am identificat ce este "cultura înaltă". Ca să fie cultură "adevărată" trebuie să fie dificilă, greu de înțeles. Dificultatea îi asigură statutul de cultură înaltă, spune Storey, și îi asigură un public exclusiv. În această definiție, cultura pop este considerată inferioară și funcționează ca un semn distinctiv al statutului social și al clasei.
3. Cultura pop mai poate fi definită ca ansamblul de obiecte comerciale produse pentru un consum de masă omogen (pentru consumatori care nu diferențiază între produse). În această definiție, cultura populară este un instrument folosit de elite pentru a ține sub control sau a profita de mase.
4. Cultura populară este cultura folk, ceva care apare mai degrabă din popor decât să fie impusă. În această definiție, cultura pop este autentică (creată de popor) spre deosebire de cea comercială (impusă de către întreprinderi comerciale).
5. Cultura pop este negociată: parțial impusă de clasele dominante și parțial respinsă sau modificată de clasele subordonate. Dominanții pot crea cultură, iar subordonații decid ce păstrează sau aruncă.
6. Ultima definiție a culturii pop discutată de Storey este că în lumea postmodernă, în lumea de astăzi, distincția dintre „autentic” și „comercial” nu mai este atât de clară. În cultura pop de astăzi, utilizatorii sunt liberi să primească un conținut fabricat, pe care să-l modifice pentru propria utilizare sau să-l respingă în întregime și să și creeze propriul conținut.

Pentru liceu: După ce ați identificat exemple ale culturii populare cu elevii dvs., arătați-le lista de definiții și întrebați-i ce părere au.

Ce definiție preferă și de ce? Punctați complexitatea conceptului și înțelegerea sa în context. Discuții în grup.

Toate aceste definiții sunt încă folosite, dar suportă tot felul de modificări în funcție de context. Iată un exemplu din literatura contemporană. În "Lupta Mea. Cartea a doua: un bărbat îndrăgostit" a scriitorului norvegian Karl Ove Knausgard, unul dintre personajele sale spune: "În Suedia, ideea e să strălucească mediul de manifestare a intelectului, condițiile în care acesta se exprimă. La fel și în cazul culturii de elită. În Norvegia ea e cam trecută sub tăcere, nu prea poate să existe, cultura elitistă nu poate să existe dacă nu este totodată și populară. În Suedia, ea este subliniată. Cultura populară și cea elitistă sunt dimensiuni ireconciliabile. Fiecare își are locul ei și nici un schimb [sublinierea autorului] n-ar trebui să aibă loc între ele" (Knausgard, p. 185).

Am identificat în acest fragment cel puțin două dintre definițiile lui Storey. Cea care definește cultura populară în opoziție cu cea elitistă (în Suedia) și cea atribuită postmoderniștilor care nu mai văd o graniță bine definită între cultura populară (comercială) și cea elitistă autentică, de calitate.

După succesul comercial pe care aria Nesum Dorma compusă de Puccini și interpretată de Luciano Pavarotti l-a avut în Marea Britanie la începutul anilor '90 (British Charts, locul 1), diferențierea aparent clară între cultura înaltă și cea populară nu a mai părut atât de evidentă (Storey, 2018) din acel moment, spre nemulțumirea apărătorilor culturii înalte. Aceștia au perceput succesul la publicul mare ca pe o amenințare la adresa enclavei exclusive din care făceau parte.

La succesul comercial al ariei s-a adăugat popularitatea concertului gratuit susținut de Luciano Pavarotti în Hyde Park Londra în 1991, care a generat un amplu subiect de presă. S-a discutat fervent despre succesul la public (aproape 100.000 de spectatori), dar și despre faptul că tabloidele (pro-duse evidente ale culturii populare inferioare) au relatat despre eveniment.

Despre aprecierea culturii populare, Stuart Hall spunea că e mai puțin important să dăm note culturii populare din perspectiva calității conținutului. Mai important este să înțelegem “forțele și relațiile care susțin distincția, diferența...” (Storey, 2018). Gustul este o categorie ideologică importantă de luat în considerare (mai vedeți și Pierre Bourdieu despre aprecierea gustului).

Multe alte lucruri se mai pot scrie despre cultura populară. Scopul acestui material este să ofere câteva informații pe scurt care să ghideze discuțiile profesorilor care aleg să folosească “Ghidul metodologic de educație și cultură media” cu elevii lor. Pentru mai multe detalii, vă invit să consultați și recomandările de mai jos.

## Bibliografie:

Knausgard, Karl Ove (2016) Lupta media. Cartea a doua: un bărbat îndrăgostit, ed. Litera, București

Messenger Davies, Marie (2010) Children, Media and Culture: Open University Press, London Storey,

John (2018) Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction, Routledge, Oxon, New York

### Surse de informare online:

[https://www.lexico.com/definition/popular\\_culture](https://www.lexico.com/definition/popular_culture)

<https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453>

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-power-prime/200912/popular-culture-we-are-what-we-consume>

## Recomandări:

Pentru cei ce citesc ușor în limba engleză, vă recomand blogul profesorului David Buckingham pentru articolele despre popular culture, mass culture, media culture. Ați putea începe cu cele 3 articole despre ideile lui Raymond Williams, care pleda încă de acum câteva zeci de ani pentru deschidere și o abordare mai largă a culturii și societății în educație:

[Raymond Williams on culture and education 1: ‘Culture and Society 1780-1950’](#)

[Raymond Williams on Culture and Education 2: The Long Revolution](#)

[Raymond Williams on Culture and Education 3: Communications](#)

și apoi

[Revisiting ‘Popular Culture and Personal Responsibility’](#)

[The Blyton enigma: changing perspectives on children’s popular culture](#)

MEDIA CULTURE:

[‘Powerful knowledge’, Media Studies and technology](#)

## ANEXA 3 (legată de Activitatea 5)

### 1. Exemple de limbaj al imaginii

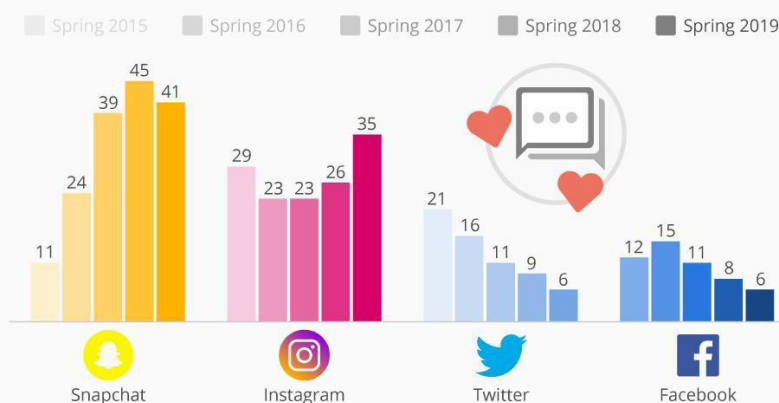
Principalul (și singurul) scop al imaginilor/documentelor este de a genera întrebări și de a

#### Observație:

*Imaginile și documentele de mai jos sunt propuneri și posibile exemple pentru limbajul imaginilor din Activitatea 5. Fiecare profesor știe cel mai bine ce se potrivește elevilor săi și ce subiect ar vrea să discute în mod special în cadrul cursului.*

#### Facebook and Twitter Are Old News to Young People

% of U.S. teens who consider the following social networks their favorite



All results based on a bi-annual survey of ~8,000 U.S. teens with an average age of ~16 years  
 @StatistaCharts Source: Piperjaffray

statista

Sursa : <https://www.statista.com/chart/4823/teenagers-favorite-social-networks/>

## Smartphone 'addiction': Young people 'panicky' when denied mobiles

By Sean Coughlan  
 BBC News family and education correspondent

🕒 29 November 2019 | 💬 Comments

Sursa : <https://www.bbc.com/news/education-50593971>



Teenager Post # 43199  
I wonder how many miles I've scrolled with my thumb.

Sursa : <https://the-relatable-quotes.tumblr.com/post/138873908141>



Sursa : <https://hotinsocialmedia.com/social-media-memes/>

### Teens think they're being manipulated.

**72%**

Of teens believe that tech companies manipulate users to spend more time on their devices.



Sursa : <https://www.common sense media.org/social-media-social-life-infographic>

31 AUG 2018

### Are Seniors More Addicted to Their Smartphones Than Their Grandkids?

Studies show that the older generations are smartphone-obsessed

Sursa : <https://www.southernphone.com.au/blog/are-seniors-more-addicted-to-their-smartphones>



Relationships through social media are characterized by superficial connections:

- People texting – or sexting – without emotional connection maintain a false sense of closeness.
- People say things that they would not say to a person’s face, including insults and compliments.
- Digital connections offer the illusion of companionship without the demands of friendship.
- We are allowed to hide from each other while thinking we are tethered to each other.

Sursa : <https://www.pittsburghparent.com/social-media-is-harmful-to-teens/>

## Social media damages teenagers' mental health, report says

By Cristina Criddle  
Technology reporter

🕒 27 January | 💬 Comments

Sursa : <https://www.bbc.com/news/technology-55826238>

### Teens Say Social Media Isn't As Bad For Them As You Might Think

A majority of today's teens — the first to grow up with such complete smartphone and social media penetration — say it helps them with friendships and actually makes them feel good.

**Katie Notopoulos**  
BuzzFeed News Reporter

Posted on November 28, 2018, at 12:27 p.m. ET

[Tweet](#) [Share](#) [Copy](#)



Monkeybusinessimages / Getty Images

Sursa : <https://www.buzzfeednews.com/article/katienotopoulos/teens-gen-z-positive-on-social-media>

### Teens are more likely to say social media makes them feel more included and confident rather than excluded or insecure

% of U.S. teens who say that social media makes them feel more ...

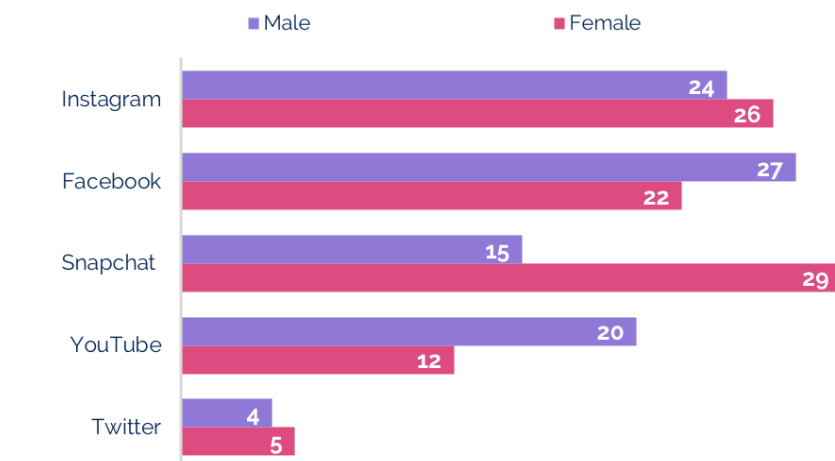


Note: Respondents who did not give an answer are not shown.  
Source: Survey conducted March 7–April 10, 2018.  
\*Teens' Social Media Habits and Experiences\*

Sursa : <https://www.pewresearch.org/internet/2018/11/28/teens-and-their-experiences-on-social-media/>

### Teenage girls are more likely to be using Snapchat and Instagram, while teenage boys are using Facebook and YouTube

Which, if any, of the following social media platforms do you use most often? (% of youths 13 and older who have a social media account)



YouGov

September 6-12, 2019

Sursa : <https://today.yougov.com/topics/lifestyle/articles-reports/2019/10/25/teens-social-media-use-online-survey-poll-youth>



Sursa : <https://www.avast.com/c-cyber-bullying>



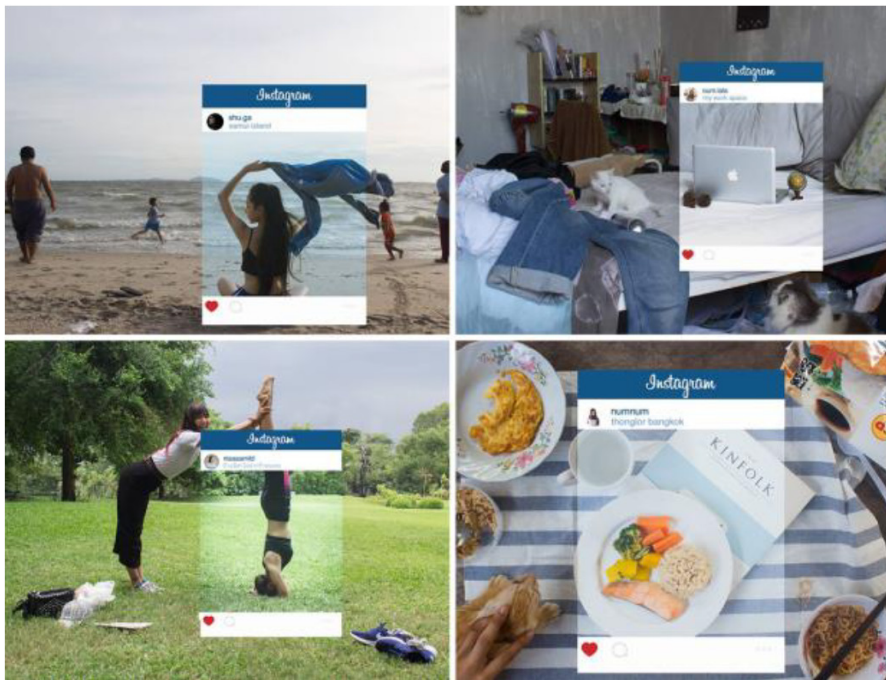
Sursa : <https://ballmemes.com/t/cyber-bullying-meme>



Sursa : [https://hellohumanscom.files.wordpress.com/2017/02/img\\_3046.jpg?w=1075](https://hellohumanscom.files.wordpress.com/2017/02/img_3046.jpg?w=1075)



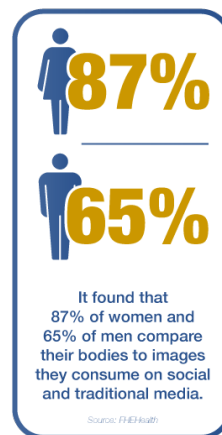
Sursa : <https://www.pinterest.fr/pin/325385141804911538/>



Sursa : [https://www.boredpanda.com/truth-behind-instagram-photos-cropping-chomp-poo-baritone/?utm\\_source=ecosia&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=organic](https://www.boredpanda.com/truth-behind-instagram-photos-cropping-chomp-poo-baritone/?utm_source=ecosia&utm_medium=referral&utm_campaign=organic)



Sursa : <https://www.instagram.com/celestbarber/>



Sursa : <https://online.king.edu/news/social-media-and-body-image/>



Sursa : <https://www.storyboardthat.com/fr/storyboards/8fd63523/social-media-and-photoshop>

03-18-19

## I'm 14, and I quit social media after discovering what was posted about me

When 8th grader Sonia Bokhari joined social media for the first time, she discovered that her mom and sister had been posting about her for her entire life.

Sursa : <https://www.fastcompany.com/90315706/kids-parents-social-media-sharing>



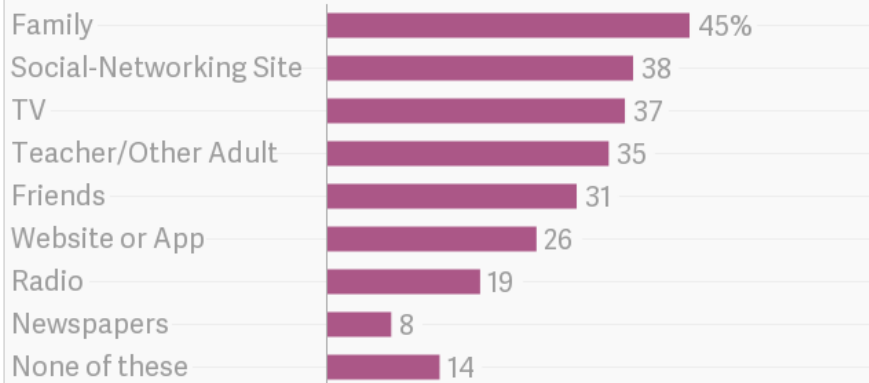
Sursa : <https://iowacity.momcollective.com/2018/06/29/responsible-sharing-social-media/>



Sursa : <https://thequotesforlife.com/you-are-what-you-share-charles-lead-beater/#.YS9jQtMzZ61>



### Where kids aged 10-18 get their news



ATLAS | Data: Common Sense Media

Sursa : <https://qz.com/927543/even-social-media-savvy-teens-cant-spot-a-fake-news-story/>

**Young people like to keep themselves informed.** Around 50% of those interviewed stated that they follow in a constant manner news that interests them, and more than 2/3 maintain that it makes them feel happy to be informed and prepared about what's happening in the world;

Sursa : <https://www.thoughtco.com/why-dont-young-people-read-the-news-2074000>

## Why Don't Young People Read the News?

Kids Are Too Busy With Facebook and Texting. Author Says

Sursa : <https://www.thoughtco.com/why-dont-young-people-read-the-news-2074000>

PUBLICATIONS | 14 Feb 2019

## Difficult for teenagers to identify fake news online



Sursa : <https://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/difficult-teenagers-identify-fake-news-online>

## Older people more likely to share fake news on Facebook, study finds

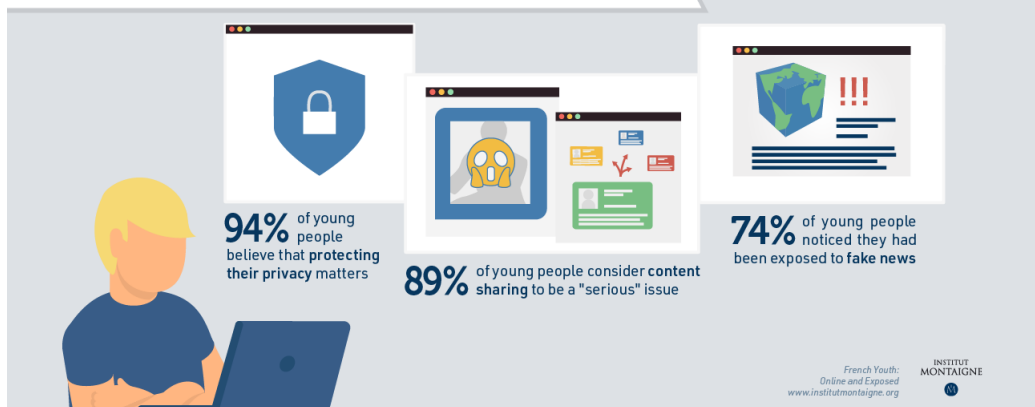
Researchers suggest over-65s may lack skills to determine veracity of online news



▲ US Facebook users shared seven times as many fake news articles as those aged 18-29, the study found.  
Photograph: Veyan Golei/Alamy

Sursa : <https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/10/older-people-more-likely-to-share-fake-news-on-facebook>

## Children and teenagers are aware of the risks on the Internet



Sursa : <https://www.institutmontaigne.org/en/publications/french-youth-online-and-exposed>

What happens online stays online.

When asked to pick which comes closer to the truth, teens say:

**54%** If parents knew what actually happens on social media, they'd be a lot more worried about it.

**46%** Parents worry too much about teens' use of social media.

Sursa : <https://www.common-sense-media.org/social-media-social-life-infographic>



Sursa : <https://www.youtube.com/watch?v=Fi7hSp51px8>



**Dangerous?**

Sursa : <https://www.onlyfunthings.org/2019/03/tiktok-in-trouble-is-tiktok-dangerous.html>



## Green teen memes: how TikTok could save the planet

The video-sharing app has 800 million users, many of them conscious young eco-influencers campaigning on issues from climate change to biodiversity



▲ TikTok creators @Phil the Fixer, @caseyOw and @....gillian. Photograph: TikTok

Sursa : <https://www.theguardian.com/environment/2020/aug/28/green-teen-memes-how-tiktok-could-save-the-planet-aoe>

TikTok is considered to be a social network because it offers great potential for making new friends and forming new connections. This platform has millions of users worldwide, so it can also be great for inclusiveness. Some kids are naturally shy, so making in-person friends can be more difficult. However, social media removes the pressure of communicating directly, face-to-face, making it a lot easier for some kids to express their thoughts, feelings, and make new friends.

Sursa : <https://www.cyberwise.org/post/8-pros-and-cons-of-tiktok-on-kids-mental-health>



Sursa : <https://news.usc.edu/146329/5-tips-for-staying-safe-on-social-media/>



Sursa : <https://www.gameskinny.com/9ddzx/5-ways-to-convince-your-parents-that-gaming-is-good-for-you>



Sursa : <http://debuglies.com/2019/11/07/there-are-not-enough-evidence-to-support-the-view-that-violent-video-games-lead-to-acts-of-violence/>

## Video Games and Online Chats Are ‘Hunting Grounds’ for Sexual Predators

Criminals are making virtual connections with children through gaming and social media platforms. One popular site warns visitors, “Please be careful.”

By **NELLIE BOWLES** and **MICHAEL H. KELLER** DEC. 7, 2019

Sursa : <https://www.nytimes.com/interactive/> <https://www.nytimes.com/interactive/2019/12/07/us/video-games-child-sex-abuse.html?mtrref=undefined&gwt&mtrref=www.nytimes.com&gwh=A6ED71D3F7E5D7687D8A232D1B5BE2C5&gwt=pay&asetType=PAYWALL>