



**Axe valorice ale competențelor
media în cadrul**

învățării pe tot parcursul vieții

**Value axes of media competences in
the framework lifelong learning**

**Universitatea Pedagogică de Stat „Ion
Creangă” din Chișinău**

**Elena Țap, doctor în pedagogie,
conferențiar universitar,**

Catedra de Științe ale Educației și

Management,

Facultatea de Științe ale Educației și

Informatică,

Centrul de Formare Continuă, UPS

„Ion Creangă”

ORCID: 0000-0002-9232-9502

**Svetlana Dermenji, doctor în
pedagogie,**

conferențiar universitar, Catedra de

Limbă și Comunicare,

Facultatea de Filologie și Istorie,

UPS „Ion Creangă”

ORCID: 0000-0001-6756-7739

**Natalia Carabet, doctor în
pedagogie,**

conferențiar universitar, Catedra de

Pedagogie Preșcolară,

Educație Fizică și Dans,

Facultatea de Științe ale Educației și

Informatică,

UPS „Ion Creangă”

ORCID: 0000-0002-9096-0587



**Ion Bulicanu, doctorand, lector
universitar,**

**Secția de Instruire Complementară
și Marketing,**

Centrul de Formare Continuă,

UPS „Ion Creangă”

ORCID: 0000-0001-7614-3321

CZU 37.015:659.3

Rezumat

Actualmente, în noua realitate culturală și socială sunt prezente conceptele de „media” și „mass-media”. Nevoia de a deosebi informațiile media și mass-media „inoportune”, care încearcă să ne dezinformeze, să ne manipuleze, de celelalte categorii de informații, „bune”, care respectă regulile de plasare a informațiilor etc., devine tot mai stringentă. În interacțiunea cu media, mass-media (de orice tip, inclusiv digitală), avem nevoie de cunoștințe legate de navigarea prin informația media. Este necesar să exersăm gândirea și înțelegerea critică, utilizarea diverselor media, să cunoaștem care sunt drepturile și responsabilitățile în mass-media, să putem crea, utiliza conținuturile media, pentru distracții, informare, socializare etc.

Cuvinte-cheie: educația media, alfabetizare media, competențe media, formator, securitate online, parteneriat cu familia.

Abstract

Currently, the concepts of media and mass-media are present in the new cultural and social reality. The need to distinguish

between "inappropriate" media and media information, which tries to misinform us, to manipulate the other categories of "good" information, which respect the rules of information placement. In the interaction with media, mass-media (of any type, including digital ones) we need knowledge related to browsing through media information. It is necessary to practice critical thinking and understanding, how we use the various media, what are the rights and responsibilities in the media. To be able to create, use media content, for entertainment, information, socializing, etc.

Keywords: media education, media literacy, media skills, trainer, online security, family partnership.

Schimbările radicale, produse în societate în ultimii ani, au dus la transformări enorme în sistemul educațional. Din cauza priorităților media, apărute odată cu dezvoltarea tehnologiilor și societății informaționale, a decăzut numărul celor pasionați de lectură. Cu toate că elevii trebuie să citească, în mare parte, texte tipărite (cărți artistice, manuale școlare, presă etc.), ei mai mult preferă utilizarea informațiilor necesare în format electronic (televiziune, computer, internet etc.). Are loc înlocuirea modelului lecturii tradiționale cu cea electronică. Această tendință a fost demonstrată de numeroase studii sociologice ale cercetătorilor din întreaga lume. Astfel, V.P. Ciudinova prezintă următoarele tendințe caracteristice pentru lectură ale tineretului actual:

- o scădere treptată a interesului pentru lectura tradițională, scăderea prestigiului lecturii și, ca urmare, reducerea importanței lecturii artistice din lipsa timpului liber;
- predominarea lecturii pragmatice, informaționale, de afaceri (conform curricula); majoritatea elevilor citesc doar conform cerințelor programului de studii, neglijând literatura artistică;
- înlocuirea lecturii lucrărilor de valoare, ale autorilor autohtoni și străini, cu lectura superficială (care nu educă nimic), lectura ușor de parcurs;
- influența crescută a deculturalizării masive asupra indivizilor și, mai ales, prin intermediul vizionării emisiunilor de divertisment în locul lecturii din timpul liber [4, pp. 73-75].

Este incontestabil faptul că, luând în considerare multitudinea tehnicii media cu care sunt „umplute” actualmente locuințele oamenilor, aceasta permite elevilor să facă alegerea simplă – de a naviga pe internet. De exemplu, purtând discuții cu elevii unui gimnaziu, la întrebarea „ce ai făcut ieri?”, aceștia au dat următoarele răspunsuri:

- am privit diferite emisiuni TV – 27%;
 - am privit un film/video – 25%;
 - am parcurs jocuri la computer – 30%;
 - am ascultat muzică – 16%.
- Doar 2% din numărul elevilor chestionați au spus că au citit cărți și noutăți din ziare (Figura 1).

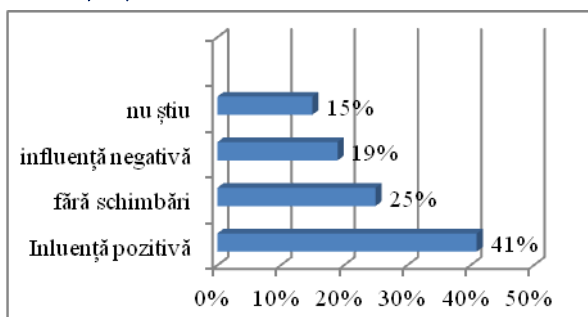


Figura 1. Ocupațiile elevilor în timpul liber

Această tendință se observă și la oamenii maturi. Astăzi, multe persoane preferă să citească noutățile pe monitor, și nu din ziarele tradiționale. De asemenea, a apărut tendința de a „descărca” în computerul personal volume mai mari din bibliotecile virtuale.

Societatea contemporană s-a obișnuit cu situația creată, în care comunicarea textuală este înlocuită printr-o gamă largă de contacte cu texte media, internet etc. Cu toate acestea, modificarea tipului de contacte media nu se elimină de pe ordinea de zi, iar problema dezvoltării gândirii critice și a competenței elevilor în raport cu textele media de diferite tipuri și genuri se diminuează.

În legătura cu aceasta, au apărut un șir de termeni noi, așa cum sunt: *cultura media*, *cultura informației*, *cultura audiovizualului*, *alfabetizarea media*, *informații media*, *educația media*, *educația digitală*, *alfabetizare computerizată*, *alfabetizare digitală*, *multimedia*, *competență informațională*, *competență media*.

Cu referire la termenii *alfabetizare media* și *educația media*, au fost realizate un șir de studii în domeniu și s-a ajuns la

concluzia că *alfabetizarea media* este rezultatul *educației media*. Pe lângă acești termeni, se utilizează pe larg și termenul *cultura media*. Cercetătorul S.I. Ojegov definește *cultura media* ca un set de materiale și valori intelectuale în domeniul mass-media, acumulate pe parcurs, care servesc în calitate de sistem de reproducere și care funcționează în societate în relația cu publicul; poate acționa ca un sistem de niveluri de dezvoltare a personalității umane, capabile să perceapă, să analizeze, să evalueze texte media, să dezvolte creativitatea media, să asimileze cunoștințe în domeniul mass-media [10, p. 314].

Cultura media a personalității umane semnifică un mod interactiv de interacțiune cu societatea informațională, incluzând valori tehnologice, componente personale creative.

În dezvoltarea personalității umane, un rol deosebit îl are și *cultura informației*, care este considerată „o parte integrantă a culturii umane, ce conține un șir de abilități durabile pentru utilizarea continuă și eficientă a tehnologiei informației în activitățile profesionale și în practica zilnică” [6, p. 8]. În opinia cercetătorilor, sensul termenului *cultură a informației* este mult mai larg decât sensul termenului *cultura media*, pentru că primul se referă la o relație complexă a personalității umane cu informații mass-media, iar al doilea – la sfera contactelor umane cu mijloacele mass-media.

Comparând definițiile termenilor *alfabetizare* și *competență*, semnalăm

asemănarea și deosebirea dintre ei. În același timp, trebuie să recunoaștem că conceptul de „alfabetizare” conține o nuanță de primitivitate, elementarism, reflectarea celui mai simplu, mai inițial nivel de educație. Termenul *competență* reflectă ceva mai specific în raport cu cunoștințele și abilitățile unei persoane.

Cercetătorii din domeniul educației media operează cu doi termeni: *competență informațională* și *competență media*. S.V. Trișina definește *competența informațională* ca fiind „trăsătura integrantă de personalitate – rezultatul reflecției proceselor de selecție, asimilare, procesare, transformare și generare a informației, ce permite dezvoltarea, diagnosticarea, acceptarea, precizarea și punerea în aplicare a soluțiilor optime în diverse domenii de activitate [16].

Autoarea menționează că termenul *competență informațională* se caracterizează prin:

- **dualism** – prezența a două componente: obiective (evaluarea externă a competențelor informaționale) și subiective (evaluarea internă a competențelor informaționale);
- **relativitate** – cunoștințele în domeniul media devin rapid inactuale și pot fi considerate ca noi, într-o perioadă determinată de timp;
- **structurare** – fiecare persoană are propriul său mod de organizare, învățare și aplicare a cunoștințelor;

- **selectivitate** – nu toate informațiile recepționate sau selectate pot fi transformate în cunoștințe, deoarece nu toate sunt legate de domeniul necesar și nu prezintă o noutate;

- **acumulare** – cunoștințele acumulate de-a lungul timpului au tendința de „înmagazinare”, iar acumularea devine mai largă, mai profundă și mai voluminoasă;

- **autoorganizare** – sistem propriu de apariție spontană a noilor cunoștințe, încadrate într-un sistem anumit;

- **polifuncționalitate** – prezența unei varietăți de subiecte axate pe cunoașterea specifică (componenta semantică a cunoștințelor de bază este multifuncțională) [Idem].

Competența informațională îndeplinește un șir de funcții:

- **de cunoaștere**, care vizează sistematizarea cogniției și a cunoașterii de sine;
- **de comunicare** – purtătorul important de informații sun mass-media și tehnologiile informaționale;
- **de adaptare**, care permite adaptarea la condițiile de viață și activitate, luând în considerare societatea informațională;
- **de normare**, în primul rând, prin sistemul moral, norme juridice și cerințe legale referitoare la societatea informațională;
- **de evaluare**, presupunând capacitatea de a naviga în diferite fluxuri informaționale, identificând, selectând și evaluând informații noi, evidențiindu-le pe cele principale din noianul celor secundare;

- **de interactivitate**, care vizează munca independentă și creativă a subiectului, ducând la autodezvoltare și autorealizare.

Cercetările în domeniul respectiv ne prezintă o altă abordare a *competenței media*, care are o direcție mult mai concretă și este orientată spre componentele *mass-mediei* și comunicarea *mass-media*. Pentru prima dată pedagogii străini au valorificat termenul *competență media*. Astfel, în Germania, pedagogul german Tulodziecki a definit *competența media* ca „abilitatea de a fi calificat, independent, creativ și social, acționând responsabil față de mass-media” [17]. Ca una dintre primele definiții ale competenței media, în viziunea noastră, aceasta nu este destul de concretă. Și dacă înțelegem *competența media* ca sinonim al *alfabetizării media*, atunci definiția dată de R. Kubey este mai concretă: *competența media/alfabetizarea media este capacitatea de a analiza, utiliza, evalua critic și transmite informații (mesaje) media sub diferite forme* [9].

Profesorul rus A. Fiodorov consideră *competența media* „esența abilităților individuale de a utiliza, analiza critic, evalua și transmite texte media de diferite genuri și sub diferite forme, pentru a analiza critic procesele complexe de funcționare a mass-mediei în societate [20].

Dezvoltarea competenței media se bazează pe un șir de etape. Cercetătorul Potter analizează etapele respective după cum urmează:

- *Experiența*. Cu cât am avansat în domeniul mass-media, cu atât potențialul nostru pentru dezvoltarea unui nivel mai înalt în domeniul respectiv este mai mare.

- *Aplicarea* activă a competențelor în domeniul mass-media.
- *Maturizare/pregătire* pentru autoevaluare [12, p. 6].

Este necesar să menționăm clasificarea abilităților necesare competenței media a individului, propusă de renumitul specialist american în mass-media S.J. Baran:

- abilitatea și disponibilitatea de a depune efort pentru perceperea, înțelegerea conținutului textului media și filtrarea rezonanței acestei informații;
- înțelegerea și respectarea puterii de influență a textelor media;
- capacitatea de a deosebi reacțiile argumentate și cele emoționale, atunci când apare necesitatea de a reacționa corespunzător;
- dezvoltarea idelor de valoare despre conținutul textului media;
- capacitatea de a gândi critic asupra textelor media, indiferent de cât ar fi de influente sursele lor;
- cunoașterea specificului limbajului diferitor media și capacitatea de a le înțelege influența, indiferent de complexitatea textelor media [1, pp. 57-58].

O structură analogică, dar mult mai compactă și mai sistematizată a competenței

media, formată din cinci blocuri de abilități necesare, este propusă de pedagogul german V. Veber. Menționăm că ambele forme ale competenței media sunt orientate spre analiza informațiilor media. Este vorba despre selectarea și utilizarea a ceea ce poate oferi media și dezvoltarea propriului produs media. În al doilea rând, în ceea ce privește conținutul, ambele forme includ cunoștințe și abilități legate de:

- posibilitățile creative pe care se bazează diferite tipuri de media;
- precondițiile pentru utilizarea eficientă a informațiilor media;
- condițiile economice, sociale, tehnice, politice, legate de producerea și distribuirea produselor media.

Ținând cont de abordările cercetătorului britanic R. Ciubi și coautorilor săi, putem clasifica indicatorii competenței media (alfabetizarea media a personalității în domeniul culturii media) după cum este prezentat în tabelul 1 [5].

Tabelul 1. Indicatori ai competențelor mass-media

Agenții media	Studiul lucrărilor, funcțiilor și obiectivelor creatorilor de texte media
Tehnologii media	Studiul metodelor/tehnologiilor pentru crearea de texte media.
Limbi/Limbajul media	Învățarea limbajelor media, limbajelor verbale, audiovizualului, editarea

	gamei de texte media.
Reprezentare media	Studiul modurilor de prezentare a informațiilor media, regândirea realității în texte media, concepte proprii ale autorului.
Public media	Studiul tipologiei audienței, tipologia percepției media.

Cu toate că această clasificare este destul de arbitrară, avem o abordare diferențiată a dezvoltării competenței media, au fost determinate trei niveluri de dezvoltare: inițial, mediu și înalt. Această clasificare oferă ideea abordării diferențiate a dezvoltării competenței media, când prezența unor niveluri înalte de contact sau indicatori creativi este posibilă și sub alt nivel, mediu sau chiar scăzut, de informații și indicatori de evaluare. Dacă vorbim despre nivelurile indicatorului perceptiv, atunci la mai multe persoane se observă prezența unui indicator pronunțat, alte persoane pot avea un nivel mai jos. Fără percepția și capacitatea de a dezvolta competențe media, a analiza și evalua texte media, nu putem vorbi despre un nivel înalt de competențe media. În același timp, este necesară cunoașterea faptelor din istoria culturii media, a frecvenței comunicării cu instrumentele media, a capacității practice de a crea texte media pentru a putea forma, dezvolta competența mediatică individuală (Tabelul 2).

Tabelul 2. Clasificarea indicatorilor
competenței media a personalității

Indicatorii competenței Media	Conținutul indicatorilor de competență
Motivațional	Motivele de contact cu mass-media și texte media: gen, tematici: emoționale, epistemologice, hedoniste, psihologice, morale, intelectuale, estetice, terapeutice etc.
Contacte	Frecvența comunicării/contactului cu mass-media și lucrări de cultură media (texte media).
Informațional	Cunoașterea terminologiei, teoriei și istoriei culturii media, a procesului de comunicare în masă.
Perceptiv	Capacitatea de a percepe texte media.
Interpretativ/evaluativ	Capacitatea de a analiza critic procesele de funcționare media și texte media în societate; diferite tipuri și genuri de activitate bazate pe anumite niveluri; dezvoltarea percepției media și a gândirii critice.
Activități practice (de operare)	Capacitatea de a alege anumite texte media și canale media, de a crea/distribui texte media proprii, abilități de autoeducare în sfera media.
Creativitate	Prezența creativității în varii aspecte; activitate (perceptivă, ludică, cercetare etc.) legată de mass-media.

Anterior, am evidențiat ideea abordării diferențiate a dezvoltării competenței media, când prezența unor niveluri înalte de contact

sau a indicatorilor creativi este posibilă și la alte niveluri, medii sau chiar scăzute, de informații și indicatori de evaluare. În legătură cu aceasta, a fost realizată o clasificare în care s-a luat în considerare competența media/alfabetizarea media a individului, nivelurile scăzut și înalt de dezvoltare, realizată de J. Potter [12, p. 6]:

Caracteristicile unui nivel înalt de dezvoltare a competenței media:

- evidențierea sensului principal al textului media;
- analiză: identificarea elementelor principale ale textului media;
- comparație: identificarea unor fragmente similare și unice din textul media;
- evaluarea valorii unui text media sau a fragmentului acestuia; judecata bazată pe comparații după un criteriu specific;
- rezumare: capacitate de a crea o descriere concisă, clară și precisă a textului media;
- generalizare;
- deducție: folosind principii generale, pentru a explica individului unele informații;
- inducție: derivarea principiilor generale din observarea informațiilor individuale;
- sinteza: capacitatea de a reasambla elementele într-o nouă structură [Idem].

Caracteristicile unui nivel scăzut de dezvoltare a competențelor media:

- „intelect slab” (raportat la rezolvarea problemelor și abilităților creative), o preferință pentru „totul să meargă ca de

obicei”; memorie slabă, capabilă să asimileze doar lucruri importante (de exemplu, noaptea, înainte de examen);

- dependență tematică, lipsa de discernământ, adică neînțelegere;
- nevoia unui consilier, a unui asistent, a unei cărți de referință, a unui ghid de studiu;
- toleranță scăzută pentru ambiguitatea textelor media, incertitudine;
- diferențiere conceptuală slabă, cu puține categorii pentru mesaje; atitudine negativă față de noile mesaje, care nu corespund categoriilor cunoscute de mesaje media sau unui text media simplu;
- impulsivitate ridicată a deciziilor luate rapid, sacrificând precizia și adevărul [Idem, p. 28].

Pentru formarea și dezvoltarea competențelor media, este necesar să se ia în considerare „autonomia critică” a individului. Drept bază putem lua definiția oferită de A. Silverblat și E.M. Enright Eliceiri: „ca obiectiv major în formarea competențelor media, autonomia critică este o abilitate care permite indivizilor să fie independenți, să-și facă o părere proprie despre informația analizată și să nu cadă pradă preferințelor autorilor de texte media” [15].

Profesorul rus A.V. Fiodorov ne oferă explicații detaliate cu referire la clasificarea nivelurilor de formare și dezvoltare a competențelor media ale personalității umane (Tabelul 3) [20].

Tabelul 3. Clasificarea indicatorilor motivaționali ai competenței media pe niveluri

Nr.	Nivelul	Descrierea indicatorului motivațional al competenței media
1	Superior	O gamă largă de genuri tematice, emoționale, intelectuale, psihologice, creative, motivaționale, etice, estetice pentru contactele cu mass-media, inclusiv: • selecția unei varietăți de genuri și tematici, a unui spectru de texte media; • dorința de a obține noi informații; • dorința de evadare, compensația pentru divertisment (în doze moderate); • eforturi pentru identificare, empatie; • dorința de a-și confirma propria competență în diferite domenii ale vieții și mass-mediei; • tendința de căutare a materialelor pentru studii, pentru diferite cercetări științifice; • tendința spre filozofie, dezvoltare personală, etică, dezvoltare intelectuală, spre autocritică, dialoguri cu creatorii de text media;

		• dorința de a învăța cum să creeze singur texte media, studierea unor exemple specifice de creativitate a profesioniștilor în domeniul mass-media.
2	Mediu	O gamă de genuri tematice, emoționale, intelectuale, psihologice, creative, motivaționale, etice, estetice pentru contactele cu mass-media, inclusiv: • selecția unei varietăți de genuri și tematici specifice de texte media cu accent dominant pe genuri de divertisment; • tendințe spre divertisment; • eforturi de autoidentificare, empatie; • dorința de a obține noi informații media; • aspirația de a extrage învățăminte din informația media; • dorința de însușire a informațiilor media; • tendința spre „recuperare” psihologică; • eforturi pentru impresii artistice.
3	Scăzut	O gamă restrânsă de genuri tematice, emoționale, motivaționale, etice, psihologice pentru contacte

		cu informații media și media, inclusiv: • selectarea și promovarea doar a genului distractiv și a tematicii informațiilor media de acest gen; • dorința de divertisment; • dorința de însușire a informațiilor media; • tendința spre „recuperare” psihologică; • lipsa motivației în dezvoltarea creativității, esteticii.
--	--	--

În același timp, trebuie să acordăm o atenție sporită descrierii acestor niveluri prin indicatori concreți. Prezența „dorinței și tendinței” încă nu înseamnă că un cadru didactic posedă nivelul superior al competenței media. De aceea, este bine să menționăm ce trebuie să știe să facă individul pentru fiecare nivel (Tabelul 4).

Tabelul 4. Clasificarea nivelurilor de cunoștințe ale competenței media

Nivelul superior	Cunoașterea termenilor de bază, a teoriilor, a principalelor fapte – elemente din evoluția și istoria dezvoltării mass-media, cercetările savanților și ale cercetătorilor din domeniul mass-media; înțelegere clară a impactului (pozitiv și negativ) al procesului de comunicare și al informațiilor media în masă și mass-media în lumea reală.
-------------------------	--

Nivelul mediu	Cunoașterea anumitor termeni de bază, teorii, fapte din istoria dezvoltării culturii media și mass-media, comunicare și influențe media asupra personalității, înțelegerea impactului informațiilor media asupra personalității.
Nivelul inițial	Lipsa cunoștințelor (cunoștințe cu un nivel foarte scăzut în domeniul mass-media și media) de bază, necunoașterea (cunoașterea la un nivel foarte scăzut) a termenilor, teoriilor, faptelor din istoria dezvoltării mass-media și media, comunicare mass-media, influență crescută asupra personalității a informațiilor media și mass-mediei.

Se pare că această clasificare a nivelurilor de indicatori cu referire la dezvoltarea competenței media este destul de consecventă, în raport cu cele mai importante informații ale lui Dj. Potter [12, p. 6] despre informații media, producția media și originea ei; mass-media și impactul mass-mediei asupra bazei și structurii economice, recunoașterea influenței media asupra individului. În acest caz, pentru a putea înțelege influența mass-mediei în viața noastră, din punct de vedere emoțional, fiziologic, intelectual, educațional, social, moral, etc., sunt necesare cunoștințe despre contactele cu mass-media, care se clasifică în două tipuri. În primul rând, este vorba despre cunoștințe din domeniul culturii media, care provin din experiența noastră socială comună. În al doilea rând, este vorba despre

cunoștințele intertextuale, obținute din experiența noastră de contact mass-media cu ceilalți [2, p. 5].

În viziunea cercetătoarei Kostina, cultura mas-media a devenit valoroasă în lumea virtuală și are la bază un șir de caracteristici:

- importanța prezentului, adică existența prezentului fără trecut și viitor, înlăturarea diferenței dintre viață și moarte, dintre realitate și imaginație;
- implicarea persoanelor în evenimentele media, mass-media;
- concentrarea perspectivei culturii mass-media asupra unor persoane renumite, cu scopul reorientării spre persoană;
- compararea textului interactiv media cu starea de letargie, cu posibilitatea înțelegerii acestuia prin metafora unui vis;
- crearea produselor virtuale de activitate umană interactivă și computerizată sau interumană [19].

Jocurile video-computerizate axate pe aceste principii au fost încorporate în folclor și mitologie și se bucură de succes pentru un anumit public, datorită acelorași principii, prezente și în cazul textului media tradițional. Cu toate acestea, mare „succes”, în accepția elevilor, au jocurile de acțiune, care cultivă cruzimea, brutalitatea, duritatea, violența, agresiunea. Astfel, apare întrebarea: Cum pot utiliza copiii mass-media, internetul (care este parte din viața lor), folosind toate oportunitățile oferite, fără riscuri? Pentru a

răspunde la această întrebare, am realizat o chestionare în ciclul gimnazial al unui liceu din municipiul Chișinău. În cadrul chestionării, au participat 112 elevi din clasele a VI-a – a IX-a. Chestionarea a fost anonimă. Prin această chestionare, am dorit să aflăm răspunsul la două întrebări:

1. Care este domeniul de utilizare a TIC?

2. Care este scopul utilizării internetului?

Este necesar să menționăm că, din numărul de 112 elevi, 29 de elevi, sau 26%, nu dispun de tehnică (computere, telefoane), însă, cu ajutorul colegilor, rudelor, folosesc computerul în măsura posibilităților.

Prima întrebare s-a referit la domeniul de utilizare a tehnologiilor informaționale computerizate. Obiectivul principal al acestei chestionări a fost determinarea domeniilor de utilizare a TIC de către elevi. Răspunsul a cuprins următoarele domenii de utilizare:

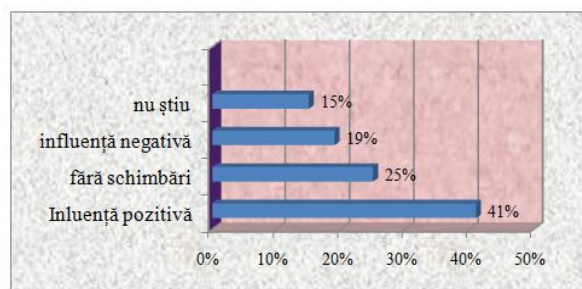
- în comunicarea online (în diferite chat-uri);
- la vizionarea filmelor online;
- în jocuri;
- pentru divertisment;
- pe rețele de socializare;
- internet;
- în realizarea temei pentru acasă;
- în cercetare;
- la învățarea unei limbi (Tabelul 5).

Au fost prezentate două domenii de utilizare: divertisment (1-5) și dezvoltare personală (6-9). Elevii au avut posibilitatea să aleagă câte un răspuns din ambele domenii.

Tabelul 5. Domeniul de utilizare a TIC de către elevi

Nr. d/o	Domeniul de utilizare	Număr	%
1.	<i>comunicare online</i>	18	16%
2.	<i>vizionarea filmelor online</i>	22	20%
3.	<i>jocuri</i>	27	24%
4.	<i>divertisment</i>	19	17%
5.	<i>rețele de socializare</i>	26	23%
6.	<i>realizarea temei pentru acasă</i>	23	21%
7.	<i>cercetare</i>	21	19%
8.	<i>studierea unei limbi</i>	16	14%
9.	<i>nu utilizează TIC pentru dezvoltare personală</i>	52	46%

Rezultatele chestionării ne permit să concluzionăm următoarele: comunicarea online este realizată de 18 elevi, sau 16% din numărul celor chestionați; vizionarea filmelor online – 22 de elevi, sau 20%; jocuri – 27 de elevi, sau 24%; divertisment – 19 elevi, sau 17%; rețelele de socializare sunt utilizate de



26 de elevi, sau 23% din numărul celor chestionați (Figura 2).

Figura 2. Domeniul *Divertisment* de utilizare a TIC de către elevi

Alt domeniu cercetat, privind utilizarea tehnologiilor informaționale

computerizate, a fost dezvoltarea personală a elevilor. Astfel, pentru realizarea temei de acasă (pregătirea pentru lecții), utilizează tehnologiile informaționale computerizate 23 de elevi, sau 21%; pentru cercetare (teme propuse de cadrele didactice sau de interes personal) – 21 de elevi, sau 19%; studierea unei limbi străine (cea pe care o studiază în gimnaziu sau altă limbă) – 16 elevi, sau 14%. Este trist faptul că aproape jumătate din numărul celor chestionați – 52 de elevi, sau 46% – utilizează tehnologiile informaționale și de comunicare nu pentru dezvoltarea personală, ci doar pentru divertisment

(Figura 3).

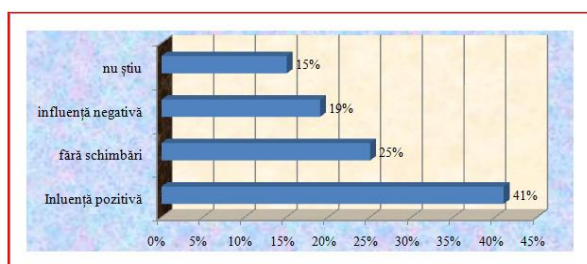


Figura 3. Domeniul de utilizare *Dezvoltare profesională*

Cercetările realizate în domeniu ne permit să constatăm că, în diferite localități, au crescut mult posibilitățile de accesare a internetului. În același timp, tot mai mulți copii afișează public datele personale, necunoscând cum și unde pot fi utilizate, în ce scop și de către cine. Elevilor li s-a mai propus un chestionar, obiectivul căruia a fost *determinarea scopului privind utilizarea internetului*. Întrebarea a cuprins un șir de argumente, din care fiecare elev trebuia să aleagă câte trei opțiuni:

- am pregătit materiale auxiliare pentru lecții;
- am descărcat jocuri;
- m-am jucat online;
- am citit vloguri/resurse electronice;
- am discutat în chat;
- am căutat și am citit informații despre sex, dragoste etc.;
- am primit și trimis mesaje; am postat foto sau video;
- am descărcat cărți online;
- am învățat o limbă străină (Tabelul 6).

Tabelul 6. Domenii de utilizare a internetului de către elevi

Nr. d/o	Domeniul de utilizare	Număr	%
1.	Am pregătit materiale auxiliare pentru lecții.	21	19%
2.	Am descărcat jocuri.	28	25%
3.	M-am jucat online.	31	28%
4.	Am citit vloguri/resurse electronice.	15	13%
5.	Am discutat în chat.	22	20%
6.	Am căutat și citit informații despre sex, dragoste etc.	25	22%
7.	Am recepționat și trimis mesaje.	21	19%
8.	Am postat foto sau video.	29	26%
9.	Am descărcat cărți	18	16%

	online.		
10.	Am învățat o limbă străină.	15	13%

Din rezultatele chestionarului, se observă că elevii utilizează frecvent internetul. 21 de elevi, sau 19% din numărul celor chestionați, pregătesc materiale auxiliare pentru lecții; 28 de elevi, sau 25%, descarcă jocuri; 31 de elevi, sau 28%, se joacă online; 15 elevi, sau 13%, citesc pe vloguri; 22 de elevi, sau 20%, discută în chat; 25 de elevi, sau 22%, caută și citesc informații despre sex, dragoste etc.; 21 de elevi, sau 19%, recepționează și transmit mesaje permanent; 29 de elevi, sau 26%, postează diferite poze sau video; 18 elevi, sau 16%, descarcă online cărți și le citesc; 15 elevi, sau 13%, învață limbi străine (Figura 4).

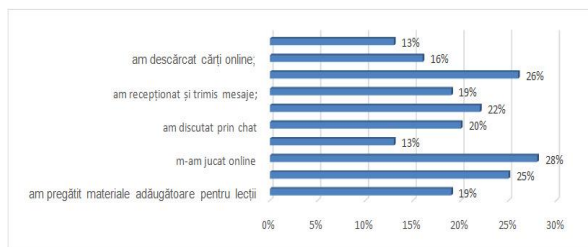


Figura 4. Cauzele utilizării internetului de către elevi

Unul dintre obiectivele principale al cercetării noastre constă în cunoașterea comportamentelor copiilor în mediul online, dar și a cunoștințelor, percepțiilor și atitudinilor acestora și ale cadrelor didactice în legătură cu riscurile existente pe internet, în legătură cu corectitudinea și etica vehiculării informațiilor mass-media.

Elevii ai fost întrebați dacă știu ceva despre siguranța online. Din 112 elevi, 87, sau 78%, au menționat că știu câte ceva despre comportamentele riscante online, dar nu întotdeauna aplică regulile de siguranță în mediul online. 25 de elevi, sau 22%, nu cunosc nimic despre siguranța online. În același timp, din discuțiile cu cadrele didactice (14), înțelegem că nu toate cadrele didactice, din cele 14 chestionate, cunosc riscurile online.

Elevii au fost întrebați dacă au discutat cu cineva despre securitatea lor în mediul virtual și posibilitatea utilizării oportunităților internetului fără riscuri. 51 de elevi, sau 68%, discută cu colegii mai mari; din clasele a XI-a – a XII-a, 23 de elevi, sau 21%, discută cu cadrele didactice, iar 38 de elevi, sau 34%, nu discută cu nimeni. Ei au prezentat următorul răspuns: *mă descurc singur*; iar alții se bazează pe relațiile de încredere.

În acest context, apare întrebarea: *sunt oare pregătite cadrele didactice pentru formarea competențelor media și mass-media la elevi?* Din analiza prezentată mai sus, rezultă că nu toți copiii sunt gata să apeleze la ajutorul cadrelor didactice, părinților, colegilor mai mari etc. Cadrele didactice trebuie să învețe, să le formeze percepția siguranței și a comunicării pe internet. Pentru aceasta, anume cadrele didactice trebuie să fie informate, să știe ce trebuie să le spună copiilor.

Pentru a înțelege cum pot fi desfășurate activitățile de învățare a educației media, de ce informații dispun cadrele didactice în acest domeniu, la ce nivel de cunoaștere a acestui domeniu sunt, am realizat un chestionar în acest gimnaziu. Chestionarul a fost alcătuit în baza tabelului 4, în care sunt clasificate nivelurile de cunoștințe ale competenței media a cadrelor didactice. Am dorit să demonstrăm nivelul de cunoaștere a acestora privind terminologia de bază, teoriile, principalele fapte din istoria dezvoltării mass-media, a cercetările savanților și cercetătorilor din domeniul mass-media; înțelegerea clară a impactului procesului de comunicare și a informațiilor media în masă și mass-media în lumea reală.

Este important să menționăm că chestionarul conține elemente de competență, structurate în două grupuri: *cunoștințe în educația media* și *pedagogia/metodologia mass-media* (Tabelul 7).

	Foarte bine		Bine		Suficient		Insuficient	
	Număr	%	Număr	%	Număr	%	Număr	%
Cunoașterea conceptelor de bază, a teoriilor mass-media	3	21%	3	21	4	29	4	29
Cunoașterea principalelor fapte din istoria dezvoltării mass-media	1	7	2	14	3	21	8	57
Recunoașterea cercetărilor din domeniul mass-media	1	7	0	0	3	21	10	71
Înțelegerea clară a impactului de comunicare online asupra formării personalității, dar și a riscurilor online	2	14	3	21	4	29	5	36
Conștientizarea protecției datelor cu caracter personal	1	7	2	14	3	21	8	57
Impactul informațiilor media și mass-media asupra dezvoltării elevului	1	7	2	14	2	14	9	64
Utilizarea canalelor mass-media pentru formarea spiritului critic cu privire la mass-media	2	14	3	21	4	29	5	36
Capacitatea de analiză psihopedagogică a informațiilor mass-media	2	14	2	14	2	14	8	57
Evaluarea și valorificarea pedagogică a rezultatelor investigațiilor, în contextul instruirii bazate pe cel ce învață, în educația media	1	7	2	14	3	21	7	50
Identificarea metodelor didactice optime pentru educația media	0	0	1	7	3	21	8	57
Evaluarea produselor media din punct de vedere al realizării principiilor instruirii centrate pe cel ce învață	0	0	1	7	2	14	9	64

Tabelul 7. Determinarea nivelului competențelor media ale cadrelor didactice.

Rezultatele prezentate în chestionar ne demonstrează cunoștințele foarte vagi ale cadrelor didactice în domeniul mass-media. Analiza rezultatelor acestui chestionar ne va ajuta să elaborăm și să propunem o strategie de dezvoltare a competențelor mass-media ale cadrelor didactice, ceea ce va duce la sporirea nivelului de performanță în mass-media al cadrelor didactice. Mențiunea *foarte bine* corespunde nivelului *înalt*, *bine* – nivelului *mediu*, *suficient* – nivelului *inițial*.

Astfel, referitor la **cunoașterea termenilor de bază, a teoriilor mass-media**, observăm că doar 3 cadre didactice, sau 21%, au nivel înalt; 3 cadre didactice, sau 21%, au nivel mediu; 4 cadre didactice, sau 29%, probează nivelul inițial, iar 4 cadre didactice, sau 29%, nu dețin cunoștințe în mass-media.

Cunoașterea principalelor fapte din istoria dezvoltării mass-media – un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul înalt, 2 cadre didactice, sau 14 %, s-au plasat la nivelul mediu, 3 cadre didactice, sau 21%, s-au plasat la nivelul inițial, 8 cadre didactice, sau 57%, nu dețin cunoștințe în mass-media.

Cunoașterea cercetărilor din domeniul mass-media – un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul înalt; 3 cadre didactice, sau 21%, s-au plasat la nivelul inițial și 10 cadre didactice, sau 71%, nu dețin cunoștințe în mass-media.

Înțelegerea clară a impactului de comunicare online și a riscurilor online

asupra elevului – 2 cadre didactice, sau 14%, s-au plasat la nivelul înalt, 3 cadre didactice, sau 21%, s-au plasat la nivelul mediu, 4 cadre didactice, sau 29%, s-au plasat la nivelul inițial, iar 5 cadre didactice, sau 36%, nu dețin cunoștințe în mass-media.

Cum înțeleg protecția datelor cu caracter personal, cum pot învăța să se protejeze elevii – doar un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul înalt, 2 cadre didactice, sau 14%, s-au plasat la nivelul mediu, 3 cadre didactice, sau 21%, s-au plasat la nivelul inițial, 8 cadre didactice, sau 57%, nu dețin cunoștințe în mass-media.

Cadrele didactice au fost întrebat despre **impactul informațiilor media și mass-media asupra dezvoltării elevului**. Un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul înalt, 2 cadre didactice, sau 14%, la nivelul mediu, 2 cadre didactice, sau 14%, la nivelul inițial, iar 9 cadre didactice, sau 64%, nu dețin cunoștințe cu privire la impactul informațiilor media și mass-media asupra dezvoltării elevului.

La întrebarea **dacă utilizează canalele mass-media pentru formarea spiritului critic cu privire la mass-media** au fost înregistrate următoarele rezultate: 2 cadre didactice, sau 14%, s-au plasat la nivelul înalt; 3 cadre didactice, sau 21%, s-au plasat la nivelul mediu, 4 cadre didactice, sau 29%, s-au plasat la nivelul inițial, 5 cadre didactice,

sau 36%, nu dețin cunoștințe cu referire la **canalele mass-media** (Figura 5).

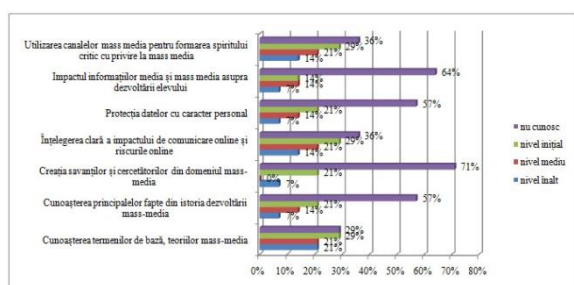
Figura 5. Cunoștințe ale cadrelor didactice în mass-media

În următoarea parte a chestionarului, am intenționat să aflăm nivelul de cunoștințe al cadrelor didactice privind **proiectarea activităților de învățare a mass-media**. Am constatat următoarele: doar 2 cadre didactice, sau 14%, posedă capacitatea de analiză psihopedagogică a informațiilor mass-media, iar 8 cadre didactice, sau 57%, nu dețin cunoștințe de acest fel.

Cu referire la **evaluarea și valorificarea pedagogică a rezultatelor investigațiilor în contextul instruirii axate pe cel ce învață în contextul educației media**, am constatat următoarele: un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul înalt, 2 cadre didactice, sau 14%, la nivelul mediu, 3 cadre didactice, sau 21%, la nivelul inițial, 7 cadre didactice, sau 50%, nu dețin cunoștințe despre **instruirea axată pe cel ce învață în contextul educației media**.

Identificarea metodelor didactice optime pentru educația media prezintă următoarea stare de lucruri: un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul mediu, 3 cadre didactice, sau 21%, sunt la nivelul inițial, 8 cadre didactice, sau 57%, nu dețin cunoștințe în domeniul metodologiei didactice pentru educația media.

În figura 6 este reprezentată **evaluarea produselor media din punct de vedere al realizării principiilor instruirii centrate pe**



cel ce învață. Astfel, un cadru didactic, sau 7%, s-a plasat la nivelul mediu, 2 cadre didactice, sau 14%, sunt la nivelul inițial, 9 cadre didactice, sau 64%, nu dețin cunoștințe despre principiile instruirii centrate pe cel ce învață (Figura 6).

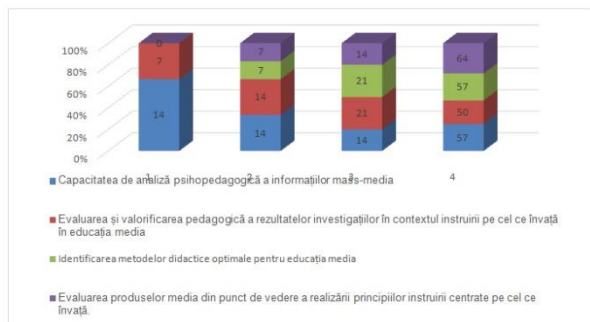


Figura 6. Cunoștințe în aplicarea didacticii în mass-media

Rezultatele chestionarului realizat ne permit să constatăm că atât elevii, cât și cadrele didactice au nevoie de pregătire diferențiată, iar studierea eficientă a mass-mediei necesită o colaborare și comunicare activă a formatorilor și a cadrelor didactice; a cadrelor didactice cu elevii și părinții; a profesorilor cu elevii și un feedback permanent. Formabilii, adică elevii, trebuie să dispună de toate informațiile necesare din domeniul mass-media.

Este necesară centrarea procesului de formare a cadrelor didactice în mass-media pe reorientarea de la conținutul cursului spre finalitățile acestuia și centrarea pe formabil. Luând în considerare diversitatea formabililor, capacitățile lor de învățare, vârsta cadrelor didactice, formabilii trebuie să se „deplaseze” pe trasee diferite, personalizate.

Care este rolul familiei în educația copiilor în domeniul mass-media? Dezvoltarea armonioasă a copilului este preocuparea instituției educative, a societății și a familiei. Majoritatea familiilor sunt interesate de mass-media și atunci când vizionarea emisiunilor pentru copii este aleasă de întreaga familie, există viață în această familie. Prin activitățile desfășurate, mass-media devine un element constitutiv important al educației, care poate pune temelia cunoștințelor profunde în domeniul dat și poate să formeze competențe în domeniul mass-media. În formarea și dezvoltarea competențelor mass-media, un rol deosebit le revine părinților. „Ei au dreptul și datoria de a garanta folosirea prudentă a mijloacelor de comunicare, prin formarea conștiinței la copii de a exprima judecăți sănătoase și obiective, care îi vor călăuzi mai apoi în alegerea sau respingerea opțiunilor disponibile” [11].

În acest sens, părinții doresc să aibă parte de încurajare și asistență din partea instituțiilor educaționale, pentru a putea realiza și asigura educația mass-media în rândul copiilor. Controlul din partea părinților și a cadrelor didactice va reduce riscurile existente în mediul online.

Pentru a înțelege care este atitudinea părinților în formarea și dezvoltarea competențelor mass-media la copiii din ciclul primar, părinților li s-a propus un chestionar, care a inclus un șir de întrebări cu referire la: cunoașterea domeniului de utilizare a TIC;

cunoașterea conceptelor de bază din domeniul mass-media; protecția datelor cu caracter personal; impactul informațiilor media și mass-media asupra dezvoltării elevului; utilizarea canalelor mass-media pentru formarea spiritului critic cu privire la mass-media etc. În chestionare, au participat 27 de părinți din ciclul primar al unui liceu teoretic din municipiul Chișinău.

Prima întrebare adresată părinților s-a referit la faptul dacă ei cunosc ce domeniu al TIC utilizează copiii lor (Tabelul 8).

Tabelul 8. Cunosc părinții ce domeniu al TIC utilizează copiii lor?

1.	În comunicarea online (diferite chatururi)	5	19%
2.	Jocuri	15	56%
3.	Divertisment	13	48%
4.	Rețele de socializare	4	15%
5.	Realizarea temei pentru acasă	7	26%
6.	Învățarea unei limbi	5	19%
7.	Nu știu	4	15%

Menționăm că părinții au ales câte două opțiuni din cele propuse. Astfel, 5 părinți, sau 19% din numărul celor care au fost chestionați, au comunicat: copiii utilizează TIC în comunicarea online; 15 părinți, sau 56%, au comunicat că copiii utilizează TIC în jocuri; 13 părinți, sau 48%, utilizează TIC pentru divertisment; 4 părinți, sau 15%, utilizează TIC pentru a naviga pe rețelele de socializare; 7 părinți, sau 26%,

utilizează TIC în realizarea temei pentru acasă; 5 părinți, sau 19%, utilizează TIC în învățarea unei limbi; 4 părinți, sau 15%, nu știu **ce** domeniu al TIC și cu ce scop îl utilizează copiii lor. (Figura 7).

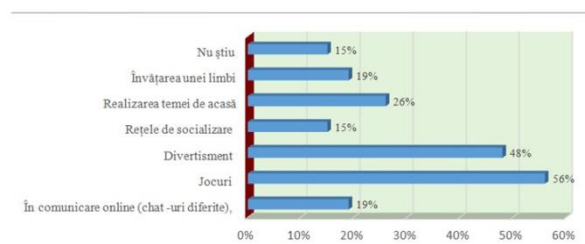


Figura 7. Utilizarea TIC de către copii

Următoarea întrebare a fost dacă părinții cunosc ceva despre protecția datelor cu caracter personal (Tabelul 9).

Tabelul 9. Cunoașteți ce semnifică **datele cu caracter personal**?

1.	Da	18	67%
2.	Nu	9	33%

Rezultatele chestionării ne demonstrează că 18 părinți, sau 67%, cunosc Legea nr. 133 din 08.07.2011 privind datele cu caracter personal. Cu părere de rău, mai mulți părinți (9 părinți, sau 33%) nu cunosc nimic despre datele cu caracter personal.

La întrebarea ce impact au informațiile media și mass-media asupra dezvoltării elevului, 11 părinți, sau 41% din numărul părinților chestionați, au răspuns că știu ce înseamnă **date cu caracter personal**; 8 părinți, sau 25%, n-au observat nici o schimbare; 5 părinți, sau 19%, au răspuns că mass-media

are o influență negativă asupra elevilor mici, iar 4 părinți, sau 15%, au răspuns că nu știu nimic despre semnificația datelor cu caracter personal (Figura 8).

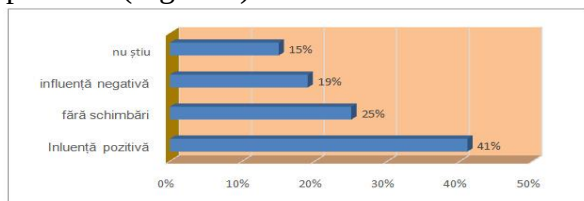


Figura 8. Influența mass-mediei asupra elevului în viziunea părinților

Pentru a crește siguranța mass-media, sunt necesare următoarele activități:

- studierea disciplinei Educație mass-media;
- organizarea discuțiilor interactive, a forumurilor cu formatorii, cu specialiștii în domeniul mass-media, cu voluntarii etc. la cursul de Educație mass-media;
- stabilirea unor „puncte” de contact, de referință, la care elevii ar putea apela, în caz de necesitate;
- organizarea activităților extracurriculare, a activităților de informare și sensibilizare în școli;
- realizarea lecțiilor și activităților cu subiecte legate de mass-media;
- instruirea, formarea/dezvoltarea cadrelor didactice în domeniul mass-media;
- elaborarea și distribuirea resurselor informaționale utile pentru desfășurarea lecțiilor sau activităților cu referire la subiecte legate de mass-media;
- realizarea activităților de informare a cadrelor didactice și a psihologilor

școlari din instituțiile de învățământ cu privire la specificul și protecția cazurilor de abuz în mass-media.

Rezultatele cercetării semnalează necesitatea unificării eforturilor actorilor sociali pentru creșterea gradului de informare, de securitate în ceea ce privește riscurile la care sunt expuși copiii în mediul mass-media, media, dar și în ceea ce privește asigurarea protecției lor.

Acest articol a fost scris în cadrul proiectului „TOWARDS EUROPEAN UNIVERSITY LIFELONG LEARNING MODEL IN MOLDOVA-COMPASS”, co-finanțat de Comisia Europeană, prin programul Erasmus +, Nr. 597889-EPP-1-2018-1-MD-EPPKA2-CBHE-SP.

Bibliografie

- Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с
- Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М.: Ком Книга, 2006. 352 с
1. BARAN, S.J. Introduction to Mass Communication. Boston; New York: McGraw Hill, 2002.
 2. BUCKINGHAM, D. (1990). Media Education: From Pedagogy to Practice. In: Buckingham, D. (Ed.). Watching Media Learning. Making Sense of Media Education. London – New York – Philadelphia: The Falmer Press, pp. 3-15.
 3. BUCKINGHAM, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity Press. 219.
 4. CHUDINOVA, N. 2004, pp. 73-74, În: <https://www.ucl.ac.uk/isd/maintenance#188.131.82.248> (accesat la 12.07.2020).

5. CIUBI, J. et al. Buckingham and Sefton-Green, Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia, 2008.
6. GORSCHI, I. 2000. În: <https://amazfeet.info/kak-zarabotat-na-investicziyah-v-akczii-na-primere-bumag-apple.html> (accesat la 02.03.2020).
7. HANDRABURA, L. Dezvoltarea unei culturi media printr-o educație media adecvată. Centrul pentru Jurnalism Independent. Chișinău, 2016.
8. KUBETY, R. Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives Information and behavior (Том 6).
9. KUBEY, R. Media Literacy in the Information Age, 1997.
10. OZHEGOV, S. The Dictionary of the Russian Language. Moscow, 2008.
11. PALOȘAN, F., Impactul mass-media în educație. În: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Impactul%20mass%20mediei%20in%20educatie.pdf (accesat la 09.06.2020).
12. POTTER, W.J. Media Literacy 5th edition, California: SAGE Publications. 2011.
13. Siguranța copiilor pe internet. Studiu. Centrul de Investigații și Consultanță „SocioPolis”, în parteneriat cu MECC, 2017.
14. SILVERBLATT, A. and ELICEIRI, E.M. London: Greenwood Press, 1997. [Электронный ресурс].
15. SILVERBLATT, A. and ELICEIRI, E.M. Dictionary of Media Literacy. Westport, Connecticut/A. Silverblatt, E.M. Enright Eliceiri. – London: Greenwood Press, 1997.
16. TRIȘINA, S.V. Социальная занятость, 2005. În: <https://mdl.donau-ni.ac.at/edtech-research/> (accesat la 12.06.2020).
17. TULODZIECKI, G. et al. (2000): Medienerziehung in der Grundschule. Grundlagen, empirische Befunde und Empfehlungen zur Situation in Schule und Lehrerbildung. Opladen: Leske + Budrich. În: Google Scholar.
18. ЗМАНОВСКАЯ, Н.В. Формирование медиа-коммуникативной образованности будущих учителей. Автореф. дис. канд. пед. наук. Красноярск, 2004.
19. КОСТИНА, А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества, издательство Либроком, 2020.
20. ФЕДОРОВ А.В. Медиаобразование: творческие задания для студентов и школьников. În: Инновации в образовании. 2006. N 4, с. 175-228.