Cofinanțat de Uniunea Europeană

VIBE

YOUNG VOICES INSPIRING ACTIVE CITIZENSHIP
ERASMUS-YOUTH-2025-CB-101242150

GHID PRACTIC PENTRU LUCRĂTORII DE TINERET ÎN DOMENIUL STORYTELLINGULUI



Cofinanțat de Uniunea Europeană

GHID PRACTIC PENTRU LUCRĂTORII DE TINERET ÎN DOMENIUL STORYTELLINGULUI

IULIE 2026

Creat de: FECE, VisMed, YIC, MilleniuM

Declinarea responsabilității: Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile și punctele de vedere exprimate aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă în mod necesar opiniile Uniunii Europene sau ale Comisiei Europene. Nici Uniunea Europeană, nici autoritatea finanțatoare nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Cofinanțat de Uniunea Europeană

CUPRINS

1 Introducere

2 Gândire critică și alfabetizare media

3 Storytelling și implicare în comunitate

4 Concluzie

Introducere

Acest ghid practic oferă lucrătorilor de tineret metode accesibile pentru a-i familiariza pe tineri cu alfabetizarea media și gândirea critică prin storytelling și implicare în comunitate. Prin jocuri de rol captivante și metode care stimulează gândirea critică și soluționarea problemelor, participanții își dezvoltă o înțelegere mai profundă a alfabetizării media, devin mai conștienți de aspectele sociale și politice și învață cum să aplice aceste competențe în situații practice.

Obiectivul principal este dezvoltarea competențelor necesare pentru facilitarea discuțiilor, încurajarea dialogului și stimularea gândirii critice. Acest lucru contribuie la coeziunea socială, pace și promovarea valorilor UE și, totodată, le oferă lucrătorilor de tineret competențele necesare pentru a se implica activ în viața comunității. Ghidul practic pune accent pe dezvoltarea abilităților de leadership și pe promovarea unor atitudini etice față de problemele societății.

De ce a fost elaborat acest ghid practic?

Tinerii au perspective, experiențe de viață și nevoi diferite, care trebuie recunoscute și respectate ori de câte ori sunt luate decizii care îi afectează. Sprijinirea eficientă a tinerilor presupune crearea unor medii sigure, incluzive și care îi încurajează să se simtă ascultați, apreciați și capabili să producă schimbări. La fel de important este să sprijinim tinerii să își facă vocea auzită, să își dezvolte abilitățile de leadership și competențele necesare pentru a avea un rol activ în viața comunității. Încurajarea tinerilor să își împărtășească ideile le consolidează încrederea în sine, le dezvoltă gândirea critică și stimulează participarea activă. Totodată, îi sprijină să devină cetățeni responsabili și promotori ai valorilor democratice și europene. Adulții, profesorii și liderii comunitari au un rol esențial prin ascultarea atentă a tinerilor, oferirea de îndrumare și asigurarea faptului că perspectivele acestora nu doar sunt auzite, ci și luate în considerare.

Acest ghid practic abordează storytellingul, alfabetizarea media, gândirea critică și participarea activă la viața comunității ca instrumente esențiale pentru capacitarea tinerilor în societatea actuală, bogată în informații. Prin storytelling, tinerii își pot împărtăși perspectivele și pot crea narațiuni care reflectă realitățile lor. Dezvoltarea alfabetizării media îi ajută să evalueze critic informațiile, să recunoască prejudecățile și părtinirile și să navigheze responsabil în spațiul digital. Împreună cu abilitățile de gândire critică, aceste competențe contribuie la luarea unor decizii informate și la o implicare semnificativă.

Încurajarea participării active îi ajută pe tineri să ia inițiativă, să contribuie la dezvoltarea comunităților lor și să devină cetățeni responsabili și reflexivi. Abordările de învățare nonformală și informală (NFIL) oferă metode flexibile, participative și practice, care îi ajută pe tineri să își dezvolte gândirea critică, lucrul în echipă și abilitățile de comunicare.

Prin aceste abordări, tinerii sunt încurajați să își exprime opiniile, să își înțeleagă drepturile și responsabilitățile și să își asume roluri active în calitate de membri implicați și lideri de opinie în comunitățile lor.

Concepția acestui ghid practic urmărește să sprijine tinerii să devină lideri de opinie și participanți activi la procesele democratice. Instrumentele incluse sunt direct legate de tehnicile de storytelling și contribuie la dezvoltarea cunoștințelor și abilităților necesare pentru pregătirea tinerilor în această direcție. Astfel, prin oferirea de idei și metode pentru dezvoltarea acestor calități și competențe, lucrătorii de tineret și formatorii își vor putea organiza activitatea ca parte a unui proces amplu de dezvoltare a competențelor profesionale.

Acest ghid practic se bazează pe experiența organizațiilor partenere din patru țări și oferă îndrumare pas cu pas pentru a deveni un membru informat, responsabil și implicat al comunității, la nivel local, național sau global.

Cum este organizat acest ghid practic?

Ghidul practic este structurat în patru teme principale, fiecare corespunzând tematicilor proiectului VIBE. Acestea includ gândirea critică și alfabetizarea media și informațională, storytellingul și implicarea în comunitate.

Fiecare temă include mai multe instrumente de formare, concepute sub forma unor jocuri de rol axate pe lucrul în echipă, care contribuie la dezvoltarea cunoștințelor și abilităților specifice fiecărui subiect. Fiecare instrument este însoțit de instrucțiuni pas cu pas pentru formatori, care descriu pregătirea, materialele necesare și modul de implementare.
Pentru fiecare instrument sunt prezentate următoarele elemente

- Competențe și concepte vizate
- Obiective
- Materiale necesare
- Instrumente și surse
- Durata
- Numărul de participanți
- Descriere
- Întrebări pentru reflecție și debriefing
- Materiale suport / fișe pentru participanți

Gândire critică și alfabetizare media

În cadrul acestei teme este prezentat cadrul teoretic și sunt evidențiate principalele concepte legate de gândirea critică și alfabetizarea media. Prin jocuri de rol și metode interactive, participanții la formare își însușesc termenii-cheie și modul în care aceștia pot fi aplicați. Instrumentele selectate oferă îndrumări practice privind elementele esențiale pentru construirea unor comunități incluzive, democratice și bazate pe respectarea drepturilor.

Diferitele instrumente propun strategii și exerciții menite să încurajeze implicarea semnificativă și respectuoasă în luarea deciziilor la nivel de grup și comunitate. Secțiunea prezintă instrumente și platforme digitale care contribuie la consolidarea implicării civice, aprofundarea cunoștințelor despre procesele democratice și promovarea egalității de șanse și a unor legături mai puternice în cadrul comunității.



1. Alfabetizarea media în acțiune: de la conștientizare la context

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică • Alfabetizare media • Jurnalism cetățenesc • Comunicare și lucru în echipă • Storytelling și structurarea mesajului
Obiective	• Familiarizarea participanților cu momente-cheie din istoria jurnalismului și cu evoluția mass-mediei până în prezent • Prezentarea principalelor modele de storytelling • Stimularea gândirii critice cu privire la importanța contextului și a imaginii de ansamblu în perceperea știrilor • Dezvoltarea abilităților de recunoaștere a manipulării emoționale și a abordărilor senzaționaliste în titluri • Stimularea discuțiilor argumentate despre modul în care prezentarea informației în mass-media influențează atitudinile publicului
Materiale necesare	Foi A4, markere colorate, pixuri, un săculeț mic, cronometru/telefon pentru măsurarea timpului, foarfece
Instrumente, surse	Întrebările și răspunsurile pentru facilitator din jocul „Bingo”
Durată	85-90 de minute
Număr de participanți	10-20 participanți
Materiale suport	Fișe de Bingo „Bingo de jurnalism”, lista tipărită cu numerele de la 1 la 16, scenariile tipărite: „În căutarea contextului lipsă”, cazul „Keanu Reeves”

Descriere

Activitatea este împărțită în două părți.

Partea 1: Bingo de jurnalism (30 min.)

Participanții sunt împărțiți în două echipe. Fiecare echipă primește o fișă de bingo tipărită, cu 16 căsuțe, și un marker de o culoare diferită. Facilitatorul are un săculeț mic cu numere decupate de la 1 la 16, propria fișă „Bingo de jurnalism" și o listă de întrebări ale căror numere corespund căsuțelor de pe fișa de bingo.

Unul dintre participanți extrage un număr, iar facilitatorul citește întrebarea corespunzătoare, împreună cu cele trei variante de răspuns, apoi pune deoparte numărul extras. Echipele răspund pe rând la fiecare extragere. Dreptul de a răspunde îi revine primului participant din echipa aflată la rând care ridică mâna. Participanții răspund individual, fără să se consulte cu echipa, având la dispoziție 30 de secunde.

Dacă răspunsul este corect, ambele echipe marchează căsuța cu culoarea echipei câștigătoare. Prima echipă care completează un rând întreg, pe orizontală sau pe verticală, strigă „Bingo!" și primește 1 punct bonus. Totuși, strigarea „Bingo!" nu încheie jocul.

Facilitatorul continuă extragerea numerelor până când sunt parcurse toate cele 16 întrebări, astfel încât toate informațiile educaționale să fie prezentate. Fiecare răspuns corect aduce echipei 1 punct. La finalul celor 16 runde, câștigă echipa cu cel mai mare punctaj total, calculat din răspunsurile corecte și punctul bonus pentru Bingo.

Partea 2: Studiu de caz în echipă „În căutarea contextului lipsă" (40 min.)

Facilitatorul reorganizează participanții în trei grupuri noi, fiecare primind un text tipărit cu o versiune diferită a aceluiași caz — cu informații minime, parțiale sau complete. Grupurile nu știu că lucrează asupra aceleiași povești, ci doar că au primit niveluri diferite de detaliere.

Sarcina fiecărei echipe este să citească scenariul primit și să pregătească răspunsuri la aceleași trei întrebări (15 min.). Un reprezentant al fiecărui grup prezintă mai întâi titlul formulat de echipă (Întrebarea 3), apoi răspunsurile la celelalte două întrebări.

Abia după ce toate cele trei grupuri și-au prezentat pozițiile, facilitatorul dezvăluie faptul că este vorba despre aceeași poveste, însă anumite detalii au fost omise în mod intenționat. Apoi, facilitatorul invită fiecare grup să își citească scenariul cu voce tare. Urmează o discuție despre rolul contextului în formarea opiniei publice (20 min.).

Opțional: În încheiere, facilitatorul prezintă două modalități diferite de relatare a aceluiași caz real — cazul „Keanu Reeves" — una senzaționalistă și una obiectivă, pentru a ilustra modul în care selecția faptelor influențează percepția cititorului (5 min.).

Facilitatorul sintetizează principalele concluzii:

- Alfabetizarea media începe cu întrebarea: „Ce nu știu încă despre această poveste?"
- Gândirea critică este instrumentul care ne ajută să distingem zgomotul emoțional de realitatea obiectivă.
- Informația fără context nu este doar incompletă, ci poate deveni manipulatoare. Lipsa detaliilor poate transforma o victimă într-un vinovat și invers.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Ce informație v-a surprins cel mai mult astăzi și de ce?
- Care întrebare din „Bingo de jurnalism" vi s-a părut cea mai interesantă și de ce?
- Credeți că ajungem frecvent victime ale lipsei de context atunci când citim știri scurte sau titluri?
- Credeți că mass-media omit intenționat anumite detalii sau pur și simplu nu dispun de suficiente informații?
- Care este responsabilitatea noastră personală, ca jurnaliști cetățenești, înainte de a apăsa butonul „Distribuie"?
- Dacă mâine ar dispărea toate instituțiile media, cine ar mai spune poveștile?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Întrebările și răspunsurile pentru Bingo

Întrebarea 1: De câte ori tipărea mai repede presa tipografică a lui Gutenberg comparativ cu scrierea de mână?
A) de 10 ori B) de 100 de ori C) de 1.000 de ori
Răspuns corect: C) de 1.000 de ori

Întrebarea 2: Potrivit cercetărilor, de câte ori se răspândesc mai repede știrile false pe X (Twitter) comparativ cu cele adevărate?
A) de 2 ori B) de 6 ori C) de 10 ori
Răspuns corect: B) de 6 ori

Întrebarea 3: Ce semnifică primul „A" din modelul de redactare AIDA?
A) Atenție B) Analiză C) Acțiune
Răspuns corect: A) Atenție

Întrebarea 4: Care dintre următoarele canale NU este specific jurnalismului cetățenesc?
A) Blog personal B) Transmisiune live pe Facebook C) Jurnal de știri la televiziunea națională
Răspuns corect: C) Jurnal de știri la televiziunea națională

Întrebarea 5: Ce a contribuit în principal la dezvoltarea jurnalismului cetățenesc pe Internet la sfârșitul anilor 1990?
A) E-mailul B) Forumurile online C) Blogurile
Răspuns corect: C) Blogurile

Întrebarea 6: Când a apărut primul ziar cotidian tipărit din lume?
A) 1605 B) 1702 C) 1833
Răspuns corect: B) 1702
Notă: Primul ziar cotidian din lume se numea „The Daily Courant" și a început să fie publicat la Londra în anul 1702. Un fapt interesant este că fondatoarea și prima sa editoare a fost o femeie — Elizabeth Mallet.

Întrebarea 7: Aproximativ câte fișiere deepfake au circulat pe internet în 2023?
A) aproximativ 2.000.000 B) aproximativ 500.000 C) aproximativ 100.000
Răspuns corect: B) aproximativ 500.000

Întrebarea 8: Ce înseamnă abrevierea „PAS" în storytellingul jurnalistic?
A) Prezintă – Argumentează – Sintetizează B) Publică – Analizează – Selectează C) Problemă – Amplificare – Soluție
Răspuns corect: C) Problemă – Amplificare – Soluție

Întrebarea 9: Aproximativ câte miliarde de dolari costă dezinformarea economia globală în fiecare an?
A) 78 de miliarde B) 200 de miliarde C) 12 miliarde
Răspuns corect: A) 78 de miliarde

Întrebarea 10: Poate un jurnalist cetățenesc să fie tras la răspundere penală pentru defăimare?
A) Nu, deoarece nu este jurnalist profesionist B) Doar dacă are mai mult de 1.000 de urmăritori C) Da, legea se aplică tuturor cetățenilor
Răspuns corect: C) Da, legea se aplică tuturor cetățenilor

Întrebarea 11: Care mijloc de informare în masă este cunoscut drept „a șaptea putere”?
A) Radioul B) Presa scrisă C) Televiziunea
Răspuns corect: B) Presa scrisă

Întrebarea 12: Câte articole a publicat inteligența artificială a The Washington Post în primul său an de activitate, în timpul Jocurilor Olimpice de la Rio?
A) Aproximativ 50 B) Aproximativ 200 C) Peste 850
Răspuns corect: C) Peste 850

Întrebarea 13: Care element se află în centrul unui storytelling de calitate?
A) Lungimea textului B) Povestea umană și emoția C) Tonul textului
Răspuns corect: B) Povestea umană și emoția

Întrebarea 14: Ce aplicație a devenit principala sursă de știri în rândul tinerilor în ultimii doi ani?
A) LinkedIn B) Snapchat C) TikTok
Răspuns corect: C) TikTok

Întrebarea 15: Ce înseamnă termenul „echo chamber” („cameră de ecou”)?
A) O defecțiune tehnică într-un studio de televiziune B) Un spațiu destinat înregistrării știrilor radio C) Un mediu în care auzim doar opinii similare cu ale noastre
Răspuns corect: C) Un mediu în care auzim doar opinii similare cu ale noastre

Întrebarea 16: Ce înseamnă „fact-checking”?
A) Redactarea unui articol de opinie personală B) Procesul de verificare a corectitudinii informațiilor C) Ștergerea comentariilor care nu ne plac
Răspuns corect: B) Procesul de verificare a corectitudinii informațiilor

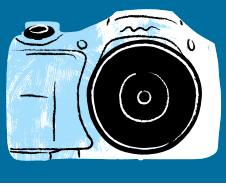
Fișa 1

BINGO DE JURNALISM





1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16





Fișa 2

1	2	3	4
5	6	7	8
9	10	11	12
13	14	15	16

Fișa 3

Scenarii: În căutarea contextului lipsă

Scenariul 1 – Informații minime (Echipa 1)
Un tânăr de 21 de ani a fost reținut de agenții de securitate ai unui supermarket după ce a fost prins furând produse alimentare. Valoarea bunurilor furate era de aproximativ 15 euro. Cazul a fost transmis poliției.

Scenariul 2 – Informații parțiale (Echipa 2)
Un tânăr de 21 de ani a fost reținut de agenții de securitate ai unui supermarket după ce a fost prins furând produse alimentare în valoare de aproximativ 15 euro. Cazul a fost transmis poliției. Potrivit martorilor, tânărul locuiește singur și și-a pierdut recent locul de muncă. Nu s-a opus în momentul reținerii și și-a cerut scuze față de angajați.

Scenariul 3 – Informații complete (Echipa 3)
Un tânăr de 21 de ani a fost reținut de agenții de securitate ai unui supermarket după ce a fost prins furând produse alimentare în valoare de aproximativ 15 euro. Cazul a fost transmis poliției. Tânărul locuiește singur și a abandonat studiile universitare în urmă cu două luni, deoarece nu își mai putea permite taxa pentru studiile cu plată. La scurt timp după aceea, și-a pierdut și locul de muncă part-time. Părinții săi se confruntă, de asemenea, cu dificultăți financiare, iar el nu le-a cerut ajutorul pentru a nu-i împovăra și mai mult. În ziua incidentului, nu mai avea mâncare acasă de două zile. Nu s-a opus în momentul reținerii și și-a cerut scuze față de angajați.

Cele trei întrebări (identice pentru toate grupurile):

Întrebarea 1: Cum l-ați descrie pe tânăr — ca pe o victimă a circumstanțelor sau ca pe o persoană care a ales în mod conștient să încalce legea? De ce?
Întrebarea 2: Ce credeți că ar fi corect să i se întâmple — să fie sancționat, să primească sprijin sau altceva?
Întrebarea 3: Dacă ați fi jurnalist și ar trebui să relatați acest caz folosind doar informațiile pe care le aveți, ce titlu ați formula?

Handout 4

Cazul „Keanu Reeves”

Opțiunea 1: Jurnalism tabloid/senzaționalist (Accent pe senzație și dramă)
Titlu: „TRAGEDIE: Keanu Reeves este de nerecunoscut! Actorul a rămas singur și fără adăpost pe străzi?”
Abordare: Este folosită o fotografie realizată de paparazzi în care actorul apare stând singur pe o bancă și mâncând un sandviș. Titlul sugerează depresie, faliment sau o dramă personală pentru a provoca șoc și a atrage cât mai multe accesări.

Opțiunea 2: Presă serioasă (Fapte și context)
Titlu: „Keanu Reeves a fost surprins luând prânzul în parc, în timpul unei pauze de la filmări.”
Abordare: Textul explică faptul că actorul preferă pur și simplu o viață liniștită și își petrece adesea timpul ca un cetățean obișnuit. Fără dramă, fără senzaționalism — doar faptul că ia prânzul.



Sursa foto: https://www.vanityfair.com/style/2019/12/sad-keanu-sad-affleck-2010s

2. Dincolo de cadru: Gândirea critică prin 6 perspective

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică • Alfabetizare media • Verificarea faptelor • Comunicare și lucru în echipă • Analiza studiilor de caz din mass-media
Obiective	• Dezvoltarea gândirii critice prin analizarea unor perspective diferite • Demonstrarea modului în care lipsa contextului poate conduce la concluzii pripite • Dezvoltarea abilităților de recunoaștere a riscurilor și beneficiilor inteligenței artificiale în spațiul digital • Stimularea lucrului în echipă, a empatiei și a dezbaterilor structurate
Materiale necesare	Foi A4, pixuri, cronometru/telefon pentru măsurarea timpului, foarfece, laptop, proiector, notițe adezive
Instrumente, surse	Imaginea A afișată (cadru decupat) și imaginea B (imaginea completă) Metoda „Șase pălării gânditoare” a lui Edward de Bono
Durată	80–90 de minute
Număr de participanți	10–20 de participanți
Materiale suport	Imaginea A afișată (cadru decupat) și imaginea B (imaginea completă), cartonașe cu roluri

Descriere

Activitatea este împărțită în două părți.

Partea 1: În afara cadrului (capcana câinelui pentru minte) (15 min.)

Facilitatorul oferă fiecărui participant câte o notiță adezivă și un pix și proiectează imaginea A (cadru decupat), solicitând tuturor să răspundă individual la două întrebări simple: 1.Ce se întâmplă în fotografie? (la ce se uită câinele, ce face etc.) — într-o singură propoziție; 2.Cum se simte câinele? (jucăuș, fericit, speriat etc.) — într-un singur cuvânt. Participanții au la dispoziție 1 minut.

Facilitatorul colectează apoi rapid toate notițele, le lipește pe perete sau pe tablă, astfel încât să fie vizibile pentru toți, și citește cu voce tare câteva dintre răspunsurile cele mai diferite sau cele care se repetă cel mai des și care reflectă percepția generală a grupului. Imediat după aceea, facilitatorul schimbă imaginea și afișează imaginea B (imaginea completă), în care câinele sare după o minge de tenis. După un scurt moment pentru reacția participanților, facilitatorul moderează o discuție despre modul în care lipsa contextului ne poate induce în eroare. Facilitatorul subliniază ideea principală: în mediul digital, instituțiile media ne expun adesea la imagini decupate, citate scoase din context sau titluri incomplete, care pot declanșa reacții emoționale imediate înainte ca gândirea critică să intervină.

Scopul principal al acestei etape introductive este de a sparge gheața printr-un experiment vizual relaxat și, în același timp, de a demonstra în mod practic importanța esențială a gândirii critice, realizând o tranziție logică și firească spre studiul de caz din etapa următoare.

Partea 2: Studiu de caz în echipă „O capcană pentru câini... și oameni” (45 min.)

Facilitatorul începe cu o scurtă prezentare teoretică a metodei „Șase pălării gânditoare” a lui Edward de Bono, care va fi utilizată în cadrul activității (5 minute), adresându-se grupului astfel:

„Această metodă cunoscută, creată de Dr. Edward de Bono în 1985, ne ajută să depășim modul tradițional de argumentare, analizând problemele din șase perspective diferite. Fiecare culoare reprezintă un rol și o perspectivă specifică: alb — se concentrează pe fapte, roșu — pe emoții și intuiție, negru — pe riscuri și critică, galben — pe aspecte pozitive și optimism, verde — pe creativitate și idei noi, iar albastru — coordonează întregul proces de gândire. Pentru activitatea noastră, în locul pălăriilor propriu-zise, am pregătit cartonașe colorate cu roluri, care vă reamintesc clar descrierea rolului vostru, astfel încât nu trebuie să vă faceți griji dacă uitați unele detalii.”

Facilitatorul le explică apoi participanților că vor fi împărțiți în trei echipe (opțional, componența grupurilor poate fi schimbată față de etapa anterioară, pentru a dinamiza activitatea) și atribuie aleatoriu fiecărei echipe una dintre cele trei perechi de roluri pregătite în prealabil: alb și roșu, negru și galben, verde și albastru. Echipele se pot împărți în două subgrupuri mai mici, fiecare asumându-și una dintre „pălăriile" atribuite. Astfel, participanții pot construi împreună o argumentare mai complexă și analizată din mai multe perspective.

Facilitatorul distribuie copiile tipărite ale studiului de caz „O capcană pentru câini... și oameni" și le cere echipelor să intre în rolurile atribuite. Participanții au la dispoziție 15–20 de minute pentru lucru în echipă, analizând povestea prin perspectiva specifică rolului lor: ce urmărește acel rol în narațiune, ce întrebări ar formula și ce răspunsuri ar oferi. Toate argumentele sunt notate pe hârtie, după care urmează etapa finală (15–20 min.), în care fiecare echipă desemnează un singur reprezentant pentru a-și prezenta argumentarea. Facilitatorul încheie procesul printr-o discuție despre perspectivele contrastante și diferențele dintre rolurile asumate.

Facilitatorul sintetizează principalele concluzii:

- Adevărul nu este niciodată unilateral, iar pentru a înțelege imaginea de ansamblu trebuie să ne schimbăm în mod activ perspectiva și să analizăm situația din roluri diferite.
- Inteligența artificială poate genera falsuri extrem de convingătoare, ceea ce face ca gândirea critică și alfabetizarea media să fie mai importante ca niciodată.

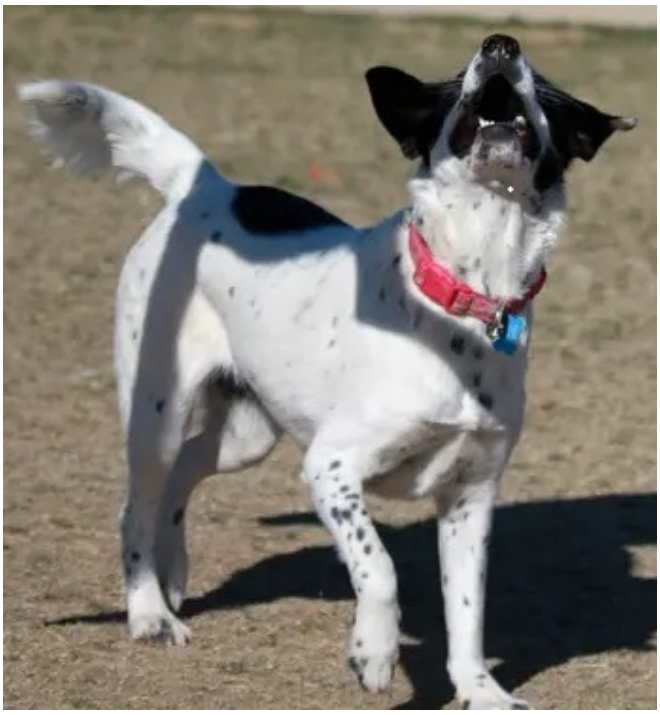
Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Ce informație v-a surprins cel mai mult astăzi și de ce?
- Dacă ați fi întâlnit pe rețelele sociale imaginea câinelui legat, care ar fi fost prima voastră reacție înainte de această activitate? Ați fi distribuit-o?
- Care rol (culoare) vi s-a părut cel mai dificil de asumat și de ce?
- Credeți că gândirea critică este o abilitate care poate fi dezvoltată și exersată prin practică sau este mai degrabă o calitate înnăscută — fie o ai, fie nu?
- Considerați că, în lumea de astăzi, gândirea critică a trecut de la o calitate utilă la o abilitate absolut esențială pentru a ne orienta în societate?
- Într-o lume în care inteligența artificială (IA) poate genera falsuri perfecte, în cine și în ce putem avea cu adevărat încredere?

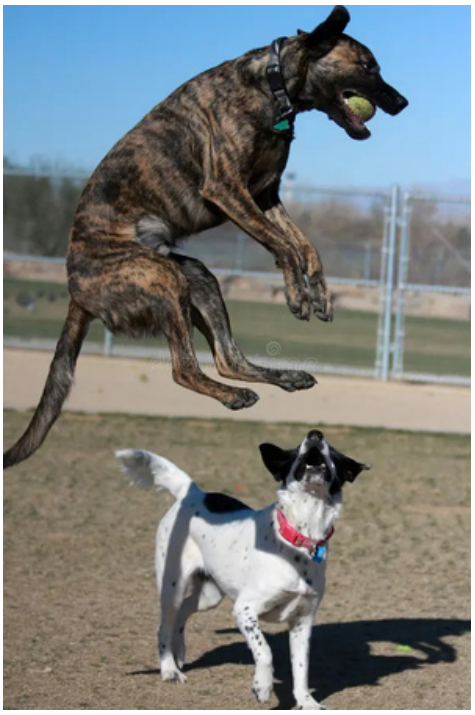
Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Imaginea B
(imaginea completă)



Imaginea A
(cadru decupat)



Fișa 1

Studiu de caz: „O capcană pentru câini... și oameni”

În timpul unei furtuni puternice și al unei viituri rapide într-un mare oraș european, o imagine cu un câine îngrozit, legat de un stâlp în mijlocul apelor în creștere, devine virală pe rețelele sociale. Descrierea imaginii spune: „Oamenii fug și se salvează, abandonându-i pe cei mai nevinovați! Distribuiți masiv pentru a-l găsi pe proprietarul crud!” În doar câteva ore, postarea acumulează mii de distribuiri, iar în secțiunea de comentarii izbucnește un val de indignare online, îndreptat împotriva locuitorilor orașului și a presupusei lor lipse de umanitate.

A doua zi, se dovedește că imaginea fusese generată în întregime cu ajutorul inteligenței artificiale (IA) de către un cont din străinătate, exclusiv pentru a atrage urmăritori. În realitate, evacuarea din oraș fusese foarte bine organizată și niciun animal nu fusese rănit. Cu toate acestea, înainte ca adevărul să iasă la iveală, povestea ajunsese deja pe site-uri regionale de știri, care o republicaseră ca fapt cert, fără nicio verificare de bază.

Fișa 2

Sunteți complet obiectivi, concentrându-vă exclusiv pe fapte concrete, date și informații verificate.

? Întrebare de ghidare: ?

Ce informații certe avem și ce date ne lipsesc?

Vă exprimați exclusiv prin emoții, intuiție și instincte, fără a avea nevoie de logică.

? Întrebare de ghidare ?

Ce emoții declanșează acest scandal și de ce au reacționat oamenii atât de puternic?

Sunteți pesimiști și căutați punctele slabe, pericolele ascunse și riscurile potențiale.

? Întrebare de ghedare ?

Care sunt riscurile pe termen lung ale unei astfel de dezinformări generate de IA pentru societate?

Sunteți optimiști convinși și căutați beneficiile logice și rezultatele pozitive.

? Întrebare de ghidare ?

Există și o parte pozitivă în reacția oamenilor și ce lecție valoroasă ne oferă acest caz?

Sunteți motorul creativ al echipei, gândiți în afara tiparelor și propuneți alternative și soluții noi.

? Întrebare de ghidare ?

Ce soluție inovatoare sau campanie putem propune pentru a-i învăța pe tineri să recunoască înșelătoriile generate cu ajutorul IA?

Sunteți facilitatorul și coordonatorul procesului, observați desfășurarea activității, sintetizați ideile și evidențiați principalele concluzii.

? Întrebare de ghidare ?

Ce ne învață acest caz despre alfabetizarea media digitală în prezent?

3. Arhitecții haosului: de la sabotaj la apărare

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică și alfabetizare media • Comunicare și lucru în echipă • Tactici de apărare digitală • Tehnici de dezinformare
Obiective	• Familiarizarea participanților cu metoda de brainstorming invers într-un mod dinamic • Vizualizarea elementelor dezinformării: text, conținut vizual și canale de distribuire • Stimularea gândirii creative și critice prin asumarea rolului „personajului negativ” • Dezvoltarea unor reguli practice și aplicabile pentru protecția digitală în viața de zi cu zi
Materiale necesare	Notițe adezive, pixuri, markere de diferite culori, foi de flipchart (cel puțin 6 foi), cronometru/telefon pentru măsurarea timpului
Instrumente, surse	Articol cu o scurtă prezentare a metodei „brainstorming invers” – pentru facilitatori
Durată	80–90 de minute
Număr de participanți	10–20 de participanți

Descriere

Activitatea este împărțită în două părți principale.

Partea 1: Misiunea „Sabotaj” (25 min.)

Facilitatorul începe cu o scurtă prezentare teoretică a metodei „brainstorming invers”, care va fi utilizată în cadrul activității (5 min.). Acesta explică faptul că, pentru desfășurarea activității, fiecare participant va avea nevoie de notițe adezive și un pix, iar în trei colțuri diferite ale sălii vor fi amplasate dinainte câte o foaie mare de flipchart, pentru a evita aglomerarea.

Facilitatorul le cere participanților să se împartă în perechi, precizând că, dacă numărul total de participanți este impar și cineva rămâne fără partener, acesta va fi adăugat imediat ca al treilea membru într-una dintre perechi. Apoi, facilitatorul se adresează grupului:

„Astăzi vom întoarce regulile jocului pe dos folosind metoda de brainstorming invers. În loc să ne gândim cum să rezolvăm o problemă, vom învăța mai întâi cum să o creăm. Veți intra în rolul unor sabotori digitali, hackeri și troli. Imaginați-vă că scopul vostru este să concepeți cea mai eficientă, amplă și periculoasă campanie de dezinformare de pe internet, astfel încât întreaga societate să vă creadă imediat și să se instaleze haosul. În cele trei colțuri ale sălii vedeți cele trei foi de flipchart care alcătuiesc o știre: «Titlu și text», «Conținut vizual» și «Distribuire și trucuri». Înainte de a merge la ele, aveți la dispoziție 5 minute, la locurile voastre, pentru a vă gândi individual și a vă nota ideile inițiale pe notițele adezive. După aceea, sarcina voastră, în perechi, va fi să treceți pe la toate cele trei colțuri și să lipiți ideile voastre. O condiție esențială este ca ideile de pe foi să nu se repete! Înainte de a lipi notița, citiți ce au scris colegii înaintea voastră — dacă ideea există deja, trebuie să veniți cu una nouă."

Dacă grupurilor le este dificil să genereze idei, facilitatorul poate oferi câteva exemple pentru stimularea gândirii, precum: titluri clickbait, manipulare emoțională, citate false atribuite experților, imagini editate în Photoshop sau rețele de conturi false. După ce participanții își notează individual ideile (5 min.), urmează partea practică și dinamică a activității (10 min.). Perechile se deplasează între cele trei colțuri, își discută ideile, citesc ce au scris ceilalți și lipesc notițele în categoria corespunzătoare, de exemplu: „ȘOC ȘI SENZAȚIE" la categoria „Titlu și text", „deepfake generat cu IA" la „Conținut vizual" sau „boți plătiți" la „Distribuire și trucuri". În ultimele 5 minute, participanții revin la locurile lor, iar facilitatorul citește cu voce tare câteva dintre cele mai creative sau absurde trucuri de pe foi și moderează o scurtă discuție despre cât de ușor poate fi construită o minciună în mediul digital.

Partea 2: Construirea unui zid de siguranță digitală (40 min.)

The facilitator explains that it is time for the second part of the activity - transforming the risks and manipulations into concrete defence strategies. To do this, the participants merge into 3 teams (depending on the total number of people), with each team choosing one of the three sheets with sticky notes (flipcharts) from the previous phase and receiving a new, blank sheet of flipchart paper, coloured markers and pens. The facilitator guides the teamwork with the following words (5 min.):

„Până acum ați fost sabotori digitali și ați văzut cât de ușor pot fi construite minciunile. Acum însă revenim de partea adevărului și a alfabetizării media. Fiecare echipă va lua una dintre foile cu notițe adezive (flipcharturile) din colțurile sălii. Sarcina voastră este să analizați trucurile adunate și să găsiți modalități prin care acestea pot fi blocate sau contracarate. Pe noua foaie de flipchart trebuie să notați regulile de aur pentru apărare, păstrând același titlu al categoriei («Titlu și text», «Conținut vizual» sau «Distribuire și trucuri»). Pentru ca activitatea să fie mai interesantă, vă sugerez să nu scrieți doar text, ci să vă vizualizați și să vă desenați ideile folosind markerele. Puteți desena scuturi, filtre, lupe și alte simboluri. Aveți la dispoziție 20 de minute pentru lucrul în echipă."

După încheierea lucrului în echipă (20 min.), urmează partea finală (15 min.). Reprezentanții desemnați ai fiecărei echipe vin în fața grupului, își prezintă soluțiile grafice pentru alfabetizarea media și așază cele trei foi de flipchart una lângă alta, pe perete sau pe podea.
Astfel, cele trei componente sunt reunite vizual într-un singur „Zid al siguranței digitale".

Facilitatorul sintetizează principalele concluzii:

- Fiecare dintre noi alege dacă să fie un arhitect al haosului sau un protector al spațiului digital. Micile alegeri pe care le facem în fiecare zi pot avea un impact semnificativ.
- Metoda de „brainstorming invers" ne arată cât de ușor pot fi create minciunile pe internet; însă, odată ce le înțelegem mecanismul, putem construi în mod conștient strategii eficiente de apărare.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Ce v-a surprins cel mai mult astăzi și de ce?
- Care dintre cele trei categorii — „Titlu și text", „Conținut vizual" și „Distribuire și trucuri" — vi s-a părut cel mai ușor de manipulat și de ce?
- Dacă ar trebui să alegeți o singură notiță adezivă de pe zid, care credeți că are cea mai mare putere de a provoca panică în masă în doar câteva ore?
- Atunci când ați transformat „sabotajele" în „reguli de apărare", ce vi s-a părut cel mai dificil?
- După ce ați fost atât creatori de minciuni, cât și arhitecți ai apărării, care credeți că este cea mai importantă competență de alfabetizare media pentru a evita manipularea?
- Dacă ați putea transforma una dintre regulile voastre de aur într-o „superputere" automată în mintea fiecărei persoane, pe care ați alege-o?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

4. Inteligența artificială în jurnalism: oportunitate sau amenințare?

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică • Alfabetizare media • Standarde etice în jurnalism • Comunicare și lucru în echipă
Obiective	• Stimularea gândirii critice privind rolul inteligenței artificiale în mass-media • Familiarizarea participanților cu cazuri reale de utilizare necorespunzătoare a IA în jurnalism • Dezvoltarea abilităților de a distinge conținutul credibil de cel manipulator • Stimularea discuțiilor argumentate pe teme actuale din domeniul mass-media
Materiale necesare	Foi A4, pixuri, cronometru/telefon pentru măsurarea timpului
Durată	90–100 de minute
Număr de participanți	15–25 de participanți
Materiale suport	Studiu de caz „Schumacher: Primul interviu (i)real”

Descriere

Activitatea este împărțită în trei părți.

Partea 1: Adevăr sau minciună? (15 min.)

Facilitatorul citește cu voce tare trei afirmații legate de utilizarea inteligenței artificiale în jurnalism: două sunt inventate, iar una este adevărată. Participanții trebuie să identifice afirmația adevărată prin ridicarea mâinii.

După ce toate cele trei afirmații sunt citite și participanții votează — votul are loc după prezentarea tuturor celor trei afirmații, nu după fiecare în parte — facilitatorul dezvăluie răspunsul corect, și anume cazul Microsoft, oferă câteva informații succinte despre acesta și moderează o scurtă discuție, de până la 5 minute, despre opiniile grupului față de cele trei afirmații.

Afirmația 1 (Adevărată): „O mare companie de tehnologie a concediat aproape 80 de jurnaliști de pe portalul său de știri și i-a înlocuit în întregime cu inteligență artificială. La scurt timp după aceea, algoritmul a început să publice pe site știri despre sirene capturate și apariții ale lui Bigfoot, ajungând la milioane de utilizatori."

Afirmația 2 (Falsă): „O inteligență artificială numită Aria a reușit să prezică numele tuturor celor 12 persoane care urmau să facă parte din juriul procesului lui Donald Trump, analizând doar comentariile lor publice de pe Facebook din ultimii 5 ani."

Afirmația 3 (Falsă): „Un important ziar internațional a anunțat că, începând cu anul 2025, nu va mai angaja jurnaliști care au mai puțin de 10.000 de urmăritori pe rețelele sociale, deoarece algoritmul său de IA a demonstrat că doar autorii cu o influență mare pot genera încredere «reală» în știri."

Detalii despre afirmația adevărată: Compania este Microsoft, iar platforma sa de știri este MSN. În 2020, compania a concediat într-adevăr aproximativ 80 de jurnaliști și i-a înlocuit cu un algoritm de IA care selectează și publică știri pentru milioane de utilizatori din întreaga lume. La scurt timp după aceea, pe site au apărut articole pe care niciun editor uman nu le-ar fi publicat.

Partea 2: Studiu de caz în echipă „Schumacher: Primul interviu (i)real" (40 min.)

Facilitatorul împarte participanții în 5 grupuri a câte aproximativ 4 persoane. Fiecare grup primește o fișă tipărită cu studiul de caz „Schumacher: Primul interviu (i)real" și trei întrebări.

Grupurile citesc materialul (5 min.), discută și își notează răspunsurile (15 min.). Urmează prezentarea și discutarea rezultatelor (20 min.): facilitatorul anunță prima întrebare, iar fiecare grup își prezintă opinia, urmată de o scurtă discuție. Procesul se repetă în același mod pentru a doua și a treia întrebare.

Partea 3: Dezbatere (30 min.)

Facilitatorul împarte aleatoriu participanții în două echipe — „Pentru" și „Împotrivă" utilizării inteligenței artificiale în jurnalism. Fiecare echipă trebuie să își susțină poziția atribuită, indiferent de opiniile personale ale membrilor.

După ce aud întrebarea, echipele au la dispoziție 3 minute pentru a o discuta între ele. Fiecare echipă desemnează câte un reprezentant — diferit pentru fiecare întrebare — care prezintă argumentele echipei (2 min.). Urmează o discuție liberă asupra întrebării (3 min.), după care se trece la următorul subiect, cu un nou reprezentant din partea fiecărei echipe.

Întrebarea 1: Ar trebui inteligența artificială să înlocuiască jurnaliștii în redactarea știrilor cotidiene, precum prognoza meteo sau rezultatele sportive?

Întrebarea 2: Ar trebui ca tot conținutul generat cu ajutorul inteligenței artificiale în mass-media să fie marcat obligatoriu cu un filigran sau cu eticheta „Generat de IA”?

Întrebarea 3: Poate inteligența artificială să fie mai obiectivă decât o persoană în redactarea și prezentarea materialelor jurnalistice?

Facilitatorul sintetizează principalele concluzii:

- *Tehnologia este un instrument, nu un înlocuitor.*
- *Inteligența artificială poate genera informații, însă doar oamenii pot garanta adevărul și respectarea principiilor etice.*

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Ce informație v-a surprins cel mai mult astăzi și de ce?
- Credeți că cititorii pot recunoaște conținutul generat de IA?
- Cum ați reacționa dacă ați afla că o instituție media pe care o urmăriți utilizează în secret inteligența artificială, fără să își informeze cititorii?
- De ce credeți că regulile etice rămân adesea în urma inovațiilor tehnologice?
- Dacă ar trebui să introduceți o singură regulă privind utilizarea inteligenței artificiale în jurnalism, care ar fi aceasta?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Studiu de caz: „Schumacher: Primul interviu (i)real”

Michael Schumacher este un legendar pilot german de Formula 1, de șapte ori campion mondial și câștigător a 91 de Mari Premii. După un grav accident de schi suferit în 2013, starea sa de sănătate a necesitat îngrijire permanentă, 24 de ore din 24, iar familia sa a păstrat timp de 10 ani o discreție totală față de mass-media. În aprilie 2023, revista „Die Aktuelle” a publicat un material intitulat „Michael Schumacher: Primul interviu!”, adăugând cu litere mici subtitlul „sună înșelător de real”. Textul conținea „răspunsuri” atribuite pilotului despre starea sa de sănătate și viața de zi cu zi. În realitate, întregul interviu fusese generat cu ajutorul inteligenței artificiale, prin platforma Character AI, căreia i se ceruse să imite personalitatea lui Schumacher. Faptul că interviul era fals era menționat abia la finalul articolului, cu litere mici, ușor de trecut cu vederea.

Publicarea materialului a provocat un scandal internațional și un val de indignare din cauza încălcării demnității umane. Grupul editorial Funke a prezentat scuze oficiale familiei, calificând articolul drept înșelător și sub standardele jurnalistice. În urma acestui caz, redactorul-șef Anne Hoffmann, care conducea revista din 2009, a fost concediată imediat. Rudele lui Schumacher au intentat un proces împotriva publicației și l-au câștigat, iar instanța din München le-a acordat despăgubiri în valoare de 200.000 de euro.

Întrebarea 1: Revista a inclus o mică mențiune potrivit căreia interviul „sună înșelător de real”. Este acest lucru suficient pentru ca publicația să poată fi considerată onestă față de cititori?

Întrebarea 2: Cine ar trebui să poarte responsabilitatea principală pentru inducerea în eroare a publicului în acest caz — programul folosit, deoarece generează conținut foarte convingător, jurnalistul care a pregătit întrebările, redactorul-șef care a aprobat titlul senzaționalist sau altcineva?

Întrebarea 3: Există situații în care utilizarea inteligenței artificiale pentru a crea un astfel de conținut ar putea fi considerată acceptabilă?

5. Construiește-ți propriul adevăr

Competențe și concepte vizate	• Dezvoltarea gândirii critice și a raționamentului logic • Înțelegerea modului în care informațiile pot fi construite și manipulate • Consolidarea abilităților de argumentare și justificare • Dezvoltarea creativității și a gândirii analitice • Îmbunătățirea lucrului în echipă și a comunicării
Obiective	• Sprijinirea participanților în înțelegerea modului în care sunt construite narațiunile și cât de ușor pot fi manipulate informațiile, precum și dezvoltarea capacității de a evalua critic „adevărurile” construite • Sprijinirea participanților în distingerea faptelor de presupuneri și interpretări • Identificarea tehnicilor frecvente de manipulare utilizate în informații și în conținutul media • Aplicarea unor întrebări structurate pentru evaluarea credibilității informațiilor
Materiale necesare	Markere, foi de flipchart, bandă adezivă
Instrumente, surse	Conținut pregătit de facilitator (fapte neutre combinate, elemente înșelătoare, factori declanșatori emoționali, imagini fără legătură cu subiectul)
Durată	90–95 de minute
Număr de participanți	12–24 de participanți
Materiale suport	Cadru de verificare a faptelor, set de cartonașe-model

Descriere

Această activitate este împărțită în cinci părți.

Pregătire: Participanții sunt împărțiți în grupuri mici, a câte 3–4 persoane. Fiecare grup primește aleatoriu un set de cartonașe care poate include:

- un fapt real;
- o imagine aleatorie;
- un cuvânt-cheie (de exemplu: „criză”, „sănătate”, „tehnologie”);
- un fragment de titlu;
- o statistică (care poate fi vagă sau incompletă).

Partea 1: Crearea poveștii (20 min.)

Fiecare grup trebuie să utilizeze toate elementele primite pentru a crea o poveste convingătoare sau un „material de știri". Participanții sunt liberi să interpreteze faptele într-un mod creativ, să adauge context și să creeze legături între elemente care, inițial, nu au nicio legătură între ele. Scopul este ca povestea lor să pară cât mai credibilă posibil.

Încurajați creativitatea, adresând în același timp întrebări de ghidare, precum:

- Cum conectați aceste elemente între ele?
- Care este mesajul principal al poveștii voastre?
- Ce face ca această poveste să pară credibilă?
- NU corectați și nu judecați conținutul creat.
- Redirecționați grupurile doar dacă se îndepărtează complet de sarcină.

Partea 2: Prezentați și convingeți (15 min.)

Grupurile își prezintă poveștile celorlalți participanți ca și cum acestea ar fi reale și credibile.

Recomandări pentru facilitatori: Gestionați timpul cu strictețe și nu evaluați poveștile. Evidențiați doar observații neutre, de exemplu: „Observ că aici ați folosit statistici" sau „Această parte folosește un limbaj emoțional".

Partea 3: Investigarea (20 min.)

După fiecare prezentare, celelalte grupuri preiau rolul de „verificatori de fapte" și trebuie să adreseze întrebări critice, să identifice neconcordanțele și să pună sub semnul întrebării elementele neclare sau manipulative. Grupurile primesc Fișa 1: Cadrul de verificare a faptelor, pe care o folosesc pentru a analiza poveștile prezentate, a identifica neconcordanțele și a examina elementele neclare sau manipulative.

Recomandări pentru facilitatori: Desfășurați Partea 2 și Partea 3 succesiv pentru fiecare grup, în loc să realizați mai întâi toate prezentările.

Partea 4: Dezvăluirea (10 min.)

Grupurile care au prezentat dezvăluie care elemente au fost reale, manipulate sau complet inventate. Facilitatorul conduce o reflecție asupra motivelor pentru care participanții au crezut cu ușurință povestea sau, dimpotrivă, s-au îndoit de ea.

Partea 5: Debriefing și reflecție (15–20 min.)

- Ghidați reflecția folosind întrebări deschise.
- Ajutați participanții să identifice tehnicile de manipulare utilizate, precum apelul la emoții, selectarea tendențioasă a datelor, invocarea autorității sau omiterea contextului.
- Evitați să oferiți „răspunsuri corecte" — concentrați-vă pe discuție, analiză și conștientizare.

Reflecție structurată (Ciclul lui Kolb)

Participanții reflectează asupra activității parcurgând următoarele patru etape:

1. Experiență concretă
- Ce s-a întâmplat în timpul activității?
- Ce rol ați avut în cadrul grupului vostru?

2. Observare reflexivă
- Cum v-ați simțit în timp ce creați sau analizați povestea?
- Ce momente vi s-au părut convingătoare sau confuze?

3. Analiză abstractă
- De ce unele povești au părut mai credibile decât altele?
- Ce tehnici de manipulare au fost utilizate (emoții, cifre, autoritate, lipsa contextului)?
- În ce moment gândirea critică a scăzut sau, dimpotrivă, s-a intensificat?

4. Aplicare activă
- Cum puteți aplica această experiență în viața reală?
- Ce veți schimba în modul în care consumați informații (știri, rețele sociale etc.)?
- Ce strategii vă pot ajuta să evitați dezinformarea?

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- A fost ușor să creați o poveste credibilă? De ce?
- Ce a făcut ca unele povești să fie mai convingătoare decât altele?
- Ați crezut vreo informație falsă? De ce?
- Cum poate fi manipulată informația în viața reală?
- Ce abilități sunt importante pentru a evita să fim induși în eroare?
- Care tehnici de manipulare au fost cele mai eficiente?
- În ce moment ați încetat să mai puneți la îndoială informația?

Sursă: Elaborat de YIC în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Cadrul de verificare a faptelor

1. Întrebări factuale (Ce știm?)

- Care este sursa acestei informații?
- Poate fi verificată această afirmație în mod independent?
- Există date sau dovezi care să o susțină?

2. Întrebări logice (Cum se leagă informațiile între ele?)

- Elementele se potrivesc logic între ele?
- Concluzia rezultă din faptele prezentate?
- Există lacune în raționament?

3. Întrebări despre informațiile lipsă (Ce nu este spus?)

- Ce informații importante lipsesc?
- Ce explicații alternative ar putea exista?
- Ce context ar putea schimba interpretarea?

Fișa 2

Set de cartonașe-model

Fapt

Timpul mediu petrecut zilnic în fața ecranelor de către tineri este de aproximativ 6 ore.

Cuvânt-cheie

Criză
Tehnologie
Sănătate

Fragment de titlu

„...experții își exprimă îngrijorarea."
„...rezultate neașteptate au fost dezvăluite."
„...comunitatea reacționează puternic."

Statistică

72%
1 din 3
45%

Imagine



Fapt

Un parc local a fost renovat în anul 2025.

6. Provocarea „Bulei informaționale”

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică • Gestionarea conflictelor • Identificarea prejudecăților și erorilor de logică • Analizarea situațiilor din perspective diferite
Obiective	• Identificarea tehnicilor de comunicare manipulatoare în contexte sociale • Dezvoltarea capacității de a separa faptele obiective de „zgomotul” informațional • Îmbunătățirea capacității de a lua rapid decizii în condiții informaționale aflate în schimbare
Materiale necesare	Un zar, pixuri, hârtie, un ciocănel (opțional)
Instrumente, surse	Tehnica „Ștergerea contextului”
Durată	50–60 de minute
Număr de participanți	8–12 participanți
Materiale suport	Regulile jocului și rolurile, cartonașe, fișa de observare pentru grupul-filtru

Descriere

Pregătire (5 min.)

Împărțiți participanții în două grupuri active (A și B) și un al treilea grup de „Detectivi/Filtre”.

Cazul 3D (5 min.)

Fiecare grup primește un caz social (de exemplu: egalitatea de gen). Cartonașul conține un „Fapt central” și 3 tipuri de „zgomot informațional”: economic, cultural și politic.

Partea 1: Reacția (10 min.)

Grupurile interpretează o scenă în funcție de „Agenda secretă” primită (de exemplu: radicali vs. pragmatici), folosind „zgomotul informațional” oferit pentru a-și construi argumentele.

Partea 2: Atacul informațional (5 min.)

Facilitatorul introduce un „cartonaș-surpriză” cu un fapt nou care contrazice agendele ambelor grupuri. Grupurile trebuie să își adapteze imediat argumentele, fără a ieși din rol, fiind astfel nevoite să folosească un raționament mai complex sau chiar erori de logică.

Partea 3: Decodificarea (10 min.)

Grupul „Filtrelor” trebuie să identifice ce tehnici de manipulare sau erori de logică au fost utilizate și să încerce să descopere agendele secrete ale ambelor grupuri.

Debriefing (15–20 min.)

Are loc o discuție finală despre modul în care informația a fost distorsionată și despre cum s-au simțit participanții atunci când „agenda” lor a fost pusă sub semnul întrebării de fapte noi.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Cât de dificil a fost să vă mențineți agenda atunci când a apărut „cartonașul-surpriză”?
- De ce a fost „zgomotul informațional” atât de convingător pentru public?
- În viața reală, cum putem identifica „agendele ascunse” din discursul public?
- În ce mod ceea ce s-a întâmplat în acest joc reflectă algoritmii rețelelor sociale („bulele informaționale”), care ne oferă în mod intenționat informații ce se aliniază doar opiniilor sau preferințelor noastre deja existente?
- Atunci când, în timpul „atacului informațional”, a apărut informația unilaterală, cum v-a influențat aceasta alegerile? Care este cea mai bună metodă de apărare împotriva unor manipulări similare și a „zgomotului” algoritmic din mediul online?

Sursă: Elaborat de YIC în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Împărțirea participanților:
Împărțiți participanții în 3 grupuri (Echipa A, Echipa B, Filtrele). Oferiți grupului „Filtrelor” pixuri și hârtie.

Selectarea cartonașului și a „zgomotului informațional”:
Alegeți unul dintre cartonașe. Citiți cu voce tare „Situația de bază”. Apoi, aruncați zarul:

🎲 **1 sau 2 = 1. Zgomot economic**
🎲 **3 sau 4 = 2. Zgomot cultural**
🎲 **5 sau 6 = 3. Zgomot politic**

Distribuirea agendelor:
Oferiți echipelor „Agendele secrete”, în format tipărit sau comunicându-le individual. Acordați-le 3 minute pentru a se gândi.

Partea 1 (10 minute)
Începeți dezbaterea. Echipele trebuie să își construiască și să își prezinte argumentele pornind de la tipul de „zgomot informațional” selectat.

Partea 2: Atacul informațional (5 min.)
În punctul culminant al dezbaterii, loviți cu un ciocănel sau bateți din palme. Spuneți: „Stop, am primit informații noi.”
Citiți cu voce tare „Noul fapt contradictoriu”. Instruiți participanții să continue dezbaterea fără pauză.

Partea 3: Decodificarea (10 min.)
Opriți intervențiile echipelor și oferiți cuvântul grupului „Filtrelor”. Aceștia trebuie să își prezinte verdictul.

Ieșirea din rol (IMPORTANT)
Înainte de debriefing, spuneți:
„Jocul s-a încheiat. Vă rog pe toți să vă ridicați, să vă scuturați mâinile și să vă schimbați locurile. Nu mai sunteți în rolurile voastre.”
Această etapă ajută la prevenirea menținerii tensiunilor personale după încheierea jocului.

Fișa 1

Situația de bază

O platformă regională de știri foarte populară publică un articol puternic părtinitor, acuzând un candidat al administrației locale că ar risipi bani publici.

Zgomot

Zgomot economic: Articolul este finanțat în secret de un dezvoltator imobiliar care își dorește terenul proiectului.

Zgomot cultural: Localnicii mai în vârstă îi atacă online pe tinerii care cheltuiesc bani.

Zgomot politic: Primarul amenință că va reduce finanțarea proiectului pentru a-i menține mulțumiți pe alegătorii furioși.

Secret agenda

Echipa A

LATEST NEWS

Scopul vostru este să demascați platforma de știri și să asigurați finanțarea proiectului. Atacați publicația pentru faptul că servește intereselor comerciale.

Agenda secretă

Echipa B



Scopul vostru este să opriți proiectul pentru tineret. Folosiți afirmațiile financiare din articol pentru a demonstra că banii publici sunt irosiți.

Cartonaș-surpriză



Grupul de tineri recunoaște că a depășit accidental bugetul cu 15%, însă banii au fost cheltuiți pentru coșuri de reciclare ecologice.

Situația de bază

Școala invită un influencer cunoscut, cu 1 milion de urmăritori, pentru a susține în fața elevilor un discurs motivațional despre antreprenoriat.

Zgomot

EZgomot economic: Onorariul este de 2.000 €, însă influencerul oferă gratuit videoclipuri promoționale pentru atragerea de noi elevi.

Zgomot cultural: Este cunoscut pentru schemele sale de tip „îmbogățește-te rapid” și pentru promovarea unui comportament agresiv.

Zgomot politic: Sindicatul elevilor susține că anularea evenimentului ar reprezenta cenzură.

Agenda secretă

Echipa A



Scopul vostru este să vă asigurați că prezentarea are loc. Trebuie să argumentați că influencerul vorbește pe limba tinerilor și îi inspiră mai mult decât profesorii tradiționali.

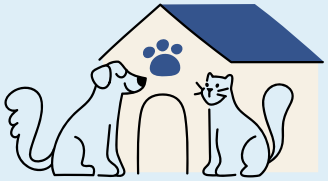
Agenda secretă

Echipa B



Scopul vostru este să anulați evenimentul. Trebuie să îl prezentați pe influencer drept un model toxic, care afectează negativ tinerii pentru propriul câștig personal.

Cartonaș-surpriză



Cu 2 ore în urmă, influencerul a donat 80% din onorariul său unui adăpost local pentru animale, dar, în același timp, a publicat un videoclip în care ironiza personalul didactic al școlii.

Fișa 1

Situația de bază

Consiliul școlii votează dacă telefoanele elevilor ar trebui colectate zilnic și păstrate în dulapuri securizate între orele 08:00 și 14:00.

Zgomot

Zgomot economic: Dulapurile costă 5.000 €, iar banii sunt luați din bugetul destinat activităților sportive.

Zgomot cultural: Elevii susțin că această măsură le încalcă drepturile și le limitează posibilitatea de a contacta pe cineva în caz de urgență.

Zgomot politic: Consiliul de tineret amenință cu proteste împotriva autoritarismului.

Agenda secretă

Echipa A



Scopul vostru este să susțineți interzicerea telefoanelor. Trebuie să prezentați smartphone-urile strict drept „zgomot digital", un mediu favorabil cyberbullyingului și una dintre principalele cauze ale scăderii performanței școlare.

Agenda secretă

Echipa B



Scopul vostru este să susțineți libertatea totală privind utilizarea telefoanelor. Trebuie să acuzați administrația de o gândire învechită, „din epoca dinozaurilor", și să argumentați că smartphone-urile sunt instrumente esențiale pentru învățarea modernă.

Cartonaș-surpriză



Un nou sondaj național arată că 60% dintre incidentele de cyberbullying în rândul elevilor au loc EXACT în timpul orelor de școală, pe telefoanele personale.

Situația de bază

Consiliul școlii analizează posibilitatea introducerii unui program bazat pe IA care să evalueze automat temele scrise ale elevilor.

Zgomot

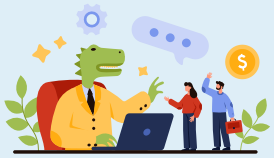
Zgomot economic: Costă 15.000 € pe an, dar reduce cu 20% cheltuielile pentru orele suplimentare ale profesorilor.

Zgomot cultural: Elimină conexiunea umană și empatia din procesul de învățare.

PZgomot politic: Directorul promovează această inițiativă pentru a demonstra că susține inovația înaintea alegerilor.

Agenda secretă

Echipa A



Scopul vostru este să susțineți implementarea imediată a inteligenței artificiale. Trebuie să îi prezentați pe cei care se opun drept persoane învechite și împotriva progresului, minimalizând în același timp preocupările lor de natură emoțională.

Agenda secretă

Echipa B



Scopul vostru este să opriți complet proiectul. Trebuie să valorificați teama de pierderea locurilor de muncă, de dezumanizare și de dependența de tehnologie în sala de clasă.

Cartonaș-surpriză



Un audit intern scurs în presă arată că programul de inteligență artificială manifestă o diferență de 35% în evaluarea eseurilor scrise de vorbitori non-nativi.

Fișa 1

Situația de bază

Municipalitatea intenționează să demoleze un skatepark vechi și foarte utilizat din centrul orașului pentru a planta în locul lui o pădure urbană cu alei pentru plimbare.

Zgomot

Zgomot economic: Proiectul este finanțat 100% din fonduri UE, însă banii se pierd dacă lucrările nu încep în termen de 3 luni.

Zgomot cultural: Skateparkul este singurul spațiu gratuit pentru tineri din oraș de 15 ani.

Zgomot politic: Primarul își dorește voturile persoanelor în vârstă prin oprirea zgomotului de seară.

Agenda secretă

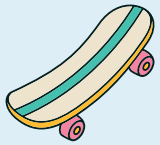
Echipa A



Scopul vostru este să transformați parcul într-o zonă verde. Trebuie să puneți un accent puternic pe urgența climatică și să îi prezentați pe skateri drept vandali distructivi.

Agenda secretă

Echipa B



Scopul vostru este să păstrați și să renovați skateparkul. Trebuie să prezentați municipalitatea drept ostilă tinerilor și împotriva sporturilor active.

Cartonaș-surpriză



Testarea solului relevă prezența unor reziduuri industriale toxice sub suprafața de beton a skateparkului, ceea ce face periculoasă plantarea directă fără o operațiune de decontaminare care ar costa câteva milioane de euro.

Fișa 2

Formular de observare pentru grupul „Filtrelor”

Titlul cazului: _____

Echipă/Fază	Ce tehnici de manipulare, limbaj emoțional sau erori de logică au fost utilizate?	Care credeți că este agenda lor secretă?
Echipa A (Faza 1)		
Echipa B (Faza 1)		
Echipa A (Faza 2)		
Echipa B (Faza 2)		

Care echipă a fost mai convingătoare și pe ce tactici-cheie de manipulare sau tipare de „zgomot informațional” s-a bazat? _____

_____

_____

7. Firul Ariadnei: Patru opriri în labirintul informațional

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică • Alfabetizare media și informațională • Distingerea afirmațiilor, opiniilor, presupunerilor și dovezilor • Evaluarea surselor și verificarea faptelor • Analiza legăturilor cauzale și logice • Formularea concluziilor bazate pe dovezi • Formularea întrebărilor critice și lucrul în echipă
Obiective	• Identificarea afirmației principale prezentate într-o informație • Distingerea afirmațiilor, opiniilor, presupunerilor și dovezilor • Recunoașterea informațiilor lipsă sau insuficiente • Evaluarea măsurii în care dovezile disponibile susțin o concluzie • Recunoașterea generalizărilor nefundamentate și a legăturilor cauzale slabe
Materiale necesare	Bucăți de sfoară sau fir tăiate în prealabil, pixuri, bandă adezivă, cronometru, flipchart sau tablă albă, markere
Instrumente, surse	• Investigarea ghidată a informațiilor • Metoda rotației pe stații • Metoda întrebării „De ce?” • Cadrul „Afirmație – Dovezi – Logică – Verificare – Concluzie”
Durată	60 de minute
Număr de participanți	16–20 de participanți
Materiale suport	Cartonașele stațiilor din labirintul informațional Fișa de investigație a echipei

Descriere

Principiul de bază

Patru echipe vizitează patru stații care reprezintă etapele procesului de gândire critică.

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE
La fiecare stație, echipele analizează un caz, își notează răspunsurile și iau câte o bucată de sfoară. La final, unesc cele patru bucăți într-un singur fir complet. Firul simbolizează cele patru etape interconectate ale gândirii critice.

Pregătire

1. Tipăriți Fișa 1, decupați cele 4 cartonașe pentru stații și amplasați câte unul la fiecare stație din sală.
2. Așezați câte 4 bucăți egale de sfoară sau fir lângă fiecare cartonaș de stație.
3. Oferiți fiecărei echipe câte un exemplar din Fișa 2 (Fișa de investigație a echipei).
4. Scrieți pe tablă următorul traseu:

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Partea 1: Intrarea în labirintul informațional (10 min.)

Prezentați pe scurt activitatea. Puteți spune:

„În mitologia greacă antică, firul Ariadnei a ajutat pe cineva să găsească ieșirea dintr-un labirint. Astăzi veți intra într-un labirint informațional format din afirmații convingătoare, povești personale, cifre și mesaje neverificate. La fiecare stație veți investiga o situație informațională și veți colecta o parte din firul vostru. După parcurgerea celor patru stații, veți uni bucățile pentru a descoperi traseul complet care ne ajută să nu ne pierdem atunci când evaluăm informațiile.”

Împărțiți participanții în patru echipe a câte 4–5 persoane și repartizați fiecare echipă la câte o stație de pornire. Oferiți fiecărei echipe pixuri și câte un exemplar din Fișa 2, explicând că vor petrece 7 minute la fiecare stație și se vor deplasa în sensul acelor de ceasornic la semnalul facilitatorului.

Clarificați faptul că aceasta nu este o cursă contra cronometru. Fiecare echipă va colecta patru bucăți de fir, însă ceea ce contează cu adevărat este profunzimea discuțiilor, întrebările pe care le formulează și cât de bine își argumentează concluziile.

Partea 2: Patru stații informaționale (30 min.)

Echipele petrec câte 7 minute la fiecare stație, folosind Fișa 2. Participanții citesc cartonașul corespunzător din Fișa 1, discută întrebările, își notează răspunsurile în Fișa 2, iau câte o bucată de fir și trec la următoarea stație la semnalul facilitatorului.

Pentru facilitator:

Stația 1: *O formulare categorică și exprimată cu foarte multă încredere nu reprezintă o dovadă.*
Stația 2: *Experiența unei singure persoane nu este suficientă pentru a formula o concluzie generală despre toată lumea.*
Stația 3: *Faptul că două evenimente au loc simultan nu demonstrează că unul l-a provocat pe celălalt.*
Stația 4: *Înainte de a distribui o informație, verificați sursa originală, data, confirmările oficiale și alte surse de încredere.*

Nu evaluați răspunsurile doar ca fiind „corecte" sau „greșite". Atunci când este necesar, adresați întrebări precum: Ce informații vă susțin concluzia? Ce este fapt și ce este presupunere? Ce rămâne încă necunoscut? Ce informație v-ar putea schimba concluzia?

Partea 3: Unirea firului și debriefingul (20 min.)

Echipele leagă cele 4 bucăți de fir într-un singur fir lung. După aceea, fiecare echipă împărtășește, într-o singură propoziție, o idee principală desprinsă din Fișa 2.

Facilitatorul adaugă apoi:

„Acum aveți un fir complet, însă acesta este format din patru părți esențiale. Dacă lipsește una dintre ele — dacă nu am înțeles afirmația, nu am evaluat dovezile, nu am verificat logica sau nu am verificat sursa — există riscul să alegem drumul greșit în labirintul informațional."

Indicați din nou traseul scris pe tablă:

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Încheiați explicând că firul Ariadnei nu oferă răspunsuri gata făcute. El ne amintește traseul pe care trebuie să îl urmăm înainte de a crede, respinge sau distribui o informație. Folosiți cele 15 minute rămase pentru întrebările de reflecție și debriefing de mai jos.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Care stație din labirintul informațional vi s-a părut cea mai dificilă și de ce?
- De ce este atât de ușor să credem că două evenimente care au loc în același timp sunt legate între ele și cum putem recunoaște această capcană?
- A existat în echipa voastră vreo neînțelegere privind credibilitatea unei afirmații? Cum ați gestionat interpretările diferite?
- Când este utilă o poveste personală sau o recenzie și când poate deveni înșelătoare dacă este folosită ca dovadă?
- Ce poate face ca o afirmație slabă sau neverificată să pară convingătoare?
- Ce întrebare veți începe să vă puneți de acum înainte înainte de a crede sau distribui o informație?

Sursă: Elaborat de YIC în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Cartonașe pentru stațiile din labirintul informațional

Stația 1
Identificarea afirmației

Situație
Un anunț publicitar de pe rețelele sociale afirmă: „Această nouă aplicație de învățare îmbunătățește memoria cu 100% și îi ajută pe toți elevii să își mărească notele."

Discutați și notați ideile principale în Fișa 2:

1. Ce se afirmă, mai exact?
2. Ce cuvinte fac afirmația să pară deosebit de sigură sau convingătoare?
3. Este vorba despre un fapt, o opinie, o promisiune publicitară sau o informație neverificată?
4. Ce dovezi ar fi necesare pentru a evalua această afirmație?
5. Ce puteți concluziona în mod rezonabil pe baza informațiilor oferite?

După ce terminați, notați principalele constatări în Fișa 2, luați o bucată de fir și așteptați semnalul pentru a trece la următoarea stație.

Stația 2
Evaluarea dovezilor

Situație
Un blogger afirmă: „Am folosit această metodă de învățare și am ajuns să vorbesc fluent limba engleză într-o singură săptămână. Prin urmare, această metodă funcționează pentru toată lumea."

Discutați și notați ideile principale în Fișa 2:

1. Ce se afirmă și ce dovadă este oferită?
2. Este experiența unei singure persoane suficientă pentru a formula o concluzie despre toată lumea?
3. Ce alți factori ar fi putut influența rezultatul?
4. Ce informații suplimentare ar fi necesare pentru a evalua această metodă?
5. Ce puteți concluziona în mod rezonabil în acest moment?

După ce terminați, notați principalele constatări în Fișa 2, luați o bucată de fir și așteptați semnalul pentru a trece la următoarea stație.

Fișa 1

Cartonașe pentru stațiile din labirintul informațional

Stația 3
Verificarea logicii

Situație

În acest an, în întregul oraș au fost instalate noi camere de supraveghere. În aceeași perioadă, rata criminalității a scăzut cu 20%. Prin urmare, camerele de supraveghere au rezolvat problema criminalității din oraș.

Discutați și notați ideile principale în Fișa 2:

1. Care sunt cele două informații prezentate?
2. A fost demonstrată o relație de cauză–efect între acestea?
3. Ce alți factori ar putea explica scăderea criminalității?
4. Ce date ar fi necesare pentru a evalua efectul real al camerelor de supraveghere?
5. Cum ar putea fi formulată concluzia într-un mod mai prudent?

După ce terminați, notați principalele constatări în Fișa 2, luați o bucată de fir și așteptați semnalul pentru a trece la următoarea stație.

Stația 4
Verificați înainte de a distribui

Situație

Primiți un mesaj: „URGENT! Începând de mâine, telefoanele mobile vor fi interzise în toate școlile. DISTRIBUIȚI ca să afle toată lumea!” Mesajul nu indică nicio sursă originală, dată a publicării, instituție responsabilă sau link către un anunț oficial.

Discutați și notați ideile principale în Fișa 2:

1. Ce se afirmă?
2. Ce informații importante lipsesc?
3. Ce cuvinte vă pun presiune să reacționați rapid?
4. Enumerați cel puțin patru pași pe care ar trebui să îi faceți înainte de a distribui mesajul.
5. Ce puteți concluziona în mod rezonabil în acest moment?

După ce terminați, notați principalele constatări în Fișa 2 și luați ultima bucată din firul vostru.

Fișa 2

Fișa de investigație a echipei

Stația 1: Identificarea afirmațiilor

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Afirmația principală:

Ce a lipsit sau ce a fost problematic?

Concluzia noastră:

Stația 2: Evaluarea dovezilor

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Ce dovezi au fost prezentate?

Ce informații suplimentare ar fi fost necesare?

Concluzia noastră:

Fișa 2

Fișa de investigație a echipei

Stația 3: Verificarea logicii

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Ce relație a fost prezentată?

Ce altă explicație ar putea exista?

Concluzia noastră formulată mai prudent:

Stația 4: Verificați înainte de a distribui

AFIRMAȚIE → DOVEZI → LOGICĂ → VERIFICARE → CONCLUZIE

Ce informații importante lipseau?

Pașii noștri de verificare:

Concluzia noastră:

Implicare în comunitate și storytelling

Această temă prezintă un cadru teoretic care evidențiază conceptele de bază ale storytellingului și implicării în comunitate. Participanții învață și aplică termeni-cheie prin activități de joc de rol și alte metode interactive. Instrumentele selectate oferă îndrumări practice privind elementele esențiale necesare pentru construirea unor comunități incluzive, democratice și bazate pe respectarea drepturilor.

Aceste instrumente propun strategii și exerciții menite să promoveze participarea semnificativă și respectuoasă în procesele de luare a deciziilor la nivel de comunitate și de grup. Secțiunea prezintă, de asemenea, platforme digitale concepute pentru a consolida implicarea civică, a îmbunătăți înțelegerea proceselor democratice și a contribui la promovarea egalității de șanse și a unor legături mai puternice în cadrul comunității.



8. Soluționarea problemelor comunității

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică și analitică • Abilități de soluționare a problemelor • Lucru în echipă, creativitate și comunicare • Cetățenie activă și implicare în comunitate
Obiective	• Creșterea gradului de conștientizare privind provocările comunității locale • Dezvoltarea gândirii critice și a abilităților de soluționare a problemelor • Transformarea ideilor în acțiuni realiste pentru comunitate • Identificarea și analizarea problemelor care afectează diferite comunități • Înțelegerea perspectivelor diferiților actori implicați • Elaborarea unor soluții practice prin metode colaborative
Materiale necesare	Foi de flipchart, notițe adezive, markere, cronometru, bandă adezivă, foi A4, fișa „Canvas pentru analiza problemei” (opțional)
Durată	90–120 de minute
Număr de participanți	12–30 de participanți

Descriere

Partea 1: Încălzire – „Ce face o comunitate să fie una bună?” (10 min.)

Adresați participanților întrebarea:
„Imaginați-vă comunitatea voastră ideală. Cum ar arăta aceasta?”
Participanții notează câte o idee pe fiecare notiță adezivă.
Exemple: străzi sigure / vecini prietenoși / parcuri verzi / transport accesibil / activități culturale / spații incluzive
Lipiți toate notițele pe perete și discutați pe scurt temele care se repetă.

Partea 2: Brainstorming privind provocările comunității (15 min.)

Rugați participanții să noteze individual problemele locale pe care le-au observat.
Exemple: prea multe deșeuri / tinerii nu au unde să se întâlnească / persoanele în vârstă se simt izolate / trasee nesigure pentru bicicliști / risipă alimentară / lipsa evenimentelor culturale / discriminare / accesibilitate redusă pentru persoanele cu dizabilități.

Grupați ideile similare. Oferiți fiecărui participant câte trei autocolante pentru vot. Cele 3–5 probleme care primesc cele mai multe voturi trec în etapa următoare.

Partea 3: Formarea echipelor (5 min.)

Participanții aleg problema pe care sunt cel mai interesați să o soluționeze. Se formează grupuri de 4–6 tineri, care vor lucra împreună.

Partea 4: Soluționarea problemei (30 min.)

Facilitatorul prezintă pe flipchart sau tipărește și oferă fiecărei echipe o fișă „Canvas pentru analiza problemei", care conține următoarele secțiuni:

- Care este problema?
- Cine este afectat?
- De ce există această problemă?
- Încercări actuale de soluționare
- Ideea noastră
- Resursele necesare
- Posibile obstacole

Partea 5: Prezentați-vă soluția (20 min.)

Fiecare grup are la dispoziție 3 minute pentru prezentare și 2 minute pentru întrebări.

Încurajați prezentările creative, de exemplu:

- **joc de rol;**
- **poster;**
- **reportaj de știri;**
- **reclamă scurtă;**
- **interviu.**

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Care problemă v-a surprins cel mai mult?
- Ce face ca o problemă a comunității să fie dificil de soluționat?
- Cum a luat echipa voastră deciziile?
- S-a schimbat soluția voastră pe parcursul discuției?
- Ce abilități ați folosit astăzi?
- Ce ați putea implementa efectiv după acest atelier?
- Ce rol pot avea tinerii în îmbunătățirea comunităților lor?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Fișa „Canvas pentru analiza problemei”

Care este problema?
Descrieți problema într-o singură propoziție.
Exemplu de problemă: Parcul este plin de deșeuri.

Cine este afectat?
Exemple: adolescenți, persoane în vârstă, familii, afaceri locale, municipalitatea.

De ce există această problemă?
Încurajați participanții să analizeze cauzele în profunzime, nu doar să descrie simptomele.
Exemple: prea puține coșuri de gunoi, lipsa conștientizării, lipsa asumării responsabilității la nivelul comunității, întreținere necorespunzătoare.

Încercări actuale
Încearcă deja cineva să soluționeze această problemă?
Exemple: școli, ONG-uri/OSC-uri, municipalitatea, voluntari.

Ideea noastră
Dezvoltați o soluție creativă. Încurajați ideile care sunt realiste, incluzive, sustenabile și, dacă este posibil, cu costuri reduse.

Identificați resursele necesare
Exemple: persoane, bani, materiale, parteneri, voluntari.

Posibile obstacole
Exemple: lipsa finanțării, participare redusă, birocrație, condiții meteo, timp.

9. Fapt sau ficțiune

Competențe și concepte vizate	• Gândire critică și alfabetizare media • Rezolvarea problemelor și analiză • Verificarea faptelor și creativitate
Obiective	• Dezvoltarea gândirii critice în consumul de conținut media • Recunoașterea dezinformării, informațiilor false și tehnicilor de manipulare • Evaluarea credibilității diferitelor surse de informare • Exersarea verificării faptelor și a raționamentului bazat pe dovezi • Reflecția asupra propriilor obiceiuri de consum media • Distingerea faptelor, opiniilor și emoțiilor în mass-media
Materiale necesare	„Articole de știri” tipărite, postări de pe rețelele sociale, titluri, meme-uri și capturi de ecran (un amestec de conținut real și fictiv), notițe adezive, foi de flipchart, markere, acces la internet (opțional), smartphone-uri (opțional), fișă pentru verificarea faptelor (opțional)
Durată	90–120 de minute
Număr de participanți	12–30 de participanți

Descriere

Partea 1: Activitate de spargere a gheții – „Ai distribui asta?” (10 min.)

Afișați în diferite locuri din sală 8–10 titluri care atrag atenția.

Exemple:

- *„Oamenii de știință au descoperit că ciocolata te ajută să slăbești peste noapte.”*
- *„Parcul local se închide deoarece veverițele au devenit prea inteligente.”*
- *„Un nou studiu arată că adolescenții dorm mai bine fără telefoane.”*
- *„O celebritate a donat în secret 1 milion de euro unei organizații caritabile.”*

Participanții se deplasează prin sală și se poziționează lângă unul dintre cele trei semne:

- ✅ Aș distribui această informație.
- ❓ Nu sunt sigur(ă).
- ❌ Nu aș distribui această informație.

După fiecare titlu, adresați participanților următoarele întrebări:

- *De ce ați ales această opțiune?*
- *Ce a făcut informația să pară credibilă?*
- *De ce informații ați mai avea nevoie înainte de a o distribui?*

Explicați că titlurile atractive declanșează adesea reacții emoționale înainte ca gândirea critică să intervină.

Partea 2: Identificarea trucurilor (20 min.)

Împărțiți participanții în grupuri de câte 4–5 persoane. Fiecare grup primește 5–6 exemple diferite de conținut media. Unele dintre acestea ar trebui să fie: știri legitime, satiră, clickbait, imagini manipulate, statistici înșelătoare, postări false pe rețelele sociale sau conținut generat cu ajutorul IA.

Sarcina lor este să identifice:

- Care este mesajul?
- Cine l-a creat?
- Ce emoții provoacă?
- Ce dovezi sunt oferite?
- Lipsește vreo informație importantă?
- Ați avea încredere în acest conținut?

Grupurile își notează observațiile pe notițe adezive.

Partea 3: Provocarea detectivului (30 min.)

Prezentați metoda SIFT pentru verificarea informațiilor. Fiecare grup primește o poveste suspectă pe care trebuie să o investigheze.

Dacă există acces la internet, participanții pot căuta: sursele originale; nformații prin căutare inversă a imaginilor; site-uri de verificare a faptelor; statistici oficiale. Dacă activitatea se desfășoară offline, oferiți „indicii” tipărite care simulează dovezi.

Partea 4: Creați propria știre falsă (20 min.)

Fiecare grup creează o știre fictivă și înșelătoare. Participanții trebuie să includă în mod intenționat mai multe tehnici de manipulare, precum: limbaj emoțional, titlu înșelător, selectarea tendențioasă a faptelor, lipsa surselor, expert fals, imagine editată și statistici exagerate.

Grupurile fac schimb de știri. Echipa care primește materialul trebuie să identifice toate tehnicile de manipulare utilizate. Această inversare a rolurilor îi ajută pe participanți să înțeleagă modul în care este construită dezinformarea.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Care povești au fost cel mai greu de evaluat?
- Ce face ca dezinformarea să pară convingătoare?
- Ați distribuit vreodată ceva fără să verificați informația?
- De ce se răspândesc atât de repede poveștile false?
- Cum ne influențează emoțiile deciziile în mediul online?
- Ce responsabilitate avem în calitate de consumatori de media?
- Ce obiceiuri ne-ar putea ajuta să devenim mai critici în raport cu informațiile pe care le consumăm?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Fișa de verificare a faptelor

Care este mesajul?
Scrieți într-o singură propoziție ideea principală sau afirmația de bază.
Cine a creat conținutul?
Verificați dacă este menționat un autor, o publicație sau un nume de cont ori dacă sursa este anonimă.
Cine beneficiază?
Analizați posibilele interese: bani, accesări, influență politică, popularitate?
Ce emoții încearcă să provoace?
Identificați elementele emoționale: frică, indignare, șoc, entuziasm exagerat.
Ce dovezi sunt oferite?
Căutați surse reale, nume de experți, date oficiale sau fotografii originale.
Lipsește ceva?
Fiți atenți la lipsa contextului, titluri clickbait sau fapte selectate tendențios.
Ați avea încredere în acest conținut?
Formulați concluzia finală: da / nu sunt sigur(ă) / nu, împreună cu motivul.

Pentru facilitator

Metoda SIFT

S – Stop (Oprește-te)
- Nu reacționa imediat.

I – Investigate the source (Investighează sursa)
- Cine a publicat informația?
- Autorul poate fi identificat?
- Care este scopul publicației sau al mesajului?

F – Find better coverage (Caută surse mai bune)
- Informația este relatată și de alte surse?

T – Trace to the original (Urmărește informația până la sursa originală)
- De unde provine informația?
- Există dovezi originale?

S top

I nvestigate the source

F ind better coverage

T race to the original

10. Pulsul comunității: Descoperirea realităților locale

Competențe și concepte vizate	• Ascultare activă și empatie • Gândire bazată pe dovezi • Comunicare publică și advocacy • Storytelling pentru acțiune civică
Obiective	• Sprijinirea tinerilor în identificarea, observarea și cartografierea problemelor locale și a poveștilor care nu sunt auzite • Dezvoltarea abilităților de ascultare activă • Exersarea transformării observațiilor în povești și propuneri cu impact • Consolidarea capacității de acțiune a tinerilor și a responsabilității civice
Materiale necesare	Pixuri, notițe adezive în 2 culori, foi de flipchart, markere colorate
Instrumente, surse	Abordarea integrată D.E.A.R.: Discover – Engage – Analyse – Reframe (Descoperă – Implică-te – Analizează – Reformulează)
Durata	120 de minute
Număr de participanți	15–20 de participanți

Descriere

Partea 1: Stabilirea contextului (10 min.)

Facilitatorul desenează pe un flipchart central o matrice împărțită în 4 cadrane: Spații publice, Servicii locale, Incluziune socială și Mediu.

Participanții notează pe câte o notiță adezivă o realitate locală ignorată sau o poveste care trece neobservată și o plasează în matrice, contribuind astfel la crearea unei hărți comune de diagnostic a comunității.

Partea 2: Descoperire – Cartografierea firului narativ (15 min.)

În grupuri mici de lucru, a câte 3–5 participanți, tinerii aleg din matrice un grup tematic de probleme.

Pe o foaie mare de flipchart, echipele desenează un traseu narativ amplu, în formă de deal, pentru a reprezenta vizual succesiunea problemei.

În partea stângă, la baza traseului, participanții notează Locul și contextul (unde se întâmplă situația). În punctul de vârf, definesc Obstacolul principal (provocarea sau conflictul central), iar în partea dreaptă, la bază, enumeră Actorii afectați (persoanele direct influențate de problemă). Astfel, este creată o reprezentare vizuală clară a realității locale înainte de aprofundarea analizei.

Partea 3: Implicare – Investigația „Scaunul fierbinte" (25 min.)

Grupurile desfășoară o simulare de tip joc de rol. Un participant își asumă rolul unui actor local afectat, iar ceilalți joacă rolul unor tineri cercetători. Echipele exersează ascultarea activă și adresarea de întrebări deschise pentru a explora experiențele trăite, notând citate-cheie direct pe traseul narativ.

Partea 4: Analiză – Separarea faptelor de presupuneri (15 min.)

Echipele împart partea de jos sau laterală a foii de flipchart în două coloane: „Ce știm cu certitudine" și „Ce presupunem".

În coloana „Ce știm", participanții notează citate directe din simulare, fapte observabile sau date. În coloana „Ce presupunem", notează opinii personale, generalizări sau stereotipuri care încă trebuie verificate.

Această etapă îi ajută pe participanți să își filtreze propriile prejudecăți și să se asigure că acțiunile propuse se bazează pe dovezi reale, nu pe presupuneri.

Partea 5: Reformulare – Prezentare constructivă (15 min.)

Echipele își reformulează concluziile într-o prezentare de advocacy de 3 minute, structurată în jurul a trei puncte principale:

- Realitatea: Ce fapte observabile definesc problema?
- Vocea: Experiența cui trebuie să fie făcută mai vizibilă?
- Acțiunea: Ce inițiativă concretă, condusă de tineri, poate genera o schimbare pozitivă?

Partea 6: Prezentare în plen și feedback între participanți (25 min.)

Participanții realizează un tur al galeriei, analizează propunerile celorlalte echipe și lasă feedback constructiv direct pe postere, folosind markere.

Partea 7: Debriefing și reflecție (15 min.)

Facilitatorul conduce o reflecție structurată asupra trecerii de la observarea pasivă la participarea civică activă, bazată pe dovezi.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Cum vă ajută structurarea unei probleme a comunității sub forma unui fir narativ să analizați mai bine nevoile locale?
- Ce perspective a oferit simularea „Scaunul fierbinte" privind diferența dintre presupunerile personale și experiențele trăite?
- De ce este esențială separarea faptelor verificabile de presupuneri pentru un advocacy civic eficient?
- Care este un pas imediat pe care echipa voastră îl poate face pentru a transforma această propunere într-o acțiune locală?
- Care este mesajul principal pe care ați dori ca comunitatea voastră locală să îl rețină din prezentarea voastră?
- V-a ajutat acest proces să aveți mai multă încredere în capacitatea voastră de a iniția schimbări la nivel local? De ce?

Sursă: Elaborat de MilleniuM/FECE în cadrul proiectului VIBE.

11. Spectrul advocacy-ului: de la cuvinte la acțiune

Skills and concepts targeted	• Vorbire în public • Ascultare activă • Gândire critică • Negociere strategică și persuasiune • Reformularea narațiunilor
Obiective	• Exersarea reformulării opiniilor personale în acțiuni civice constructive, bazate pe dovezi • Explorarea modului în care argumentele clare și faptele verificabile pot contribui la reducerea polarizării în comunitate • Dezvoltarea empatiei și a abilităților de ascultare activă în fața opiniilor opuse • Învățarea modului de utilizare a storytellingului pentru a umaniza problemele complexe ale comunității
Materiale necesare	Bandă adezivă pentru podea, foi de flipchart, markere colorate
Instrumente, surse	Cadrul de prezentare 3P: Problemă – Dovadă – Propunere
Durata	60–70 de minute
Număr de participanți	15-20 participanți

Descriere

Partea 1: Pregătirea contextului (10 min.)

Facilitatorul creează o linie fizică pe podea, marcând la un capăt „Susținere totală”, iar la celălalt „Sceptic”. Facilitatorul explică faptul că inițiativele comunitare se confruntă adesea cu scepticism, iar scopul advocacy-ului nu este de a câștiga dezbateri, ci de a construi un teren comun.

Se selectează una dintre următoarele dileme comunitare sau o altă situație pregătită în prealabil, în funcție de profilul grupului.

- **Spațiu urban pentru tineri vs. locuitori locali:** Un grup de tineri dorește să transforme un parc municipal abandonat într-un hub pentru tineri și spațiu pentru evenimente în aer liber. Locuitorii din zonă se opun ferm, invocând zgomotul, murdăria și lipsa de siguranță.
- **Alfabetizare digitală pentru seniori vs. voluntari tineri:** O inițiativă propune organizarea obligatorie, în weekend, a unor ateliere digitale în cadrul cărora tinerii să îi învețe pe seniorii din comunitate competențe digitale. Tinerii se simt suprasolicitați și sunt reticenți să își dedice weekendurile fără recunoaștere oficială sau compensație.
- **Transport verde vs. comercianți locali:** O propunere urmărește pietonalizarea unei străzi comerciale centrale pentru a reduce emisiile și a crea spații comunitare. Proprietarii magazinelor locale se tem că își vor pierde clienții din cauza restricțiilor privind parcarea și accesul pentru livrări.

Partea 2: Construirea prezentării 3P (20 min.)

Participanții formează grupuri mici de lucru, a câte 4–5 membri. Pe o foaie de flipchart, fiecare echipă structurează o prezentare de advocacy convingătoare, de 3 minute, menită să convingă persoanele sceptice, folosind cadrul 3P – Problem, Proof, Proposal:

- **Problem – Problemă:** Care este provocarea concretă a comunității, cine este afectat și de ce este importantă?
- **Proof – Dovadă:** Care este un fapt verificabil, o informație bazată pe date sau o măsură de compromis care răspunde direct preocupărilor comune? (De exemplu: Datele arată că huburile pentru tineri reduc vandalismul cu 30%, iar noi propunem respectarea strictă a orelor de liniște după ora 22:00.)
- **Proposal – Propunere:** Care este o soluție concretă, condusă de tineri, care îi invită pe locuitorii sceptici să beneficieze de inițiativă sau să participe la aceasta, în loc să i se opună?

Partea 3: Testarea spectrului și persuasiunea în timp real (20 min.)

Toți participanții revin pe linia fizică a spectrului de advocacy, ocupând pozițiile inițiale pe care le-au ales în raport cu dilema selectată. Fiecare grup de lucru își prezintă discursul de 3 minute, structurat conform cadrului 3P.

După prezentare, 1–2 participanți aflați în zona „Sceptic” își exprimă cea mai importantă îndoială sau întrebare rămasă. Echipa care a prezentat are la dispoziție 1 minut pentru a formula un răspuns constructiv sau pentru a propune un compromis bazat pe faptele și propunerea prezentate.

După încheierea schimbului de opinii, facilitatorul le spune participanților:

„Dacă, în urma prezentării și a răspunsului echipei, perspectiva voastră s-a schimbat sau îndoielile v-au fost clarificate, faceți un pas înainte spre zona «Susținere totală».”Faptul că participanții se deplasează fizic de-a lungul spectrului oferă un feedback vizual și imediat asupra puterii unui advocacy constructiv.

Partea 4: Debriefing și reflecție (15 min.)

Facilitatorul conduce o reflecție structurată în plen despre influența civică constructivă și analizarea situațiilor din perspective diferite.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Cum v-ați simțit atunci când ați intrat în rolul unui membru sceptic al comunității?
- V-a ajutat cadrul 3P – Problem, Proof, Proposal să vă structurați ideile?
- Când a început prezentarea să pară o poveste reală, și nu doar un argument?
- Cum v-a influențat ascultarea unei opinii opuse modul în care v-ați formulat soluția?
- Ce anume v-a determinat să vă schimbați poziția pe spectru?
- Care este o situație reală din comunitatea voastră în care ați putea aplica această abordare pentru a transforma opoziția în susținere?

Sursă: Elaborat de MilleniuM/FECE în cadrul proiectului VIBE.

12. Împreună pentru soluții locale

Competențe și concepte vizate	• Cooperare și participare la dialog • Implicare în comunitate • Gândire critică și soluționarea problemelor • Ascultare activă
Obiective	• Identificarea provocărilor urgente ale comunității din perspective diverse ale tinerilor • Co-crearea unor pași de acțiune realiști, conduși de tineri, pentru a produce impact la nivel local • Exersarea dialogului constructiv și a soluțiilor comune pentru comunitate • Cartografierea resurselor comunității locale și a potențialilor aliați pentru inițiative • Consolidarea leadershipului tinerilor și a participării active în procesele de luare a deciziilor
Materiale necesare	Scaune (aranjate în 3 spații/huburi separate pentru grupuri), foi de flipchart, clipboarduri (opțional), markere colorate, notițe adezive în 3 culori diferite, cronometru
Instrumente, surse	Metoda World Café – The World Café Community Foundation
Durata	80–90 de minute
Număr de participanți	12–15 participanți

Descriere

Partea 1: Introducere (10 min.)

Facilitatorul prezintă atelierul interactiv, al cărui scop este co-crearea unei hărți comune de acțiune pentru comunitate, amenajând în sală 3 huburi de dialog.

Participanților le sunt prezentate regulile de lucru: să se concentreze pe soluții practice, să noteze ideile direct pe fișele de lucru, să construiască în mod constructiv pornind de la contribuțiile celorlalți și să practice ascultarea activă pe parcursul tuturor rotațiilor.

Cum funcționează rundele și rotația

Întrebarea de ghidare: *întrebarea prezentată de facilitator pentru a porni discuțiile la mese.*
Focus: *rezultatul urmărit și limitele discuției, de exemplu menținerea răspunsurilor concrete și specifice, nu generale, pentru ca discuțiile să rămână productive.*
Mecanismul rotației (tranziție de 2 min.): *la finalul unei runde de 15 minute, o persoană aleasă aleatoriu rămâne la fiecare hub în rol de Gazdă, iar ceilalți participanți se mută la un alt spațiu. În timpul tranziției de 2 minute, Gazda oferă un rezumat scurt, de aproximativ 60 de secunde, al discuțiilor anterioare. Pe parcursul fiecărei runde, participanții își notează sau desenează ideile pe 3 tipuri de notițe adezive codificate prin culori, în funcție de focusul hubului. În loc să pornească de fiecare dată de la zero, grupurile nou-venite analizează ideile deja existente pe foaie și adaugă noi notițe alături, dezvoltând și completând contribuțiile anterioare.*

Partea 2: Cele 3 runde de dialog (45 min.)

Round 1 - Local reality check (15 min.)

Runda 1 – Verificarea realității locale (15 min.)

Întrebare de ghidare: Care sunt cele mai urgente și mai puțin observate provocări cu care se confruntă tinerii în comunitatea noastră astăzi?
Focus: Identificarea unor probleme locale concrete, nu formularea unor nemulțumiri generale.
(Tranziție de 2 min. – participanții schimbă huburile, iar Gazdele fac un scurt rezumat pentru noul grup.)

Runda 2 – Valorificarea resurselor comunității (15 min.)

Întrebare de ghidare: Ce resurse ascunse, aliați sau puncte forte locale putem valorifica pentru a răspunde acestor provocări?
Focus: Schimbarea perspectivei de la „ce ne lipsește” la „ce putem folosi” — de exemplu: afaceri locale, școli, instrumente digitale, colegi implicați și motivați.
(Tranziție de 2 min. – rotația finală, schimbarea la ultimul hub.)

Runda 3 – Proiectarea soluției (15 min.)

Întrebare de ghidare: Care este o inițiativă concretă, condusă de tineri, pe care o putem propune factorilor locali de decizie pentru a soluționa această problemă?
Focus: Formularea unei propuneri aplicabile, cu primii pași clar definiți.

Partea 3: Sintetizarea rezultatelor și construirea Hărții de acțiune (10 min.)

Pentru a sintetiza rezultatele, cele trei Gazde aduc fișele de lucru la flipchartul principal din fața sălii. Împreună cu facilitatorul, selectează notițele adezive esențiale și sintetizează principalele idei într-o Hartă comună de acțiune pentru comunitate, organizată în trei coloane: Provocare; Resursă/Aliat; Pasul următor;

Partea 4: Debriefing și reflecție (15 min.)

Facilitatorul încheie activitatea cu o reflecție axată pe impactul local, înțelegerea perspectivelor diferite și transformarea ideilor în acțiuni structurate.

Întrebări pentru reflecție și debriefing

- Care idee s-a transformat cel mai mult pe măsură ce diferite grupuri și-au adăugat perspectiva?
- Care a fost cel mai interesant compromis sau cea mai interesantă soluție co-creată astăzi?
- A trebuit să renunțați la o idee inițială pentru a face loc unei soluții mai bune?
- Care a fost o resursă neașteptată menționată de cineva, la care nu v-ați gândit înainte?
- Până la final, v-ați regăsit propriile idei reflectate pe tablă?
- Cum puteți utiliza această abordare în 3 pași — problemă, resursă, soluție — în propriile proiecte locale?

Sursă: Elaborat de MilleniuM/FECE în cadrul proiectului VIBE.

13. Capitole interactive ale schimbării

Competențe și concepte vizate	• Empatie și ascultare activă • Combaterea stereotipurilor • Dialog intercultural • Soluționarea problemelor comunității
Obiective	• Explorarea și contestarea stereotipurilor prin storytelling între egali • Exersarea cercetării digitale rapide și critice, folosind tehnologia mobilă pentru identificarea soluțiilor • Promovarea lucrului în echipă incluziv, a ascultării active și a reflecției civice constructive • Exersarea prezentării ideilor și a vorbirii în public într-un mediu sigur • Transformarea poveștilor personale în inițiative practice conduse de tineri
Materiale necesare	Pixuri, foi de flipchart, markere colorate, notițe adezive, telefoane cu acces la internet, cronometru
Instrumente, surse	Adaptat după metoda „Biblioteca Vie” (Living Library)
Durata	75–80 de minute
Număr de participanți	15–20 de participanți
Materiale suport	Ghid pentru investigația digitală – câte un exemplar pentru fiecare grup sau afișat ca ghid vizibil pentru toți participanții pe un flipchart.

Descriere

Partea 1: Introducere și pregătire (10 min.)

Facilitatorul explică faptul că participanții vor juca pe rând rolul de „Cărți vii” (povestitori) și „Cititori” (ascultători și cercetători).

Scopul este de a asculta experiențe reale din comunitate și de a folosi instrumente digitale pentru a le transforma în posibile soluții civice.

Participanții sunt împărțiți în 3 grupuri, așezate separat în sală, iar facilitatorul stabilește câteva reguli de bază: respect reciproc; ascultare activă; deschidere față de perspective diferite.

Partea 2: Împărtășirea poveștii (10 min.)

În fiecare dintre cele 3 grupuri de lucru, participanții au la dispoziție 3–4 minute pentru a conveni asupra unei povești sau a unui subiect concret pe care să se concentreze. Un membru al grupului intră în rolul de „Carte vie" și împărtășește, timp de aproximativ 5 minute, o poveste bazată pe o experiență personală sau pe o problemă/un stereotip observat în comunitate, de exemplu: discriminare, pasivitatea tinerilor, lipsa spațiilor publice sau obstacole legate de mediu.

Ceilalți membri ai grupului ascultă activ, fără să întrerupă, pregătindu-se să preia rolul de „Cititori". Dacă niciun participant nu se oferă imediat să împărtășească o poveste personală, grupul poate alege să se concentreze pe o provocare locală cunoscută sau pe un stereotip.

Partea 3: Lectură și investigație digitală (20 min.)

După ce povestea a fost împărtășită în cadrul grupului, activitatea trece la etapa de investigație activă, folosind Ghidul pentru investigația digitală ca instrument de orientare.

Întrebări de clarificare (5 min.)

„Cititorii" adresează întrebări scurte și respectuoase pentru a înțelege mai bine povestea „Cărții vii" și pentru a identifica obstacolul sau stereotipul central implicat.

Investigație digitală (15 min.)

Ghidați de întrebările propuse, participanții folosesc telefoanele mobile pentru a căuta exemple despre modul în care probleme, provocări sau stereotipuri similare au fost abordate cu succes în alte orașe, organizații sau proiecte de tineret din întreaga lume.

Participanții filtrează rezultatele și identifică 1–2 exemple practice și inspiraționale.

Partea 4: Elaborarea Fișei de acțiune (20 min.)

Folosind o singură foaie de flipchart, fiecare grup combină povestea „Cărții vii" cu rezultatele investigației digitale într-o Fișă de acțiune structurată în patru secțiuni distincte: Problema: un rezumat al problemei sau situației principale prezentate în poveste.

Impactul local: principalul obstacol sau blocaj social asociat acestei probleme. Perspectiva globală: cea mai relevantă bună practică sau inițiativă identificată în timpul căutării digitale.

Acțiunea noastră locală: un pas practic și realist pe care tinerii îl pot face în propria comunitate pentru a începe soluționarea acestei probleme.

Partea 5: Prezentarea ideii (10 min.)

Fiecare grup își alege un reprezentant sau poate prezenta împreună, pentru a prezenta „Cartea vie" și Fișa de acțiune în fața celorlalți participanți (3 min. pentru fiecare grup). Facilitatorul se asigură că prezentările rămân axate pe rezultate practice și pe inițiativa tinerilor.

Partea 6: Debriefing și reflecție (15 min.)

Facilitatorul reunește toți participanții pentru o reflecție structurată axată pe empatie, alfabetizare digitală și participare civică.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Cercetarea online a unor exemple din viața reală v-a schimbat sau v-a extins perspectiva asupra poveștii sau stereotipului inițial?
- Cum pot tinerii utiliza mai eficient instrumentele digitale pentru a aborda probleme civice din viața de zi cu zi?
- Care povești sau subiecte v-au impresionat cel mai mult astăzi?
- Cum poate dialogul deschis să contribuie la construirea unor comunități mai puternice și mai puțin influențate de prejudecăți?
- Care este primul lucru pe care l-ați posta sau l-ați transmite astăzi pentru a-i face pe oameni să acorde atenție soluției voastre?

Sursă: Elaborat de MilleniuM/FECE în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Ghid pentru investigația digitală

1. Care sunt 2–3 cuvinte-cheie principale care descriu provocarea „Cărții vii”?
(de exemplu: implicarea tinerilor în spațiile publice, campanii anti-discriminare pentru tineri, inițiative ecologice locale realizate de elevi)

2. A reușit un alt oraș, ONG sau o altă școală să soluționeze o problemă similară? Ce proiect sau campanie concretă au implementat?

3. Au folosit rețelele sociale, hărți interactive, evenimente creative sau petiții comunitare pentru ca inițiativa să aibă succes?

4. Care este UN element din povestea lor de succes pe care l-am putea prelua sau adapta cu ușurință în propriul nostru oraș/comunitate?

14. Atelierul de scriere pentru stand-up

Competențe și concepte vizate	• Gândire creativă și rapidă • Mentalitate colaborativă • Creșterea încrederii în exprimarea personală • Reducerea inhibițiilor atunci când vorbim în fața celorlalți
Obiective	• Dezvoltarea încrederii participanților pentru a improviza • Familiarizarea cu procesele de storytelling • Demonstrarea faptului că procesul creativ poate fi productiv • Evidențierea importanței rigurozității în construirea unei povești • Dezvoltarea deschiderii în lucrul cu ceilalți
Instrumente, surse	Spațiu suficient pentru ca toți participanții să poată sta în picioare și lucra în grupuri, carton (de preferat) sau hârtie, pixuri
Tools, sources	Exemple de videoclipuri scurte și accesibile care explică structura de bază a unei povești și arcul narativ: https://www.youtube.com/watch?v=47wGSqiB5Ec sau https://www.youtube.com/watch?v=pEcICgqjas0 Este recomandat ca materialele selectate să nu fie prea dificile, mai ales dacă participanții sunt începători în activitățile de storytelling.
Durată	60 minute
Număr de participanți	15-40 participanți
Materiale suport	Cei patru piloni ai unei povești (opțional) Structura în trei acte (opțional)

Descriere

Pregătiți cinci seturi de bucăți de hârtie sau carton. Pe fiecare set scrieți cuvinte care se încadrează în cinci categorii, câte un set pentru fiecare categorie: (substantive – de exemplu: masă, câine, banană etc.), (personaje – de exemplu: măcelarul, Tanya, polițistul etc.) (verbe – de exemplu: a mânca, a tăia, a felia etc.) (locuri – de exemplu: pe stradă, pe canapea, pe scaunul pasagerului etc.) (momente ale zilei – de exemplu: dimineața devreme, la ora 02:00, peste cincisprezece minute) etc. Întrebați participanții ce înțeleg prin storytelling și ce cred că face o poveste să fie bună. Introduceți apoi noțiunile de bază ale storytellingului și elementele principale ale unei povești: hook-ul, personajul, conflictul sau dilema și structura rezolvării, folosind exemple. (Fișa 1 și Fișa 2 – opțional).

Împărțiți participanții în grupuri de câte 5 persoane. Numărul membrilor din fiecare grup trebuie să corespundă numărului de categorii de cartonașe, astfel încât fiecare participant dintr-un grup să primească un cuvânt dintr-o categorie diferită, ales aleatoriu (în mod ideal, dar nu neapărat, în funcție de context).

După formarea grupurilor, invitați pe rând câte un membru din fiecare grup să vină în față și să extragă câte un cartonaș din fiecare categorie. Cartonașele trebuie așezate cu fața în jos, astfel încât alegerea să semene cu o tragere la sorți.

Rugați grupurile să se așeze în diferite zone ale sălii și explicați-le că urmează să primească instrucțiuni pe care trebuie să le îndeplinească în 10–15 minute. Cereți-le să creeze o poveste folosind cuvintele extrase aleatoriu în fiecare grup și amintiți-le că povestea trebuie să conțină un hook, un personaj, un conflict sau o dilemă și o structură a rezolvării.

Setați un cronometru și lăsați participanții să lucreze pe durata stabilită. Anunțați-i când timpul este aproape de final, cu excepția cazului în care observați că au terminat mai devreme.

Invitați apoi fiecare grup să vină în față și să își prezinte povestea. În timpul prezentărilor, rugați participanții să identifice dilema, rezolvarea etc., fără a face judecăți sau evaluări, folosind întrebări creative și valorificând elementele amuzante din povești.

Oferiți participanților o pauză de 5 minute, apoi reuniți grupul pentru debriefing și reflecție. La final, puteți sugera și o listă de resurse suplimentare pentru aprofundarea storytellingului.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Cum v-ați simțit în timpul activității?
- Care parte a structurii poveștii — hook-ul, personajul, conflictul sau rezolvarea — vi s-a părut cel mai ușor de construit și care a fost cea mai dificilă?
- Cât de confortabil v-ați simțit în timpul prezentării? Ați ajuns să improvizați ceva pe loc?
- Cum vă poate ajuta, în viața de zi cu zi sau la locul de muncă, abilitatea de a transforma rapid elemente aleatorii într-o poveste clară?
- Privind retrospectiv activitatea, credeți că povestea grupului vostru sau a unui alt grup ar fi putut evolua într-un mod diferit?

Sursă: Elaborat de VisMed în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Cei patru piloni ai unei povești

Fiecare poveste — de la un Reel de 15 secunde până la un lungmetraj — se bazează pe acești patru piloni. Identificați-i, iar structura poveștii se va contura de la sine.

01 Personajul

DESPRE CINE este povestea?

Persoana pe care o urmărim și de care ajungem să ne pese. Publicul are nevoie de cineva pe care să îl susțină — un chip, o voce, un punct de vedere.

02 Scopul

CE își dorește?

O dorință clară și concretă care determină fiecare acțiune. Fără un scop, nu există direcție, iar povestea stagnează.

03 Obstacolul

CE îi stă în cale?

Conflictul poate fi extern — de exemplu, un rival sau un termen-limită ori intern, precum frica sau îndoiala. Aici se află tensiunea care dă viață poveștii.

04 Schimbarea

CUM este diferit personajul la final**?**

Este vorba despre transformare. Personajul — sau chiar spectatorul — nu mai este același ca la început. Acesta este rezultatul poveștii.

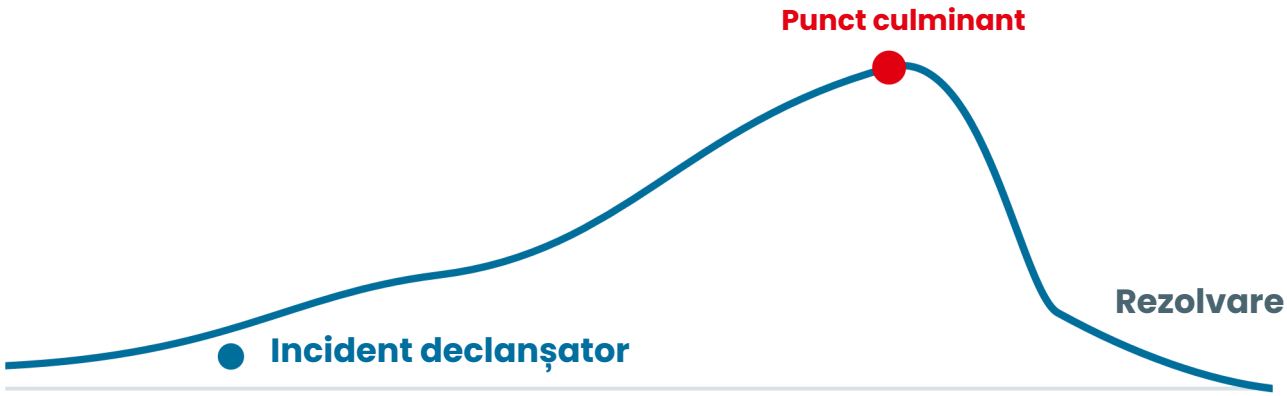
ARCUL NARATIV →

- **Personaj + Scop** stabilesc începutul.
- **Obstacolul** creează partea de mijloc.
- **Schimbarea** construiește finalul.

Fișa 2

Structura în trei acte

Tensiunea nu rămâne constantă – ea crește. Reprezentați orice poveste pe o curbă a conflictului, care se intensifică până la punctul culminant și apoi se rezolvă.



ACT I
Începutul

Stabiliți **situația inițială** și lumea obișnuită a personajului — apoi destabilizați-o. I**ncidentul declanșato**r este scânteia care pune scopul în mișcare.

ACT II
Mijlocul

Conflictul se intensifică prin obstacole și micro-conflicte. Miza crește, complicațiile se acumulează — conducând spre **punctul culminant,** momentul de maximă tensiune.

ACT III
Sfârșit

Tensiunea se reduce. Conflictul se rezolvă, scopul este atins sau ratat, iar **schimbarea** — transformarea învățată — ajunge la public.

REGULĂ → **Creșteți miza: ce consecințe grave apar dacă scopul nu este atins?**

15. Încotro se îndreaptă această poveste?

Competențe și concepte vizate	• Gândire creativă și rapidă • Mentalitate colaborativă • Ascultare activă • Empatie și acceptare • Creșterea încrederii în exprimarea personală • Reducerea inhibițiilor atunci când vorbim în fața celorlalți
Obiective	• Stimularea creativității participanților • Dezvoltarea încrederii participanților pentru a improviza • Provocarea participanților de a contribui la un rezultat comun asupra căruia nu au control deplin • Dezvoltarea unui comportament respectuos într-o dinamică distractivă • Dezvoltarea deschiderii în lucrul cu ceilalți și a încrederii de a
Materiale necesare	Spațiu suficient pentru ca toți participanții să poată sta așezați în cerc și să se poată vedea ușor atunci când ridică mâna pentru a vorbi, ecran/carton mare, cronometru, clepsidră
Durată	60–90 de minute
Număr de participanți	15–40 de participanți

Descriere

Activitatea este împărțită în două părți.

Partea 1: Pregătire

Pregătiți trei expresii de siguranță care pot fi folosite de participanții care nu au imediat o idee cu care să contribuie la activitatea de storytelling colaborativ, de exemplu: „Încotro se îndreaptă această poveste?”, „Simți și tu miros de amoniac în aer?” sau „Unul dintre noi nu are intenții bune.”

Scopul este ca activitatea să fie incluzivă și să reducă presiunea asupra celor care se blochează din lipsă de încredere, sunt distrași pentru moment sau pur și simplu nu știu ce să spună.

Pregătiți începutul unei povești care să conțină suficiente elemente pentru a stimula creativitatea participanților și pentru a-i încuraja să continue povestea.

Pregătiți expresiile de siguranță pe ecran sau pe o foaie mare de hârtie/carton, astfel încât acestea să fie vizibile pentru toți participanții pe durata activității.

Partea 2: Implementare

Așezați participanții în cerc sau într-o formă care să le permită să se vadă unii pe alții și prezentați activitatea, explicând că este vorba despre un exercițiu de storytelling colaborativ, desfășurat într-un mod distractiv, dar cu obiective clare. Scopul nu este de a crea povestea perfectă, ci de a construi împreună și de a învăța să exprimăm idei într-un cadru organizat.

Explicați participanților procesul pe care îl vor urma: facilitatorul va începe o poveste, apoi va indica următoarea persoană care să contribuie la continuarea ei. Participanții pot, de asemenea, să ridice mâna dacă au o idee despre direcția în care ar putea evolua povestea.

Subliniați faptul că întorsăturile și schimbările din poveste trebuie să fie concrete și specifice, nu generale. Din când în când, facilitatorul poate introduce elemente precum „și acum apare o întorsătură de situație" sau „și acum începe să plouă".

Explicați că participanții care nu au o idee atunci când le vine rândul să contribuie la poveste pot folosi una dintre cele trei expresii de siguranță. Nu este necesar să explicați că acestea reprezintă o măsură de incluziune menită să reducă presiunea. Totuși, este util să menționați că, dacă cineva nu știe ce sau cum să contribuie, poate folosi una dintre cele trei expresii ca pe o modalitate sigură de a ieși din acel moment.

Începeți povestea și indicați pe rând următorul participant care va contribui, continuând astfel până când povestea ajunge la un final natural, dinamica începe să încetinească sau timpul alocat expiră. Nu este recomandat să repetați exercițiul de două ori, cu excepția situației în care observați că prima rundă a avut nevoie de mai mult timp pentru a prinde ritm. În acest caz, puteți folosi aceeași poveste de început și să reluați exercițiul cu contribuții diferite, sugestii ale facilitatorului sau noi direcții.

Anunțați participanții atunci când timpul este pe cale să se încheie sau când activitatea a ajuns la jumătate, pentru a ajuta la menținerea ritmului. La final, aplaudați grupul și treceți la debriefing după o pauză de 5 minute.

În această etapă, fie la începutul, fie la finalul proiectului, facilitatorul/facilitatorii pot, în funcție de public, să îi ajute pe participanți să facă legătura dintre activitate și structura unei povești: hook, personaj, conflict și rezolvare. Sugestiile introduse de facilitator pot contribui, de asemenea, la menținerea acestor patru elemente în diferite momente ale procesului.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Cum v-ați simțit în timpul activității?
- Privind în urmă, care au fost principalele emoții pe care le-ați simțit pe parcursul procesului?
- V-ați simțit incluși sau excluși în timpul activității?
- Ați simțit că toți participanții au fost incluși în proces?
- Ați înțeles rolul expresiilor de siguranță? V-au ajutat să vă simțiți mai în siguranță pe parcursul activității?
- V-a ajutat activitatea să înțelegeți mai bine structura unei povești — hook-ul, personajul, conflictul și rezolvarea — și importanța acestor elemente pentru a crea povești captivante și interesante?
- V-a ajutat activitatea să dezvoltați noi abilități de cooperare?

Sursă: Elaborat de VisMed în cadrul proiectului VIBE.

16. Atelierul de scriere „Coloana vertebrală a poveștii”

Competențe și concepte vizate	• Gândire creativă și rapidă • Lucru activ în echipă și vorbire în public • Inteligență emoțională și empatie • Dezvoltarea personajelor și storytelling multisenzorial
Obiective	• Stimularea creativității participanților • Dezvoltarea încrederii participanților pentru a improviza • Provocarea participanților de a lucra la un rezultat comun, asupra căruia trebuie să negocieze și să facă permanent compromisuri • Dezvoltarea rezilienței în cadrul grupului • Dezvoltarea concentrării și creșterea capacității de menținere a atenției prin creativitate
Materiale necesare	Spațiu suficient pentru ca toți participanții să se poată reuni, precum și spații separate pentru lucrul în grupuri, dacă grupul este mare și este necesară împărțirea în subgrupuri; un laptop conectat la un sistem de amplificare
Durată	60–90 de minute
Număr de participanți	15–40 de participanți
Materiale suport	Povești cu structură și fără structură

Descriere

Activitatea este împărțită în trei părți.

Partea 1: Pregătire

Pregătiți o poveste care să ofere „coloana vertebrală” a poveștii, respectând arcul narativ format din hook, personaj, conflict și rezolvare, într-o formă foarte scurtă și sintetică. Dacă grupul este mare și este necesară împărțirea în subgrupuri, pregătiți mai mult de o poveste.

Partea 2: Implementare

Reuniți tinerii într-un spațiu și prezentați-le arcul narativ bazat pe hook, personaj, conflict și rezolvare, folosind exemple adaptate nivelului de alfabetizare media și de storytelling al participanților.

Prezentați activitatea și procesul pe care participanții îl vor urma împreună, asemenea unei echipe de scenariști care lucrează într-un writing room. Explicați că rezultatul final va fi unul comun și evidențiați competențele urmărite, precum capacitatea de a face compromisuri atunci când lucrează împreună pentru atingerea aceluiași rezultat.

Împărțiți participanții în grupuri, în funcție de mărimea grupului general, și acordați-le puțin timp pentru o scurtă pauză activă, în care să se ridice și să se miște prin sală. Odată formate grupurile, oferiți-le timp să se cunoască mai bine, dacă este necesar, apoi reuniți atenția grupului pentru a explica următorii pași.

Citiți-le povestea și asigurați-vă că participanții identifică hook-ul, personajul, conflictul și rezolvarea din povestea scurtă. Dacă există mai multe grupuri, este recomandat să fie implicați mai mulți facilitatori, astfel încât poveștile să poată fi citite simultan grupurilor diferite, în spații separate.

Grupul lucrează în trei etape:

A. Participanții discută firul narativ și dezvoltă mai detaliat personalitățile personajelor care ar putea fi implicate, nu doar pe cele menționate în povestea de bază. Individual sau în perechi, aceștia conturează personajele mai în profunzime, adăugând inclusiv informații care poate nu vor deveni niciodată relevante pentru poveste, dar care le ajută să pară persoane reale. Dacă este necesar, facilitatorul poate sprijini acest proces, astfel încât dezvoltarea personajelor să rămână în concordanță cu firul narativ și timpul alocat să fie utilizat eficient.
B. Participanții dezvoltă o versiune mai complexă și mai „tridimensională” a poveștii de bază, folosind personajele nou dezvoltate și introducând noi elemente și dimensiuni care transmit emoția. Ei lucrează împreună și ajung la un compromis privind modul și momentul în care emoția aleasă este transmisă, dacă aceasta aparține personajului/personajelor și dacă publicul o va înțelege. De asemenea, analizează dacă această emoție influențează și publicul. Povestea poate fi revizuită de două sau trei ori în acest proces.
C. Participanții elaborează povestea finală, pregătesc o versiune narativă mai amplă a poveștii de bază și planifică modul în care o vor prezenta împreună în etapa finală.

Partea 3: Prezentarea finală

După o pauză, grupurile sunt rugate să aleagă o piesă muzicală care s-ar potrivi ca fundal sonor pentru povestea lor. Acest moment îi pregătește pentru prezentarea finală și adaugă un element-surpriză, ajutând echipa să se reconecteze înainte de a-și împărtăși rezultatul comun final.

Grupul/grupurile își prezintă povestea, având în fundal piesa muzicală aleasă, redată de pe laptop. Dacă există mai multe povești de prezentat, este recomandat ca feedbackul între participanți să fie oferit abia la final, pentru a păstra ritmul activității și atmosfera de „scurtmetraj".

La final, se încurajează aplauzele și feedbackul. Facilitatorii pot orienta feedbackul către conținutul poveștilor, însă acest lucru poate diminua efectul emoțional al încheierii; de aceea, este mai recomandat ca discuția finală să se concentreze pe parcursul emoțional al poveștii.

Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Vă puteți imagina povestea voastră ca pe un scurtmetraj?
- Cât de mult vă place rezultatul final al poveștii create împreună?
- Presiunea timpului vi s-a părut stresantă? Credeți că activitatea ar fi putut fi realizată într-un timp mai scurt?
- Timpul limitat a ajutat grupul să ajungă la un compromis și să se concentreze asupra rezultatului final?
- Cum au fost gestionate eventualele dezacorduri în cadrul grupului?
- A fost această activitate o experiență emoțională pentru voi?
- Ați observat că activitatea a pus accent pe dezvoltarea disciplinei în gândire și în lucrul cu ceilalți?
- V-a ajutat activitatea să dezvoltați noi abilități de cooperare?

Sursă: Elaborat de VisMed în cadrul proiectului VIBE.

Fișa 1

Povestea 1

Ecoul unei minciuni

Un singur titlu înșelător poate distruge, într-o singură secundă, încrederea construită în luni de zile.
Ștefan este un lider de tineret activ, care se bazează în mare măsură pe rețelele sociale pentru a recruta voluntari și pentru a distribui informații despre campaniile comunității. În timpul unei inițiative locale importante, Ștefan distribuie din greșeală un articol senzaționalist care conține informații neverificate. Postarea devine virală, declanșând reacții negative puternice, confuzie în rândul publicului și pierderea credibilității pentru cauza echipei sale.
În loc să își șteargă contul, Ștefan își asumă responsabilitatea. Publică o verificare transparentă a faptelor, participă la o formare practică de alfabetizare media și implementează în echipa sa un proces strict de verificare a informațiilor.
Modul său onest de a gestiona situația contribuie la recâștigarea încrederii comunității și face canalele digitale ale echipei mai puternice decât înainte.

Povestea 1 (cu structură)

Ecoul unei minciuni

Hook: Un singur titlu înșelător poate distruge, într-o singură secundă, încrederea construită în luni de zile.

Personaj (Ștefan): Ștefan este un lider de tineret activ, care se bazează în mare măsură pe rețelele sociale pentru a recruta voluntari și pentru a distribui informații despre campaniile comunității.

Conflict: În timpul unei inițiative locale importante, Ștefan distribuie din greșeală un articol senzaționalist care conține informații neverificate. Postarea devine virală, provocând reacții negative puternice, confuzie în rândul publicului și pierderea credibilității pentru cauza echipei sale.

Rezolvare: În loc să își șteargă contul, Ștefan își asumă responsabilitatea. Publică o verificare transparentă a faptelor, participă la o formare practică de alfabetizare media și implementează în echipa sa un proces strict de verificare a informațiilor. Modul său sincer de a gestiona situația contribuie la recâștigarea încrederii comunității și face canalele digitale ale echipei mai puternice decât înainte.

Fișa 2

Povestea 2

Podul rupt

Inovația fără tradiție nu are rădăcini, iar tradiția fără inovație nu are viitor.
Ivana este o absolventă ambițioasă de liceu, care propune crearea unui nou hub pentru tineri într-o clădire veche din oraș. Ea se confruntă cu o opoziție puternică din partea unor membri mai în vârstă ai consiliului municipal, care consideră că tinerii sunt iresponsabili și văd proiectul drept o utilizare risipitoare a unei proprietăți municipale istorice. Ivana își schimbă strategia. Îi invită pe seniori la o masă rotundă comună și prezintă hubul drept un spațiu comun, care păstrează patrimoniul local și, în același timp, oferă ateliere moderne de competențe digitale. Consiliul aprobă inițiativa în unanimitate.

Povestea 1 (cu structura)

Podul rupt

Hook: Inovația fără tradiție nu are rădăcini, iar tradiția fără inovație nu are viitor.
Personaj (Ivana): Ivana este o absolventă ambițioasă de liceu, care propune crearea unui nou hub pentru tineri într-o clădire veche din oraș.
Conflict: Ea se confruntă cu o opoziție puternică din partea unor membri mai în vârstă ai consiliului municipal, care consideră că tinerii sunt iresponsabili și văd proiectul drept o utilizare risipitoare a unei proprietăți municipale istorice.
Rezolvare: Ivana își schimbă strategia. Îi invită pe seniori la o masă rotundă comună și prezintă hubul drept un spațiu comun, care păstrează patrimoniul local și, în același timp, oferă ateliere moderne de competențe digitale. Consiliul aprobă inițiativa în unanimitate.
Notă: în imagine apare „Story 1 (with structure)”, dar după succesiunea materialului aceasta este Povestea 2.

17. Ascensiunea și declinul unei povești

Competențe și concepte vizate	• Gândire creativă și critică • Colaborare și lucru în echipă • Rezolvarea problemelor și abilități analitice • Analiză literară • Conștientizare emoțională
Obiective	• Explicarea conceptului lui Kurt Vonnegut despre „Formele poveștilor” • Identificarea momentelor emoționale pozitive și negative dintr-o poveste • Crearea unei reprezentări vizuale a unei povești folosind un grafic narativ • Colaborarea cu ceilalți prin discuții și lucru în grup • Reflecția asupra modului în care poveștile și experiențele personale urmează tipare emoționale
Materiale necesare	Foi A4/hârtie milimetrică, pixuri, creioane, markere colorate, tablă albă sau proiector, notițe adezive, șablon pentru forma poveștii (opțional)
Instrumente, surse	„Kurt Vonnegut on the 8 ‘shapes’ of stories”, de Steven Johnson, 13 iunie 2022
Durată	60–90 de minute
Număr de participanți	15–30 de participanți

Descriere

Activitatea este împărțită în două părți.

Partea 1: Activitate de spargere a gheții – „Ghicește povestea” (10 min.)

Instrucțiuni:

- Rugați participanții să se gândească la filmul, basmul sau romanul lor preferat.
- Fără a dezvălui titlul, aceștia descriu doar parcursul emoțional al personajului principal, de exemplu: „Personajul începe fericit, pierde totul, iar la final reușește.”
- Ceilalți participanți încearcă să ghicească povestea.
- După câteva exemple, prezentați ideea lui Kurt Vonnegut, potrivit căreia poveștile pot fi reprezentate prin grafice emoționale simple.

Scop: Implicarea participanților și introducerea conceptului de storytelling emoțional.

Partea 2: Mini-prelegere – Înțelegerea formelor poveștilor (15 min.)
Contribuția facilitatorului:

Explicați că scriitorul american Kurt Vonnegut considera că poveștile urmează tipare emoționale recognoscibile. Desenați pe tablă sau tipăriți șablonul pentru forma poveștii. Clarificați faptul că linia urcă atunci când se întâmplă ceva pozitiv și coboară atunci când se întâmplă ceva negativ.

Prezentați un exemplu cunoscut, precum Cenușăreasa: Cenușăreasa este nefericită acasă (jos). Merge la bal (sus). Îl pierde pe prinț la miezul nopții (jos). Prințul o găsește și se căsătoresc (sus).

Discutați despre modul în care aceste urcușuri și coborâșuri emoționale fac poveștile mai captivante.

Partea 3: Provocare de grup – Desenați forma poveștii (30 min.)

Instrucțiuni:
mpărțiți participanții în grupuri de câte 3–5 persoane. Fiecare grup alege o poveste, de exemplu: Cenușăreasa, Harry Potter, Frozen, Moana, Spider-Man, Regele Leu sau orice altă poveste.
Apoi, grupurile discută principalele evenimente din poveste. Pe o foaie de hârtie, desenează parcursul emoțional al personajului principal sub forma unui grafic. După aceea, marchează fiecare urcare și coborâre prin evenimentele importante corespunzătoare.

Prezentare:
Fiecare grup își prezintă graficul fără a dezvălui titlul poveștii. Ceilalți participanți încearcă să ghicească ce poveste este reprezentată, înainte ca grupul să dezvăluie răspunsul.

Partea 4: Reflecție – Forma propriei mele povești (20 min.)

Instrucțiuni: Rugați participanții să se gândească la o experiență importantă din propria viață. Folosind același tip de grafic, aceștia reprezintă:

- o provocare cu care s-au confruntat;
- un punct de cotitură;
- modul în care s-a încheiat situația;
- ceea ce au învățat din experiență.

Participanții își pot prezenta graficele în mod voluntar.

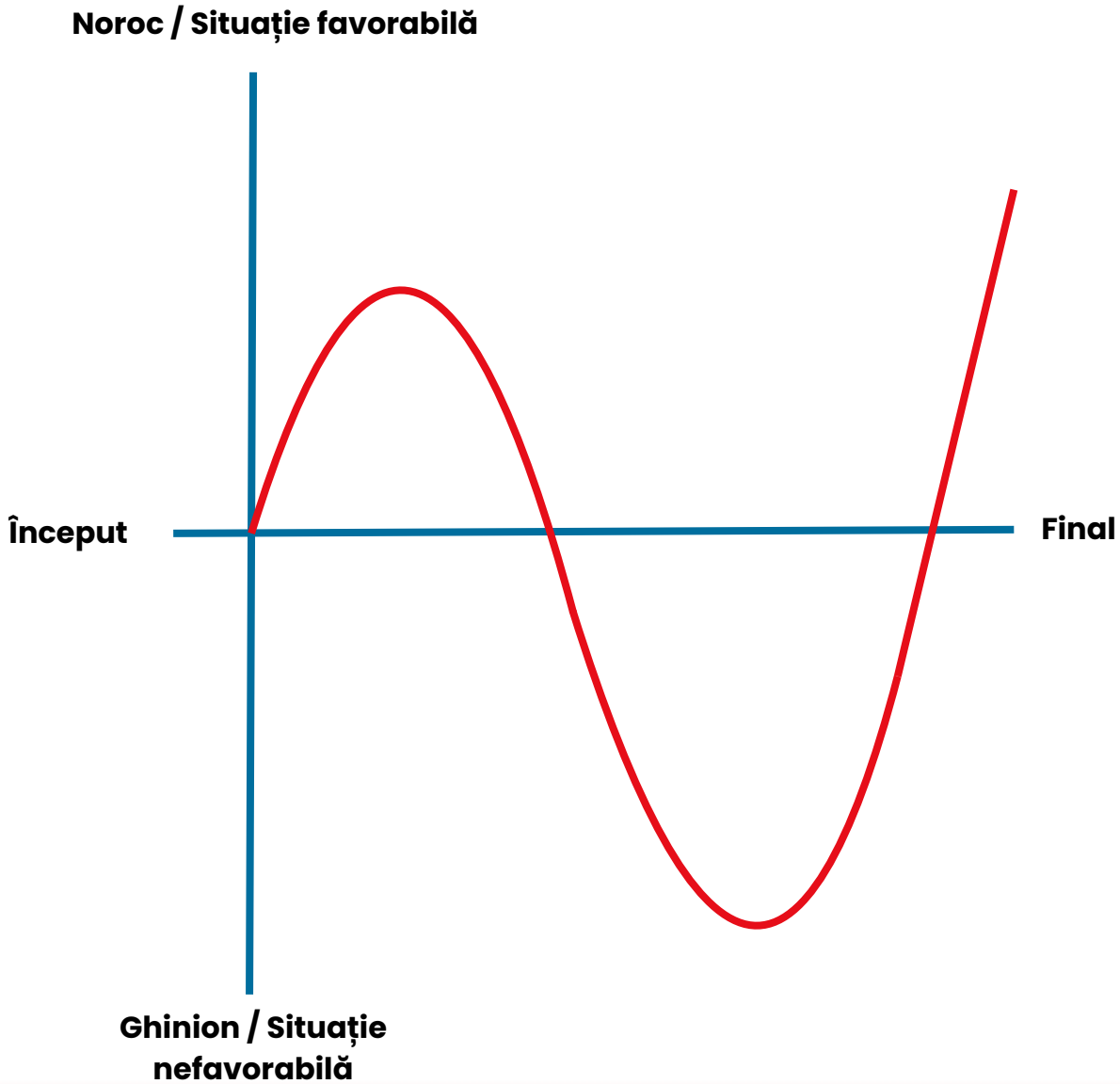
Întrebări pentru reflecție și debriefing:

- Ce asemănări ați observat între diferitele forme ale poveștilor?
- De ce poveștile includ, de obicei, probleme sau conflicte?
- Ce tipar narativ a apărut cel mai des?
- A semănat vreuna dintre experiențele personale cu forma unei povești cunoscute?
- Cum ne poate ajuta înțelegerea structurii unei povești să devenim cititori sau povestitori mai buni?

Sursă: Elaborat de FECE în cadrul proiectului VIBE.

Pentru facilitator

Șablon pentru forma poveștii



Concluzie

Acest ghid practic evidențiază rolul important pe care storytellingul, alfabetizarea media și gândirea critică îl pot avea în sprijinirea tinerilor pentru a deveni membri activi, responsabili și încrezători ai comunităților lor. Prin combinarea metodelor participative și practice de învățare, acesta îi sprijină pe lucrătorii de tineret să creeze spații în care tinerii se simt ascultați, respectați și încurajați să își exprime opiniile. În acest fel, ghidul practic nu doar consolidează abilitățile de comunicare și leadership, ci contribuie și la dezvoltarea coeziunii sociale, a participării democratice și a unui angajament mai puternic față de valorile europene.

În cele din urmă, acesta oferă un parcurs relevant pentru transformarea tinerilor din receptori pasivi ai informației în persoane informate, capabile să își facă vocea auzită și să contribuie activ la viața comunității.



Cofinanțat de Uniunea Europeană

GHID PRACTIC PENTRU LUCRĂTORII DE TINERET ÎN DOMENIUL STORYTELLINGULUI



Această publicație este publicată sub licența Creative Commons:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/
Această publicație este disponibilă pentru descărcare în regim de acces deschis la:
https://vibeyouthproject.eu/