

Nume: _____ Data: _____

FIȘĂ DE LUCRU – EDUCAȚIE MEDIA

Fapte și opinii / Influencerii și conținutul sponsorizat

Citește cu atenție textul.

Influencerii sunt persoane urmărite de un număr foarte mare de oameni pe rețelele sociale. Ei pot influența deciziile publicului — ce cumpără, ce cred, ce le place — datorită încrederii și relației pe care o construiesc cu urmăritorii lor.

Multe postări ale influencerilor sunt, de fapt, conținut sponsorizat: mesaje plătite de o companie, dar concepute să pară naturale, ca o postare obișnuită. Regulile cer ca aceste postări să fie marcate clar, de exemplu cu etichete precum „Sponsorizat” sau „Parteneriat plătit”.

Conținutul sponsorizat este de obicei direcționat către publicul potrivit, în funcție de interesele fiecărei persoane — de aceea vezi anumite reclame și nu altele pe contul tău.

Faptul că un influencer este celebru sau simpatic nu înseamnă automat că are cunoștințe reale despre produsul pe care îl promovează. Este important să nu confundăm celebritatea cu expertiza atunci când decidem cât de multă încredere să acordăm unei recomandări.



Știi că? Conținutul plătit, dar nemarcat ca fiind sponsorizat, se numește publicitate mascată și este considerat înșelător pentru public.

Interviu cu dna Dumitrescu, specialist în comunicare

Reporter: Cum știi dacă o postare a unui influencer este reclamă?

Dna Dumitrescu, specialist în comunicare: De obicei apare o etichetă, precum „Sponsorizat” sau „Parteneriat plătit”. Cred că mulți urmăritori nu observă aceste etichete, din păcate.

Reporter: De ce avem încredere în recomandările influencerilor?

Dna Dumitrescu, specialist în comunicare: Pentru că îi vedem ca fiind autentici și asemănători cu noi. Din punctul meu de vedere, exact asta îi face eficienți pentru companiile care plătesc reclame.

Reporter: Un influencer celebru este automat un expert?

Dna Dumitrescu, specialist în comunicare: Nu, deloc. Celebritatea nu înseamnă expertiză. Mi se pare important ca urmăritorii să facă această diferență.

De reținut: Chiar și un expert poate exprima, alături de fapte, propriile opinii. E important să învățăm să le separăm.

Fapt sau opinie – care e diferența?

Un **FAPT** este o împrejurare reală, o acțiune sau un fenomen care poate fi observat sau verificat. Faptele sunt universale, adică apar la fel, indiferent de cine le privește.

O **OPINIE** este o părere personală, cu care putem fi sau nu de acord. Opiniile pot diferi de la o persoană la alta.

*Ca să exprimăm opiniile ne folosim de cuvinte ca **părerea mea este că, eu cred că, mi se pare.***

Exercițiul 1. Alege varianta corectă

Pentru fiecare pereche de enunțuri, scrie care este FAPTUL (A sau B).

1. Despre etichete:

- A) Postările sponsorizate ar trebui marcate cu etichete precum „Sponsorizat”.
B) Mulți urmăritori nu observă aceste etichete.

Enunțul care este un FAPT: _____

2. Despre încredere:

- A) Exact asta îi face eficienți pe influenceri pentru companii.
B) Următorii au încredere pentru că îi văd pe influenceri ca fiind autentici.

Enunțul care este un FAPT: _____

3. Despre expertiză:

- A) Celebritatea nu înseamnă expertiză.
B) Este important ca urmăritorii să facă această diferență.

Enunțul care este un FAPT: _____

Exercițiul 2. Fapt sau opinie, din interviu

Recitește interviul de mai sus. Scrie **F** în dreptul faptelor și **O** în dreptul opiniilor.

- ☐ Postările sponsorizate ar trebui marcate cu etichete precum „Sponsorizat”. _____
☐ Mulți urmăritori nu observă aceste etichete. _____
☐ Următorii au încredere în influenceri pentru că îi văd ca fiind autentici. _____
☐ Exact asta îi face eficienți pentru companiile care plătesc reclame. _____
☐ Celebritatea nu înseamnă expertiză. _____
☐ Este important ca urmăritorii să facă diferența dintre celebritate și expertiză. _____

Exercițiul 3. Scrie un titlu de știre

Scrie două titluri despre acest subiect: unul care prezintă doar **fapte** (obiectiv) și unul care exprimă o **opinie** (senzațional).

Titlu cu FAPTE: _____

Titlu cu OPINIE: _____

Exercițiul 4. Ce părere ai?

Crezi că influencerii ar trebui să testeze personal produsele înainte de a le recomanda urmăritorilor?

Opinia mea: _____

Un fapt care susține asta: _____

Exercițiul 5. Gândește critic

Un coleg îți spune:

„Am citit că dacă un influencer are milioane de urmăritori, înseamnă automat că este de încredere în privința produselor pe care le recomandă.”

1. Ți se pare o afirmație ușor de crezut sau greu de crezut? De ce?

2. Ce spune textul despre diferența dintre celebritate și expertiză?

3. Ce ai verifica înainte să crezi o recomandare făcută de un influencer?

Surse de documentare

- Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC): <https://anpc.ro>
- Federal Trade Commission – Influencers Guide: <https://www.ftc.gov>
- Common Sense Media – Influencer Marketing: <https://www.common sense.org>