

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ



МЕДИАГРАМОТНОСТЬ МОЛОДЕЖИ НА ЕВРОПЕЙСКОМ ПУТИ МОЛДОВЫ

От медиаграмотности населения во многом зависит исход предстоящих осенью 2025 года Парламентских выборов Молдовы. Участие молодежи и ее активная гражданская позиция во многом являются определяющими, поскольку речь идет о будущем нашего государства, а значит о будущем молодежи. В этом выпуске мы сосредоточили внимание на способах противодействия дезинформации, важности информационной и электоральной грамотности среди молодежи и способах противодействия пропаганде и политическим манипуляциям.

Рассматриваем влияние дезинформации на выборы и необходимость повышения устойчивости молодежи к дезинформации в период электоральных процессов. Также, в данном выпуске собраны полезные февральские новости для молодежи и представлена информативная нота о потенциальных возможностях для молодых людей, открывающиеся перед нашей страной благодаря ЕС. Кроме того, вы сможете больше узнать об опасностях дезинформации, роли инфлюенсеров в продвижении дезинформации и пропаганды. Обо всем этом и не только, читайте в данном номере.

ПОЛЕЗНЫЕ НОВОСТИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ О ПОМОЩИ И ПОДДЕРЖКЕ ЕС

Комиссар по вопросам расширения Марта Кос встретила с послами Европейской молодежи из Молдовы

Находясь с визитом в Молдове, 4 февраля Еврокомиссар по вопросам расширения Марта Кос встретила с членами инициативы «Послы европейской молодежи» (YEAs).

Марта Кос и YEA обсудили взгляды молдавской молодежи на европейский путь страны, вызовы, с которыми они сталкиваются, и их роль в сближении Молдовы с Европейским союзом. «Молодое поколение получит наибольшую выгоду от вступления в ЕС, и понимание их чаяний и опасений является ключом к разработке эффективной и устойчивой политики», - говорится в сообщении Представительства ЕС в Молдове в Facebook.



3-4 февраля нынешнего года Марта Кос посетила Молдову в рамках продолжающихся усилий ЕС по поддержке Республики Молдова в преодолении тяжелого энергетического кризиса, спровоцированного «Газпромом» по обе стороны Днестра. Во время своего визита от имени Европейской комиссии Кос подписала с правительством Молдовы всеобъемлющую энергетическую стратегию, направленную на то, чтобы отвязать страну от российских поставок и интегрировать ее с рынком ЕС. Комиссар также встретила с представителями молдавского гражданского общества, женщинами-лидерами и молодежью.

Европейская Комиссия приветствует политическое соглашение по Фонду реформ и роста для Молдовы в размере 1,9 млрд евро

Комиссия приветствует политическое соглашение, достигнутое вчера вечером между Европейским парламентом и Советом Европейского союза по Регламенту о создании Фонда реформ и роста для Молдовы – одной из ключевых опор Плана роста для Молдовы, предложенного Комиссией в октябре 2024 года. План является крупнейшим пакетом финансовой поддержки ЕС с момента обретения Молдовой независимости. Он будет способствовать развитию экономики Молдовы, предоставит значительную финансовую помощь и приблизит страну к членству в ЕС путем ускорения реформ.

Фонд реформ и роста для Молдовы предоставит финансовую поддержку в размере 1,9 млрд евро на основе Программы реформ для Молдовы, в которых изложены основные социально-экономические и фундаментальные реформы, которые страна намерена провести для ускорения роста и сближения с ЕС, а также приоритетные инвестиционные потребности. Фонд будет охватывать все сектора, которые имеют жизненно важное значение для продвижения экономического роста Молдовы и ее интеграции в единый рынок ЕС. Средства будут выделяться дважды в год на основании заявок правительства Молдовы и после проверки Комиссией выполнения всех соответствующих условий, изложенных в Повестке реформ.

ПОЛЕЗНЫЕ НОВОСТИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Достигнутое политическое соглашение теперь подлежит официальному утверждению Европейским парламентом и Советом. Поддержка по линии Фонда реформ и роста будет оказана в дополнение к объявленной 4 февраля двухлетней Комплексной стратегии энергетической независимости и устойчивости Молдовы, призванной сделать энергетический рынок страны более устойчивым, экономически жизнеспособным и полностью независимым от российских источников энергии к концу 2026 года.

Новый генеральный директорат Европейской комиссии займется расширением ЕС и его Восточным соседством

С 1 февраля в Европейской комиссии начал работать Генеральный директорат по расширению и Восточному соседству (DG ENEST), отвечающий за переговоры о расширении и вступлении в Европейский союз со странами-кандидатами и потенциальными кандидатами на вступление в ЕС. Эта деятельность также включает в себя информирование о преимуществах расширения ЕС как внутри ЕС, так и за его пределами.

Еще одна важная задача DG ENEST – региональное сотрудничество и региональные инициативы, включая постепенную интеграцию стран-кандидатов в процессе их вступления в Союз. Директорат также будет управлять большей частью финансовой и технической помощи ЕС партнерам по расширению и странам Восточного партнерства ЕС, таким как Армения, Азербайджан и Беларусь. Кроме того, DG ENEST будет оказывать постоянную и устойчивую поддержку Украине, продолжать работу по восстановлению и реконструкции Украины и управлять Платформой доноров Украины.

Комиссар по вопросам расширения Марта Кос заявила, что мир, свобода и процветание на европейском континенте напрямую зависят от силы, единства и размера Европейского союза. «В этом заключается суть нашей политики расширения. Впервые за 10 лет появилась реальная перспектива того, что в течение этого мандата мы сможем вывести одну или несколько стран на финишную прямую переговоров, – сказала Марта Кос.

– Предстоящий путь будет сложным, но я рада, что благодаря новому Генеральному директорату по расширению и Восточному соседству у меня будет преданная команда, опирающаяся на знания и приверженность делу, с которой мы поможем будущим государствам-членам провести необходимые реформы, чтобы подготовить их к вступлению в Союз».

О создании этого Генерального директората было объявлено председателем Европейской комиссии Урсолой фон дер Ляйен на презентации Коллегии комиссаров в сентябре 2024 года, а официальное решение Комиссии было принято в декабре 2024 года.



ИНФОРМАТИВНАЯ НОТА

Возможность для молодежи: оплачиваемая стажировка в Европейской комиссии

Молодые выпускники, желающие получить профессиональный опыт работы в международной среде, теперь имеют возможность пройти пятимесячную оплачиваемую стажировку в учреждениях и агентствах Европейской комиссии.

Программа дает возможность получить практический опыт работы в европейской политике и процессах, работать в мультикультурной среде и получать привлекательное ежемесячное пособие, а также покрывать определенные расходы.

Стажировка открыта для выпускников высших учебных заведений в любой области, которые хорошо владеют английским, французским или немецким языками и мотивированы внести свой вклад в проекты Европейского Союза.

Регистрация на следующий раунд уже открыта! Желающим предлагается подать заявку и начать свое европейское приключение.

Евроинтеграция Молдовы: гранты для инфлюэнсеров и представителей гражданского общества

Трансатлантический фонд (ТФ) в сотрудничестве с Черноморским трастом по региональному сотрудничеству Германского фонда Маршалла США (BST) объявил грантовый конкурс для инфлюэнсеров, активных граждан и представителей гражданского общества в Молдове. Цель конкурса – проинформировать молдавское общество о преимуществах интеграции Молдовы в ЕС. Эта инициатива является частью программы «Increasing public resilience to disinformation and EU positive awareness (INCRES)», софинансируемую Европейским союзом.

BST предоставит десять грантов, максимальный размер каждого из которых составляет 2 510 евро, чтобы граждане и гражданские группы Молдовы могли напрямую продвигать и поддерживать европейскую интеграцию и европейские ценности страны. В конкурсе могут принять участие граждане, молодежь, неформальные группы, гражданские активисты, представители ОГО (включая руководителей, сотрудников, волонтеров, гражданских активистов), инфлюэнсеры, лидеры общественного мнения, блогеры, и т.д. Мероприятия могут быть реализованы как онлайн, так и офлайн.

Крайний срок подачи заявок – 31 марта 2025 года.

AIESEC Chisinau набирает новых членов! Возможности для амбициозной молодежи

С 10 февраля AIESEC в Кишиневе начинает набор молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет, которые хотят стать частью крупнейшей молодежной организации в мире. В рамках этой программы участники имеют возможность развить свои лидерские качества, внести свой вклад в проекты, оказывающие социальное воздействие, а также получить доступ к международным волонтерским возможностям и профессиональным стажировкам.

Члены AIESEC могут работать в различных отделах, таких как маркетинг и PR, развитие бизнеса, управление талантами, финансы и логистика или операции, таким образом, имея возможность развивать свои навыки в динамичной и международной среде.

Благодаря этому опыту волонтеры получают связи с молодыми людьми из более чем 120 стран, доступ к более чем 5000 глобальным партнерам, а также возможности международной стажировки и трудоустройства.

Если вы хорошо владеете английским языком и хотите быть частью сообщества активных и целеустремленных молодых людей, подайте заявку до 10 марта и начните свой путь к личностному и профессиональному развитию!

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ О ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИИ НА ВЫБОРЫ В МОЛДОВЕ

Для Молдовы дезинформация и попытки манипулировать электоратом — явление не новое. В преддверии Парламентских выборов ожидается новая волна дезинформации и пропаганды, с которой придется столкнуться избирателям. Президентские выборы показали насколько электорат продолжает оставаться уязвимым к дезинформации, пропаганде и манипуляциям. Согласно прогнозам шоковые эффекты дезинформационных нарративов в ходе парламентских выборов будут значительно сильнее. Однако результаты этих выборов чрезвычайно важны. Необходимость повышения уровня участия молодежи очевидна. При этом мы все понимаем, что среди потенциальных участников электорального процесса будут и те, кому предстоит первый раз принять участие в выборах.

На что следует обращать внимание новоиспеченным избирателям? Как не стать жертвой дезинформации? Почему результаты этих выборов чрезвычайно важны для Молдовы и как повысить уровень участия молодежи в парламентских выборах? Беседуем с Натальей Стеркул, исполнительным директором Ассоциации Внешней Политики (АРЕ).



Наталья СТЕРКУЛ, исполнительный директор Ассоциации внешней политики (АРЕ)

Как вы оцениваете уровень подготовленности молодежи для участия в выборах?

Если говорить в целом, то гражданская активность молодежи требует активизации механизмов повышения уровня электоральной грамотности среди подрастающего поколения. Формирование электоральной культуры среди молодежи важная составляющая этого процесса, наряду с повышением уровня знаний будущих избирателей об избирательной системе страны и особенностях электоральных процессов в целом. Отсутствие системности в изучении базовых политических и правовых категорий гражданами до получения ими активного избирательного права может приводить к незаинтересованности к участию в выборах, низкой явке, недоверию к системе выборов в стране и другим последствиям.

Для Молдовы актуален вопрос развития и формирования у подрастающего поколения определенных правовых знаний, способствующих активному вовлечению и участию в выборах. Благодаря электоральной грамотности у молодых граждан появятся знания о процедуре выборов, юридических аспектах их проведения и своих избирательных правах и обязанностях. Таким образом, молодые люди могут формировать определенные политические взгляды и установки уже со знанием основных особенностей избирательного права и процесса.

Если же говорить, в частности о степени готовности молодежи к участию в предстоящих Парламентских выборах, то конечно, следует признать, что она недостаточно высока. Несмотря на то, что молодежь сегодня активна, креативна, все же отсутствие той самой системности знаний создает шаткость мнений и возможности для манипуляций. Дезинформация в такой среде способна оказывать радикальное воздействие на еще несформированные окончательно среди молодых людей взгляды, мнения и политические предпочтения.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ О ДЕЗИНФОРМАЦИИ И ЕЕ ВЛИЯНИИ НА ВЫБОРЫ В МОЛДОВЕ

Как повысить уровень участия молодежи в выборах?

Формирование гражданской активности это вопрос не одного дня, особенно среди молодежи. Это целый процесс, требующий обстоятельных подходов, методик, тактик. Молодежь Молдовы в подавляющем большинстве либо строит планы об учебе за границей, высокооплачиваемой работе за рубежом, либо, уже учатся или работают за пределами страны. Вопросы положения дел социально-экономического характера в нашей стране оставляют желать лучшего. Отсюда низкий интерес к политическим процессам и политической жизни и соответственно, низкая явка на выборы.

Вместе с тем, есть среди молодежи активисты, лидеры мнений, которые весьма охотно участвуют в социально-политической жизни, являются членами политических партий, инициаторами определенных гражданских инициатив. Вопросы повышения участия так или иначе связаны с гражданской активностью в целом, настроениями в обществе, ожиданиями и надеждами. Власти пытаются привлечь как можно больше молодежи к участию в жизни государства, выстраивают диалог с молодежью, но и важна заинтересованность самой молодежи. Для этого важны не только призывы к участию, но и работа с молодежью.

Как не стать жертвой дезинформации во время избирательных процессов?

Медиа-платформы являются мощным двигателем распространения и продвижения знаний и информации об электоральных циклах. В современном мире это приобретает все большее значение и все более новые формы выпуска медиа-продуктов и медиа-контента, но и в то же время они способны тиражировать дезинформационные нарративы, которые продвигаются определенными политическими силами с конкретными намерениями. Поэтому во многом это вопрос бдительности, рационального, взвешенного подхода к получаемой информации, перепроверки фактов и новостей.

Как правило, контент, вызывающий сильные эмоции, чувство страха или разочарования, рассчитан на манипуляции и речь не только о каких-либо сенсационных новостях, речь о громких, ярких заголовках, фразах вырванных из контекста, намеренного использования сатиры и черного пиара для привлечения внимания большего числа аудитории. Должно быть понимание того, что разделенность общества создается именно с помощью раскачивания эмоций. Необходимо абстрагироваться от этого и исходить из тех реалий, в которых мы находимся – период реформирования и поступательного движения в ЕС. Этот процесс не может быть легким и безоблачным. Есть политические силы в нашей стране, которые препятствуют этому процессу и потому способны на многое. Задача молодежи, что европейское будущее – это их будущее и выбор европейского пути Молдовы, стоит в том числе и за ними.

ВЗГЛЯД ЖУРНАЛИСТА НА ДЕЗИНФОРМАЦИЮ В МЕДИА-ЛАНДШАФТЕ МОЛДОВЫ

**Беседуем с Вероникой Писаренко, основательницей
Коммуникационного агентства Prier**

Вопрос: Как учредитель Коммуникационного агентства Prier, которое, среди прочего, реализует обширные коммуникационные кампании и снимает видеопродукцию в Республике Молдова, как часто Вы сталкиваетесь с дезинформацией в своей профессиональной деятельности и что бы Вы могли посоветовать молодым людям, чтобы не попасть в ловушку дезинформации?

Ответ: К сожалению, дезинформация является константой в современном медиа-ландшафте Республики Молдова, с которым мы все сталкиваемся. В нашей стране, где информационные потоки подвержены влиянию как внутренних, так и внешних факторов, любая коммуникационная кампания должна учитывать это явление и выверять свои месседжи так, чтобы противостоять манипуляциям. По моему опыту, дезинформация основана не только на очевидной лжи, но чаще всего на усеченной или коварно переосмысленной правде. Важно понимать, что коммуникационные агентства могут способствовать как борьбе с дезинформацией, посредством различных информационных кампаний, реализуемых государственными структурами и внешними партнерами, так и, наоборот, распространению фейков, работая на определенных коммерческих клиентов или даже политические партии.

Мы в Prier Agency всегда стараемся предвидеть дезинформацию или ложь, которые могут появиться в информационных кампаниях, которые мы проводим. Когда мы думаем о коммуникационной стратегии или готовим сценарий видеопроизводства, мы тщательно проверяем информацию, которой делимся, и сотрудничаем с известными экспертами. Также мы всегда руководствуемся правилом: «Прежде всего, не навреди!», то есть стараемся не запускать сообщения, которые могут затронуть окружающих. Важно понимать, что за каждым сообщением стоит намерение, будь то образовательное, коммерческое или политическое.



**Вероника Писаренко,
основательница
Коммуникационного агентства
Prier.**

Во второй половине 2024 года мы работали над широкой кампанией, реализованной для Государственной канцелярии при финансовой поддержке международной организации, направленной на борьбу с дезинформацией, связанной с европейским путем Республики Молдова. В рамках кампании мы сотрудничали с несколькими инфлюенсерами, популярными Telegram-каналами, региональными и национальными СМИ, чтобы бороться с мифами, связанными со вступлением нашей страны в ЕС. Одной из акций стала съемка на улице десятков народных голосов с гражданами из разных районов, которые высказывали свое мнение о референдуме и интеграции в ЕС. Это упражнение показало нам, насколько остро на самом деле стоит проблема российской пропаганды в Молдове, где тысячи людей продолжают верить, что вступление в Евросоюз будет означать продвижение ЛГБТ-сообщества или что европейцы купят всю нашу землю.

Таким образом, я хочу сказать молодым людям, что лучшая защита от дезинформации — это не только проверка источников, хотя это остается критически важным, но и развитие критического рефлекса по отношению к любой потребляемой информации. Я призываю вас всегда спрашивать себя: кто является автором этого контента (статьи в прессе или поста в социальных сетях)? Какие источники цитируются (официальные, анонимные и т.д.)? Какова цель этого послания? Умом, обученным задавать вопросы, гораздо труднее манипулировать.

Я также рекомендую потреблять разнообразный контент: читать не только заголовки, но и полный текст статьи, смотреть разные медиа источники, обращать внимание на то, как те или иные темы преподносят разные новостные сайты или телеканалы. Знакомство с различными точками зрения поможет вам распознать шаблоны дезинформации и не попасть в ловушку ложных нарративов.

Вопрос: Как Вы оцениваете роль социальных сетей в жизни молодых людей в Республике Молдова? Насколько изменился способ коммуникации в обществе за последние годы?

Ответ: Социальные сети стали не только средой социальных сетей, но и основным пространством, где молодые люди формируют свое мнение, ищут источники информации и взаимодействуют с социальной, культурной и политической реальностью. В последние годы мы стали свидетелями практически полного перехода избирательных и рекламных кампаний в онлайн, что в корне изменило способ коммуникации как брендов, так и политиков.

Эта ускоренная цифровизация принесла не только преимущества, но и множество рисков. С одной стороны, доступ к информации теперь мгновенный, и молодые люди могут быть более чем когда-либо связаны с текущими событиями. С другой стороны, их подверженность воздействию алгоритмов, которые продвигают контент, основанный больше на вовлеченности, чем на правдивости, делает их уязвимыми для дезинформации и эмоциональных манипуляций.

В ходе недавних избирательных кампаний мы видели, как политические сообщения персонализируются в соответствии с предпочтениями пользователей и их поведением в интернете. Стратегии микротаргетинга могут быть эффективными для получения информации, но они также поднимают этические вопросы: сталкиваются ли молодые люди с объективной картиной политической реальности или просто с ее отфильтрованной версией, предназначенной для получения их голосов? То же самое происходит и в рекламе, где бренды создают ультрасегментированные кампании, основанные на психологии потребителей и данных, собранных из цифровой среды.

Способ коммуникации в обществе радикально изменился. Если раньше дебаты проходили в физическом публичном пространстве, на встречах с избирателями или по телевидению, то теперь они проходят в комментариях, в группах Telegram или в TikTok. Таким образом, поляризация мнений стала более заметной, чем когда-либо.

Для молодых людей важно не пассивно принимать контент, который им доносят, а критически анализировать его, проверять источники и диверсифицировать свои информационные каналы. В мире, где каждый лайк или репост может усилить манипулятивное сообщение, часть ответственности за взаимодействие с таким контентом лежит на нас, пользователях.

Вопрос: Почему, с вашей точки зрения, молодые люди предпочитают видеоролики и короткие и провокационные посты? В какой степени это может способствовать продвижению токсичных нарративов и как с этим следует бороться?

Ответ: Молодые люди предпочитают короткие видеоролики и провокационные посты по простой причине. В океане контента, который меняется каждую минуту, наше время и внимание стали одними из наших самых ценных ресурсов. Алгоритмы социальных сетей отдают предпочтение быстрым, динамичным и эмоциональным форматам, которые могут увлечь зрителя в первые три секунды. Этот способ потребления медиа, основанный на непосредственном воздействии, формирует не только предпочтения пользователей, но и то, как строятся публичные сообщения.

Но у этой тенденции есть опасная обратная сторона: упрощение сообщений, эмоции заменяют аргументы и усиление токсичных нарративов с помощью вирусных механизмов. Дезинформация и манипуляции процветают в этой экосистеме, потому что короткие сообщения оставляют мало места для критического мышления. Сенсационный заголовок или стратегически смонтированное видео могут исказить реальность эффективнее, чем строгий анализ, а в эпоху «думскроллинга», когда мы потребляем пассивный и быстрый контент, такие сообщения становятся опасными.

Как мы боремся с этим явлением? В первую очередь в школьную программу необходимо ввести медиаграмотность. Молодые люди должны понимать, как работают алгоритмы, почему в их ленте появляются те или иные сообщения и как оценить достоверность того или иного контента.

Во-вторых, нам нужно повышать качество контента в цифровой среде. Инфлюенсеры, создатели контента и журналисты несут ответственность за то, чтобы не поддаваться искушению сенсационности только ради вовлечения. СМИ и коммуникационные кампании должны адаптироваться к динамичному стилю социальных сетей, но не жертвовать правдой в пользу вирусизации.

Наконец, пользователи также играют свою роль в этой экосистеме. Ответственное распространение, сообщение о ложном контенте и избегание желания эмоционально реагировать перед проверкой информации — это небольшие, но важные шаги.

Вопрос: Какова роль инфлюенсеров в продвижении дезинформации и пропаганды и, наоборот, какова роль этих людей в разоблачении фейковых новостей и борьбе с дезинформацией?

Ответ: Инфлюенсеры играют двойную роль в информационной экосистеме: они могут быть как векторами дезинформации, так и союзниками в борьбе с ней.

С одной стороны, их популярность позволяет быстро распространять продвигаемые ими сообщения, но если они не проверяют информацию, хотят заработать легкие деньги или просто стремятся к взаимодействию, они могут усиливать фейковые новости и пропаганду.

С другой стороны, ответственные инфлюенсеры могут объяснить механизмы манипуляции и стимулировать критическое мышление. Именно это мы и постарались донести через информационную кампанию, о которой говорили выше. Одним из инфлюенсеров, с которыми я сотрудничала, является популярная среди русскоязычных Елисей Латуль, которая перед референдумом о вступлении Молдовы в ЕС создала несколько роликов, с помощью которых пыталась развенчать мифы, связанные с интеграцией в ЕС.

Вопрос: Что бы вы могли посоветовать молодым людям, которые только начинают и хотят сделать карьеру в видеоблоге, чтобы увеличить свою онлайн-аудиторию и количество подписчиков?

Ответ: Для молодых людей, которые хотят начать карьеру в видеоблоге и увеличить свою онлайн-аудиторию, ключ к успеху кроется не только в количестве подписчиков, но и в качестве контента и их связи с аудиторией. Вот несколько основных рекомендаций:

- Найдите свой собственный стиль или нишу, в которой у вас есть экспертиза. Так же, как уже существуют миллионы видеоблогеров, подлинность имеет решающее значение. Не пытайтесь копировать тренды, не привнеся что-то личное. Например, Эмилиан Крецу стал популярен не только потому, что делал пародии за счет других публичных личностей, но и потому, что у него был свой стиль и юмор, понятный простым молдаванам, которые с ним общались.

- Будьте последовательны и адаптируйтесь. Размещайте регулярный, но не жесткий контент. Отслеживайте, что привлекает наибольшее внимание и охват, и корректируйте свой контент. В TikTok и Instagram важны короткие и динамичные видеоролики, в то время как на YouTube более эффективны хорошо построенные сторителлинг и закулисные видео.

- Создайте сообщество. Отвечайте на комментарии, инициируйте обсуждения, вовлекайте своих подписчиков в свой выбор. Успешные влогеры, такие как Vlogs Ilie, выросли, потому что они постоянно взаимодействуют с подписчиками.

- Не стоит недооценивать качество продукции. Вам не нужно дорогое оборудование, но инвестируйте в хороший свет, чистый звук и достойный монтаж. За хорошо проработанным контентом легче следить и делиться им соответственно.

Настоящий успех зависит не от количества подписчиков, а от влияния, которое вы оказываете. Будьте последовательны и аутентичны, и ваша аудитория будет расти органично.

ИЗВЕСТНО ЛИ ВАМ ЧТО:

Государственный педагогический университет им. Иона Крянгэ предлагает бесплатные курсы подготовки к бакалавриату 2025 года

Государственный педагогический университет им. Иона Крянгэ поддерживает учащихся двенадцатых классов серией бесплатных курсов по подготовке к экзамену на степень бакалавра. Уроки будут проводиться преподавателями университета и будут проходить онлайн, начиная с понедельника, 17 февраля 2025 года.

С помощью этих курсов UPSC стремится помочь студентам закрепить свои знания и максимизировать их шансы на успех на национальных экзаменах. Менторы предоставят материалы и практические занятия по следующим дисциплинам:

✦ Математика – Вадим Репешко, к.т.н., доцент - Четверг, 20 и 27 февраля, 6 и 13 марта, 17:00

✦ Биология – Георге Гынджу, к.ф.-м.н., доцент - Каждую среду в 18:00

✦ Немецкий язык – Лилия Лупашку, доцент - Каждый вторник, 16:00

✦ Французский язык – Мария Гузун, доцент - Каждый вторник, 16:00

✦ География – Елена Сочиркэ, к.т.н., доцент - Каждый четверг в 17:00

- ✦ Румынский язык и литература – Наталья Страеску, кандидат филологических наук, доцент - Каждый четверг в 15:00
- ✦ Румынский язык и литература для неносителей языка – Лиана Няга, доцент - Каждый четверг в 15:00
- ✦ Английский язык – Нина Татару, доцент - Каждый четверг в 15:00
- ✦ Русский язык и литература – Елена Цимбалюк, кандидат философских наук, преподаватель университета - Каждую среду в 18:00
- ✦ Химия – Надежда Цацачок, доцент - Каждую субботу, 16:00
- ✦ Физика – Игорь Постолаки, к.т.н., доцент - Каждый понедельник, 18:00

Заинтересованные студенты приглашаются принять участие в этих учебных занятиях для улучшения своей успеваемости. Для получения дополнительной информации и регистрации посетите веб-сайт UPSC или свяжитесь с организаторами.

Учебный визит в Литву: возможность для молодых людей, заинтересованных в международной работе с молодежью

Молодые люди, увлеченные международной молодежной работой и желающие развивать свои профессиональные навыки, приглашаются принять участие в «Учебном визите по работе с местной молодежью в Литве 2025». Эта программа дает широкий взгляд на литовскую систему работы с молодежью и создает возможности для сотрудничества на европейском уровне.

Что вы получите от участия?

- ✓ Вы изучите систему работы с молодежью в Литве и пообщаетесь с местными органами власти
- ✓ Вы посетите молодежные центры в городской и сельской местности
- ✓ Вы примете участие в дискуссиях с практиками в области открытой, уличной и мобильной молодежной работы
- ✓ Вы узнаете о возможностях сотрудничества через Erasmus+ и Европейский корпус солидарности
- ✓ Вы получите сертификат Youthpass, который признает навыки, приобретенные в рамках программы

Кто может участвовать?

- ✦ Люди с продвинутым знанием английского языка
- ✦ Молодежные работники, молодежные лидеры, лица, определяющие молодежную политику, или координаторы молодежного бизнеса
- ◆ Количество мест: 20 участников

Деятельность осуществляется Ассоциацией Внешней Политики в партнерстве с People in Need Молдова в рамках проекта «Moldova ASSIST: улучшение доступа к качественным государственным услугам и социальной сплоченности», финансируемого Европейским Союзом.