



## FI A DISCIPLINEI

## 1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Științele ale Comunicării și Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științele ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Relații publice și publicitate / Specialist în relații publice

## 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Sistemul mass-media						
2.2 Titularul activităților de curs	conf.univ.dr. tefania Bejan						
2.3 Titularul activităților de seminar	as.drd.Tudorel Constantin Rusu						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tip de evaluare	Ex.	2.7 Regimul disciplinei	DO

## 3. Timpul total estimat (ore pe semestrul de activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	28
3.7 Din care: Total ore <b>on-line</b>	0	din care: 3.8 <b>on-line curs</b>	0	din care: 3.9 <b>seminar on-line</b>	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					24
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					34
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități					0
3.10 Total ore studiu individual					94
3.11 Total ore pe semestrul					150
3.12 Număr de credite					6

## 4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	–
4.2 De competențe	–

## 5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	–
5.2 De desfășurare a seminarului	–

## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	C1. Cunoașterea și utilizarea corectă a termenilor de specialitate din domeniul mass-media C2. Identificarea și înțelegerea teoriilor privind gestionarea informațiilor, precum și efectele comunicării mediatice C3. Stabilirea particularităților utilizării specializate de către diverse tipuri și organizații mass-media C3.1. Cunoașterea genurilor jurnalistice (caracteristici, diferențe, structură) C3.2. Redactarea textelor jurnalistice aparținând diferitelor familii și genuri
<b>Competențe transversale</b>	CT1. Integrarea într-o echipă editorială, indiferent de tipul organizației media CT2. Realizarea documentării subiectelor abordate în articole și emisiuni radio-tv. CT3. Coordonarea departamentelor media din perspectiva susținerii comunicării în condiții de deontologie profesională CT4. Analiza cantitativ și calitativ a produselor media diseminate în spațiul public



7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)	
<b>7.1. Obiectivul general</b>	Înțelegerea și operaționalizarea comunicării mediatice pentru a putea onora profesia de jurnalist în contextul rolului social al presei și al exigențelor deontologice
<b>7.2. Obiectivele specifice</b>	<p>S știe mecanismul constituirii și funcționării sistemului mass-media</p> <p>S cunoaște misiunea presei în diferite regimuri social-politice și presiunile exercitate asupra câmpului profesional</p> <p>S înțelege evoluția domeniului în contextul mentalitar</p> <p>S internalizeze și aplică practice pedagogia media în scopul educării publicului</p> <p>S analizeze discursul jurnalistic prin asemănări și diferențe de cel al PR și al domeniului publicității (profesii ale comunicării)</p>

### 8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
1.	Delimitări conceptuale: mulțime, masă, public, audiențe, comunicare de masă, cultură de masă, cultura media, opinie, opinie publică, spațiu public/sferă publică etc.	<p>Descrierea</p> <p>Explicația</p> <p>Expunerea problematizată</p> <p>Conversația euristică</p>	
2.	Tipologia mijloacelor de comunicare de masă; caracteristici ale presei românești		
3.	Funcții ale mass-media		
4.	Efectele mesajului în comunicarea de masă		
5.	Regulile jocului în instituțiile de presă: presiuni politice, economice, profesionale		
6.	Personalitatea jurnalistului drept garant al unei presei sub zodia informării / principii, presiuni ale dezinformării, obediență, supraviețuire		
7.	Etica mass-media, o problemă la limita dintre conștiința profesională și varii „parteneri”: interese, legislație, context .a.		
8.	Tipologia genurilor și familiilor jurnalistice		
9.	Titlul- „capcana” atragerii publicului media		
10.	Elemente și criterii indispensabile ale scrisurii - nucleu al practicii jurnalistice		
11.	Genuri jurnalistice de strictă informație (știre, filet, ecou etc.)		
12.	Genuri de istorisire și studii ( analiză, anchetă, portret, relatare, reportaj...)		
13.	Genurile „opinii exterioare” ( comunicatul de presă, interviul, micro-ancheta, „opinia liberă ”)		
14.	Genurile „comentariu” (caricatura, cronica, editorialul, recenzia .a.)		
<p><b>Bibliografie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, <i>Manual practic de televiziune</i>, Ed. Polirom, Iași, 2009;</li> <li>- Pierre Bourdieu, <i>Despre televiziune</i>, Grup editorial Art, București, 2007;</li> <li>- Asa Briggs, Peter Burke, <i>Mass-media, o istorie socială. De la Gutenberg la Internet</i>, Polirom, Iași, 2004;</li> <li>- Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, <i>Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit</i>, Ed. Polirom, Iași, 2006;</li> <li>- Mihai Coman, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Ed. Polirom, Iași, 1999;</li> <li>- M.Coman, <i>Mass media în România post-comunistă</i>, Ed. Polirom, Iași, 2003;</li> <li>- Peter Gross, <i>Mass media și democrația în țările Europei de Est</i>, Ed. Polirom, Iași, 2004;</li> <li>- John Hartley, <i>Discursul tirilor</i>, Ed. Polirom, Iași, 1999;</li> <li>- Alain DeBotton, <i>Tirile. Manualul utilizatorului</i>, Ed. Humanitas, București, 2015;</li> </ul>			



- John Keane, *Mass-media și democrația*, Ed. Institutul European, Iași, 2000;
- Richard Keeble (coord.), *Presa scrisă. O introducere critică*, Ed. Polirom, Iași, 2009;
- Jean –Noël Kapferer, *Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate*, Ed. comunicare.ro, Buc., 2002;
- Patrick Lecomte, *Comunicare. Televiziune. Democrație*, Ed. Tritonic, București, 2004;
- Bernard Miège, *Societatea cucerită de comunicare*, Ed. Polirom, Iași, 2000;
- David Randall, *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*, Ed. Polirom, Iași, 2007;
- Rémy Rieffel, *Sociologia mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 2008;
- Giovanni Sartori, *Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgândirea*, Ed. Humanitas, București, 2005;
- John Wilson, *Să înțelegem jurnalismul*, Ed. Institutul European, Iași, 2004;
- Barbie Zelizer, *Despre jurnalism la modul serios. Tăcerile din perspectivă academică*, Ed. Polirom, Iași, 2007;
- Camelia Beciu, *Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize*, Ed. Polirom, Iași, 2011;
- Yves Agnès, *Introducere în jurnalism*, Ed. Polirom, Iași, 2011;
- D. Zeca- Buzura, *La taclale cu idolii. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii*, Ed. Polirom, Iași, 2015;
- Umberto Eco, *Numărul zero*, Ed. Polirom, Iași, 2015;
- G. Lipovetsky, *Fericea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum*, Ed. Polirom, Iași, 2007;
- Umberto Eco, *Cronicile unei societăți lichide*, Ed. Polirom, Iași, 2016;
- Marian Voicu, *Matrio ca mincinoșii. Fake-news, manipulare, populism*, Ed. Humanitas, București, 2018;
- Cătălin Negoită (coord.), *Metamorfoze V. Reflectare, (de)formare și fake-news în spațiul mediatic și cultural*, Ed. Tritonic, București, 2020;
- Marshall McLuhan, *Mass-media sau mediul invizibil*, Ed. Nemira, Buc., 1997;
- Bogdan Oprea, *Fake news și dezinformare online: recunoașterea și verificarea. Manual pentru toți utilizatorii de internet*, Ed. Polirom, Iași, 2021;
- Jacques Attali, *Istoriile mass-mediei. De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele*, Ed. Polirom, Iași, 2022.

8.2	Seminar	Metode de predare	Observații
1.	Pentru cine scriem textul jurnalistic? Publicul-țintă	<ul style="list-style-type: none"> <li>- problematizarea</li> <li>- exercițiul</li> <li>- studiul de caz</li> <li>- jocul de rol</li> </ul>	
2.	Particularitățile universului mass-media		
3.	Credibilitatea – baza relației dintre presă și consumator		
4.	Despre ce merităm să scriem? Aplicații		
5.	Cine scrie? Vocea autorului textului jurnalistic		
6.	Elementele unei țiri. Tehnica piramidei inversate		
7.	De unde țim că este adevărat? Alegerea surselor și tratarea lor corect		
8.	Tehnici de realizare a interviului jurnalistic		
9.	Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (I)		
10.	Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (II)		
11.	Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (III)		
12.	Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (IV)		
13./14	Forma finală a textului jurnalistic. Procesul de revizuire: zece reguli. Discuții, aplicații și concluzii		

**Bibliografie**

Aceea i bibliografie indicat la curs

**9. Coroborarea con inutului disciplinei cu a tept rile reprezentan ilor comunit ii, asocia iilor profesionale i angajatorilor reprezentativi din domeniul rela iilor publice**

Frecventarea cursului i seminarului de „sistemul mass-media” îi aduce pe studenți în postura de a cunoaște domeniul , de a evalua profesia de jurnalist în concertul profesiilor comunic rii (specialist în PR, respectiv, în publicitate), și de a practica, imediat după absolvirea facultății, în organizațiile mass-media.

**10. Evaluare**

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota final (%)
10.4 Curs	<p>Capacitatea de a defini conceptele din arealul mass-media</p> <p>Capacitatea de a analiza poziția presei în raport cu puterile statului (legislativ , executiv , judec toresc ), în contextul misiunii jurnalistului de a contribui la asigurarea democrației</p> <p>Capacitatea de a documenta i realiza texte jurnalistice aparținând familiilor i genurilor consacrate</p> <p>Realizarea corelațiilor între profesionalismul comunicatorului de mas și exigențele deontologiei</p> <p>Înțelegerea relației de putere dintre emitentul i receptorul mesajelor mediatice</p> <p>Internalizarea necesit ții și urgenței pedagogiei media în vederea unui public educat (deci, critic)</p>	Examen scris	50%
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitatea de a operaționaliza conceptele, teoriile, modelele specifice jurnalismului</li> <li>- Performanța redactării textelor jurnalistice specifice diferitelor genuri i familii</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-monitorizarea prezențelor fizice și acordarea de puncte bonus în funcție de implicarea studenților</li> <li>- verificarea pe parcurs a interviurilor realizate i prezentate la seminar</li> <li>- evaluarea textelor jurnalistice redactate la seminar</li> </ul>	50 %
<b>10.6 Standard minim de performan</b> : îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim			

Data complet rii

Titular de curs

Titular de seminar

24.09.2022

conf.univ.dr. tefania Bejan

as.drd.Tudorel Constantin Rusu



Data avizării în departament  
XX.09.2022

Director de departament  
conf.univ.dr. Gheorghe Ilie Fârte