

**FIȘA 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	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINTE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII PUBLICE
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Sistemul mass-media						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Dr. TUDOREL-CONSTANTIN RUSU						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	Ob

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					9
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					69
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Numărul de credite					5

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

--

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	

6. Obiective

La finalizarea cursului a acestei discipline, studenții vor fi capabili:

- Să știe mecanismul constituirii și funcționării sistemului mass-media
- Să cunoască misiunea presei în diferite regimuri social-politice și presiunile exercitate asupra câmpului profesional
- Să înțeleagă evoluția domeniului în contextul mentalitar
- Să internalizeze și să practice pedagogia media în scopul educării publicului
- Să analizeze discursul jurnalistic prin asemănări și diferențe de cel al PR și al domeniului publicității (profesii ale comunicării).

7. Competențe/Rezultate ale învățării

- Studentul/Absolventul identifică principalele teorii, modele și elemente ale comunicării directe și mediate tehnologic, în contextul comunicării de masă și comunicării mediate de computer; identifică concepte referitoare la public și audiența mass-media, metode de măsurare, precum și indicatori de audiență specifici canalului tehnologic de comunicare mediatică; identifică structurile de proprietate, mecanismele de control, modele de producție și distribuție specifice sistemelor mass media; identifică elementele care joacă un rol în procesul de formare a opiniei publice, prin care percepțiile și opiniile față de o chestiune în discuție publică sunt formate și întărite, cum ar fi cadrulul informațiilor, tendințele și interesele publicului, procesele psihice și conformismul.
- Studentul/Absolventul aplică procese pentru verificarea unor informații în contextul comunicării profesionale; descoperă erori în argumentație, cadre sau scheme de interpretare distincte oferite de diferite surse în contextul comunicării profesionale; analizează cuvinte, expresii, semne și simboluri, precum și relația dintre acestea în raport cu conceptele fundamentale ale semioticii și teoriei narative în contextul analizei profesionale a mesajelor media textuale, vizuale, audiovizuale și multimodale; interpretează valorile și mesajele ideologice și culturale încorporate în produsele media.
- Studentul/Absolventul evaluează caracteristicile reprezentării în mass-media și platformele digitale a unei teme, unei persoane, unui grup sau unei categorii sociale; utilizează modelele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru a proiecta, adapta sau evalua planuri media; analizează critic pluralitatea de interpretări date și de opinii formulate în contextul reprezentării media a subiectelor și evenimentelor curente.
- Studentul/Absolventul elaborează o analiză media sau o monitorizare media în raport cu un subiect, o temă, o persoană publică, o organizație sau o marcă; evaluează sursele informațiilor și corectitudinea informațiilor receptate; analizează critic evenimentele curente în politică, economie, comunitățile sociale, sectoarele culturale, pe plan internațional și în sport, precum și tendințele culturale populare, cum ar fi cultura pop și argoul cultural și social și mesajele publice ale persoanele de pe rețelele de socializare / platformele digitale cele mai utilizate în contextul său socio-cultural și profesional.
- Studentul/Absolventul: 1. Are un comportament etic și responsabil în procesul de învățare și cercetare și respectă normele deontologiei profesionale. 2. Gândește nuanțat și apreciază diversitatea perspectivelor și punctelor de vedere asupra moralității, exersează și cultivă permanent modestia intelectuală și are înclinația de a-și revizui opiniile și convingerile în lumina

dovezilor. 3. Acționează într-o manieră autonomă și integră în situații care presupun luarea unor decizii cu implicații etice.

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.Delimitări conceptuale: mulțime, masă, public, audiențe, comunicare de masă, cultură de masă, cultura media, opinie, opinie publică, spațiu public/sferă publică etc	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (4,18,20,22, 26)
2.Funcții ale mass-media	• Descrierea • Explicația	2 ore; (5, 18, 19)
3.Tipologia mijloacelor comunicării de masă	• Descrierea • Explicația	2 ore; (5,6,7,11)
4.Efectele mesajului în comunicarea de masă	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (31, 32)
5.Regulile jocului în instituțiile de presă: presiuni politice, economice, profesionale	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (5, 16)
6.Personalitatea jurnalistului drept garant al unei preze sub zodia informării / principii, presiuni ale dezinformării, obediență	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (5, 22, 27, 29)
7.Etica mass-media, o problemă la limita dintre conștiința profesională și varii „parteneri” : interese, legislație, context ș.a.	• Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (21, 23, 30)
8.Tipologia genurilor și familiilor jurnalistice	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată Conversația euristică	2 ore; (4,18,20,22, 26)
9.Titulul- „capcana” atragerii publicului media	• Descrierea • Explicația	2 ore; (11, 21)
10.Elemente și criterii indispensabile știrii - nucleu al practicii jurnalistice	• Descrierea • Explicația	2 ore; (8, 9, 15, 19)
11.Genuri jurnalistice de strictă informație (știre, fileț, ecou etc).	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată	2 ore; (5, 8, 9, 11, 21)
12.Genuri de istorisire și studii (analiză, anchetă, portret, relatare, reportaj...)	• Descrierea • Explicația • Expunerea problematizată	2 ore; (11, 21)
13.Genurile „opinii exterioare” (comunicatul de presă, interviul, micro-ancheta, „opinia liberă”)	• Descrierea • Explicația	2 ore; (11, 15, 21,
14.Genurile „comentariu” (caricatura, cronica, editorialul, recenzia ș.a.)	• Descrierea • Explicația	2 ore; (4, 15, 25, 30)

Bibliografie

1. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009;
2. Pierre Bourdieu, Despre televiziune, Grup editorial Art, București, 2007;
3. Asa Briggs, Peter Burke, Mass-media, o istorie socială. De la Gutenberg la Internet, Polirom, Iași, 2004;
4. Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Ed. Polirom, Iași, 2006;
5. Mihai Coman, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 1999;
6. M.Coman, Mass media în România post-comunistă, Ed. Polirom, Iași, 2003;
7. Peter Gross, Mass media și democrația în țările Europei de Est, Ed. Polirom, Iași, 2004;
8. John Hartley, Discursul știrilor, Ed. Polirom, Iași, 1999;
9. Alain DeBotton, Știrile. Manualul utilizatorului, Ed. Humanitas, București, 2015;
10. John Keane, Mass-media și democrația, Ed. Institutul European, Iași, 2000;
11. Richard Keeble (coord.), Presa scrisă. O introducere critică, Ed. Polirom, Iași, 2009;
12. Jean –Noël Kapferer, Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate, Ed. comunicare.ro, Buc., 2002;
13. Patrick Lecomte, Comunicare. Televiziune. Democrație, Ed. Tritonic, București, 2004;
14. Bernard Miège, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;
15. David Randall, Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă, Ed. Polirom, Iași, 2007;
16. Rémy Rieffel, Sociologia mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
17. Giovanni Sartori, Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgîndirea, Ed. Humanitas, București, 2005;
18. John Wilson, Să înțelegem jurnalismul, Ed. Institutul European, Iași, 2004;
19. Barbie Zelizer, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică , Ed. Polirom, Iași, 2007;
20. Camelia Beciu, Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize, Ed. Polirom, Iași, 2011;
21. Yves Agnès, Introducere în jurnalism, Ed. Polirom, Iași, 2011;
22. D. Zeca- Buzura, La taclale cu idolii. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii, Ed. Polirom, Iași, 2015;
23. Umberto Eco, Numărul zero, Ed. Polirom, Iași, 2015;
24. G. Lipovetsky, Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum, Ed. Polirom, Iași, 2007;
25. Umberto Eco, Cronicile unei societăți lichide, Ed. Polirom, Iași, 2016;
26. Marian Voicu, Matrioșka mincinoșilor. Fake-news, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018;
27. Cătălin Negoită (coord.), Metamorfoze V. Reflectare, (de)formare și fake-news în spațiul mediatic și cultural, Ed. Tritonic, București, 2020;
28. Marshall McLuhan, Mass-media sau mediul invizibil, Ed. Nemira, Buc.,1997;
29. Bogdan Oprea, Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Ed. Polirom, Iași, 2021;
30. Jacques Attali, Istoriile mass-mediei. De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Ed. Polirom, Iași, 2022;
31. Werner J.Severin, James W.Tankard, Jr., Perspective asupra teoriilor comunicării de masă, Ed.Polirom, Iași, 2004;
32. Melvin L.DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, Teorii ale comunicării de masă, Ed. Polirom, Iași, 1999.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.Pentru cine scriem textul jurnalistic? Publicul-țintă	problematizarea	2 ore

	studiul de caz jocul de rol	(3,5,12,14,30,32)
2.Particularitățile universului mass-media	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (3,5,10,12,14, 16, 18, 28, 30, 32)
3.Credibilitatea - baza relației dintre presă și consumator	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (5, 15, 19, 26, 27, 29)
4.Despre ce merită să scriem? Aplicații	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (5, 9, 9, 11, 15, 17, 19)
5.Cine scrie? Vocea autorului textului jurnalistic	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (5, 15)
6.Elementele unei știri. Tehnica piramidei inversate	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (5, 8, 9)
7.De unde știm că este adevărat? Alegerea surselor și tratarea lor corectă	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (26, 29)
8.Tehnici de realizare a interviului	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
9.Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (I)	exercițiul jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
10.Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (II)	exercițiul jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
11.Prezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (III)	exercițiul jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
P12.rezentarea interviurilor realizate de studenți. Feed-back și exerciții suplimentare (IV)	exercițiul jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
13.Forma finală a textului jurnalistic. Procesul de revizuire : zece reguli. Discuții, aplicații și concluzii (I)	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)
14.Forma finală a textului jurnalistic. Procesul de revizuire : zece reguli. Discuții, aplicații și concluzii (II)	problematizarea studiul de caz jocul de rol	2 ore (4, 5, 11, 15, 21, 22)

Bibliografie

1. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009;
2. Pierre Bourdieu, Despre televiziune, Grup editorial Art, București, 2007;
3. Asa Briggs, Peter Burke, Mass-media, o istorie socială. De la Gutenberg la Internet, Polirom, Iași, 2004;
4. Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, Talk-show-ul. Despre libertatea cuvîntului ca mit, Ed. Polirom, Iași, 2006;
5. Mihai Coman, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 1999;
6. M.Coman, Mass media în România post-comunistă, Ed. Polirom, Iași, 2003;
7. Peter Gross, Mass media și democrația în țările Europei de Est, Ed. Polirom, Iași, 2004;
8. John Hartley, Discursul știrilor, Ed. Polirom, Iași, 1999;

9. Alain DeBotton, Știrile. Manualul utilizatorului, Ed. Humanitas, București, 2015;
10. John Keane, Mass-media și democrația, Ed. Institutul European, Iași, 2000;
11. Richard Keeble (coord.), Presa scrisă. O introducere critică, Ed. Polirom, Iași, 2009;
12. Jean –Noël Kapferer, Căile persuasiunii. Modul de influențare a comportamentelor prin mass-media și publicitate, Ed. comunicare.ro, Buc., 2002;
13. Patrick Lecomte, Comunicare. Televiziune. Democrație, Ed. Tritonic, București, 2004;
14. Bernard Miège, Societatea cucerită de comunicare, Ed. Polirom, Iași, 2000;
15. David Randall, Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă, Ed. Polirom, Iași, 2007;
16. Rémy Rieffel, Sociologia mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
17. Giovanni Sartori, Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgândirea, Ed. Humanitas, București, 2005;
18. John Wilson, Să înțelegem jurnalismul, Ed. Institutul European, Iași, 2004;
19. Barbie Zelizer, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică , Ed. Polirom, Iași, 2007;
20. Camelia Beciu, Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize, Ed. Polirom, Iași, 2011;
21. Yves Agnès, Introducere în jurnalism, Ed. Polirom, Iași, 2011;
22. D. Zeca- Buzura, La taclale cu idolii. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii, Ed. Polirom, Iași, 2015;
23. Umberto Eco, Numărul zero, Ed. Polirom, Iași, 2015;
24. G. Lipovetsky, Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum, Ed. Polirom, Iași, 2007;
25. Umberto Eco, Cronicile unei societăți lichide, Ed. Polirom, Iași, 2016;
26. Marian Voicu, Matrioșka mincinoșilor. Fake-news, manipulare, populism, Ed. Humanitas, București, 2018;
27. Cătălin Negoită (coord.), Metamorfoze V. Reflectare, (de)formare și fake-news în spațiul mediatic și cultural, Ed. Tritonic, București, 2020;
28. Marshall McLuhan, Mass-media sau mediul invizibil, Ed. Nemira, Buc.,1997;
29. Bogdan Oprea, Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Ed. Polirom, Iași, 2021;
30. Jacques Attali, Istoriile mass-mediei. De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Ed. Polirom, Iași, 2022;
31. Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr., Perspective asupra teoriilor comunicării de masă, Ed. Polirom, Iași, 2004;
32. Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, Teorii ale comunicării de masă, Ed. Polirom, Iași, 1999.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

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

10. Evaluare

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	50		
Curs	Forma de evaluare		Verificare orală		
	Pondere		30		
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Nu		
	Metode de evaluare				
		Detalii	Pondere	cu reexaminare	

		Test	30	Da
		Verificare orală periodică	70	Nu
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		70	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	
	Metode de evaluare			
		Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Portofoliu	50	Nu
		Prezentare orală proiect seminar	35	Nu
		Verificare orală periodică	15	Nu

10.2 Evaluare finală	Pondere (max. 70%)	50
	Forma de evaluare	Verificare scrisă finală

10.3 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

10.4 Standard minim de performanță
Prezența la min. 7 întâlniri de curs și la min. 8 întâlniri de seminar. Obținerea notei minime 5 la evaluarea continuă (seminar). Obținerea notei minime 5 la evaluarea finală (examen scris).

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN	Titular de seminar, Lect. Dr. TUDOREL-CONSTANTIN RUSU
---	--	--

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--