

**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 ȘTIINȚE 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	Text jurnalistic						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.3 Titularul activităților de seminar	Conf. Dr. STEFANIA BEJAN						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare*	E	2.7 Regimul disciplinei**	F

*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	3	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					6
Pregătire seminare/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					9
Tutoriat					2
Examinări					4
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual*					33
3.8 Total ore pe semestru					75
3.9 Numărul de credite					3

4. Precondiții - De curriculum (dacă este cazul)

Sistemul mass-media

5. Condiții (dacă este cazul)

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

6. Obiective

La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili:

- Să stabilească diversele condiții de obținere a sensului generat de mesajul media transpus în texte specifice
- Să identifice elemente de continuum narativ în diferite conținuturi media
- Să analizeze din perspectiva logicii media paradoxurile strategiei de captare-seduție a publicului prin combinarea real-ficțional în texte aparținând diverselor genuri jurnalistice
- Să ilustreze funcționarea dispozitivului mediatic în produse ale jurnalismului de presă scrisă, radio și televiziune

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 judecă în raport cu modele pentru luarea deciziilor etice, coduri deontologice, respectiv legislației naționale și europene în raport în contextul luării de decizii în probleme profesionale din domeniul comunicării.

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Limitele textuale – minimalizarea dimensiunii informaționale a jurnalismului în Studiile culturale	Explicația Exemplificarea	2 ore; (1, 2, 10, 22)
2. Receptarea conținutului – construirea activă de sensuri. Problema „instabilității” sensului.	Explicația Exemplificarea	2 ore; (1, 2, 11)
3. Dimensiunile ideologice ale textului jurnalist	Explicația Exemplificarea	2 ore; (1, 2, 12, 22)

4. Calitatea polisemică a textului jurnalistic : viu, complex, dependent de context etc.	Explicația Exemplificarea	2 ore; (1)
5. Libertatea de interpretare a textului jurnalistic . „Hermeneutica suspiciunii”	Explicația Exemplificarea	2 ore; (6, 21)
6. Rolul cercetării etnografice a receptării în diferențierea audiențelor. De la analiza de conținut, la coduri, convenții, relații intertextuale	Explicația Exemplificarea	2 ore; (6)
7. Storytelling – liantul dintre „lume” și integrarea culturală. Structuri și tipare repetitive de succes	Explicația Exemplificarea	2 ore; (16, 24)
8. Mitul – element recurent în storytelling. Dimensiunile mitice ale mass-media (conținuturi și instituții de profil)	Explicația Exemplificarea	2 ore; (4, 5, 23, 24, 26)
9. Continuum narativ în producțiile jurnalistice : dilema analitic- istorisire (logică / intrigă; realitate/ ficțiune)	Explicația Exemplificarea	2 ore; (1, 7, 8, 10, 16)
10. Formarea identității postmoderne prin consumul ritualic al simbolurilor vehiculate de textele media audio-vizuale. Comercializarea culturii ?	Explicația Exemplificarea	2 ore; (3, 11, 18, 19, 25, 26)
11. Dispozitive strategice și spații / mărci ale discursului televizual în dezbateri și talk -show	Explicația Exemplificarea	2 ore; (4, 5, 16)
12. Avissi digitale - șansa postmodernă a revitalizării mass-media ?	Explicația Exemplificarea	2 ore; (12, 21)
13. Controlul asupra simbolurilor : intersectarea religiei cu mass-media	Explicația Exemplificarea	2 ore; (14, 16, 23)
14. Criza de încredere în mass-media contemporane (instituții, actori, practici profesionale)	Explicația Exemplificarea	2 ore; (14, 20, 21)

Bibliografie
1. Peter Dahlgren, Colin Sparks (coord.), Jurnalismul și cultura populară, Ed. Polirom, Iași, 2004;
2. Tim O’Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Ed. Polirom, Iași, 2001;
3. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009;
4. Pierre Bourdieu, Despre televiziune, Grup editorial Art, București, 2007;
5. Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Ed. Polirom, Iași, 2006;
6. Mihai Coman, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 1999;
7. John Hartley, Discursul știrilor, Ed. Polirom, Iași, 1999;
8. Alain DeBotton, Știrile. Manualul utilizatorului, Ed. Humanitas, București, 2015;
9. Richard Keeble (coord.), Presa scrisă. O introducere critică, Ed. Polirom, Iași, 2009;
10. David Randall, Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă, Ed. Polirom, Iași, 2007;
11. Rémy Rieffel, Sociologia mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
12. Giovanni Sartori, Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgîndirea, Ed. Humanitas, București, 2005;
13. Barbie Zelizer, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică , Ed. Polirom, Iași, 2007;
14. Camelia Beciu, Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize, Ed. Polirom, Iași, 2011;
15. Yves Agnès, Introducere în jurnalism, Ed. Polirom, Iași, 2011;

16. Daniela Zeca- Buzura, La taclale cu idolii. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii, Ed. Polirom, Iași, 2015;
17. Umberto Eco, Cronicile unei societăți lichide, Ed. Polirom, Iași, 2016;
18. Gilles Lipovetsky, Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum, Ed. Polirom, Iași, 2007;
19. Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, Ecranul global, Cultură, mass-media și cinema în epoca hipermodernă, Ed. Polirom, Iași, 2008
20. Bogdan Oprea, Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Ed. Polirom, Iași, 2021;
21. Jacques Attali, Istoriile mass-mediei. De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Ed. Polirom, Iași, 2022;
22. Douglas Kellner, Cultura media, Ed. Institutul European, Iași, 2001;
23. Mihai Coman, Mass-media, religie, spațiu public, Ed. Polirom, Iași, 2020;
24. Christian Salmon, Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, La Decouverte, Paris, 2007;
25. Roger Silverstone, Televiziunea în viața cotidiană, Ed. Polirom, Iași, 1999;
26. Mihai Coman, Mass media, mit și ritual. O perspectivă antropologică, Ed. Polirom, Iași, 2003.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Scopul receptării conținutului – construirea activă de sensuri. Rolul cercetării etnografice a receptării	Problematizarea	2 ore; (1, 2, 11)
2. Analiza dimensiunilor ideologice ale textului jurnalistic	Analiza diferitelor texte jurnalistice din perspectiva ideologiilor conținute/vehiculate	2 ore; (1, 2, 12, 22)
„3. Hermeneutica suspiciunii”- Libertatea de interpretare a textului jurnalistic	Hermeneutica	2 ore; (1, 6, 21)
4. Mitul – element recurent în storytelling. Dimensiunile mitice ale mass-media (conținuturi și instituții de profil)	Analiza comparativă Exemplificarea	2 ore; (4, 5, 23, 24, 26,)
5. Dispozitive strategice și spații / mărci ale discursului televizual în dezbateri și talk –show. Analiza unor producții jurnalistice din România	Analiza comparativă	2 ore; (5, 16)
6. Șansa postmodernă a revitalizării mass-media - Avisa digitale : avantaje și riscuri pentru profesia de jurnalist	Problematizarea	2 ore; (1, 5, 8, 21)
7. Exemplificarea crizei cognitive și de încredere în mass-media	Analiza Problematizarea	2 ore; (13, 20)

Bibliografie
1. Peter Dahlgren, Colin Sparks (coord.), Jurnalismul și cultura populară, Ed. Polirom, Iași, 2004;
2. Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske, Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Ed. Polirom, Iași, 2001;
3. Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, Manual practic de televiziune, Ed. Polirom, Iași, 2009;
4. Pierre Bourdieu, Despre televiziune, Grup editorial Art, București, 2007;
5. Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit, Ed.

Polirom, Iași, 2006;

6. Mihai Coman, Introducere în sistemul mass-media, Ed. Polirom, Iași, 1999;
7. John Hartley, Discursul știrilor, Ed. Polirom, Iași, 1999;
8. Alain DeBotton, Știrile. Manualul utilizatorului, Ed. Humanitas, București, 2015;
9. Richard Keeble (coord.), Presa scrisă. O introducere critică, Ed. Polirom, Iași, 2009;
10. David Randall, Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă, Ed. Polirom, Iași, 2007;
11. Rémy Rieffel, Sociologia mass-media, Ed. Polirom, Iași, 2008;
12. Giovanni Sartori, Homo videns. Imbecilizarea prin televiziune și postgândirea, Ed. Humanitas, București, 2005;
13. Barbie Zelizer, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică, Ed. Polirom, Iași, 2007;
14. Camelia Beciu, Sociologia comunicării și a spațiului public. Concepte, teme, analize, Ed. Polirom, Iași, 2011;
15. Yves Agnès, Introducere în jurnalism, Ed. Polirom, Iași, 2011;
16. Daniela Zeca- Buzura, La taclale cu idolii. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii, Ed. Polirom, Iași, 2015;
17. Umberto Eco, Cronicile unei societăți lichide, Ed. Polirom, Iași, 2016;
18. Gilles Lipovetsky, Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum, Ed. Polirom, Iași, 2007;
19. Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, Ecranul global, Cultură, mass-media și cinema în epoca hipermodernă, Ed. Polirom, Iași, 2008
20. Bogdan Oprea, Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet, Ed. Polirom, Iași, 2021;
21. Jacques Attali, Istoriile mass-mediei. De la semnalele cu fum la rețelele de socializare și dincolo de ele, Ed. Polirom, Iași, 2022;
22. Douglas Kellner, Cultura media, Ed. Institutul European, Iași, 2001;
23. Mihai Coman, Mass-media, religie, spațiu public, Ed. Polirom, Iași, 2020;
24. Christian Salmon, Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, La Decouverte, Paris, 2007;
25. Roger Silverstone, Televiziunea în viața cotidiană, Ed. Polirom, Iași, 1999;
26. Mihai Coman, Mass media, mit și ritual. O perspectivă antropologică, Ed. Polirom, Iași, 2003.

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

Capacitatea de identificare a mărcilor textului jurnalistic (limite, paradoxuri, continuum narativ, caracter ideologic etc.) și dobândirea abilității de a operaționaliza în profesiile comunicării (PR, Jurnalism, publicitate) concepte, teorii, studii de caz pot face din absolvenții în Științele comunicării și relații publice profesioniști adaptați noilor tehnologii de comunicare și integrați în profesii ale viitorului comunicațional.

10. Evaluare

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

		Test	30	Da
		Verificare orală periodică	70	Nu
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		50	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale			
	Metode de evaluare	Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Referat	40	Nu
		Portofoliu	40	Nu
		Verificare orală periodică	20	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 săptămâni de curs și 4 săptămâni de seminar. Realizarea, conform Regulamentului UAIC (2025), a min. 50 % din fiecare tip de activitate supusă evaluării: seminar și examen scris (nota min. 5 la examenul scris; nota min. 5 la activitatea de seminar).

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN	Titular de seminar, Conf. Dr. STEFANIA BEJAN
---	--	---

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