

**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	Științe ale Comunicării și Relații 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/ Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Sistemul mass-media						
2.2 Titularul activităților de curs	Conf. univ. dr. Bejan Ștefania						
2.3 Titularul activităților de seminar	Asist. univ. dr. Rusu Tudorel-Constantin						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	I	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	Ob

*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					50
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					94
3.8 Total ore pe semestru					150
3.9 Numărul 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/ laboratorului	-

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	CP16. Transpune conceptele cerințelor în conținut CP17. Ține legătura cu colegii CP18. Furnizează informații în scris CP29. Elaborează strategia mediatică CP39. Dezvoltă rețele profesionale CP43. Creează titlul conținutului CP57. Utilizează tehnici de comunicare CP63. Aplică cunoștințe despre comportamentul uman CP64. Prezintă argumente în mod convingător CP70. Monitorizează tendințele sociologice CP78. Utilizează diferite canale de comunicare CP89. Discută cu trecătorii
Competențe transversale	CT7. Moderează discuții CT11. Se adresează unui public CT24. Face față stresului CT27. Este atent la detalii CT30. Se exprimă într-un mod creativ CT49. Raportează fapte CT67. Dă dovadă de curiozitate

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Înțelegerea și operaționalizarea comunicării mediatice pentru a putea onora profesia de jurnalist în contextul rolului social al presei și al exigențelor deontologice
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">• 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)

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		2 ore; (4,18,20,22, 26)
2.	Tipologia mijloacelor comunicării de masă; caracteristici ale presei românești		2 ore; (5,6,7,11)
3.	Funcții ale mass-media		2 ore; (5, 18, 19)
4.	Efectele mesajului în comunicarea de masă		2 ore; (31, 32)
5.	Regulile jocului în instituțiile de presă: presiuni politice, economice, profesionale		2 ore; (5, 16)
6.	Personalitatea jurnalistului drept garant al unei prese sub zodia informării / principii, presiuni ale dezinformării, obediență,		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.	<ul style="list-style-type: none">• Descrierea• Explicația• Expunerea problematizată• Conversația euristică	2 ore; (21, 23, 30)



8.	Tipologia genurilor și familiilor jurnalistice	2 ore; (2, 4, 8, 9, 11, 15,19)
9.	Titlul- „capcana” atragerii publicului media	2 ore; (11, 21)
10.	Elemente și criterii indispensabile știrii - nucleu al practicii jurnalistice	2 ore; (8, 9, 15, 19)
11.	Genuri jurnalistice de strictă informație (știre, filet, ecou etc).	2 ore; (5, 8, 9, 11, 21)
12.	Genuri de istorisire și studii (analiză, anchetă, portret, relatare, reportaj...)	2 ore; (11, 21)
13.	Genurile „opinii exterioare” (comunicatul de presă, interviul, micro-ancheta, „opinia liberă”)	2 ore; (11, 15, 21,
14.	Genurile „comentariu” (caricatura, cronică, editorialul, recenzia ș.a.)	2 ore; (4, 15, 25, 30)

Bibliografie

- Jonathan Bignell, Jeremy Orlebar, *Manual practic de televiziune*, Ed. Polirom, Iași, 2009;
- Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, Grup editorial Art, București, 2007;
- Asa Briggs, Peter Burke, *Mass-media, o istorie socială. De la Gutenberg la Internet*, Polirom, Iași, 2004;
- Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, *Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit*, Ed. Polirom, Iași, 2006;
- Mihai Coman, *Introducere în sistemul mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 1999;
- M.Coman, *Mass media în România post-comunistă*, Ed. Polirom, Iași, 2003;
- Peter Gross, *Mass media și democrația în țările Europei de Est*, Ed. Polirom, Iași, 2004;
- John Hartley, *Discursul știrilor*, Ed. Polirom, Iași, 1999;
- Alain DeBotton, *Știrile. Manualul utilizatorului*, Ed. Humanitas, București, 2015;
- 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. Știrile 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 idoli. Talk show-ul – dispozitiv strategic și simbolic al neoteleviziunii*, Ed. Polirom, Iași, 2015;
- Umberto Eco, *Numărul zero*, Ed. Polirom, Iași, 2015;
- G. Lipovetsky, *Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum*, Ed. Polirom, Iași, 2007;
- Umberto Eco, *Cronicile unei societăți lichide*, Ed. Polirom, Iași, 2016;
- Marian Voicu, *Matrioșka minciinoșilor. 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: recunoaște și verifică. 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;
- Werner J.Severin, James W.Tankard, Jr., *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă*, Ed.Polirom, Iași, 2004;
- 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 jurnalistice? Publicul-țintă.	- problematizarea - exercițiul - studiul de caz	2 ore; (3, 5, 12, 14, 30, 32)



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

Bibliografie

Aceeași bibliografie indicată la curs.

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

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitatea de a defini conceptele din arealul mass-media • Capacitatea de a analiza poziția presei în raport cu puterile statului (legislativă, executivă, judecătorească), în contextul misiunii jurnalistului de a contribui la asigurarea democrației • Capacitatea de a documenta și realiza texte jurnalistice aparținând familiilor și genurilor consacrate • Realizarea corelațiilor între profesionalismul 	Examen scris	50%



	<p>comunicatorului de masă și exigențele deontologiei</p> <ul style="list-style-type: none">• Înțelegerea relației de putere dintre emitentul și receptorul mesajelor mediatic• Internalizarea necesității și urgenței pedagogiei media în vederea unui public educat (deci, critic)		
10.5 Seminar / Laborator	<ul style="list-style-type: none">• Capacitatea de a operaționaliza conceptele, teoriile, modelele specifice jurnalismului• Performanța redactării textelor jurnalistice specifice diferitelor genuri și familii	<ul style="list-style-type: none">• Monitorizarea prezențelor fizice și acordarea de puncte bonus în funcție de implicarea studenților• Verificarea pe parcurs a interviurilor realizate și prezentate la seminar• Evaluarea textelor jurnalistice redactate la seminar	50%
10.6 Standard minim de performanță			
Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 50% din punctajul maxim			

Data completării,
25.09.2024

Titular de curs,
Conf. univ. dr. Bejan Ștefania

Titular de seminar,
Asist. univ. dr. Rusu Tudorel-Constantin

Data avizării în departament,
27.09.2024

Director de departament,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă