

**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	Text jurnalistic						
2.2 Titularul activităților de curs	conf.univ.dr. Bejan Ștefania						
2.3 Titularul activităților de seminar	conf.univ. dr. Bejan Ștefania						
2.4 An de studiu	I	2.5 Semestrul	II	2.6 Tip de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei*	F

*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					10
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					8
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					8
Tutoriat					2
Examinări					5
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 (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	Sistemul mass-media
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	CP48. Creează titlul conținutului CP67. Prezintă argumente în mod convingător CP68. Practică ascultarea activă CP85. Comunică în scris informații prin intermediul mass-mediei digitale sau al presei scrise, în funcție de necesitățile grupului țintă. Structurează conținutul în conformitate cu specificațiile și standardele. Aplică reguli de gramatică și ortografie.
Competențe transversale	CT10. Gândește analitic CT19. Se adresează unui public CT32. Gândește critic CT36. Se exprimă într-un mod creativ CT59. Gândește în mod creativ CT64. Evaluează în mod critic informațiile și sursele acestora CT69. Are o minte deschisă

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general	Înțelegerea caracterului polisemic și ideologic al textului jurnalistic în analiza raportului de comunicare dintre specialiștii în mass-media și publicul-țintă (receptorii mesajului, colaboratori din domeniile PR și publicitate)
7.2 Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">• Stabilească diversele condiții de obținere a sensului generat de mesajul media transpus în texte specifice• Identifice elemente de continuum narativ în diferite conținuturi media• Analizeze din perspectiva logicii media paradoxurile strategiei de captare-seducție a publicului prin combinarea real-ficțional în texte aparținând diverselor genuri jurnalistic• Ilustreze funcționarea dispozitivului mediatic în produse ale jurnalismului de radio și televiziune

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1. Limitele textuale – minimalizarea dimensiunii informaționale a jurnalismului în <i>Studiile culturale</i>	- Explicația - Exemplificarea	2 ore; (1, 2, 10, 22)
2. Receptarea conținutului – construirea activă de sensuri. Problema „instabilității” sensului. Rolul cercetării etnografice a receptării		2 ore; (1, 2, 11)
3. Dimensiunile ideologice ale textului jurnalistic		2 ore; (1, 2, 12, 22)
4. Calitatea polisemică a textului jurnalistic : viu, complex, dependent de context etc.		2 ore; (1)
5. Libertatea de interpretare a textului jurnalistic . „Hermeneutica suspiciunii”		2 ore; (6, 21)
6. Rolul cercetării etnografice a receptării în diferențierea audiențelor. De la analiza de conținut, la coduri, convenții, relații intertextuale		2 ore; (6)
7. <i>Storytelling</i> – liantul dintre „lume” și integrarea culturală. Structuri și tipare repetitive de succes		2 ore; (16, 24)
8. Mitul – element recurent în storytelling. Dimensiunile mitice ale mass-media (conținuturi și instituții de profil)		2 ore; (4, 5, 23, 24, 26)
9. Continuum narativ în producțiile jurnalistice: dilema analitic- istorisire (logică / intrigă; realitate/ ficțiune)		2 ore; (1, 7, 8, 10, 16)



10.	Formarea identității postmoderne prin consumul ritualic al simbolurilor vehiculate de textele media audio-vizuale. Comercializarea culturii ?		2 ore; (3, 11, 18, 19, 25, 26)
11.	Dispozitive strategice și spații / mărci ale discursului televizual în dezbateri și talk -show		2 ore; (4, 5, 16)
12.	Avissi digitale - șansa postmodernă a revitalizării mass-media ?		2 ore; (12, 21)
13.	Controlul asupra simbolurilor : intersectarea religiei cu mass-media		2 ore; (14, 16, 23)
14.	Criza de încredere în mass-media (instituții, actori, practici profesionale		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, *Jurnalismul 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,

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	-	2 ore; (1, 2, 11)
2.	Analiza dimensiunilor ideologice ale textului jurnalistic		2 ore; (1, 2, 12, 22)
3.	„Hermeneutica suspiciunii”- Libertatea de interpretare a textului jurnalistic		2 ore; (1, 6, 21)
4.	Mitul – element recurent în storytelling. Dimensiunile mitice ale mass-media (conținuturi și instituții de profil)		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	2 ore; (5, 16)
6.	Șansa postmodernă a revitalizării mass-media - <i>Avisi</i> digitale : avantaje și riscuri pentru profesia de jurnalist	2 ore; (1, 5, 8, 21)
7.	Exemplificarea crizei cognitive și de încredere în mass-media	2 ore; (13, 20)

Bibliografie

Aceeși bibliografie ca la curs.

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

Capacitatea de identificare a mărcilor textului jurnalist (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

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	Însușirea cunoștințelor circumscrise disciplinei de învățare <i>Textul jurnalist</i>	Examen scris	50
10.5 Seminar / Laborator	Prezența activă la cel puțin 4 seminarii : prezentarea unui referat de specialitate, participarea la dialogul aferent fiecărei teme prin argumentare corespunzătoare și exemple	Observația participativă Analiza îndeplinirii sarcinilor de seminar	50

10.6 Standard minim de performanță

Realizarea, conform Regulamentului UAIC, a min. 50 % din fiecare tip de activitate supusă evaluării: seminar și examen scris.

Data completării,
25.09.2024

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

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

Data avizării în departament,
27.09.2024

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