

FIȘA DISCIPLINEI

1.Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
1.2 Facultatea/Departamentul	FACULTATEA DE Jurnalism și Științele Comunicării
1.3 Catedra	Jurnalism
1.4 Domeniul de studii	Științele comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Jurnalism/Relații publice/Publicitate

2.Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Mass media, politic, societate						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof univ dr Mihai Coman						
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6 Tipul de evaluare	Sumativă	2.7 Regimul disciplinei	Obligatoriu

3.Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					40
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					10
Tutoriat					8
Examinări					20
Alte activități					
3.7 Total ore studiu individual					108
3.9 Total ore pe semestru (3.4. + 3.7)					150
3.10 Numărul de credite					5

4.Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	

5.Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile în care participă la întregul curs și/sau seminar. Studenții se vor prezenta la prelegeri la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Se pot folosi laptopurile și tabletele pentru luarea notițelor. Cursul poate fi înregistrat, dacă este obținută aprobarea titularului de curs. Nu este permisă deranjarea cursului prin dialoguri interpersonale, ascultarea muzicii, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twitter etc, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	Condițiile de frecvență sunt cele fixate de LEN/2011. Studentul este considerat prezent în condițiile în care participă la întregul curs și/sau

	seminar Studenții se vor prezenta la seminare la ora afișată, nu se admit întârzieri mai mari de 15 minute. Nu este permisă folosirea telefoanelor mobile în timpul cursului, nici părăsirea de către studenți a sălii de curs în vederea preluării apelurilor telefonice personale. Nu este permisă deranjarea seminarului prin dialoguri interpersonale, trimiterea de SMS, comunicare pe Facebook, Twiter etc, ascultarea muzicii, ieșirea și intrarea în și din sală.
5.3. Forme de comunicare	Fișa disciplinei este postată pe siteul FJSC, la bibliotecă și transmisă pe grupul anului Studenții primesc un extras din Fișa disciplinei, cuprinzând obligațiile de frecvență și modalitățile de evaluare prin șefii de grupă Informațiile oficiale se vor posta pe siteul FJSC; de asemenea ele pot fi transmise și pe grupul de discuții al anului prin intermediul unui responsabil al grupului. În anumite situații cadrul didactic poate oferi clarificări, răspunzând mesajelor primite pe email; aceste mesaje au valoare consultative și nu se constituie în documente oficiale.

6.Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> - formarea aparatului conceptual specific domeniului comunicării; - însușirea unor modele de comunicare și a postulatelor celor mai importante școli de comunicare; - familiarizarea cu particularitățile comunicării la nivel interpersonal, de grup și mediat; - capacitatea de a identifica, explica și interpreta fenomene și procese specifice diferitelor media; - cunoașterea regulilor de utilizare corectă și eficientă a mesajelor din media; - consolidarea abilităților de comunicare și aplicarea în activitatea profesională a cunoștințelor teoretice dobândite prin studiul acestei discipline.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a înțelege transformările din mass media contemporană - capacitatea de a evalua în mod critic, independentă, fenomenele sociale - capacitatea de analiză a conținutului mass-media - capacitatea de realizare a unor sinteze, prin selecția reflexivă a informațiilor

7.Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Oferă studenților instrumentele conceptuale necesare înțelegerii poziției și rolului sistemului mass media în lumea modernă.
7.2 Obiectivele specifice: înțelegerea	<ul style="list-style-type: none"> - diversității teoriilor și conceptelor utilizate pentru explicarea diferitelor aspecte ale funcționării sistemului mass media; - responsabilității sociale a jurnaliștilor și specialiștilor în comunicare în fața interogațiilor etice cu care se confruntă profesioniștii mass media în munca lor cotidiană; - varietății formelor moderne ale mass mediei, în contextul transformărilor rapide ale tehnologiilor și ale modalităților de utilizare a acestora

8.Conținuturi

READER - **Coman, Mihai**, *Introducere în sistemul mass media*, Iasi, Polirom, (ediția a II-a, 2008, ediția a III-a, 2015)

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>1. Introducere : Prezentarea cursului și a bibliografiei, precizarea exigențelor de evaluare, plasarea cursului în contextul Planului de învățământ al facultății.</p>	Prelegere, dezbateri	
<p>2. Conceptele majore. Forme ale influenței sociale; persuasiunea; propaganda; manipularea; dezinformare, suprainformare; fake-news etc</p>	Prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>3-4. Efectele mesajelor mass-media. Modelele efectelor totale : teoria "glontului magic" , teoria "hegemonica" , teoria "spiralei tacerii". Modelele efectelor limitate: teoria "fluxului în doi pași", teoria "cultivării", teoria "agendei Cuilenburg, S.J., Știința comunicării, București, Humanitas, 1998, cap. Mass media și influențele lor. Severin, W.J., Tankard, J.W., Perspective asupra teoriilor comunicării, Iasi, Polirom, 2004, Partea a V-a: Efectele și utilizările mass media</p>	Prelegere (2)	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>5. Consumul mesajelor mass media. Când, unde și cum sunt receptate mesajele mass media. Receptorul activ, construcția și negocierea semnificațiilor. Modelul "uses and gratification", studiile culturale, etnografia receptării. Rieffel, R, 2008, <i>Sociologia mass media</i>, Iasi, Polirom, cap. Audiența și publicurile mass media</p>	prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>6. Mass media și schimbarea socială. Rolul comunicării mediatică în procesele de difuzare, inovație și tranziție. Diverse teorii contemporane referitoare la impactul presei în "dezvoltarea" societăților. De la fluxul liber al informațiilor la globalism și imperialism cultural Henri Pigeat, Aspecte internaționale ale comunicării de masă, în in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere în presa scrisă și vorbită</i>, Iasi, Polirom, 2001</p>	prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>7. Presa și lumea politică. Impactul presei asupra vieții politice: schimbarea strategiilor de comunicare politică, re-modelarea discursului politicienilor. Lumea politică în viziunea mass mediei : dramatizarea, simplificarea, binarismul, senzationalismul. Dahlgren, Peter, Introducere, în P. Dahlgren, C. Sparks (coord), <i>Jurnalismul și cultura populară</i>, Iasi, Polirom, 2004 McNair, Brian, <i>Introducere în comunicarea politică</i>, Iasi, Polirom, 2007, cap. Mass media ca actori politici Mouchon, Jean, Spațiul public și discursul public televizat, în I. Pailliat (ed), <i>Spațiul public și comunicarea</i>, Iași, Polirom, 2002 Rieffel, Remy, Mass media și viața politică, în in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere în presa scrisă și vorbită</i>, Iasi, Polirom, 2001</p>	prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>8. Politicul și mass media. Comunicarea politică și marketingul politic. Publicitatea politică. Mass media și campaniile electorale. Schimbarea mediatizării sub aceste influențe Beciu Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i>, Iasi, Polirom, 2013, cap. Comunicarea politică, pp. 227-245 McNair, Brian, 2007, <i>Introducere în comunicarea politică</i>, Iasi, Polirom, cap. "Partidele și comunicarea politică: publicitatea » Rieffel Remy, <i>Sociologia mass media</i>, Iași, Polirom, 2008, cap. "Mass media, opinia publică și spațiul public" (pp. 37-57).</p>	prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri
<p>9. Mass media și sfera publică. De la agora antică la spațiul public modern. Exercițiul democratic, informarea și circulația liberă a ideilor. Presa - "un câine de pază" și o "a patra putere". Beciu, Camelia, <i>Sociologia comunicării și a spațiului public</i>, Iași, Polirom, cap. "Comunicarea și spațiul public" (pp.69-86) și din cap. IV "Mass media și noul spațiu public" (pp. 87-99). Miège Bernard, <i>Societatea cucerită de comunicare</i>, Polirom, Iași, 2000, cap. "Noi incursiuni în spațiul public" (I și II).</p>	prelegere	Prezentare power point, filme și clipuri

Rieffel, Remi , <i>Sociologia mass media</i> , Iasi, Polirom, 2008, cap. „Mass media, opinia publica si spatiul public”		
10.Revoluțiile comunicării. In ce conditii si de ce " media este mesajul". Oralitatea, scrisul si tipăritul, radioul si televiziunea, on-line - ca fauritoare de moduri specifice de a gandi lumea. Dezvoltarea mijloacelor de comunicare in masă si nasterea " publicului". Briggs, Asa, Burke, Peter , <i>Mass media: o istorie socială</i> , Iași, Polirom, 2005, cap. 2, cap. 6, cap. 7 Patrice Flichy , <i>O istorie a comunicării moderne</i> , Iasi, Polirom, 1998, cap. 3, cap. 6, cap. 8		Prezentare power point, filme si clipuri
11-12.Noi tehnologii, noi provocari. Tipograful și crearea fluxurilor de informații. Telegraful si aparitia jurnalismului modern. Fotografia creeaza iluzia realului. Radioul scurtecircuiteaza timpul. Televiziunea si divertismentul casnic. Satelitul, cablul, internet, "autostrazile" informatiei: spre un nou sat planetar. Thiery Vedel , Noile tehnologii ale comunicării, in in CJ Bertrand (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita</i> , Iasi, Polirom Suțu, Rodica , 2015, <i>Fără granițe: efectele digitalizării în redacțiile de știri</i> , Editura Universității din București, București		Prezentare power point, filme si clipuri
13. Mass media si jurnalismul – provocări si dileme. Forme ale jurnalismului: presa militanță, presa tabloidă, presa de calitate etc. Mass media, new media, social media. Jurnalisti si comunicatori		
14. Evaluarea cursului		
Bibliografie minimală Beciu Camelia, <i>Sociologia comunicării si a spațiului public</i> , Iasi, Polirom Bertrand C-J (coord), <i>Introducere in presa scrisa si vorbita</i> , Iasi, Polirom, 2001 Flichy, P., <i>O istorie a comunicării moderne</i> , Iasi, Polirom, 1998 Keane, J., <i>Mass media si democrația</i> , Bucuresti, Humanitas Miege, B <i>Societatea cucerita de comunicare</i> , Polirom, Iasi, 2000 Rieffel, R <i>Sociologia mass media</i> , Iasi, Polirom, 2008, cap. Mass media, opinia publica si spatiul public Severin, W.J., Tankard, J.W, <i>Perspective asupra teoriilor comunicării</i> , Iasi, Polirom, 2004 Zeliezer, Barbie, <i>Despre jurnalism la modul serios</i> , Iasi, Polirom, 2007		
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
A se vedea Fisa disciplinei de seminar		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

Conform practicii curente in FJSC, pentru perfecționarea conținuturilor și adaptarea lor la tendințele actuale din domeniu, titularii disciplinei au organizat întâlniri periodice cu reprezentanții AFCOM (Asociația formatorilor din Jurnalism și Comunicare, cu reprezentanți ai ARP și CRP, precum și cu jurnaliști, lideri ai instituțiilor de presă, reprezentanți ai AJR, CJI, AMPAC etc. Prin dialog s-au identificat nevoile și așteptările angajatorilor din domeniu și s-a realizat coordonarea cu alte programe similare din cadrul altor instituții de învățământ superior. În anul univ 2013-2014 un grup de lucru al FJSC a realizat o analiza a curriculumului universitare in domeniul jurnalismului si relațiilor publice, adaptând (în vederea evaluării periodice) oferta FJSC cu tendințele învățământului de journalism și comunicare din țările occidentale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Cunoașterea conceptelor de bază pentru înțelegerea funcționării sistemului mass media Cunoașterea principalelor modele teoretice din acest domeniu	Examen scris	Nota finală este nota obținută în examenul scris In cazul in care nota obținută la evaluarea activității de seminar este sub 5 (cinci), nu se admite intrarea in examenul scris; pentru

	Dezvoltarea capacității de interpretare a fenomenelor din mass media cu ajutorul conceptelor și teoriilor de referință		intrarea în examen (în sesiunea obișnuită și de restanțe) trebuie îndeplinite obligațiile de seminar (notă peste 5) Re-examinarea (în sesiunile de după anul I) se susțin numai la examenul scris
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea studentului de a sintetiza materia, de a analiza fenomenele mass media cu ajutorul conceptelor studiate, de a reflecta critic asupra fenomenelor sociale contemporane Progresele studentului de asimilare a materiei pe parcursul unui întreg an de studiu Gradul de implicare în dezbaterile din seminare		Inercarea de promovare prin fraudă (definită cf Legii 1/2011 și Cartei UB) se sancționează conform reglementărilor din LEN/2011, Carta UB, Regulamentul studenților și Codul etic al UB. Pentru încercarea de copiere după suport material sau electronic (telefon, ceas smart etc) de pasaje în cadrul lucrării de examen studentul/studenta vor fi sancționați cu nota 1 sau se vor iniția procedurile pentru exmatriculare.

10.6 Standard minim de performanță

- Capacitatea de a defini fenomenele cu ajutorul conceptelor de bază
- Capacitatea de a identifica fenomenele din mass media care corespund, exemplifica, modelele teoretice studiate
- Capacitatea de a comunica în mod clar și corect ideile

10.7 BIO

Profesorul emerit Mihai Coman (mcoman53@yahoo.com) s-a născut în Făgăraș în 1953, este absolvent al Facultății de Litere (1976), doctor în filologie (1985) și Doctor Honoris Causa al Universităților din Constanța și Craiova. Primul decan al Facultății de Jurnalism și Științele Comunicării, primul coordonator de doctorat în științele comunicării, creator al colecției *Media* a editurii Polirom (peste 50 de volume publicate din 1997), este considerat fondator al învățământului de jurnalism și comunicare în România; pentru contribuțiile sale a primit ordinul *Meritul Cultural* în grad de Cavaler, în anul 2009. Până în 1989 s-a dedicat cercetărilor de antropologie culturală consacrate folclorului românesc. A publicat 8 volume de studii de mitologie, între care a fost re-editată vasta sinteză referitoare la mitologia animalieră (*Bestiarul mitologic român*, în 1995) și alte cercetări sub titlul *Studii de mitologie* (2009). A publicat volumul de sinteză *Introducere în antropologia culturală: mitul și ritul* (2008). După 1989 a publicat volumul de referință *Introducere în sistemul mass media* (ajuns la editia a IV-a) și a coordonat cele două volume din *Manualul de jurnalism*, devenit cartea de căpătâi a generației successive de tineri jurnaliști. În această perioadă a început să elaboreze cadrele teoretice și analitice ale antropologiei mass media prin studii publicate în revistele *Reseaux*, *Communication*, *Journalism Studies*, *Celebrity studies* etc. În anul 2003, ca o sinteză a acestor investigații, a publicat la Presses Universitaires de Grenoble cartea *Pour une anthropologie des medias*. În anul 2005 a publicat împreună cu Eric Rothenbuhler volumul *Media Anthropology* la editura SAGE, lucrare devenită sursă autorizată pentru noua disciplină, antropologia mass media. A publicat de asemenea numeroase studii științifice în reviste și volume colective din străinătate consacrate transformărilor mass media din țările post-comuniste.

Data completării Semnătura titularului de curs
15-01-2020

Data avizării în department Semnătura șefului departament

.....

.....