

COMUNICARE, SOCIETATE SI MASS MEDIA

Dan Chiribuca

Programul de masterat *Comunicare, Societate și Mass Media* reprezintă o continuare a masteratului de Comunicare Socială și Relații Publice. Acesta a fost inițiat în anul 2000-2001 în cadrul Catedrei de Sociologie, la Facultatea de Istorie și Filozofie și ulterior a funcționat până în anul universitar 2007-2008 la Facultatea de Sociologie și Asistență Socială. Propus inițial ca o direcție de specializare pentru absolvenții secției de sociologie din cadrul facultății pentru a extinde accesul acestora la nișele ocupaționale din domeniul mass media sau al comunicării și relațiilor publice, foarte repede programul Comunicare Socială și Relații Publice a devenit de interes și pentru alți absolvenți în domeniul științelor socio-umane. Succesul programului este confirmat de doi indicatori. În fiecare an de funcționare, numărul candidaților a fost cel puțin de două ori mai mare decât numărul de locuri bugetate, numărul candidaților selecționați pe locuri cu taxă fiind mai mare decât cel al studenților pe locuri bugetate. Începând cu anul universitar 2001-2002, o mare dintre studenții înmatriculați sunt absolvenți ai unei alte specializări decât sociologia: asistență socială, filologie, jurnalistică, științe politice, geografie, studii europene, etc. De asemenea, un număr semnificativ de studenți au provenit din alte centre universitare: Sibiu, Alba Iulia, Petroșani, Iași.

Transformarea masteratului de Comunicare Socială și Relații Publice în programul de masterat Comunicare, Societate și Mass Media este rezultatul unei decizii strategice ce a ținut cont de expertiza dezvoltată în cadrul catedrei de sociologie, interesul studenților și nișele existente pe piața muncii pentru această specializare, precum și de înființarea în cadrul UBB a unei catedre de comunicare și relații publice în cadrul Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării.

În noul format programul de masterat își propune să ofere studenților o pregătire teoretică și practică aprofundată, concretizată în transmiterea unor competențe instrumental-aplicative utile atât din perspectiva inserției pe piața muncii, cât și pentru dezvoltarea capacităților de cercetare științifică în vederea înscrierii în treapta următoare de pregătire – studiile doctorale – pentru a urma cu succes o carieră academică, în unitățile de învățământ superior sau în cele de cercetare. Reducerea licenței la trei ani transferă în fapt masteratului sarcina de a desăvârși pregătirea tinerilor într-o anumită specializare, lucru posibil printr-un program de master centrat pe acest obiectiv. Deși se axează pe o pregătire aprofundată într-un domeniu specializat, programul urmărește de asemenea dezvoltarea capacităților generale de cunoaștere a realității sociale, prin însușirea unor componente teoretice și metodologice fundamentale, utilizabile în orice domeniu al cercetării sociale .

Astfel, din punct de vedere teoretic, studenții se vor familiariza cu cele mai reprezentative teorii contemporane, precum și cu schimbările de paradigme intervenite în ultimele decenii în analiza comunicării și mass media.

Pe plan metodologic, masteratul își propune să prezinte, într-un mod consistent și aprofundat, metodele și tehnicile de culegere a informației utilizate în analiza comunicării și a mass media, precum și al procedurilor de prelucrare și interpretare a datelor obținute din cercetările empirice. Se realizează o predare și o însușire echilibrate a metodologiilor cantitative și calitative, insistându-se pe aspectele cele mai moderne utilizate în cercetările recente. În sfârșit, arsenalul metodologic specific domeniului este completat cu cunoștințe generale privind cercetarea științifică, argumentarea și comunicarea rezultatelor obținute.

La absolvire, studenții cunosc principalele concepte, teorii și modele generale privind structura și dinamica procesului comunicațional în diverse contexte sectoriale (comunicare în grupuri mici versus comunicare publică și de masă, campanii de comunicare, comunicare publicitară sau politică, relații publice, etc). De asemenea ei au formată capacitatea de a utiliza diversele metode cantitative și calitative în studierea mijloacelor, conținuturilor și consecințelor comunicării sociale și a relaționării cu publicul, au abilități și competențe practice de cercetare, evaluare și intervenție în domeniul comunicării publice a diferitelor organizații.