

FIȘA DISCIPLINEI

Sociologia comunicării și mass media

Anul universitar 2025 - 2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2. Facultatea	Facultatea de Sociologie și Asistență Socială
1.3. Departamentul	Sociologie
1.4. Domeniul de studii	Sociologie
1.5. Ciclu de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Sociologie, Resurse Umane / Licențiat în Sociologie
1.7. Forma de învățământ	Cu frecvență

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Sociologia comunicării și mass media				Codul disciplinei		ALR1602			
2.2. Titularul activităților de curs			Dan Chiribucă								
2.3. Titularul activităților de seminar			Ionela Racătău								
2.4. Anul de studiu		III	2.5. Semestrul		6	2.6. Tipul de evaluare		E	2.7. Regimul disciplinei		DS/OB

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

3.1. Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5. curs	24	3.6 seminar/laborator	24
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					61
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat (consiliere profesională)					2
Examinări					2
Alte activități					2
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				127	
3.8. Total ore pe semestru				175	
3.9. Numărul de credite				7	

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	Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Sala de curs, proiector, pc, tablă, acces platforme online: MS-Teams

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale/esențiale	- Proiectarea și realizarea de cercetări sociologice (culegere, prelucrare și analiză de date sociale) în organizații și comunități, cercetări culturale, studii de piață etc - Identificarea, analiza (explicarea) și soluționarea de probleme și conflicte sociale în organizații și comunități / Identificarea nevoilor de dezvoltare a resurselor umane din organizație prin aplicarea de metode specifice - Analiza comunicării sociale / Analiza interacțiunii resurselor umane
Competențe transversale	- Aplicarea strategiilor de muncă riguroasă, eficientă, de punctualitate și răspundere personală față de rezultat, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională. - Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatice de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă. - Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională. - Utilizarea unei limbi de circulație internațională pentru studiul bibliografiei, redactarea textelor științifice și prezentarea rezultatelor unui public internațional.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Familiarizarea studenților cu principalele paradigme utilizate la ora actuală în analiza comunicării, a comunicării de masă și mass media
7.2 Obiectivele specifice	Dezvoltarea capacității de a utiliza concepte, teorii, paradigme și metodologii specifice disciplinei în contexte aplicate. Dezvoltarea capacității de a analiza și evalua strategii și procese de comunicare ce au loc în mediul social real Dezvoltarea capacității de a elabora proiecte de cercetare și intervenție în domeniul comunicării și mass-media

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în tematica disciplinei. Prezentarea tematicii și a obiectivelor. Prezentarea resurselor bibliografice, a cerințelor privind activitățile studenților în timpul semestrului și a criteriilor de evaluare. Circumscrieri paradigmatică ale comunicării.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore
2. Comunicarea umană - definiție și clarificări conceptuale. Aspectele definitorii ale comunicării sociale. Limitele paradigmatelor mecaniciste. Specificul abordărilor semiotice. Comunicarea ca ritual.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2 ore

Elementele interacțiunii comunicaționale: participanți, mijloace, conținuturi.		
3. Tipuri de comunicare. Criterii și dimensiuni relevante. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Tipologii ale mass-media. Noile media, internetul și redefinirea mediilor tradiționale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	4
4. Comunicarea non-verbală. Limbaje nonverbale și caracteristicile comunicării non-verbale. Paralimbajul și limbajele corporale. Proxemica. Artefactele. Limbajul timpului.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
5. Funcțiile comunicării. Modelul lui Jakobson. Funcții instrumentale versus funcții persuasive. Cerințe și roluri asociate interacțiunilor comunicaționale: nevoi indentitare, nevoi sociale. Mizele comunicării conform teoriei proceselor comunicaționale. Funcțiile comunicării de masă	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
6. Comunicarea ca proces de influență. Tipuri de abordări. Factori ce determină influența. Tipuri de efecte. Efectele mass-media.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	3
7. Comunicarea politică. Actorii comunicaționali: organizațiile politice, mass media, publicul. Publicitatea politică, comunicarea politică de partid. Activități de relații publice specifice comunicării politice: managementul media, managementul imaginii, managementul informațiilor, comunicarea internă. Studiu de caz.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
8. Campanii comunicaționale. Atribute definitorii. Obiectivele campaniilor de comunicare. Factori care influențează eficiența unei campanii comunicaționale. Prezentarea unui studiu de caz	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
9. Comunicarea socială și mizele ei. Atribute definitorii. Tipuri de comunicare publicitară. Roluri și funcții. Strategii persuasive. Metode și tehnici de analiză a comunicării publicitare: analiza imaginilor publicitare; cercetarea evaluativă: memorabilitatea, persuasivitatea, teste comunicaționale.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	3
10. Cultura media, politică și ideologie. Școala de la Frankfurt. Studiile culturale britanice. Ideologia și cultura media. Lectura politică a produselor media: filmul de ficțiune, știrile.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2
11. Comunicarea – instanță structurantă a spațiului social: audiența. Definiții și tipuri; obiectivele cercetărilor publicului.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2

Abordări structurale, behavioriste și socioculturale în cercetarea audienței. Audiența definită de instanțele media și de conținuturile acestora. Dimensiunea spațială și temporală a circumscrierii audienței. Noile media și influența acestora asupra redefinirii audienței		
12. Metode de cercetare a comunicării și mass-media. Elemente specifice cercetărilor comunicaționale. Abordări cantitative și calitative. Analiza conținuturilor vizuale	Prezentare interactivă; explicare; dialog; demonstrație didactică	2

Bibliografie

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Tematică și obiective. Resurse și bibliografie. Evaluare	Prezentare interactivă	2 ore
2. Comunicarea umană - definiție și clarificări conceptuale. Aspectele definitorii ale comunicării sociale. Modele teoretice majore ale comunicării: modelul liniar, modelul producerii și schimbului de semnificații, modelul socio-cultural. Exerciții de identificare a unor probleme de comunicare, a asumpțiilor despre ce înseamnă și cum funcționează comunicarea, conținute în diverse texte și imagini din mass-media și din new-media.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	4 ore
3. Tipuri de comunicare. Criterii și dimensiuni relevante. Participanți, limbaje și coduri, situații, contexte, domenii de utilizare. Caracteristicile comunicării competente. Tipologii ale mass-media. Noile media, internetul și reconfigurarea comunicării de masă.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	4 ore
4. Limbajele non-verbale. Caracteristicile comunicării non-verbale; complementaritatea verbal-nonverbal; tipuri de comunicare non-verbală. Analiza unor situații de interacțiune comunicațională nonverbală.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	2 ore
5. Comunicarea ca proces de influență. Efectele mass-media. Impactul social al CMC, noilor media și internetului. Determinism tehnologic și constructivism social.	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz;	6 ore
6. Comunicarea publicitară. Tipuri de comunicare publicitară. Rolurile și funcțiile publicității. Strategii persuasive utilizate în comunicarea publicitară. Metode și tehnici de analiză a comunicării publicitare. Campanii de comunicare	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	4 ore
7. Ideologia și cultura media. Analiză, interpretare și comentariu critic al	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	2 ore

conținuturilor ideologice din mass-media. Vizionare film		
8. Metode de cercetare a comunicării și mass-media. Abordări cantitative și calitative. Analiza conținuturilor vizuale. Aplicații în contexte sectoriale: comunicarea și cultura corporatistă; reprezentări de gen în mass-media și new media	Prezentare interactivă; explicare; dialog; studii de caz	2 ore
9. Prezentarea proiectelor de cercetare		2 ore

Bibliografie

Bibliografie obligatorie:

James Curran, David Hesmondhalgh (eds.), Media and Society, Bloomsbury Academic, 2019

Dan Chiribucă, Communication: theories, frameworks and processes, Eikon, 2013

Denis McQuail, Mark Deuze, McQuail's Media and Mass Communication Theory, Sage, 2020

John Fiske, Introducere în științele comunicării, Polirom, 2003

Manuel Castells, Communication power, Oxford University Press, 2009

Robert S. Fotner, P. Mark Fackler, The Handbook of Media and Mass Communication Theory, Willey Blackwell, 2014

Simon Lindgren, Digital Media and Society, Sage, 2021

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

Conținuturile sunt coroborate cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și ale angajatorilor reprezentativi din domeniul programului

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Intervenții și comentarii pe baza unor lecturi, referate, proiecte, analize personale	Evaluare continuă	60%
	Examen	Examen scris	
10.5 Seminar/laborator	Calitatea prezentărilor și a intervențiilor realizate	Evaluare continuă	40%
	Prezentarea unui proiect de cercetare	Colocviu	

10.6 Standard minim de performanță

Plagiatul va fi sancționat conform reglementărilor universitare, inclusiv prin neacordarea punctajului pentru lucrarea plagiată.

Pentru promovare studentul trebuie să obțină minim 5 puncte din max. 10 puncte și note de minim 5 la ambele activități, curs și seminar

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)¹

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							
								

Data completării:
17.09.2025

Data avizării în departament:
18.09.2025

¹ Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru *Dezvoltare durabilă* - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".