

FIȘA DISCIPLINEI

Socioantropologia comunicării de masă

Anul universitar 2025/26

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca
1.2. Facultatea	Sociologie și Asistență Socială
1.3. Departamentul	Sociologie și Asistență Socială în limba maghiară
1.4. Domeniul de studii	Sociologie
1.5. Ciclul de studii	Licență
1.6. Programul de studii / Calificarea	Sociologie (limba maghiară)
1.7. Forma de învățământ	zi

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	Socioantropologia comunicării de masă			Codul disciplinei	ALM1602		
2.2. Titularul activităților de curs	Conf. dr. Magyari Tivadar						
2.3. Titularul activităților de seminar	Conf. dr. Magyari Tivadar						
2.4. Anul de studiu	3	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	EC	2.7 Regimul disciplinei	DS

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	56	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					23
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					30
Tutoriat (consiliere profesională)					5
Examinări					6
Alte activități					0
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				94	
3.8. Total ore pe semestru				150	
3.9. Numărul de credite				6	

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	nu sunt
4.2. de competențe	nu sunt

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	sală de curs dotată cu calculator/laptop și videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	laborator de informatică cu videoproiector

6.1. Competențele specifice acumulate¹

Competențe profesionale/ esențiale	Proiectarea și realizarea de cercetări sociologice în domeniul comunicării de masă (culegere, prelucrare și analiză de date sociale) în organizații și comunități, cercetări culturale, studii de piață etc Utilizarea adecvată a perspectivei antropologice, a eticii și practicii specifice disciplinei; Elaborarea studiilor de specialitate Culegerea și prelucrarea de date etnografice; Redactarea și comunicarea studiilor și ideilor antropologice unor audiențe diverse
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 empatiche 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.) Utilizarea unei limbi de circulație internațională pentru studiul bibliografiei, redactarea textelor științifice și prezentarea rezultatelor unui public internațional

6.2. Rezultatele învățării

Cunoștințe	C1.Studentul/Absolventul cunoaște, formulează și descrie concepte, teorii și paradigme utilizate în cercetarea mass mediei, la nivelul indivizilor, grupurilor, organizațiilor, instituțiilor, categoriilor sociale și comunităților, precum și analizează relațiile dintre acestea și metodologiile aplicate în studierea structurii, proceselor și dinamicii sociale C2.Studentul/Absolventul definește, clasifică și alege metodele, tehnicile și procedeele utilizate în cercetarea și soluționarea problemelor sociale legate de comunicarea de masă
Aptitudini	A1. Studentul/Absolventul utilizează aplicații și programe informatice specializate pentru a rezolva probleme specifice administrării bazelor de date care conțin indicatori socio- economici și culturali. A2. Studentul/Absolventul identifică metode, tehnici, procedee și instrumente adecvate pentru cercetarea fenomenelor sociale și culegerea datelor empirice.
Responsabilități și autonomie	R1. Studentul/ Absolventul are capacitatea de a realiza și interpreta diagnoze în raport cu problemele sociale cu care se confruntă indivizii, grupurile, comunitățile sau organizațiile. R2. Studentul/Absolventul administrează bazele de date construite cu indicatori socio- economici și culturali prin intermediul procedurilor și aplicațiilor software specializate.

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Obiectivul este să ofere o înțelegere clară a felului în care mass-media funcționează ca instituție socială și ca mecanism de producere, circulație și legitimare a semnificațiilor în societate.
7.2 Obiectivele specifice	Cursul urmărește să explice cum sunt construite mesajele și agendele publice, cum se formează și se schimbă opiniile, atitudinile și comportamentele publicului, precum și ce rol au puterea, interesele economice și normele culturale în selecția și prezentarea informației. În același timp, își propune să dezvolte capacitatea de analiză critică a conținutului mediatic și a efectelor sale, inclusiv în contextul actual al platformelor digitale, al algoritmilor și al dezinformării, astfel încât participanții să poată evalua sursele, strategiile de influențare și consecințele sociale ale comunicării de masă pe baza unor concepte și metode sociologice solide.

¹ Se poate opta pentru competențe sau pentru rezultatele învățării, respectiv pentru ambele. În cazul în care se alege o singură variantă, se va șterge tabelul aferent celeilalte opțiuni, iar opțiunea păstrată va fi numerotată cu 6.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<ol style="list-style-type: none"> 1. Formarea mass-mediei moderne: spațiul public, comunicarea de masă, mediatizarea; sociologie: modernitate și cultura de masă. 2. Presa scrisă din secolul al XIX-lea: presă de masă, profesionalizare, presă tabloidă; sociologie: stratificare socială și rol instituțional. 3. Presa scrisă din secolul al XX-lea până la internet: concentrare, digitalizare, platformizare; sociologie: fragmentare și încredere. 4. Etapele radioului: serviciu public–comercial–online/podcast; rolul actual: extinderea audio a brandurilor de presă. 5. Televiziunea: de la vizionarea în grup la streaming și individualizare; sociologie: gospodărie, buget de timp, generații. 6. Teorii ale media I: teorii ale efectelor, agenda-setting, framing, cultivare; sociologie: norme și integrare. 7. Teorii ale media II: teorii critice, hegemonie, studii culturale, mediatizare; sociologie: putere și reprezentare. 8. Sistemul media actual: convergență, consum hibrid, dezinformare; sociologie: identitate, polarizare, încredere. 9. Logica media și instituții: gatekeeping, valoare de știre, rutine redacționale; sociologie: profesii și constrângeri. 10. Teorii ale spațiului public: Habermas, contra-spații publice, pluralism, serviciu public; sociologie: participare și inegalitate. 11. Tehnologie și societate: McLuhan, SCOT, convergență și platformizare; sociologie: norme de utilizare și practici. 12. Spațiul public algoritmic: economia atenției, sisteme de recomandare, dezbateri despre „bule”, capitalism de supraveghere; sociologie: rețele și inegalități informaționale. 	<p>Prelegere interactivă în sală, secundată de varianta video a prelegerilor</p>	<p>2 ore</p>
<p>Bibliografie</p> <p>Magyari Tivadar, Adatfelvételi módszerek a társadalomkutatásban. Presa Universitara Clujena 2005</p> <p>Freedman, D, Pisani, R, Statistics, Norton Inc and Co, 1998, WDC</p> <p>Babbie Earl, A társadalomtudományi kutatás gyakorlata, Balassi Kiadó, Budapest, 1995</p> <p>Héra Gábor, Ligeti György, Módszertan, Osiris Kiadó, Budapest, 2000</p>		
8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nașterea mass-mediei 2. Presa de masă 3. Virajul digital 	<p>Muncă individuală, aplicatei, practică</p>	<p>2 ore</p>

4. Radioul astăzi		
5. TV și individualizare		
6. Efecte media		
7. Perspective critice		
8. Convergență		
9. Producția de știri		
10. Spații publice		
11. Tehnologie și societate		
12. Algoritmi și atenție		

Bibliografie

McQuail Dennis, A Tömegkommunikáció elmélete, Osiris 2003

Kaplan, Abraham (1964) *The Conduct of Inquiry* San Francisco: *Methodology for Behavioral Science* Pennsylvania: Scranton Chandler

Kirk, Jerome; Miller, Marc. L (1986) *Reliability and Validity in Qualitative Research* London: Sage Publications

Patton M. Q. (1990, 2. kiad.) *Qualitative Evaluation and Research Methods*. London, Newsbury Park: Sage Publications, 2. kiadás Pluto Press

Reiss, Albert (1971) „Systematic observation of natural phenomena” in Herbert Costner, ed., *Sociological Methodology* San Francisco: Jossey-Bass

Slattery M (1986) *Official Statistics* London: Tavistock

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

da

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	cunostiinte aplicate si lexicala;	Evaluare continua. Evaluare prin teste, care conțin rezolvarea de probleme prin activitate individuala, aplicarea practica a cunostiintelor, raspunsuri la intrebari; aceasta activitate individuala este asistata de calculator si internet, depunerea rezultatelor muncii individuale prin comunicare digitala. Posibilitate de examane partiale facultative. Componente de examen scris și oral, în funcție de conținutul specific al temelor respectiv. Proiectele depuse, compunerile vor fi testate în cadrul unor episoade de examen oral.	50

10.5 Seminar/laborator	cunostiinte practice	Activitati practice individuale asistate de calculator, prin programe specifice, respectiv asistate de internet.	50
10.6 Standard minim de performanță: .			
Plagiatul sau compilarea din diferite resurse atrage după sine neacceptarea referatului (dacă este cazul)			
Pentru promovarea examenului: studentul trebuie să obțină minim 5% puncte cele 100%			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)²

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							
								
								

Data completării:
8.04.2025.

Semnătura titularului de curs

Magyari Tivadar

Semnătura titularului de seminar

Magyari Tivadar

Data avizării în departament:
06.05.2025.

Semnătura directorului de departament

Lector. Dr. László Éva

² 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".