

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
1.2 Facultatea	FACULTATEA DE ȘTIINȚE POLITICE, ADMINISTRATIVE ȘI ALE COMUNICĂRII
1.3 Departamentul	DEPARTAMENTUL DE JURNALISM
1.4 Domeniul de studii	ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
1.5 Ciclul de studii	LICENȚĂ
1.6 Programul de studiu / Calificarea	MEDIA DIGITALA / JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MEDIA ȘI CULTURA POPULARĂ						
2.2 Titularul activităților de curs	LECT. UNIV. DR. PAUL BOCA						
2.3 Titularul activităților de seminar	DRD. AMALIA ISEPCIUC						
2.4 Anul de studiu	1	2.5 Semestrul	1	2.6. Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	OP

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	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					14
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					28
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual		56			
3.8 Total ore pe semestru		98			
3.9 Numărul de credite		4			

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	•
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	•

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Identificarea tipurilor de texte media populare și dezvoltarea capacității de gândire critică în relație cu acestea: știri violente, tabloide, benzi desenate și caricaturi, televiziune tabloidă, reality show-uri, talk-show-uri sportive, videoclipuri muzicale, reclame, video-uri online C1.1 Definirea principalelor concepte specifice domeniului, utilizarea lor și a terminologiei de specialitate în situații multiple: cultură populară, cultură înaltă, cultură joasă, cultură de masă sferă publică, economie a atenției, spectacol media, prezentare, reprezentare și auto-prezentare C3.1 Identificarea și utilizarea principalelor teorii cu privire la comunicarea mediatică, la segmentarea publicului țintă, la dinamica diverselor tipuri de audiență / public: teoria recepției, codare/decodare, utilizări și satisfacții, formate populare și segmente de public. C4.1 Identificarea și descrierea mediului comunicațional în care organizațiile naționale sau locale își globalizează activitatea / în care conținuturile multimedia sunt produse și distribuite la nivel local, național și global: formate TV populare la nivel global, construcția celebrităților prin media, cultura video-sharing, meme pe internet, auto-prezentare în social media, structura show-urilor și emoțiile
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea producției și consumului de texte media populare în contextul culturii globale, ținând cont de structura socio-economică și culturală a societății

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Înțelegerea structurii și dinamicii textelor media populare în contextul culturii globale contemporane
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Identificarea textelor media populare în cultura contemporană Clasificarea textelor media în funcție de structura lor Înțelegerea conceptelor legate de relația dintre cultura populară și comunicarea mediatică

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere. Prezentarea cursului. Noțiuni teoretice de bază. Ce sunt studiile culturale? Ce este cultura populară? Jurnalismul și cultura populară	Explicație Discuție	
2. Celebritățile și cultura populară. Istoria în cultura populară	Explicație Discuție	

3. Presa tabloidă. Fotografiile paparazzo. Adevărul, ficțiunea și ”adevărătenia”	Explicație Discuție	
4. Eroi, mituri și conflicte în media populară. Culturi ale fanilor. Supereroi și narațiunile vizuale. Benzile desenate și caricatura	Explicație Discuție	
5. Modele de distribuție a filmelor seriale. De la distribuția liniară la Video-on-Demand	Explicație Discuție	
6. Estetica melodramei. Audiența înfricoșată. Știrile violente la TV. Scenarii apocaliptice. Documentarul contrafactual.	Explicație Discuție	
7. Știrile false. Satira și parodia discursului știrilor. Media hoax. Distribuția și credibilitatea știrilor false.	Explicație Discuție	
8. Talk-show-uri populare la TV. Realitatea fabricată. Educarea valorilor prin reality-show. Big Brother, Survivor, Vocea României, Românii au Talent etc.	Explicație Discuție	
9. Divertismentul. Televiziunea muzicală. Videoclipul muzical	Explicație Discuție	
10. Media-sharing online. Cultura remixului	Explicație Discuție	
11. Biologia culturii populare. Cultura evolutivă și modelul epidemic. Video-uri virale și meme pe internet	Explicație Discuție	
12. Auto-prezentarea pe site-urile de tip rețea socială. Vedete, pițipoance și cocalari	Explicație Discuție	
13. Viața socială a tinerilor și noile media. Comunicarea publică și privată	Explicație Discuție	
14. Colocviu	Prezentarea proiectelor de semestru	
8.2 Seminar	Metode de predare	Observații
1. Cultura populară și cultura media	Explicație Discuții	
2. Celebrități în cultura populară. Celebrități pe social media. Presa tabloidă	Explicație Discuții	
3. Cultura TV. Știrile violente. Genuri și convenții în serialele TV	Explicație Discuții	
4. Culturi ale fanilor	Explicație Discuții	
5. Cultura YouTube	Explicație Discuții	
6. Meme pe internet	Explicație Discuții	
7. Colocviu	Prezentarea proiectelor	
Bibliografie:		
1.Charadeau Patrick, Ghiglione Rodolphe, Talk Show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit , Iași, Polirom,2005		
2.Boyd, Danah. It's complicated: The social lives of networked teens. Yale University Press, 2014.		
3.Dahlgren Peter, Sparks Colin, Jurnalismul și cultura populară, Iași, Polirom, 2004		
4.Drăgan Ioan, Cismaru Diana-Maria, Teleromânia în 10 zile, București, Tritonic, 2008		
5.Hartley John, Discursul știrilor, Iași, Polirom, 2001		
6.Kellner Douglas, Cultura media, Iași, Institutul European, 2001		
7.Osullivan Tim, Hartley John, Saunders Danny, Montgomery Martin, Fiske John, Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale, Iași, Polirom, 2002		
8.Zelizer Barbie, Despre jurnalism la modul serios. Știrile din perspectivă academică, Iași, Polirom, 2007		
Bibliografie opțională:		

1. Ashby, L. (2006). *With Amusement for All. A History of American Popular Culture*. Kentucky: Kentucky University Press.
2. Barthes, R. (1997). *Mitologii*. Iași: Institutul European.
3. Beumers, B. (2005). *Pop Culture Russia!* Oxford: ABC Clío.
4. Certeau, M. d. (2002). *The Practice of Everyday Life*. Londra: University of California Press.
5. Fiske, J. (1991). *Reading the popular*. Londra: Routledge.
6. Fiske, J. (1990). *Understanding popular culture*. Londra: Routledge.
7. Fraser, C., & Hoffmann, D. (2006). *Pop Culture Germany!* Oxford: ABC Clío.
8. Hammond, A. (2005). *Pop Culture Arab World!* Oxford: ABC Clío.
9. Hartley, J. (1996). *Popular Reality. Journalism, Modernity, Popular Culture*. Londra: Arnold.
10. Hermes, J. (2005). *Re-reading Popular Culture*. Oxford: Blackwell.
11. Kasbekar, A. (2006). *Pop Culture India!* Oxford: ABC Clío.
12. O'Sullivan, T., & Jewkes, Y. (1997). *Media studies reader*. Londra: Arnold.
13. Pendergast, T., & Pendergast, S. (2000). *St. James Encyclopedia of Popular Culture*. Farmington Hills: St. James.
14. Shaw, L. (2005). *Pop Culture Latin America!* Oxford: ABC Clío.
15. Turner, G. (1996). *British cultural studies. An introduction*. Londra: Routledge.

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

De la viitorii jurnaliști se așteaptă înțelegerea formatelor populare în toate mediile și capacitatea de a înțelege cauzele succesului acestora. Înțelegerea structurii și dinamicii textelor media populare și dezvoltarea abilităților de gândire critică necesare pentru a identifica și pune la îndoială conținutul ideologic în cultura populară sunt vitale în concepția produselor media care să întâmpine nevoie unor segmente specifice ale publicului. Discutarea și înțelegerea media populare sunt foarte importante în educarea unor profesioniști media mai puțin părtinitori din punct de vedere cultural și mai toleranți.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs/Seminar	Participarea la activitățile săptămânale și pregătirea temelor / Prezentarea proiectului final	Participarea la activitățile de seminar / Prezentarea proiectului final	20%
	Eseu argumentativ critic (8000 de caractere) Criterii: Claritate și coerență Structură Proprietatea termenilor și conceptelor Numărul de argumente și calitatea lor	Predarea și prezentarea lucrării finale Sarcina: Alegerea unui subiect dintre cele discutate la curs și redactarea unui eseu argumentativ critic. Se va face referire la cel puțin un text media popular și la experiența personală.	80%

Prezența e obligatorie la cel puțin 5 din cele 7 întâlniri de seminar. Se pot recupera maxim 2 absențe (25% din cele cerute) prin predarea de teme suplimentare (câte o temă scrisă de minim 3000 de semne pentru fiecare absență de recuperat)

Frauda/Plagiatul se sancționează conform regulamentelor în vigoare ale Universității Babeș-Bolyai

10.6 Standard minim de performanță

- Înțelegerea și abilitatea de a lucra cu termeni și concepte ca media populară, cultura de masă, cultura populară, cultura media
- Construirea de argumente bazate pe observația sistematică a formatelor media populare și practicilor de consum
- Capacitatea de a folosi experiența personală pentru a explica succesul textelor media populare

Data completării

27.09.2020

Semnătura titularului de curs

.....

Semnătura titularului de seminar

.....

Data avizării în departament

.....

Semnătura directorului de departament

.....