

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 Ciclu de studii: LICENȚĂ – LIMBA ENGLEZĂ
1.6 Programul de studii: JURNALISM

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei – JURNALISM POLITIC							
2.2 Titularul activităților de curs Prof. dr. Zoltán TIBORI SZABÓ – Telefon: 0722-364789							
2.3 Titularul activităților de seminar/stagii/lp – Prof. dr. Zoltán TIBORI SZABÓ – E-mail: tibori@xnet.ro							
2.4 Anul de studii	3	2.5 Semestrul	2	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	DS

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 (lp) /stagii	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	48	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar / laborator (lp) /stagii	12
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					12
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					12
Pregătire seminar / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					24
Tutorial					18
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore de studiu individual	72				
3.9 Total ore pe semestru	120				
3.10 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	notă de trecere la disciplina Genuri jurnalistice
4.2 de competențe	cunoașterea programelor de calculator Microsoft Office (Word, Excel, Access) și adresă permanent de e-mail

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	necon condiționat – frecventarea cursului este recomandată
5.2. de desfășurare a seminarului / laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> - urmărirea permanent a știrilor de presă - participare activă la seminarii - redactarea portretelor unor politicieni autohtoni și străini - prezentarea în clasă a unei lucrări scrise privind o dezbatere politică - termenele de predare sunt tratate în condițiile lumii reale: foarte serios - studenții care au motive întemeiate de a rata un termen de predare îl vor informa pe titularul seminarului înainte de termenul în cauză - comportamentul neacademic (plagiatul, falsificarea sau orice altă formă de fraudă): studentul în culpă va primi nota zero pentru lucrarea în cauză și se va confrunta cu măsurile disciplinare ale universității

6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<p>Cunoștințe</p> <ul style="list-style-type: none"> - însușirea limbajului specific comunicării politice și jurnalismului politic - stăpânirea aptitudinilor și tehnicilor de cercetare și scriere a articolelor politice - cunoașterea realizărilor în domeniul marketingului politic național și internațional - cunoașterea regulilor de etică profesională specifice jurnalismului politic <p>Abilități</p> <ul style="list-style-type: none"> - abilitatea de a concepe și a desfășura campanii de comunicare politică - capacitatea de a utiliza informații politice pe hârtie și pe suporturi digitale - abilitatea de a investiga realități politice cotidiene în căutarea adevărului
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> - capacitatea de a analiza, interpreta, structura și sintetiza informația - stăpânirea deplină a unei limbi străine - spirit de inițiativă în activitățile jurnalistice de investigație - aprecierea diversității și a multiculturalității - însușirea corectitudinii politice și a regulilor de etică profesională

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p>Familiarizarea studenților cu metodele de lucru și cu cerințele etice ale comunicării politice, cu un accent special pe jurnalismul politic și cu cercetarea fundalului evenimentelor politice cotidiene în vederea identificării unor subiecte, care odată dezvoltate vor ajuta publicul să înțeleagă mai bine lumea din ce în ce mai complexă în care trăim. Cursul se concentrează pe comunicarea politică prin intermediul diferitelor forme de media în România și în SUA.</p>
7.2 Obiectivele Specifice	<ul style="list-style-type: none"> - studenții vor învăța cum să gândească în mod sceptic și critic despre diferite politici propuse de politicieni, cum să colecteze informații politice relevante și cum să analizeze volume mari de informații în vederea studierii dinamicii comunicării politice - întărirea unor aptitudini cum ar fi: capacitatea de a alege subiecte, de a urmări în complexitatea lor alegeri și diferite alte campanii politice, de a analiza discursurile politicienilor și ale persoanelor care vor să influențeze deciziile politice, precum și capacitatea de a decodifica mesaje transmise de actorii vieții politice către mediul politic - studenții vor înțelege cum să realizeze reportaje și articole pe teme politice, campanii, dezbateri și scandaluri politice, și să stăpânească metodele și tehnicile de bază ale jurnalismului politic.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p><u>Săptămâna 1.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea scopului cursului și a cerințelor legate de acesta 	<p>prezentare orală</p>	

<p><u>Săptămâna 2.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Definierea comunicării politice și a jurnalismului politic - Evoluție istorică, sisteme politice - Democrația, binele public, sfera publică 	<p>prezentare orală cu discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Habermas, Jürgen: Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. <i>Communication Theory</i>, 16 (2006), 411–426. 2. Dahlberg, Lincoln: The Habermasian Public Sphere: a Specification of the Idealized Conditions of Democratic Communication. <i>Studies in Social and Political Thought</i>, 10 (2004), 2–18. <p>(Versiunile electronice se pun la dispoziția studenților de către profesor.)</p>
<p><u>Săptămâna 3.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Scepticismul sănătos, verificarea faptelor și gândire critică în condițiile jurnalismului contra cronometru - Poate fi jurnalistul actor politic? - Reintoarcerea mass mediei partizane (militante) 	<p>prezentare orală + proiecție film</p>	<p>De lecturat:</p> <p>Street, Paul–Dimaggio, Anthony: Occupy Wall Street, Mass Media and Progressive Change in the Tea Party Era: Our Window of Opportunity. <i>Truthout</i>, December 24, 2011.</p> <p>(Sursa: http://truth-out.org/news/item/5485:occupy-wall-street-mass-media-and-progressive-change-in-the-tea-party-era-our-window-of-opportunity)</p>
<p><u>Săptămâna 4.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mass media și agenda politică - Tematizarea agendei politice - Partide politice, politicieni, comunicare politică 	<p>prezentare orală + multimedia + discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Edwards, George C.–Wattenberg, Martin P.–Lineberry, Robert L.: <i>Government in America: People, Politics, and Policy</i>. Pearson Longman, 2006. Chapter 7: <i>The Mass Media and the Political Agenda</i>. <p>(Sursa: http://wps.ablongman.com/long_edwards_ga_12/33/8515/2180014.cw/index.html)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Messing, Solomon–Westwood, Sean J.: Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation when Selecting News Online. <i>Communication Research</i>, December 31, 2012. <p>(Sursa: http://www.stanford.edu/~messing/PopRecSrcNews2.pdf)</p>
<p><u>Săptămâna 5.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Construirea agendei - Scenele comunicării politice - Metodele de comunicare a informației politice în mass media 	<p>prezentare orală + discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <p>Earley, Steve: Agenda Building in the New Media Age.</p> <p>(Sursa: http://stephencearley.com/research.html)</p>
<p><u>Săptămâna 6.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reflectarea activității partidelor politice, parlamentului, guvernului, consiliilor locale și județene în presă - Interacțiune și exploatare reciprocă: jurnaliști și politicieni 	<p>prezentare multimedia + discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The Open Society: Governments Are Letting in the Light. <i>The Economist</i>, February 25, 2010. <p>(Sursa: http://www.economist.com/node/15557477)</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bullock, John G., Elite Influence on Public Opinion in an Informed Electorate. <i>American Political Science Review</i>, 3(2011), 496–515. <p>(Sursa: http://bullock.research.yale.edu/papers/elite/elite.pdf)</p>

<p><u>Săptămâna 7.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tehnici aplicate în jurnalismul politic - Reportaje, interviuri, editoriale, portrete de politicieni, pamflete, comentarii 	<p>prezentare orală cu discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <p>Melvin Mencher: <i>News Reporting and Writing</i>. Brown&Benchmark Publishers, Madison-Dubuque-Indianapolis-Melbourne-Oxford, 1994.</p>
<p><u>Săptămâna 8.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Opinia publică și opțiunea politică - Politicile și emoțiile în jurnalismul politic - Atitudini în comunicarea politică 	<p>prezentare orală cu discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <p>1. Coleman, Renita–Wu, H. Denis: Proposing Emotion as a Dimension of Affective Agenda Setting: Separating Affect into Two Components and Comparing Their Second-Level Effects. <i>Journalism & Mass Communication Quarterly</i>, 87(2010), 315–327. (Versiunea electronică se pune la dispoziția studenților de către profesor.)</p> <p>2. Sniderman, Paul M.–Bullock, John: A Consistency Theory of Public Opinion and Political Choice: The Hypothesis of Menu Dependence, in Saris, Willem E. – Paul M. Sniderman (eds.): <i>Studies in Public Opinion. Attitudes, Nonattitudes, Measurement Error, and Change</i>. Princeton University Press, Princeton, NJ, 2004, 337– 357. (Sursa: http://bullock.research.yale.edu/papers/menu_dependence.pdf)</p>
<p><u>Săptămâna 9.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketingul politic - Tehnici de manipulare în comunicarea politică 	<p>prezentare orală + multimedia</p>	<p>De lecturat:</p> <p>Baines, Paul R.–Harris, Phil–Lewis, Barbara R.: The political marketing planning process: improving image and message in strategic target areas. <i>Marketing Intelligence & Planning</i>, 20/1 (2002), 6–14. (Sursa: http://www.kasyp.net/fileadmin/kasyp_files/Documents/reused/Political_marketing_Phil_Harris.pdf)</p>
<p><u>Săptămâna 10.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ce dorește cosumatorul de media: jurnalism politic partizan sau analitic? - 	<p>prezentare orală + discuții</p>	<p>Studii de caz.</p>
<p><u>Săptămâna 11.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sondajele de opinie și impactul lor asupra opiniei publice - Evaluarea sondajelor de opinie 	<p>prezentare orală + discuții</p>	<p>De lecturat:</p> <p>Do polls shape public opinion? <i>Research</i>, March 6, 2012. (Sursa: http://www.research-live.com/features/head-to-head/do-polls-shape-public-opinion/?4007008.article)</p>
<p><u>Săptămâna 12.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reguli etice; deontologia jurnalismului politic - Cenzura și autocenzura. 	<p>prezentare orală</p>	<p>Concluziile cursului.</p>

Bibliografie

A. Obligatorie

1. Melvin Mencher: *News Reporting and Writing*. Brown&Benchmark Publishers, Madison-Dubuque-Indianapolis-Melbourne-Oxford, 1994.
2. Claudiu Săftoiu: *Jurnalismul politic*. Editura Trei, București, 2003.
3. Thoveron, Gabriel: *Comunicarea politică astăzi*. Editura Antent, București, 1996.
4. Schwartz, Gheorghe: *Politica și presa*, Editura Institutul European, Iași, 2001.
5. Wunenburger, Jean-Jaques: *Imaginariile politicului*. Editura Paideia, București, 2005.
6. Paul LaRocque: *Heads You Win. An Easy Guide to Better Headline and Caption Writing*. Marion Street Press Inc., Oak Park, 2003.
7. Hosu, Ioan: *Note de curs. Comunicare politică*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005.
8. Roșca, Viorica. *Mediatizarea discursului electoral*. Editura Institutul European, Iași, 2007.
9. William E. Francois: *Mass Media Law and Regulation*. Waveland Press Inc., Prospect Heights, Illinois, 1994.
10. James A Jaksa, Michael S. Pritchard: *Communication Ethics, Methods of Analysis*. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1993.

B. Opțională

11. Habermas, Jürgen: *Sfera publică și transformarea ei structurală*. Editura Comunicare.ro, București, 2005.
12. Pripp, Cristina: *Marketing politic*. Editura Nemira, 2002.
13. Ficeac, Bogdan: *Tehnici de manipulare*, București, Editura Nemira, 2001.
14. Stan, Sonia Cristina: *Manipularea prin presă*. București, Editura Humanitas, 2004.

8.2 Seminar / Laborator/Lucrări practice/Stagii	Metode de predare	Observații
1. Bibliografia obligatorie și opțională, prezentarea criteriilor și condițiilor de evaluare	discuții	
2. Lucrări individuale la termen	discuții de seminar	Temă: Studenții aleg teme pentru lucrările lor individuale la termen. În cursul lunii martie vor realiza cercetări individuale și vor redacta lucrările conform tematicii proprii
3. Prezentarea lucrărilor	dezbateri	Termen de predare a lucrărilor individuale
4. Surse ale știrilor politice cotidiene: agențiile de presă	multimedia + discuții	Temă: Studenții aleg un politician cunoscut, și cu termen prima săptămână a lunii mai vor scrie un portret politic al acestuia
5. Potrete de politicieni	dezbateri + îndrumare	Termen de predare a portretelor de politicieni și discuții colective despre lucrările realizate
6. Concluzii	discuții	Continuare prezentării portretelor de politicieni și discuții colective despre lucrările realizate

Bibliografie

1. Suciu, Dorin: *Cum să câștigăm alegerile: Ghid practic de campanie electorală*. Editura Comunicare.ro, București, 2004.
2. Teodorescu, Bogdan-Guțu, Dorina-Enache, Radu: *Cea mai bună dintre lumile posibile. Marketingul politic în România – 1990 – 2005*. Editura Comunicare.ro, București, 2005.
3. Macovei, Monica- Mihai, Dan-Toma, Mircea: *Ghid juridic pentru ziariști*. Agenția de Monitorizare a Presei – Academia Cațavencu, București, 2002.
4. Paula LaRocque: *Championship Writing. 50 Ways To Improve Your Writing*. Marion Street Press Inc., Oak Park, 2000.
5. Norm Goldstein (ed.): *The Associated Press Stylebook and Libel Manual*. The Associated Press, New York, 2011.

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

În afara cunoștințelor teoretice oferite de către curs, seminarul va oferi studenților deprinderi practice în scopul realizării și scrierii unor articole politice profunde, prin interviuri specifice, prin organizarea, evaluarea și sintetizarea informațiilor adunate. Studenții vor însuși cunoștințele necesare cercetării surselor în arhive și baze de date, precum și a scrierii unor materiale specifice jurnalismului politic de calitate înaltă. Toate acestea sunt cerințe de bază formulate de către comunități, precum și de către asociațiile profesionale și de către angajatori.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	cunoașterea materialului predat	Evaluare scrisă	40%
	obligatorie		
10.5 Seminar / laborator/lp/stagii	predarea lucrărilor la termen	evaluarea lucrărilor de către titularul cursului	20% - prima lucrare 20% - a doua lucrare
	prezență și participare activă la seminarii	prezența este obligatorie, participarea activă la discuții și dezbateri este recomandată (prezența activă la cursuri va fi bonificată împreună cu cea de la seminar)	20%
10.6 Standard minim de performanță			
- predarea celor două lucrări individuale - obținerea minimum a notei 5 la evaluarea scrisă - lipsa motivată este admisă de la cel mult un seminar			

Data completării
15 septembrie 2022

Semnătura titularului de curs

Tibora Szabó Zoltán

Semnătura titularului de seminar

Tibora Szabó Zoltán

Data avizării în Departament

.....

Semnătura directorului de departament

.....