**UNIVERSITATEA** *Școala Națională de Studii Politice și Administrative*

**FACULTATEA** *de Științe Politice*

**DEPARTAMENTUL** *Științe Politice și Studii Europene, Sociologie*

**DOMENIUL DE STUDII** *Științe Politice, Relații Internaționale și Studii Europene*

**PROGRAMUL DE STUDII** *(Specializarea): SP, RISE*

**FIŞA DISCIPLINEI**

**Sociologia Opiniei Publice**

**(SOP)**

**Statutul disciplinei**: ☐ *obligatorie* ☒ *opţională* ☐ *facultativă*

**Nivelul de studii**: ☒ *Licenţă* ☐ *Masterat* ☐ *Doctorat*

**Anul de studii**: 3

**Semestrul**: 1

**Titularul cursului: Conf. dr. Marius Precupețu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Număr de ore/Verificarea/Credite** | | | | | |
| **Curs** | **Seminar** | **Laborator** | **Proiect** | **Examinare** | **Credite** |
| **C=28, SI=47** | **S=28, SI=47** |  |  | **E** | **6** |

**A. OBIECTIVELE DISCIPLINEI**

#### Obiectivul general al cursului:

Această disciplină își propune să furnizeze studenților o perspectivă sociologică asupra comunicării de masă, precum și metodele principale prin care fenomenele de opinie publică pot fi studiate (sondajul de opinie, analiza de conținut a comunicării).

Adresate studenţilor din anul III de studiu, cursurile si seminariile oferă abilităţile de bază necesare în studierea fenomenelor de opinie publică (realizarea şi utilizarea sondajelor de opinie publică), precum și în studierea mass-media (realizarea studiilor de audiență mass-media, analiza conținutului comunicării).

### Obiective specifice:

Familiarizarea studenților cu principalele orientări teoretice și de cercetare empirică din domeniul comunicării de masă.

Dobândirea de către studenţi a abilităţilor teoretice şi practice de realizare a sondajelor de opinie, inclusiv a studiilor de audiență mass-media, precum și a studiilor privind conținutul comunicării:

* definirea şi operaţionalizarea unei probleme de cercetare,
* construirea chestionarului,
* determinarea populației investigate,
* construirea bazei de date,
* analiza datelor.

Modul în care este conceput cursul încurajează atitudinea critică a studenţilor faţă de realizarea sondajelor de opinie şi prezentarea/utilizarea rezultatelor acestora.

**B. PRECONDIŢII DE ACCESARE A DISCIPLINEI**

Credite obţinute la cursurile-laboratoarele: Metode de cercetare socială și politică

**C. COMPETENŢE SPECIFICE**

|  |  |
| --- | --- |
| Pondere 15% | 1. Cunoaştere şi înţelegere (*cunoaşterea şi utilizarea adecavată a noţiunilor specifice disciplinei*)   * Această disciplină îşi propune să furnizeze studenţilor o perspectivă sociologică asupra comunicării de masă. * Noţiunea de “opinie”. - Opinii, cunoştinţe, valori şi atitudini sociale. - Conceptul de “opinie publică”. Definiri substanţiale, definiri operaţionale. - Erori în inţelegerea notiunilor de: public, opinie publică. * Presupoziţii ontologice şi epistemologice ale sondajelor de opinie publică |
| Pondere 25% | 2. Explicare şi interpretare (*explicarea şi interpretarea unor idei, proiecte, procese, precum şi a conţinuturilor teoretice şi practice ale disciplinei*)   * Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie * Sondajul de opinie publică - raportări critice * Evolutia mediilor de comunicare. Caracteristici ale principalelor media * Teorii ale comunicarii. -Comunicarea de masă. -Funcţii şi disfuncţii ale mass-media în societate * Studii şi teorii privind efectele mass-media * Public, publicuri. Studiile de audienţă mass-media -Noţiunea de audienţă -Tipuri de audienţă, tipuri de public * Comunicare mediatică în campania electorală * Opinie publică, comunicare de masă şi comportament politic. -Sondajele de opinie pre-electorale -Scoruri în sondaje şi vot * Puterea, publicul si mass-media -Persuasiune, publicitate, propagandă, manipulare -Dezinformarea de masă |
| Pondere 50% | 3. Instrumental-aplicative (proiectarea, conducerea şi evaluarea activităţilor practice specifice: utilizarea unor metode, tehnici şi instrumente de investigare şi de aplicare)   * Aprofundarea metodele principale prin care fenomenele de opinie publică pot fi studiate (sondajul de opinie, analiza conţinutului comunicării). * Cursurile şi seminariile oferă abilităţile de bază necesare în studierea fenomenelor de opinie publică (realizarea şi utilizarea sondajelor de opinie publică), precum şi în studierea mass-media (realizarea studiilor de audienţă mass-media, analiza conţinutului comunicării). |
| Pondere 10% | 4. Atitudinale (manifestarea unei atitudini pozitive şi responsabile faţă de domeniul ştiinţific/centrat pe valori şi relaţii democratice/ promovarea unui sistem de valori culturale morale şi civice / valorificarea optimă şi creativă a propriul potenţial în activităţile ştiinţifice / implicarea în dezvoltarea instituţională şi în promovarea inovaţiilor ştiinţifice / angajarea în relaţii de parteneriat cu alte persoane- instituţii cu responsabiltăţi similare / participarea la propria dezvoltare profesională).   * Sensibilizarea faţă de aspectele de natură etică implicate în realizarea sondajelor de opinie publică şi publicarea rezultatelor de sondaj * Respectarea regulilor care ţin de deontologia profesională * Sesizarea valorii adăugate furnizate de abilităţile dobândite în urmarea unei cariere profesionale * Sensibilizarea faţă de problemele sociale cu care societatea românească se confruntă |

**D. CONŢINUTUL DISCIPLINEI**

1. ***Curs***

**Tematică pentru cursuri (28 de ore, 14 prelegeri)**

1. Opinia publică (4 ore)

* Notiunea de “opinie”. - Opinii, cunoştinte, valori şi atitudini sociale. - Conceptul de “opinie publica”. Definiri substanţiale, definiri operationale. - Erori in intelegerea notiunilor de: public, opinie publica.

1. Abordarea empirică a fenomenelor de opinie. Sondajele de opinie publică (2 ore)

* Ancheta sociologică şi sondajul de opinie publică.
* Presupoziţii ontologice şi epistemologice ale sondajelor de opinie publică.
* Sondajul de opinie publica – raportari critice.

1. Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie publică (4 ore)

* Prelucrarea statistică a datelor. - Tipuri de analiză statistică a datelor.
* Validitate şi fidelitate în ancheta pe baza de chestionar. – Preluarea rezultatelor sondajelor în mass media

1. Mijloace de comunicare (4 ore)

* Evolutia mediilor de comunicare. –Caracteristici ale principalelor media
* Teorii ale comunicarii. - Comunicarea de masa. - Roluri sociale ale mass-media
* Studii si teorii privind efectele mass-media

1. Mesaje vehiculate in media ca documente sociale. Analiza continutului comunicarii (4 ore):

- Tipologia documentelor sociale

- Tehnici si procedee de analiza a continutului comunicarii

1. Public, publicuri. Studiile de audienta (2 ore)

* Notiunea de audienta - Metode de evaluare a audientei mass-media
* Tipuri de audienta, tipuri de public

1. Puterea, publicul si mass-media (4 ore)

* Opinia publica, comunicarea de masa si sistemul politic
* Persuasiune, publicitate, propaganda, manipulare. - Dezinformarea de masa

1. Opinie publică, comunicare de masa şi comportament politic (4 ore)

* Sondajele de opinie pre-electorale. -Scoruri în sondaje şi vot.

Comunicare mediata in campania electorala - Etica sondajelor de opinie publică.

1. ***Aplicaţii\****

Tematică pentru seminarii (2hX14=28 ore)

1. Opinia publică Notiunea de “opinie”.
2. Opinii, cunoştinte, valori şi atitudini sociale. Conceptul de “opinie publica”. Definiri substanţiale, definiri operationale.
3. Abordarea empirică a opiniei publice. Ancheta sociologică şi sondajul de opinie publică.
4. Sondajele de opinie publică. Presupoziţii ontologice şi epistemologice ale sondajelor de opinie publică. Ancheta sociologică pe bază de chestionar – raportări critice.
5. Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie publică (I)
6. Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie publică (II)
7. Sondajele de opinie publică şi democraţia politică
8. Sondajele de opinie pre-electorale.Scoruri în sondaje şi vot.Etica sondajelor de opinie publică.
9. Comunicarea de masă.
10. Analiza continutului comunicarii.
11. Audienţa mass media
12. Studii de audiență
13. Efectele mass media
14. Studii privind efecte ale mass media

**E. EVALUARE**

**1. Forme de evaluare si pondere:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Componente disciplină** | **Forme de evaluare** | **Pondere** |
| Curs | Evaluare pe parcursul semestrului; sustinerea orală a unei lucrări de analiză a unui fenomen/proces de schimbare socială |  |
| Seminar | Evaluare pe parcursul semestrului; sustinerea orală a unei lucrări de analiză a unui fenomen/proces de schimbare socială | 100% |

**2. Standarde de performanță raportate la competențe:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Tip standard** | **Descriere standard** |
| Minim (media 5) | Standard substanţial:   * abilitatea de a opera cu principalele concepte ale domeniului; * cunoaşterea orientărilor teoretice majore ale schimbării sociale;   Standard operaţional:  Tratarea corectă şi completă a minim 50% din subiectele examenului/prezentării final(-e) |
| Maxim (media 10) | Standard substanţial:   * + abilitatea de a proiecta şi realiza cercetări ştiinţifice asupra fenomenelor de opinie publică și comunicare;   + manifestarea de competenţe în materie de analiză şi interpretare a datelor sociale;   + abiltăţi de analiză a proceselor de comunicare.   Standard operaţional:  Tratarea corectă şi completă a peste 90% din subiectele examenului/prezentării final(-e) |

**F. REPERE METODOLOGICE**

**1) Strategia didactică**:

Expuneri teoretice urmate de discutii si exercitii de seminar. Este încurajată implicarea studenților în activitatea de cercetare științifică a domeniului.

**2) Materiale și Resurse didactice:**

suport de curs (texte, baze de date) pe platforma de învățare.

**G. BIBLIOGRAFIE**

**Bibliografie**

1. Almond, Gabriel; Verba, Sidney: “Cultura civică. Atitudini politice şi democraţie în cinci naţiuni”, Ed. Du Style, Bucureşti, 1996.
2. Babbie, Earl: “The Practice of Social Research”, Wadsworth Publishing Co., Belmont – California, 1992.
3. Boudon, Raymond (coord.): *Tratat de sociologie*, Humanitas, Bucureşti, 1997
4. Bulai, Alfred: “Mecanismele electorale ale societaţii româneşti”, Ed. Paideia, Bucureşti, 1999.
5. Câmpeanu, Pavel; Combes, Ariadna; Berindei, Mihnea: “România înainte şi după 20 mai”, Ed. Humanitas, Bucureşti, 1991.
6. Cathala, Henri-Pierre: “Epoca dezinformării”, Ed. Militară, Bucureşti, 1991.
7. Chelcea, Septimiu: Teorii ale comunicarii de masă, Bucureşti, 2000
8. Chelcea, Septimiu: Opinia publica : gândesc masele despre ce si cum vor elitele?, Ed. Economică, Bucureşti, 2002
9. Chelcea, Septimiu; Mărginean, Ioan; Cauc, Ion: “Cercetarea sociologică. Metode şi tehnici”, Ed. Destin, Deva, 1998
10. Cuilenburg, J.J.van; Scholten, O.; Noomen, G.W.: Ştiinţa comunicării, Bucureşti: Humanitas, 1998
11. Datculescu, Petre; Liepelt, Klaus (editori): “Renaşterea unei democraţii: alegerile din România de la 20 mai 1990”, IRSOP, Bucureşti, 1991.
12. DeFleur, Melvin; Ball-Rokeach, Sandra: *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iaşi, 1999
13. Drăgan, Ioan: Paradigme ale comunicării de masă, Ed. Şansa, Bucuresti, 1996
14. Ficeac, Bogdan: “Tehnici de manipulare”, Nemira, Bucuresti, 1996
15. Giddens, Anthony: *Sociologie*, Ed. All-CEU Press, Bucureşti, 2001
16. Kapferer, Jean-Noel: “Zvonurile”, Humanitas, Bucuresti, 1993
17. King, Gary; Keohane, Robert; Verba, Sydney: “Fundamentele cercetarii sociale”, Polirom, Iasi, 2000
18. Mattelart, A.&C: Istoria teoriilor comunicarii, Iasi: Polirom 2001
19. Precupețu, Marius. Democratizare postcomunistă şi integrare europeană. Editura Academiei Române, Bucureşti, 2006
20. Putnam, Robert D.: “Making Democracy Work”, Princeton University Press, Princeton – New Jersey, 1993.
21. Ramonet, Ignacio: Tirania comunicării, Bucuresti: Ed. Doina 2000
22. Rotariu, Traian; Iluţ, Petru: “Ancheta sociologică şi sondajul de opinie. Teorie şi practică”, Ed. Polirom, Iaşi, 1997.
23. Ryan, John; Wentworth, William M.: Media and Society. The Production of Culture in the Mass Media, Allyn and Bacon, Boston, 1999
24. Stoetzel, Jean; Girard, Alain: “Sondajele de opinie publică”, Ed. Ştiinţifică şi Enciclopedică, Bucureşti, 1975
25. Thompson, John B.: Media şi modernitatea. O teorie socială a mass-media, Ed. Antet , Bucuresti
26. Worcester, Robert M.: “British Public Opinion. A Guide to the History and Methodology of Political Opinion Polling”, Basil Blackwell, Oxford – UK, 1991

***Baze de date***

\*\*\* Rapoarte “Eurobarometer”, [www.ec.europa.eu/public\_opinion](http://www.ec.europa.eu/public_opinion)

Baze de date ale EB

**DIRECTOR DEPARTAMENT, TITULAR DE DISCIPLINĂ,**

Conf. Univ. Dr. Mihai Ungureanu Conf. dr. Marius Precupețu