

COMUNICARE ȘI MEDIA

Titularul cursului:

BIRO VALENTIN DRAGOȘ

Buget de timp 8 ore: activități teoretice: 2 ore

- activități practice: 5 ore
- evaluare: 1 oră

Obiectivele disciplinei/modulului

OBIECTIVE SPECIFICE: După parcurgerea sesiunilor modulului, cursanții vor fi capabili:

- să cunoască rolul și principalele activități ale mass-media;
- să cunoască avantajele și riscurile comunicării în mass-media;
- să respecte regulile de bază în relația cu mass-media;
- să-și stăpânească emoțiile în relația cu presa;
- să pregătească un interviu;
- să redacteze un comunicat de presă;
- să susțină o declarație de presă;
- să alcătuiască o mapă de presă;
- să aplice criteriile de evaluare a mass-media.

Competențe pe care le formează cursanților:

- Selectarea și utilizarea căilor și mijloacelor de comunicare adecvate în vederea eficientizării comunicării publice prin mass-media;
- Adaptarea la situații variate și/ sau neprevăzute în relația cu mass-media;
- Valorizarea particularităților individuale și de grup ale interlocutorilor, în scopul realizării unei comunicări eficiente;
- Adoptarea unui comportament adecvat în raporturile cu mass-media pentru realizarea unui climat de colaborare reciproc avantajos;
- Stăpânire de sine și echilibru comportamental în toate situațiile comunicării cu mass-media ;

Strategii de formare utilizate

Formele de organizare abordate:

- aplicații teoretice;
- aplicații practice;

Activitățile frontale vor alterna cu activitatea pe grupe, perechi și cu activitatea individuală.

Se vor folosi **metode activ-participative**: explicația, conversația euristică, discuția colectivă, problematizarea, simularea, brainstorming, studii de caz, grile, protocol de observație, analize comparative, analiza produselor activității, modele orientative, chestionare, investigații, exerciții practice, joc de rol.

Forme și modalități de evaluare

- **Evaluarea inițială** privind cunoașterea, înțelegerea și aplicarea conceptelor specifice.
- **Evaluare formativă**, se va realiza pe parcursul derulării cursului conform metodologiei specifice: observarea directă, realizarea tematicilor individuale și de grup
- **Evaluarea finală a cursului** se va realiza prin aplicarea chestionarului

Strategii de evaluare: observarea curentă a comportamentelor cursanților, protocol de observație, lista de control/verificare, fișa de evaluare, completarea de chestionare, lista de itemi, teste criteriale, auto/interevaluare, investigația.

Nr. crt.	Conținuturi/Teme	Nr. ore	Forma de activitate
1.	Mass media și rolul ei în societate - funcțiile mass-media.	1	Activitate teoretică Activitate practică
2.	Efecte ale comunicării cu mass media – avantaje și riscuri.	1	Activitate teoretică Activitate practică
3.	Elemente (genuri) de comunicare cu mass media: <ul style="list-style-type: none">• interviul,• comunicatul de presă,• declarația de presă,• mapa de presă.	4	Activitate teoretică Activitate practică
4.	Criterii de evaluare a presei.	1	Activitate practică
5.	Evaluare	1	
	TOTAL ORE	8	

Rezumatul temelor:

Apariția și extinderea noilor mijloace de comunicare au modificat fundamental cultura contemporană. „Mass-media” reprezintă de fapt un sistem diversificat de dispozitive tehnice prin care se desfășoară comunicarea de masă, ce are alte caracteristici decât comunicarea interpersonală sau de grup. Acest tip de comunicare introduce o altă relație între emițător și receptor, o relație ce nu mai este una nemijlocită, ci este inter-mediată de mijloace tehnice.

Revoluția științifico-tehnică și extinderea noilor forme de comunicare au determinat apariția unei realități mediatice, secunde, distinctă față de realitatea primară. Este *imagea* realității, pe care mass-media o construiește, prin mesajele sale, orientând astfel conduita oamenilor și a autorităților publice.

Tema 1. Mass media și rolul ei în societate - funcțiile mass-media. Aspecte abordate:

Funcțiile mass-media derivă din realitatea conform căreia foarte puțini comunicatori pot relaționa în mod direct cu un număr mare de oameni, deci din capacitatea media de a deveni purtătoarea unui mesaj către un număr semnificativ de receptori. Se operează astăzi (McQuail) cu următoarea schemă a funcțiilor: *informare* (și, implicit, funcția de selecție a informațiilor – gatekeeping), *corelare* (explicarea informațiilor prezentate sau *interpretare*), *continuitate* (menținerea valorilor comune), *divertisment* și *mobilizare*. Prin raportare la acestea, la granița dintre „funcții” (urmări benefice) și „disfuncții” (efecte negative), se face diferențierea (Ch. R. Wright) între „funcții manifeste” (consecințe așteptate) și „funcții latente” (urmări imprevizibile), ceea ce impune acordarea unei atenții deosebite relației cu mass-media în comunicarea instituțională.

Tema 2. Efecte ale comunicării cu mass media – avantaje și riscuri. Aspecte abordate:

Relația cu mass-media poate fi definită ca fiind ansamblul de mijloace folosite pentru a crea un climat de încredere și colaborare. Ca proces ce se definește prin schimbările pe care le provoacă în gândirea și percepția receptorilor transmiterea unui mesaj pe canale mediatice, comunicarea instituțională sau personală cu mass-media implică atât avantaje, cât și riscuri. Avantaje - relația cu publicul se realizează prin transmiterea, de către mass-media, a viziunii, misiunii, valorilor și normelor de comportament promovate de instituție sau de către individ. Astfel, alături de transmiterea modelului cultural, conținuturile care fac obiectul mesajelor media contribuie la: orientarea comportamentului individual și colectiv, stimularea gândirii etc. Riscuri – dezinformarea (*modificarea deliberată a mesajelor vehiculate*), zvonul (*afirmație prezentată drept adevărată fără a exista posibilitatea să i se verifice corectitudinea* - Robert Cisimo). Aceștia li se adaugă faptul că jurnaliștii fac un „joc dublu”: încearcă din răspuțeri să se plaseze în miezul evenimentelor (pentru a nu scăpa nici cel mai mic amănunt: *Ori de câte ori găsiți sute și mii de oameni sănătoși la minte care încearcă să iasă de undeva, în timp ce câțiva nebuni încearcă să intre, este sigur că aceștia din urmă sunt reporteri* - H. R. Knickerbocker) și totodată se detașează de faptele în sine pentru a „judeca neutru” fiecare situație, ceea ce generează riscul hărțuirii și interpretării subiective sau rău-intenționate a faptelor prezentate.

Tema 3. Elemente (genuri) de comunicare cu mass media. Aspecte abordate:

Discursul public sau comunicarea publică reprezintă orice gen de cuvântare, expunere sau prezentare (interviul, comunicatul de presă, declarația de presă), susținută de către o persoană în fața unui auditoriu mai mult sau mai puțin numeros. Cu siguranță că obiectivul discursului public nu este numai transmiterea unei informații corecte și precise, ci și câștigarea publicului (chiar prin mijloace persuasive) prin respectarea a trei condiții: stăpânirea de sine, spontaneitatea și originalitatea). De asemenea, importante sunt și detaliile legate de relația cu media în momentul comunicării publice (mapa de presă).

Tema 4. Criterii de evaluare a presei. Aspecte abordate:

Valorile centrale, care constituie totodată principalele criterii de performanță a media, sunt: *libertatea și independența, ordinea și solidaritatea, diversitatea și accesibilitatea, obiectivitatea și calitatea informației*. Li se opun acestora *manipularea* (acțiunea de a determina un actor social - persoană, grup, colectivitate - să gândească și să acționeze într-un mod compatibil cu interesele inițiatorului, și nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune care distorsionează intenționat adevărul, lăsând însă impresia libertății de gândire și de decizie), *subiectivismul, reaua-intenție dovedită* și, într-o anumită măsură, *persuasiunea și/sau seducția* (intenția de a convinge pe cineva asupra unui anumit aspect – atitudine, idee, convingere personală – cu care anterior un fusese de acord. Credibilitatea este în ultimă instanță ceea ce contează atât pentru media cât și pentru cei care transmit sau recepționează un mesaj prin media și criteriul cel mai la îndemână pentru evaluarea presei.

Bibliografie:

(selectivă)

1. Bertrand , Claude- Jean, *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Iași, Editura Polirom, 2001;
2. Bougnoux, D., *Introducere în științele comunicării*, Iași , Editura Polirom, 2000;
3. Coman, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism*, Editura Polirom, Iași, 1997;
4. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Iași, Editura Polirom, 2002;
5. Cuilenburg, van J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., *Știința comunicării*, București, Humanitas, 1998;
6. De Fleur, Melvin, Ball-Rokeach, Sandra, *Teorii ale comunicării de masă*, Iași, Editura Polirom, 1999;
7. Hartley, John, *Discursul știrilor*, Iași, Editura Polirom, 1999;
8. Jean-Noel Kapferer, *Zvonurile*, Editura Humanitas , Bucuresti,1983;
9. Merinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării*, București, Editura Tritonic, 2003;
10. Mattelart, A., Mattelart, M., *Istoria teoriilor comunicării*, Iași, Editura Polirom, 2000;
11. McQuail, Denis, *Mass Communication Theory. An Introduction*, London, Sage Publications, 1993;
12. McQuail, Denis, *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, London, Sage Publications, 1992;
13. Panzaru Petru, *Mass-media in tranzitie*, Fundatia Rompres, Bucuresti,1996;
14. Pop, Doru (coordonator), *Introducere în teoria media*, Cluj – Napoca, Editura Dacia, 2002;
15. Pop, Doru (coordonator), *Mass-media și democrația*, Iași, Editura Polirom, 2001.