**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**

**Opinie Publică Europeană**

**(OPE)**

**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:

Cursurile și seminariile de Opinie Publică Europeană își propun să ofere studenților:

* dobândirea de competențe în analiza și interpretarea unor serii de date, analiza de tendință, analiza comparativă (aplicate datelor de Eurobarometru)
* aprofundarea metodele principale prin care fenomenele de opinie publică pot fi studiate (sondajul de opinie, analiza conţinutului comunicării).

Modul în care este conceput cursul încurajează atitudinea critică a studenţilor faţă de realizarea sondajelor de opinie şi față de analiza, interpretarea și prezentarea rezultatelor acestora.

Temele abordate în cadrul acestei discipline sunt relevante pentru domeniile Relații internaționale, Studii Europene, Științe Politice și Sociologie prin: obiectul de studiu (fenomenele de opinie publică din spațiul european), metodele implicate (sondaj de opinie, analiza conținutului comunicării) ca și prin tipurile de analize de date performate (analiza datelor de sondaj, analiza de tendință, analiza seriilor de date, analiza comparativă a datelor).

**B. PRECONDIŢII DE ACCESARE A DISCIPLINEI**

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

**C. COMPETENŢE SPECIFICE**

|  |  |
| --- | --- |
| Competențe profesionale | * Aprofundarea metodele principale prin care fenomenele de opinie publică pot fi studiate (sondajul de opinie, analiza conţinutului comunicării). * Dobândirea de competențe în analiza și interpretarea unor serii de date, analiza de tendință, analiza comparativă (aplicate datelor de Eurobarometru) * 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). |
| Competențe transversale | * 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 în context european |

**D. CONŢINUTUL DISCIPLINEI**

1. ***Curs***
2. Opinii, atitudini, valori. Opinia publică. Definiri substanţiale, definiri operationale.
3. Erori in intelegerea notiunilor de: public, opinie publica. Public european
4. Abordarea empirică a fenomenelor de opinie. Sondajele de opinie publică. Ancheta sociologică şi sondajul de opinie publică. Presupoziţii ontologice şi epistemologice ale sondajelor de opinie publică. Sondajul de opinie publica – raportari critice
5. Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie publică. Prelucrarea statistică a datelor. Tipuri de analiză statistică a datelor. Validitate şi fidelitate în ancheta pe baza de chestionar
6. Eurobarometre și opinie publică europeană. Indicatori utilizați în EB
7. Europenitatea ca element identitar. Europenitate și cetățenie
8. Imaginea UE. Beneficii percepute ale calității de stat membru al UE
9. Încredere în ceilalți și în instituții. Încrederea în instituțiile UE
10. Calitatea vieții în Europa
11. Europa inegalităților. Indicatori obiectivi și subiectivi utilizați în analiza comparativă
12. Mijloace de comunicare. Evolutia mediilor de comunicare. Caracteristici ale principalelor media. Spațiul european al comunicării de masă
13. Teorii ale comunicarii. Comunicarea de masa. Roluri sociale ale mass-media. Studii si teorii privind efectele mass-media
14. Mesaje vehiculate in media ca documente sociale. Tipologia documentelor sociale.
15. Analiza continutului comunicarii: tehnici si procedee

1. ***Aplicaţii\****

Tematică pentru seminarii (2hX14=28 ore)

1. Opinii, atitudini, valori. Opinia publică. Definiri substanţiale, definiri operationale.
2. Erori in intelegerea notiunilor de: public, opinie publica. Public european
3. Abordarea empirică a fenomenelor de opinie. Sondajele de opinie publică. Ancheta sociologică şi sondajul de opinie publică. Presupoziţii ontologice şi epistemologice ale sondajelor de opinie publică. Sondajul de opinie publica – raportari critice
4. Analiza şi interpretarea rezultatelor în sondajele de opinie publică. Prelucrarea statistică a datelor. Tipuri de analiză statistică a datelor. Validitate şi fidelitate în ancheta pe baza de chestionar
5. Eurobarometre și opinie publică europeană. Indicatori utilizați în EB
6. Europenitatea ca element identitar. Europenitate și cetățenie
7. Imaginea UE. Beneficii percepute ale calității de stat membru al UE
8. Încredere în ceilalți și în instituții. Încrederea în instituțiile UE
9. Calitatea vieții în Europa
10. Europa inegalităților. Indicatori obiectivi și subiectivi utilizați în analiza comparativă
11. Mijloace de comunicare. Evolutia mediilor de comunicare. Caracteristici ale principalelor media. Spațiul european al comunicării de masă
12. Teorii ale comunicarii. Comunicarea de masa. Roluri sociale ale mass-media. Studii si teorii privind efectele mass-media
13. Mesaje vehiculate in media ca documente sociale. Tipologia documentelor sociale.
14. Analiza continutului comunicarii: tehnici si procedee

**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.

Evaluarea vizează implicarea studentilor în activitățile de seminar, în special în micro-proiecte de cercetare. În acest fel va fi pusă în valoare inclusiv creativitatea manifestată de către studenți în analiza și interpretarea fenomenelor de opinie publică din spațiul european.

**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