

FIȘA DISCIPLINEI

Teorii ale comunicării

Anul universitar 2025-2026

1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI CLUJ-NAPOCA
1.2. Facultatea	ISTORIE SI FILOSOFIE
1.3. Departamentul	DEPARTAMENTUL DE FILOSOFIE
1.4. Domeniul de studii	FILOSOFIE
1.5. Ciclu de studii	MASTERAT
1.6. Programul de studii / Calificarea	FILOSOFIE, CULTURĂ, COMUNICARE / MASTER IN FILOSOFIE
1.7. Forma de învățământ	ZI

2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei		Teorii ale comunicării				Codul disciplinei		HMR2201			
2.2. Titularul activităților de curs			Lector Dr. Schussler Aura-Elena								
2.3. Titularul activităților de seminar			Lector Dr. Schussler Aura-Elena								
2.4. Anul de studiu		1	2.5. Semestrul		2	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	4	din care: 3.2. curs	2	3.3. seminar/ laborator/ proiect	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5. curs	28	3.6 seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp pentru studiul individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe (AI)					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminare/ laboratoare/ proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					40
Tutoriat (consiliere profesională)					28
Examinări					4
Alte activități					
3.7. Total ore studiu individual (SI) și activități de autoinstruire (AI)				175 conv.	
3.8. Total ore pe semestru				56 fiz. /175 conv.	
3.9. Numărul de credite				7	

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	Prezența la orele de curs nu este obligatorie. Prezentarea la examen nu este condiționată de număr minim de prezențe.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Activitatea la seminar este obligatorie. Seminarele pierdute se pot recupera.

6. Competențele specifice acumulate¹

Competențe profesionale/esențiale	- C1.1 Aprofundarea domeniului de cunoaștere a teoriilor și tehnicilor de comunicare actuale; înțelegerea schimbărilor de paradigmă apărute la nivelul comunicării în contemporaneitate - C1.5 Identificarea și descrierea principiilor și metodelor de cercetare în domeniul comunicării - C2.2 Explicarea și interpretarea particularităților practicilor de comunicare în lumea și cultura contemporană, aflate sub semnul digitalizării, al dezinformării și al amenințărilor atacurilor cibernetice - C2.4 Evaluarea critică și constructivă a modalităților, limitelor și dificultăților de realizare a comunicării în contemporaneitate - C4.3 Identificarea și utilizarea adecvată a normelor etice de comunicare inter-umană - C6.1 Definirea și alegerea metodelor și tehnicilor adecvate de soluționare a unor probleme interumane de comunicare și relaționare cu un nivel ridicat de complexitate
Competențe transversale	- CT.1 Gestionarea de activități sau proiecte profesionale complexe, prin asumarea responsabilității în luarea deciziilor într-o echipă multidisciplinară - CT.2 Competențe în cercetarea documentară și utilizarea computerului în căutarea și găsirea de informații bibliografice - CT3 Autogestionarea activităților de dezvoltare profesională proprie și exersarea autonomiei personale în condiții de studiu și de muncă imprevizibile

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Cursul urmărește o abordare filosofică, socială, culturală, etică și politică a fenomenului comunicării, într-un context postmodern, globalizat și tehnologizat. Se are în vedere o analiză a comunicării într-un cadru interdisciplinar cu scopul de a accentua schimbările de paradigmă, la nivel cultural, apărute odată cu evoluția și dezvoltarea noilor mijloace/tehnologii de comunicare, în secolul XXI. Cursul are ca scop dezvoltarea unei analize critice cu privire la impactul pe care cultura media, cultura digitală, cultura de consum și industria culturii le au asupra individului contemporan—mai exact, asupra modului acestuia de a comunica, interacționa, relaționa sau de a trăi în societate.
7.2 Obiectivele specifice	- Utilizarea în mod adecvat a teoriilor și a conceptelor din domeniul comunicării și culturii media/digitale - Perceperea dimensiunii culturale/sociale a comunicării - Capacitatea de a aborda interdisciplinar practicile de comunicare - Aplicarea critică, creativă, practică și teoretică a diferitelor concepte, teorii, modele, metode/tehnici de comunicare

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Curs introductiv. Despre comunicare	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point	Prezentarea metodologiei de lucru și a livrabilelor; Stabilirea normelor organizatorice; Prezentarea generală a cursului (problematizare, concepte)
2. Teorii și modele ale comunicării	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții -discuții pe baza unor exemple	
3. Comunicarea nonverbală	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	

¹ Se poate opta pentru competențe sau pentru rezultatele învățării, respectiv pentru ambele. În cazul în care se alege o singură variantă, se va șterge tabelul aferent celeilalte opțiuni, iar opțiunea păstrată va fi numerotată cu 6.

	-discuții pe baza unor exemple	
4. Comunicarea ca relaționare	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții -discuții pe baza unor exemple	
5. Postmodernismul, societatea informațională și mass-media	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
6. Comunicarea culturii de masă	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
7. Cultura de consum și Industria Culturii	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
8. Manipularea în cultura media	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
9. Despre persuasiune	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
10. Despre post-adevăr și fake news	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
11. O incursiune în comunicarea politică	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
12. Comunicarea în spațiul virtual și rețele sociale	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
13. Cyberculture și cyberterrorism	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	
14. Despre etici ale comunicării	-curs interactiv cu fundament de prelegere, prezentare Power point, discuții	

Bibliografie

Adorno, Theodor W. 2001. *The culture industry: Selected Essays on Mass Culture*. USA: Routledge.

Baudrillard, Jean. 2005. *Societatea de consum: mituri și structuri*. București: Editura Comunicare.ro.

Baudrillard, Jean. 2008. *Simulacre și simulare*. Cluj-Napoca: Editura Idea.

Baudrillard, Jean. 1997. *Celălalt prin sine însuși*. Cluj-Napoca: Editura Casa Cărții de Știință.

Breton, Philippe. 2006. *Manipularea cuvântului*. Iași: Institutul European.

Castells, Manuel & Haraway, Donna. 2007. *Cyberculture Theorists*. David Bell, Ed. USA: Routledge.

Calero, Henry H. 2005. *The Power of Nonverbal Communication*. Los Angeles: Silver Lake Publishing.

Davis, Nancy Ann. 2006. „Deontologia contemporană”. În Singer, Peter (Ed.). *Tratat de etică*. Iași: Polirom. pp. 235-248

DeFleur, Melvin L. 1999. *Teorii ale comunicării de masă*. Iași: Editura Polirom.

Duck, Steve. 2000. *Relațiile Interpersonale. A gândi, a simți, a interacționa*. Iași: Editura Polirom.

Doyle, Waddick and Fraser, Matthew. 2010. „Facebook, Surveillance, and Power”. În Wittkower, D. E. (Ed.) *Facebook and Philosophy: What's on your mind?* Chicago: Open Court. pp. 215-231

Eco, Umberto. 2008. *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*. Iași: Editura Polirom.

Ekman, Paul. 2003. *Emoții date pe față. Cum să citim sentimentele de pe chipul uman*. București: Editura Trei.

Flusser, Vilém. 2002. *Writings*, 1. What is communication?; 2. On the Theory of Communication. London: University of Minnesota Press. pp. 3-21

Fuller, Steve. 2018. *Post-Truth Knowledge as a Power Game*. USA: Anthem Press.

Goffman, Erving. 2003. *Viața cotidiană ca spectacol*. București: Editura Comunicare.ro.

Gossett, Loril M. 2013. „Fired Over Facebook: Issues of Employee Monitoring and Personal Privacy on Social Media Websites”. În May, Steve (Ed.). *Case studies in organizational communication: ethical perspectives and practices*. 2nd. Ed. USA: Sage Publishing. pp. 207-2019

Horn, Arthur. 2019. “What Is Manipulation?”; “Examples of Manipulation”. *Manipulation: Dark Psychology to Manipulate and Control People*. Kindle Edition. Kindle Edition

Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. 2002. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. USA: Stanford University Press.

Klikauer, Thomas. 2008. *Management Communication. Communicative Ethics and Action*. New York: Palgrave Macmillan.

Koops, Bert-Jaap. "Megatrends and Grand Challenges of Cybercrime and Cyberterrorism Policy and Research". În Babak Akhgar and Ben Brewster (Eds.) *Combating Cybercrime and Cyberterrorism Challenges, Trends and Priorities*. Springer. pp. 3-17

Larson, Charles U. 2019. „Chapter 2. Making a Lasting, Credible, Persuasive, and Ethical First Impression”. În *11 Steps to Getting What You Want. Persuasion and Influence in the 21st Century*. UK: Rowman & Littlefield. pp. 14-28

Lipovetsky, Gilles. 2007. *Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum*. Iași: Editura Polirom.

Lyotard, Jean-François. 1993. *Condiția Postmodernă. Raport asupra cunoașterii*. București: Editura Babel.

Lipschultz, Jeremy Harris. 2018. *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. New York: Routledge.

McLuhan, Marshall. 1994. Part I, The Medium is the Message. În *Understanding Media. The Extensions of Man*. UK: MIT Press.

McIntyre, Lee. 2018. *Post-Truth*. Cambridge: MIT Press.

McNair, Brian. 2011. *An Introduction to Political Communication*. USA: Routledge.

Pease, Allan. 1984. Cap. 1. "A Framework for Understanding". În *Body Language*. London: Sheldon Press. pp. 9-18

Petloff, Richard M. 2003. *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile. 2014. *Teoria comunicării*. București: Editura Tritonic.

Vattimo, Gianni. 1995. *Societatea transparentă*. Constanța: Editura Pontica.

Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin; Jackson, Don D. 2014. *Comunicarea umană. Pragmatică, paradox și patologie*. București: Editura Trei. pp. 53-79

8.2 Seminar / laborator	Metode de predare	Observații
1. Seminar introductiv	-stabilirea metodologiei	-prezentarea metodologiei de lucru și a livrabilelor; -prezentarea activității de seminar - stabilirea normelor organizatorice
2. Teorii și modele ale comunicării	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
3. Comunicarea nonverbală. Gesturi, limbaj corporal, expresii faciale etc.	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
4. Comunicarea ca relaționare; despre relațiile interpersonale	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
5. Postmodernismul, societatea informațională și mass-media	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
6. Comunicarea culturii de masă. Teoria "glonțului magic". Implozia sensului în mass-media	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
7. Cultura de consum, industria culturii, societatea de hiperconsum	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
8. Despre manipulare	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
9. Înțelegerea rolului și al efectelor comunicării persuasive	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și	

	interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
10. Despre fake news-uri într-o lumea a post-adevărului	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
11. Comunicarea politică; comunicarea electorală	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
12. Comunicarea în spațiul virtual; rețele sociale; supraveghere/confidențialitatea și colectarea de date	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
13. Cyberculture, cyberterrorism, cybercrime	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	
14. Despre etici ale comunicării. Etică și comunicare la locul de muncă	- seminar interactiv pe bază de discuții; prezentări/analiză și interpretare de text pe baza bibliografiei propuse/dezbateri	

Bibliografie

Introducere. Discursuri despre comunicare

1-2. Flusser, Vilém. 2002. *Writings*, 1. What is communication?; 2. On the Theory of Communication. London: University of Minnesota Press. pp. 3-21

Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile. 2014. *Teoria comunicării*. București: Editura Tritonic. pp. 45-61

3. Ekman, Paul. 2003. *Emoții date pe față. Cum să citim sentimentele de pe chipul uman*. București: Editura Trei. pp. 19-42

Pease, Allan. 1984. Cap. 1. "A Framework for Understanding". În *Body Language*. London: Sheldon Press. pp. 9-18

Calero, Henry H. 2005. *The Power of Nonverbal Communication*. Los Angeles: Silver Lake Publishing. pp. 63-89

4. Goffman, Erving. 2003. *Viața cotidiană ca spectacol*. București: Editura Comunicare.ro. pp. 233-263

Duck, Steve. 2000. *Relațiile Interpersonale. A gândi, a simți, a interacționa*. Iași: Editura Polirom. pp. 13-49

Watzlawick, Paul; Bavelas, Janet Beavin; Jackson, Don D. 2014. *Comunicarea umană. Pragmatică, paradox și patologie*. București: Editura Trei. pp. 53-79

5. Vattimo, Gianni. 1995. *Societatea transparentă*. Constanța: Editura Pontica. pp. 5-34

Liotard, Jean-François. 1993. *Condiția Postmodernă. Raport asupra cunoașterii*. București: Editura Babel. pp. 15-40

Eco, Umberto. 2008. *Apocaliptici și integrați. Comunicații de masă și teorii ale culturii de masă*. Iași: Editura Polirom. pp. 43-77

6. Baudrillard, Jean. 2008. *Simulacre și simulare*. Cluj-Napoca: Editura Idea. pp. 61-67

McLuhan, Marshall. 1994. Part I, The Medium is the Message. În *Understanding Media. The Extensions of Man*. UK: MIT Press. pp. 9-30.

DeFleur, Melvin L. 1999. *Teorii ale comunicării de masă*. Iași: Editura Polirom. pp. 151-173

7. Baudrillard, Jean. 2005. *Societatea de consum: mituri și structuri*. București: Editura Comunicare.ro. pp. 61-107

Adorno, Theodor W. 2001. *The culture industry: Selected Essays on Mass Culture*. USA: Routledge. pp. 98-107

Horkheimer, Max & Adorno, Theodor W. 2002. *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*. USA: Stanford University Press. pp. 94-137

Lipovetsky, Gilles. 2007. *Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum*. Iași: Editura Polirom. pp. 311-323

8. Breton, Philippe. 2006. *Manipularea cuvântului*. Iași: Institutul European. pp. 15-49

Horn, Arthur. 2019. "What Is Manipulation?"; "Examples of Manipulation". *Manipulation: Dark Psychology to Manipulate and Control People*. Kindle Edition. Kindle Edition. pp. 8-20

9. Perloff, Richard M. 2003. *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp. 3-36

Larson, Charles U. 2019. „Chapter 2. Making a Lasting, Credible, Persuasive, and Ethical First Impression”. În *11 Steps to Getting What You Want. Persuasion and Influence in the 21st Century*. UK: Rowman & Littlefield. pp. 14-28

10. McIntyre, Lee. 2018. *Post-Truth*. Cambridge: MIT Press. pp. 1-17

Farkas, Johan and Schou, Jannick. 2020. *Post-Truth, Fake News and Democracy*. New York: Routledge. pp. 43-68

11. McNair, Brian. 2011. *An Introduction to Political Communication*. USA: Routledge. pp. 3-27

Stănciugelu, Irina; Tudor, Raluca; Tran, Adriana; Tran, Vasile. 2014. *Teoria comunicării*. București: Editura Tritonic. pp. 361-382

12. Lipschultz, Jeremy Harris. 2018. *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. New York: Routledge. pp. 292-316

Doyle, Waddick and Fraser, Matthew. 2010. „Facebook, Surveillance, and Power”. În Wittkower, D. E. (Ed.) *Facebook and Philosophy: What's on your mind?* Chicago: Open Court. pp. 215-231

13. Bell, David. 2007. *Cyberculture Theorists*. USA: Routledge. pp. 1-15

Koops, Bert-Jaap. “Megatrends and Grand Challenges of Cybercrime and Cyberterrorism Policy and Research”. În Babak Akhgar and Ben Brewster (Eds.) *Combating Cybercrime and Cyberterrorism Challenges, Trends and Priorities*. Springer. pp. 3-17

14. Gossett, Loril M. 2013. „Fired Over Facebook: Issues of Employee Monitoring and Personal Privacy on Social Media Websites”. În May, Steve (Ed.). *Case studies in organizational communication: ethical perspectives and practices*. 2nd. Ed. USA: Sage Publishing. pp. 207-219

Davis, Nancy Ann. 2006. „Deontologia contemporană”. În Singer, Peter (Ed.). *Tratat de etică*. Iași: Polirom. pp. 235-248

Klikauer, Thomas. 2008. *Management Communication. Communicative Ethics and Action*. New York: Palgrave Macmillan. pp. 160-179

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

- Conținutul cursului este compatibil cu conținutul cursurilor predate la nivel „graduate” în universități de prestigiu din Europa și SUA, precum și cu cerințele comunității profesionale

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	- însușirea cunoștințelor predate la curs; - capacitatea de a opera în mod corect și adecvat cu acestea	Evaluarea se va face atât pe parcursul semestrului cât și în timpul examinării finale	
	- asumarea unei cercetări documentare proprii în domeniu; - însușirea și aplicarea metodelor de cercetare și de redactare specifice filosofiei (analiză de text, referat, eseu academic)	Eseu academic la sfârșitul semestrului (sesiune)	70% din nota finală
10.5 Seminar/laborator	- însușirea cunoștințelor discutate la seminar; - capacitatea de a opera în mod corect și adecvat cu acestea	Evaluarea se va face atât pe parcursul semestrului - verificare orală, cât și în timpul examinării finale	
	- activitate seminar: participare activă la		30% din nota finală

	dezbateri, discuții și la comentariile de text		
10.6 Standard minim de performanță			
- Elaborarea unui eseu academic, de complexitate medie/ridică, prin utilizarea metodelor de analiză din domeniul științelor socio-umaniste, alături de aplicarea corectă a diferitelor concepte și teorii aferente teoriilor comunicării. - Seminar: Planificarea și realizarea unor prezentări individuale orale pe parcursul semestrului (dezbateri, analiză-comentariu de text etc.) - Orice contestație a notei obținute la examen va trebui însoțită de o cerere din partea studentului pentru reevaluarea lucrării. Rezultatul acestei reevaluări se va face de față cu studenții în decurs de 2 zile de la data contestației.			

11. Etichete ODD (Obiective de Dezvoltare Durabilă / Sustainable Development Goals)²

	Eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă							

Data completării:
30.03.2025

Semnătura titularului de curs
Lector Dr. Schussler Aura-Elena

Semnătura titularului de seminar
Lector Dr. Schussler Aura-Elena

Data avizării în departament:
...

Semnătura directorului de departament
.....

² Păstrați doar etichetele care, în conformitate cu [Procedura de aplicare a etichetelor ODD în procesul academic](#), se potrivesc disciplinei și ștergeți-le pe celelalte, inclusiv eticheta generală pentru Dezvoltare durabilă - dacă nu se aplică. Dacă nicio etichetă nu descrie disciplina, ștergeți-le pe toate și scrieți "Nu se aplică".