

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.1 Instituția de învățământ superior | Universitatea de Vest din Timișoara |
| 1.2 Facultatea / Departamentul | de Sociologie și Asistență Socială |
| 1.3 Departamentul | SOCIOLOGIE |
| 1.4 Domeniul de studii | Sociologie |
| 1.5 Ciclul de studii | Licență |
| 1.6 Programul de studii / Calificarea | SOCIOLOGIE (263201-sociolog, 263208-cercetator in sociologie, 263209-asistent de cercetare in sociologie, 263309-cercetator in stiintele politice,263510-cercetator in asistenta sociala, 263210-cercetator in antropologie,242308-analist piata muncii, 242317-consultant in resurse umane, 242307-consultant in domeniul fortei de munca) |

2. Date despre disciplină

| | | | | | | | |
|--|------------------------------------|---------------|---|-----------------------|---|-------------------------|----|
| 2.1 Denumirea disciplinei | SOCIOLOGIA OPINIEI PUBLICE | | | | | | |
| 2.2 Titularul activităților de curs | conf.univ.dr. Bogdan NADOLU | | | | | | |
| 2.3 Titularul activităților de seminar | conf.univ.dr. Bogdan NADOLU | | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | III | 2.5 Semestrul | I | 2.6 Tipul de evaluare | C | 2.7 Regimul disciplinei | OB |

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

| | | | | | |
|---|------------|--------------------|----|-----------------------|-----|
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | 3 | din care: 3.2 curs | 2 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învățământ | 42 | din care: 3.5 curs | 28 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| Distribuția fondului de timp: | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | 20 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate / pe teren | | | | | 20 |
| Pregătire seminare / laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | 12 |
| Tutoriat | | | | | 4 |
| Examinări | | | | | 2 |
| Alte activități | | | | | |
| 3.7 Total ore studiu individual | 58 | | | | |
| 3.8 Total ore pe semestru | 100 | | | | |
| 3.9 Numărul de credite | 4 | | | | |

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

| | |
|-------------------|-----------------|
| 4.1 de curriculum | • nu este cazul |
| 4.2 de competențe | • nu este cazul |

5. Condiții (acolo unde este cazul)

| | |
|--|--|
| 5.1 de desfășurare a cursului | Toate materialele pentru această disciplină vor fi încărcate pe GClassroom – cod acces: 3a3lbrmv Participarea la minim 50% dintre activități |
| 5.2 de desfășurare a seminarului / laboratorului | Participarea la minim 70% dintre activități |

6. Obiectivele disciplinei - rezultate așteptate ale învățării la formarea cărora contribuie parcurgerea și promovarea disciplinei

| | |
|-------------------------------|---|
| Cunoștințe | Însușirea principalelor conținuturi teoretice specifice abordării sociologice a opiniei publice. |
| Abilități | Formarea abilităților de analiză și interpretare sociologică a opiniei publice și a corelării acestora cu atitudinile și cu comportamentele. Înțelegerea și interiorizarea particularității perspectivei sociologice asupra comportamentului electoral. |
| Responsabilitate și autonomie | Interiorizarea valorilor specifice unei culturi democratice, respectul pentru alteritate și a diversității de orice tip. Aplicarea tehnicilor de relaționare în grup a capacităților empatiche de comunicare interpersonală și de asumare de roluri specifice în cadrul muncii în echipă |

7. Conținuturi

| 7.1 Curs | Metode de predare | Obs. |
|--|--|--------------|
| 1. Introducere în sociologia opiniei publice <ul style="list-style-type: none"> ↳ Analiza sociologică a opiniei publice – precursori, relevanță și consecințe. ↳ Reprezentări teoretice asupra opiniei publice ↳ Relația dintre opinia publică și regimurile politice. | - prelegere participativă; - problematizare; - dezbateri | 2 ore |
| 2-3. Abordarea sociologică a opiniei publice <ul style="list-style-type: none"> ↳ Definirea și caracteristicile opiniei publice; ↳ Relația dintre valori, atitudini, opinii și comportamente; ↳ Convergența și divergența dintre opinii și comportamente ↳ Dinamica opiniei publice. Curente de opinie ↳ Persuasiunea și manipularea. Rezistența la schimbare. <p>Erving Goffman, <i>Viața cotidiană ca spectacol</i> Jurgen Habermas, <i>Sfera publică și transformarea ei structurală</i></p> | - prelegere participativă; - problematizare; - dezbateri | 4 ore |
| 4-5. Metode și tehnici de măsurare a opiniei publice <ul style="list-style-type: none"> ↳ ancheta sociologică și sondajul de opinie; ↳ studii de tip panel; ↳ sondajele pre-electorale și exit-poll-urile <p>Mircea Comșa – Doar un grafic să-ți mai spun, disponibil la https://doarungraficsatimaispun.wordpress.com/</p> | - prelegere participativă; - problematizare; - dezbateri | 4 ore |

| | | |
|---|--|--------------|
| 6. Impactul comunicatorilor de masă asupra opiniei publice <ul style="list-style-type: none"> ↪ comunicatorii de masă: particularități, funcții, modele ↪ tehnici de manipulare ↪ spirala tăcerii, utilizare și gratificații ↪ rolul mass-mediei în influențarea opiniilor | - prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme | 2 ore |
| 7-9. Opinia publică în era digitală <ul style="list-style-type: none"> ↪ social media și creatorii de conținut digital: micro-, nano-, influenceri ↪ microtargetarea: definire, particularități și impact ↪ rețele sociale online: echo-chambers și polarizarea opiniei publice în mediul on-line ↪ dependența de social media, brain rot <p>Terren L, Borge R (2021) Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature (https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028)</p> | - prelegere participativă; - problematizare; - expunere de probleme | 6 ore |
| 10. Zvonurile <ul style="list-style-type: none"> ↪ definire, caracteristici, tipologii ↪ mecanismul de propagare a zvonurilor ↪ modalități de verificare a zvonurilor <p>Jean Noel Kapferer, <i>Zvonurile</i>, Humanitas, 2006, pag. 49-71</p> | - prelegere participativă; - problematizare; - exemplificare | 2 ore |
| 11. Opinia publică în epoca post-adevărului. <ul style="list-style-type: none"> ↪ Multiplicarea realității sociale în Web 2.0 ↪ Fake news, deep fake news și dezinformocrație ↪ Campanii de dezinformare: Brexit, Trump, Covid 19, alegerile prezidențiale din România 2024 <p>Alina Bârgăoanu, <i>#Fakenews. Noua cursă a înarmării</i>, 2018</p> | - prelegere participativă; - problematizare; - exemplificare | 2 ore |
| 12. Gândirea critică și alfabetizarea digitală <ul style="list-style-type: none"> ↪ importanța gândirii critice în societatea digitală; ↪ riscuri și vulnerabilități în mediul digital ↪ tehnici de combatere a dezinformării; ↪ troli, click farms, fake engagements. | - prelegere participativă; - dezbateri | 2 ore |
| 13. Opinia publică și globalizare <ul style="list-style-type: none"> ↪ local vs. global sau redefinirea proximităților sociale; ↪ Agenda Settings in era digitală. ↪ alienarea vs. contextualizare. <p>Zygmunt Bauman, <i>Modernitatea lichidă</i>, 2000</p> | - prelegere participativă; - exemplificare; - dezbateri | 2 ore |
| 14. Societatea viitorului și tehnocrația digitală <ul style="list-style-type: none"> ↪ Consultări în timp real cu ajutorul ICT ↪ <i>O democrație fără de sondaje de opinie? sau Implicarea IA în administrarea societății</i> <p>Răzvan Rughiniș, <i>Societatea digitală – stăpâni, cetățeni sau sclavi?</i> Humanitas, București, 2022, pag 15-58</p> | - prelegere participativă; - problematizare; - exemplificare; - dezbateri | 2 ore |

| 7.2 Seminar / laborator | Metode de predare | Obs. |
|--|---------------------------------|--------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Predictibilitatea vieții sociale • Absenteismul politic • Manipulare, zvonuri, conspirații • Controverse electorale în societatea contemporană • Deep fake-news • Profetiile autorealizatoare • Efectul Muhammad Ali | - dezbateri, exerciții practice | 2 ore |
| <p>Bibliografie:</p> <p>Aagaard P, Marthedal S (2023). Political microtargeting: Towards a pragmatic approach in Internet Policy Review, 12(1). https://doi.org/10.14763/2023.1.1690</p> <p>Barocas S (2012) The price of precision: voter microtargeting and its potential harms to the democratic process in Proceedings of the first edition workshop on Politics, elections and data (PLEAD '12). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 31–36. https://doi.org/10.1145/2389661.2389671</p> <p>Castells Manuel (2015) Comunicare și putere, Editura Comunicare.ro</p> <p>Chelcea Septimiu (2000), Sociologia opiniei publice</p> <p>Choi S (2015) The Two-Step Flow of Communication in Twitter-Based Public Forums in Social Science Computer Review, 33(6), 696-711. https://doi.org/10.1177/0894439314556599</p> <p>Foucault Michel (2007) Nașterea biopoliticii, Cluj Napoca: Ideea Design</p> <p>Garimella K, De Francisci Morales G, Gionis A, Mathioudakis M (2018) Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship in Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference (WWW '18). International World Wide Web Conferences Steering Committee, Republic and Canton of Geneva, CHE, 913–922. https://doi.org/10.1145/3178876.3186139</p> <p>Hancock J, Naaman M, Levy K (2020) AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations in Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 25, Issue 1, January 2020, Pages 89–100, https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz022</p> <p>Hong Y H (2015) The role of Facebook, Plurk, and YouTube in the two-step and N-step flows of communication and the effect on political efficacy in The Journal of International Communication, 22(1), 42–63. https://doi.org/10.1080/13216597.2015.1114006</p> <p>Ibrahim H, Jang HD, Aldahoul N, Kaufman AR, Rahwan T, Zaki Y (2025) TikTok's recommendations skewed towards Republican content during the 2024 US presidential race in arXiv preprint arXiv:2501.17831.</p> <p>Inglehart R (2019), Evoluția culturală, Cluj-Napoca: Scoala Ardeleana</p> <p>Kar H, Moinuddin SAH (2025) Exploring the formation of information cocoons in the age of social media: A sociological analysis in IJAR 11.1 (2025): 337-341.</p> <p>Katz E, Blumler JG, Gurevitch M (1973) Uses and Gratifications Research in The Public Opinion Quarterly, 37(4), 509–523. http://www.jstor.org/stable/2747854</p> <p>Kesington Communication (2024) Public declaration – Presidential Campaign, available at https://snoop.ro/anaf-a-descoperit-ca-pnl-a-platit-o-campanie-care-l-a-promovat-masiv-pe-calin-georgescu-pe-tiktok/</p> <p>Lasswell HD (1938/2015) Propaganda technique in the World War, Coachwhip Publications</p> <p>Lazarsfeld P, Berelson B, Gaudet H (1948/2004), Mecanismul votului [The People's Choice], Bucuresti: Humanitas</p> <p>Lievrouw LA (2009) New media, mediation, and communication study in Information, Communication & Society, 12(3), 303–325. https://doi.org/10.1080/13691180802660651</p> <p>Lippmann Walter, Public Opinion</p> <p>Liu X, Min Q, Han S (2019) Understanding users' continuous content contribution behaviours on microblogs: an integrated perspective of uses and gratification theory and social influence theory in Behaviour & Information Technology, 39(5), 525–543. https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1603326</p> <p>Meier A, Reinecke L (2021) Computer-Mediated Communication, Social Media, and Mental Health: A Conceptual and Empirical Meta-Review in Communication Research, 48(8), 1182-1209. https://doi.org/10.1177/0093650220958224</p> <p>Murthy D (2012) Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter in Sociology, 46(6), 1059-1073. https://doi.org/10.1177/0038038511422553</p> | | |

- Mutiara P, Subarsa Putri KY (2023) Uses and Gratification Theory in TikTok as Social Media Marketing Platform: Seen from Market Player View in *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i1.164>
- Noelle-Neumann E (2004) *Spirala tacerii* [The Spiral of silence], Bucuresti: Comunicare.ro
- Norris P, Curtice J (2008) Getting the Message Out: A Two-Step Model of the Role of the Internet in Campaign Communication Flows During the 2005 British General Election in *Journal of Information Technology & Politics*, 4(4), 3–13. <https://doi.org/10.1080/19331680801975359>
- Papakyriakopoulos O, Hegelich S, Shahrezaye M, & Serrano JCM (2018) Social media and microtargeting: Political data processing and the consequences for Germany in *Big Data & Society*, 5(2). <https://doi.org/10.1177/2053951718811844>
- Ruggiero TE (2000) Uses and Gratifications Theory in the 21st Century in *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Rughiniș Răzvan (2022), *Societatea digitală – stăpâni, cetățeni sau sclavi?* Humanitas, București
- Sartori G (2008) *Homo videns*, Bucuresti: Humanitas
- Schulze J, Schultze M, West SG et al. (2017) The Knowledge, Skills, Abilities, and Other Characteristics Required for Face-to-Face Versus Computer-Mediated Communication: Similar or Distinct Constructs? in *Journal of Business and Psychology* 32, 283–300 (2017). <https://doi.org/10.1007/s10869-016-9465-6>
- Soffer O (2021) Algorithmic Personalization and the Two-Step Flow of Communication in *Communication Theory*, Volume 31, Issue 3, Pages 297–315, <https://doi.org/10.1093/ct/qtz008>
- Sohn D (2022). Spiral of Silence in the Social Media Era: A Simulation Approach to the Interplay Between Social Networks and Mass Media in *Communication Research*, 49(1), 139-166. <https://doi.org/10.1177/0093650219856510>
- Spitzer M (2020) *Dementia digitala* [Digital dementia], Bucuresti: Humanitas
- STD102 (2024) Standard Eurobarometer 102, European Commission, available at <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3215>, accessed on February 2025
- Susskind Jamie (2019) *Politica viitorului*, București: Corint
- Temel Eginli A, Ozmelek Tas N (2018). Interpersonal Communication in Social Networking Sites: An Investigation in the Framework of Uses and Gratification Theory in *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 8(2), 81-104. <https://doi.org/10.12973/ojcm/2355>
- Terren L, Borge R (2021) Echo Chambers on Social Media: A Systematic Review of the Literature in *Review of Communication Research*, 9. 99-118. <https://doi.org/10.12840/ISSN.2255-4165.028>
- Turkle S (2023) *Redescoperirea conversației*, Bucuresti: Humanitas
- Voinea ME, Ionita S (2024) Cum a crescut Calin Georgescu in sondaje. *Politica pe TikTok-ul romanesc* [How Călin Georgescu Rose in the Polls: Politics on Romanian TikTok], Policy Brief 190, ExpertForum, available at <https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2024/11/Policy-Brief-190-Cum-a-crescut-Calina-Georgescu-in-sondaje-2.pdf>
- Votta F, Kruschinski S, Hove M, Helberger N, Dobber T, & de Vreese C (2024) Who Does(n't) Target You? Mapping the Worldwide Usage of Online Political Microtargeting in *Journal of Quantitative Description: Digital Media*, 4. <https://doi.org/10.51685/jqd.2024.010>
- Walther JB (2012). Interaction Through Technological Lenses: Computer-Mediated Communication and Language. *Journal of Language and Social Psychology*, 31(4), 397-414. <https://doi.org/10.1177/0261927X12446610>
- Yao MZ, Ling R (2020), What Is Computer-Mediated Communication? An Introduction to the Special Issue, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 25, Issue 1, <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz027>
- Zuboff Shoshana, *Era capitalismului de supraveghere*

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

Conținuturile tematice abordate prezintă un nivel ridicat de compatibilitate cu ofertele de profil atât din România dar și de la nivel global. Activitățile de curs și de seminar proiectate asigură și dobândirea unor abilități de analiză a comportamentelor politice.

9. Evaluare

| Tip activitate | 9.1 Criterii de evaluare | 9.2 Metode de evaluare | 9.3 Pondere din nota finală |
|---|---|---------------------------------|-----------------------------|
| 9.4 Curs | test grilă din suportul de curs încărcat pe Classroom și bibliografia obligatorie | test grilă | maxim 70% |
| 9.5 Seminar / laborator | Realizarea unui portofoliu pe parcursul semestrului (opțional) cu următoarele teme: 1. Studiu de autor: Umberto Eco, Kapferer, Harari, Foucault, Nadin, etc. (1p.) 2. Analiză și interpretare rezultate exit-poll vs. rezultate vot la alegeri locale, generale sau prezidențiale (1p.) 3. Hate speech în discursul public – studii de caz (1p.) 4. Analize secundare date EVS / WVS 5. Pentru implicarea în dezbaterile de la curs/seminar se mai poate acorda câte 1 punct / activitate. | prezentarea și evaluare lucrări | maxim 30% |
| <p>9.6 Standard minim de performanță:</p> <p><i>Pentru promovare examenului (indiferent de sesiune) este necesară minim nota 5 la evaluarea finală. Punctele din portofoliu pot intra în evaluarea finală doar dacă se obține nota 5 la examinare și se îndeplinește standardul de minim 50% prezență pentru toate activitățile de pe parcursul semestrului (curs și seminar).</i></p> <p><i>Pentru studenții care beneficiază de reducere de prezență aceștia vor primi un subiect suplimentar la evaluare din bibliografia de la seminar.</i></p> <p><i>Cele 3 puncte prevăzute pentru activitatea de seminar nu pot fi recuperate după terminarea semestrului.</i></p> <p><i>Utilizarea frauduloasă a unor aplicații de IA (Chat GPT, Gemini, Copy.ai etc) pentru realizarea temelor de seminar fără indicarea părților de text generate de acestea duce la anularea întregului portofoliu.</i></p> <p><i>Aceste condiții se aplică și în cazul măririlor.</i></p> | | | |

Data completării
12.09.2025

Titular de disciplină

Data avizării în departament

Director de departament