



## FIȘA DISCIPLINEI

### 1. Date despre program

1.1. Instituția de învățământ superior	Universitatea din Craiova
1.2. Facultatea	Facultatea de Litere
1.3. Departamentul	Departamentul Arte și Media
1.4. Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5. Ciclul de studii universitare	Master
1.6. Forma de organizare	IF
1.7. Programul de studii	Media online și imagine instituțională

### 2. Date despre disciplină

2.1. Denumirea disciplinei	<b>Epistemologia în practică informație, scepticism și fake news</b>						
2.2. Titularul activităților de curs	Lect. univ. dr. Davian Vlad						
2.3. Titularul activităților de seminar/ laborator	Lect. univ. dr. Davian Vlad						
2.4. Anul de studiu	I	2.5. Semestrul	I	2.6. Tipul de evaluare	E	2.7. Regimul disciplinei	DOB

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

3.1. Numărul de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	1	3.3. seminar/laborator	2
3.4. Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	14	3.6. seminar/laborator	28
Distribuția fondului de timp - ore/sapt.					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					23
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					7
Examinări					10
Alte activități.....					8
<b>3.7. Total ore studiu individual</b>					<b>83</b>
<b>3.8. Total ore pe semestru</b>					<b>125</b>
<b>3.9. Numărul de credite</b>					<b>5</b>

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1. de curriculum	Noțiuni generale de teoria comunicării și jurnalism
4.2. de competențe	Capacități de analiză, sinteză, gândire divergentă, gândire critică

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	Condiții de învățare activă și interactivă, activități didactice bazate pe strategii euristice și creatoare, pe situații de învățare problematizantă.
5.2. de desfășurare a seminarului/ laboratorului	Condiții de învățare practic-aplicativă, prin cercetare, problematizantă.

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

<b>Cunoștințe</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deține cunoștințe aprofundate privind principalele teorii, modele și concepte ale comunicării directe și ale comunicării mediate tehnologic, analizate în contextul comunicării de masă și al comunicării mediate de computer.</li> <li>2. Înțelege conceptele fundamentale referitoare la public și audiența mass-media, metodele de măsurare a audienței și indicatorii specifici fiecărui canal tehnologic de comunicare mediatică.</li> <li>3. Absolventul cunoaște principalele teorii, concepte și principii care privesc elementele cultural-antropologice-identitare, estetice și filozofice și dezbate relevanța acestora în contextul creației produsului audiovizual și media online.</li> </ol>
<b>Aptitudini (Abilități)</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Este capabil să selecteze și să aplice modele teoretice relevante pentru explicarea situațiilor de comunicare în contextul analizării și soluționării unor probleme profesionale.</li> <li>2. Demonstrează capacitatea de a analiza caracteristicile, nevoile și așteptările publicului-țintă prin utilizarea adecvată a modelelor, grilelor, testelor, procedurilor și aplicațiilor software specifice comunicării publice profesionale.</li> <li>3. Are abilitatea de a adapta conținutul și formularea mesajelor la diverse situații comunicaționale și segmente de public, în concordanță cu obiectivele și contextul comunicării profesionale.</li> <li>4. Interpreteze produsul audiovizual dintr-o perspectivă culturală, antropologică și identitară.</li> </ol>
<b>Responsabilitate și autonomie</b>	<p>Studentul/Absolventul:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplică în mod autonom modele de comunicare, teorii media și indicatori de audiență pentru proiectarea, adaptarea sau evaluarea planurilor media, cu respectarea principiilor etice și a obiectivelor organizaționale.</li> <li>2. Analizează critic diversitatea de interpretări și opinii exprimate în reprezentările media ale subiectelor și evenimentelor curente, demonstrând autonomie intelectuală și discernământ profesional.</li> <li>3. Susține evaluări critice și argumentate privind calitatea estetică și relevanța identitară a produsului audiovizual, cu accent pe dimensiunile narrative și filozofice implicate.</li> </ol>

## 7. Conținuturi

<b>7.1. CURS</b>	<b>Modalitatea de desfășurare</b>	<b>Metode de predare</b>	<b>Fond de timp alocat (ore)</b>
1. "Epistemologia în practică: informație, scepticism și fake news" este teorie, știință, know how de descriere, înțelegere, interpretare, evaluare	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
2. Problematica generală a cursului de "Epistemologia în practică: informație, scepticism și fake news"	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
3. Obiectul specific și metoda de studiu în "Epistemologia în practică: informație, scepticism și fake news"	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
4. Raportul dintre ontologie, epistemologie, fenomenologie, axiologie	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
5. Principalele teorii privind epistemologia. Tipuri de epistemologie	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
6. Specificul discursului epistemologic ce	Față în față	prelegerea interactivă	1 oră

are ca obiect informația		exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	
7. Informația din perspectivă epistemologică	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	1 oră
<b>Bibliografie:</b>			
1. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. Journal of economic perspectives, 31(2), 211-36.			
2. Anderson, N. H. (1981). Foundations of information integration theory (Vol. 578). New York: Academic Press.			
3. Bârgăoanu, A. (2018). Fake news. Noua cursă a înarmării. Evrika Publishing.			
4. Bargaonu, A., & Radu, L. (2018). Fake News or Disinformation 2.0-Some Insights into Romanians' Digital Behaviour. Romanian J. Eur. Aff., 18, 24.			
5. Belkin, N. J. (1978). Information concepts for information science. Journal of documentation.			
6. Buckland, M. (2017). Information and society. MIT Press.			
7. Capurro, R. (2018). Intercultural information ethics. In Localizing the Internet (pp. 19-38). Wilhelm Fink Verlag.			
8. Corbu, N., Bârgăoanu, A., Buturoiu, R., & Ștefăniță, O. (2020). Does fake news lead to more engaging effects on social media? Evidence from Romania. Communications, 1(ahead-of-print).			
9. Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. Informal Logic, 38(1), 84-117.			
10. Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson,			
11. M. (2018). The science of fake news. Science, 359(6380), 1094-1096.			
12. Mariș, A. T. (2010). Fake news în secolul al xxi-lea. Social Research, 22.			
13. Meza, R. (2014). Discursive Patterns in Fake Online News. An Analysis of Timesnewroman. Ro Articles Over Five Years. Studia Universitatis Babes-Bolyai-Ephemerides, 59(2), 59-80.			
14. Pérez-Rosas, V., Kleinberg, B., Lefevre, A., & Mihalcea, R. (2017). Automatic detection of fake news. arXiv preprint arXiv:1708.07104.			
15. Ștefăniță, O. (2018). Fake news and the third-person effect: They are more influenced than me and you. Journal of Media Research, 11(3), 5-23.			
16. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. Digital journalism, 6(2), 137-153.			
17. Vlăduțescu, Ș. (2002). Informația de la teorie către știință. EDP, București.			

<b>7.2. Seminar/laborator</b>	Modalitatea de desfășurare	Metode de predare	Fond de timp alocat (ore)
1. O delimitare: ontologie, epistemologie, fenomenologie, axiologie	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
2. Ce este informația	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
3. Principiile informației	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
4. Articulațiile interne ale informației	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
5. Se poate măsura informația?	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
6. Articulația internă a fake news, ca tip	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție	2 ore

abuziv de informație		descoperirea problematizarea	
7. Fake news din perspectivă epistemologică	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
8. Cum se construiește/produce informația vs. cum se construiește/produce fake news	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
9. Scepticismul ca atitudine de verificare a fake news	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
10. Falsificabilitate, verificare: cum ne ajută Epistemologia să ne apărăm de fake news	Față în față	prelegerea interactivă exercițiul de reflecție descoperirea problematizarea	2 ore
11. Masca informativă a fake news	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
12. Proiectarea unei strategii de demontare a fake news	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
13. Atitudinea sceptică în fața oricărei informații ne ajută în demontarea fake news	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore
14. Fake news în luna curentă	Față în față	dialogul dezbatere exemplificare	2 ore

#### **Bibliografie:**

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
- Anderson, N. H. (1981). *Foundations of information integration theory* (Vol. 578). New York: Academic Press.
- Bârgăoanu, A. (2018). *Fake news. Noua cursă a înarmării*. Evrika Publishing.
- Bargaoanu, A., & Radu, L. (2018). Fake News or Disinformation 2.0-Some Insights into Romanians' Digital Behaviour. *Romanian J. Eur. Aff.*, 18, 24.
- Belkin, N. J. (1978). Information concepts for information science. *Journal of documentation*.
- Buckland, M. (2017). *Information and society*. MIT Press.
- Capurro, R. (2018). Intercultural information ethics. In *Localizing the Internet* (pp. 19-38). Wilhelm Fink Verlag.
- Corbu, N., Bârgăoanu, A., Buturoiu, R., & Ștefăniță, O. (2020). Does fake news lead to more engaging effects on social media? Evidence from Romania. *Communications*, 1(ahead-of-print).
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal Logic*, 38(1), 84-117.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Mariș, A. T. (2010). Fake news în secolul al xxi-lea. *Social Research*, 22.
- Meza, R. (2014). Discursive Patterns in Fake Online News. An Analysis of Timesnewroman. Ro Articles Over Five Years. *Studia Universitatis Babes-Bolyai-Ephemerides*, 59(2), 59-80.
- Pérez-Rosas, V., Kleinberg, B., Lefevre, A., & Mihalcea, R. (2017). Automatic detection of fake news. *arXiv preprint arXiv:1708.07104*.
- Ștefăniță, O. (2018). Fake news and the third-person effect: They are more influenced than me and you. *Journal of Media Research*, 11(3), 5-23.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Vlăduțescu, Ș. (2002). *Informația de la teorie către știință*. EDP, București.

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

Corectitudinea și acuratețea folosirii conceptelor și teoriilor însușite la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților comunității epistemice/academice din domeniul științelor comunicării.  
Competențele profesionale și transversale ce vor fi achiziționate la nivelul disciplinei – vor satisface așteptările reprezentanților asociațiilor profesionale și angajatorilor.

**9. Evaluare**

Tip activitate	9.1. Criterii de evaluare	9.2. Metode de evaluare	9.3. Pondere din nota finală
9.4. Curs	Evaluarea pe parcursul semestrului	Evaluarea pe parcurs se bazează pe gradul de implicare în timpul dezbaterilor propuse Testarea periodică prin lucrări de control	20%
	Evaluarea la final de semestru	Evaluarea constă într-o testare scrisă	60%
9.5. Seminar/laborator	Evaluarea pe parcursul semestrului.	Elaborarea a cel puțin unui referat pe parcursul semestrului.	20%
9.6. Standard minim de performanță			
-			

Data completării  
25.09.2025

Titular de disciplină,  
Lect. univ. dr. Davian Vlad

Semnătura titularului  
.....

Data avizării în departament  
29.09.2025

Director de departament,  
Prof.univ.dr. Alexandru BOUREANU

Semnătura directorului de departament,  
.....