IOAN TUDOR

Comunicarea prin imagine în civilizaţia contemporană

GALATI UNIVERSITY PRESS
2011

Copyright © 2011 Galati University Press
Toate drepturile rezervate. Nicio parte a acestei publicații nu poate fi reprodusă în nicio formă fără acordul scris al editurii.

Colecția Ştiința Artelor Teatrale

Galati University Press – Cod CNCSIS 281
Editura Universității "Dunărea de Jos"
Str. Domnească, nr. 47, 800008 – Galați, ROMANIA
Tel. 0336 13 01 39; Fax: 00 40 236 46 13 53
gup@ugal.ro

Referenți ştiințifici:
Prof. dr. Dumitru ZAHARIA
Prof. dr Atena-Elena SIMIONESCU

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
TUDOR, IOAN
Comunicarea prin imagine în civilizația contemporană /
Ioan Tudor. - Galați : Galați University Press, 2011
ISBN 978-606-8348-11-7

008:316.77
7.01

Tipărit la Atelierul de multiplicare al Universității "Dunărea de Jos".

Cuprins

Introducere **7**

Capitolul 1. Cultură şi comunicare **9**
Mesaje şi coduri 9
Lumea umană a spaţiului şi timpului 12
Mesaj şi limbaj audio-vizual 15
Lectura imaginii 16
Transformările comunicării contemporane 21
Rolul tehnologiilor de comunicare 23
Relaţia omului cu lumea noilor tehnologii 24
Consideraţii asupra unei teorii a proceselor de comunicare 26

Capitolul 2. Semiotica - iconicitate, simbolizare şi comunicare **32**
Tendinţe principale ale limbajului în societatea contemporană 32
Semnele 34
Iconii 35
Simbolul 36
Simbolul în societatea contemporană 38
Medierea simbolică. Interpretare şi simbol 44
Comunicarea nonverbală 46

Capitolul 3. Cunoaşterea prin imagine **49**
Natura imaginii şi relaţia de reprezentare 51
Elemente de semiotică a imaginii vizuale 58
Gradualitatea iconicităţii 60
Imaginea ca mod de cunoaştere şi comunicare 63
Reprezentarea cu ajutorul imaginii. Limbajul vizual 68
Funcţiile cognitive ale imaginii 71

Capitolul 4. Comunicare şi conexiune mediatică **83**
Comunicare şi limbaj audio-vizual 84
Comunicarea televizuală de masă 88
Relaţia mediatizată 92
Crearea mesajului prin imagini 95
Caracterul mesajului televizual 96

Capitolul 5. Imagine publicitară şi comunicare **100**
Retorica iconicităţii 102
Publicitatea în perspectiva comunicaţională 104
Publicitate şi relaţii publice 108
Publicitate şi percepţie emoţională. Efectul cultural al publicităţii 111
Imaginea publicitară şi retorica imaginii 117
Codificarea contextuală a imaginii publicitare 121
Analiza compoziţională a imaginii publicitare 123
Mesajul plastic 126

Capitolul 6. Limbajul şi arta 127
Percepţia senzorială şi percepţia estetică asupra operei de artă 127

Capitolul 7. Arta contemporană, comunicare, tehnologie 137
Renovarea limbajului cultural cotidian 137

Capitolul 8. Particularităţi ale creaţiei artistice şi ale creaţiei ştiinţifice 143
Creaţia 143
Caracterul ludic al creaţiei artistice şi ştiinţifice 144
Ordonarea şi organizarea, elemente de bază ale creaţiei artistice şi ştiinţifice 145
Ştiinţa ca premisă a artei 147
Ştiinţa şi arta în societatea contemporană 153
Imaginea şi transformările ei în secolul XX şi începutul secolului XXI 167
Reproducerea si mecanizarea artei 177
Tehnologii de copiat şi transmis imaginea 185
Fotografia şi arta cinematografică 186
Arta media 188
Arta comunicaţională / Communications Art. Opera electronică 189
Arta electronică 191
Arta video 194
Internet 199
Era digitală 202
Procesul creator şi computerizarea culturii 203
Modernitate şi postmodernitate culturală 205
Arta experimentală şi transformările lumii contemporane 209
Trecerea de la cultura umanistă la „tehnocultură" 211
Arta monumentală electronică 224
Imaginea digitală 226
Instalaţia video/digitală 227
Multimedia 229
Reţelele de informaţii 230
Estetica comunicării şi condiţia artei în societatea noastră 232
Artistul comunicării 238
Estetica comunicării şi arta ca model de simulare în faţa puterilor 243
Interactivitate şi artă în reţele 248
Criterii de calitate în artă 252

Capitolul 9. Modernism şi avangardă 255

Concluzii 267

Bibliografie 273