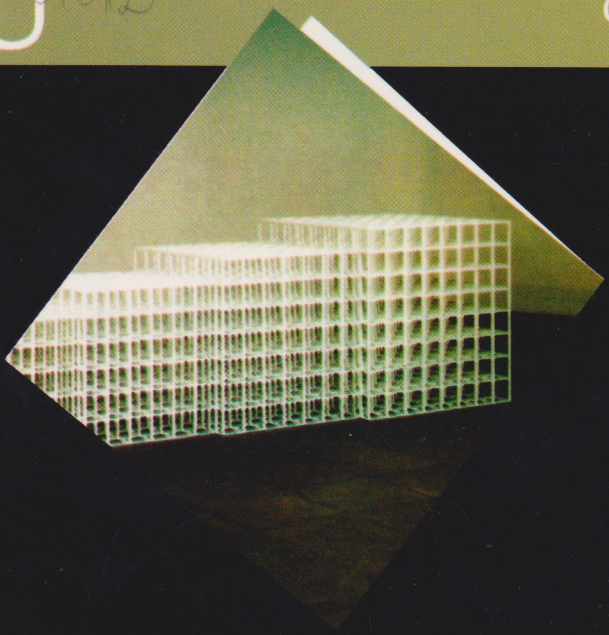
T 05 N 04 d 12

COMUNICARE



MASS-MEDIA, ASTĂZI

DORIN POPA

INSTITUTUL EUROPEAN

II 355451 d 12

DORIN POPA



MASS-MEDIA, ASTĂZI

225521

UNIVERSITATEA
"DUNĂREA DE JOS" GALAȚI
BIBLIOTECA 1

INSTITUTUL EUROPEAN
2002

TABLA DE MATERII

CAP. 1 STUDII ASUPRA MASS-MEDIA

1.1. Considerații preliminare 5
1.2. Studiul asupra mass-media 10
1.2.1. Mass-media și studiul funcționalist-empiric 11
1.2.2. Timpul sociologilor 15
1.2.3. Abordarea științifico-matematică a mass-media 23
1.2.4. Perspectiva lingvistică 25
1.2.5. Futurologii 29

CAP. 2. VIRUSUL COMUNICĂRII
(comunicarea, un concept care poate „înghiți" aproape orice)

2.1. Cum comunicăm? Elementele comunicării 32
2.2. Modelul fundamental al comunicării 35
2.3. Semn, simbol, imagine, limbaj; modele ale comunicării 40
2.4. Comunicarea de masă și mass-media 53
2.5. Întrebări fundamentale în (pentru) studiul comunicării 58

CAP. 3. FUNCȚIILE MASS-MEDIA

3.1. Încercare de abordare a funcțiilor mass-media 61
3.2. Funcția de informare 71
3.2.1. Informațiile generale (neutre) 72
3.2.2. Informațiile utilitare 75
3.2.3. Informația de avertisment 76
3.2.4. Parazitarea funcției de informare 77
3.3. Funcția de corelare (interpretare) 80
3.4. Funcția de comunicare (de „legătură") 85
3.5. Funcția educativ-culturală 88
3.6. Funcția de divertisment 92
3.7. Funcția publicitară 95
3.7.1. Abordare din perspectivă economică 98
3.7.2. Scurtă abordare istorică 99
3.7.3. Structura industriei publicitare 100
3.7.4. Alegerea suportului 103

CAP. 4. MEDIA TIPĂRITE

4.1. Scurt excurs istoric 108
4.1.1. Ce a precedat apariţia presei scrise? 113
4.1.2. Primele periodice 117
4.2. Presa cotidiană 121
4.2.1. Apariţia primelor ziare şi clasificarea lor 121
4.3. Presa periodică 130
4.4. Presa românească 138
4.4.1. Origine şi evoluţie 138
4.4.2. Presa comunistă 139
4.4.3. Presa post-comunistă 142
4.4.4. Cadrul legislativ 146
4.5. Cartea - starea actuală 148
4.5.1. Scurt istoric 148
4.5.2. Industria cărţii 149
4.6. Afişele 152

CAP. 5. INDUSTRIA ÎNREGISTRĂRILOR ŞI RADIOUL

5.1. Scurtă evaluare istorică 154
5.2. Apariţia radioului 157
5.3. Perfecţionarea aparatelor de recepţie 158
5.4. Radioul comercial 159
5.5. Apariţia reţelelor de radio 161
5.6. Radioul non-comercial 163
5.7. Radioul ca mijloc de divertisment 163
5.8. Ştirile radio 164
5.9. Marea Depresiune; al doilea război mondial 165
5.10. Perioada postbelică 167
5.11. Radioul modern: 1970-2000 168

CAP. 6. TELEVIZIUNEA

6.1. Introducere 171
6.2. Momente semnificative în evoluţia televiziunii 173
6.2.1. Perioada postbelică 174
6.2.2. „Îngheţul" 174
6.2.3. Epoca de aur a televiziunii 175
6.2.4. Televiziunea în anii '60 176
6.3. Noile tendinţe ale televiziunii 179

CAP. 7. INTERNETUL
7.1. Definiție. Preliminarii 182
7.2. Internetul 185
7.3. Modelul web 187

CAP. 8. MULTIMEDIA
8.1. Excurs istoric 194
8.2. Tipuri de suporturi media 196
8.3. Hipermedia 197
8.4. Premisele dezvoltării multimedia 198
8.5. De la originea multimedia la perspectivele ei 199
8.6. Atotdigitalul 200
8.7. Servicii multimedia 202
8.8. Evoluția cadrului legislativ în SUA 204
8.9. De la postindustrialism la societatea informațională 206

CAP. 9. AUDIENȚA
9.1. Introducere 208
9.2. Măsurarea audienței 209
9.3. Tehnici de măsurare a audienței 213
9.4. Criterii de stabilire a audienței 214
9.5.Tipuri de audiență 218

CAP. 10. EFECTELE MASS-MEDIA
10.1. Preliminarii 220
10.2. Efectele puternice 220
10.3. Efectele limitate 224

CAP. 11. STRUCTURA ECONOMICĂ A MASS-MEDIA ȘI RELAȚIILE ACESTORA CU POLITICUL
11.1. O delimitare necesară 234
11.2. Raportul cerere-ofertă și implicațiile lui pe piața mediatică 235
11.3. Corporațiile internaționale (trusturile de presă) 236
11.4. Libertate și control în mass-media 237

Bibliografie 239

UNIVERSITATEA
BIBLIOTECA 1
225521