

659
A26

Media

Melvin L. DeFleur
Sandra Ball-Rokeach

TEORII ALE COMUNICĂRII DE MASĂ



Collegium

POLIROM

Cuprins

Prefață	11
----------------------	----

Partea I

ORIGINILE COMUNICĂRII DE MASĂ

Capitolul 1 : ETAPE ÎN DEZVOLTAREA COMUNICĂRII UMANE	17
---	----

Începuturile	18
--------------------	----

O teorie a tranzițiilor	21
-------------------------------	----

Epoca semnelor și a semnalelor	24
--------------------------------------	----

Epoca vorbirii și a limbajului	28
--------------------------------------	----

Epoca scrisului	30
-----------------------	----

Epoca tiparului	34
-----------------------	----

Epoca mijloacelor comunicării de masă	37
---	----

Evaluarea naturii și influenței comunicării de masă	38
---	----

Întrebările principale	40
------------------------------	----

Paradigme sociale : organizarea societății	41
--	----

Paradigme psihologice : Individul	48
---	----

<i>Note</i>	53
-------------------	----

Capitolul 2 : APARIȚIA PRESEI DE MASĂ	57
--	----

Pattern-uri recurente în evoluția mass-media	58
--	----

Presa de masă	60
---------------------	----

Precursorii ziarului	60
----------------------------	----

Ziarele în coloniile americane	61
--------------------------------------	----

Ziare pentru toată lumea	62
--------------------------------	----

Perioada difuzării rapide	64
---------------------------------	----

Evoluția tehnologiei sociale și mecanice	64
--	----

Punctul culminant al popularității ziarelor	65
---	----

Conflictul și ziarele în schimbare	65
--	----

Jurnalismul de senzație	66
-------------------------------	----

Apariția sistemelor de control social	67
---	----

Viitorul presei de masă	67
-------------------------------	----

<i>Note</i>	71
-------------------	----

Capitolul 3 : DEZVOLTAREA CINEMATOGRAFIEI	73
Evoluția tehnologiei	74
Proiecția și camera obscură	75
Iluzia mișcării continue	77
Captarea imaginii camerei obscure	79
Filmul devine realitate	83
Evoluția socială : filmele ca mijloc de comunicare de masă	84
Subiectele și publicul primelor filme	85
Epoca cinematografului de o para	86
Filmele evoluează	87
Pattern-uri cantitative	89
Note	93
Capitolul 4 : APARIȚIA MIJLOACELOR DE RADIODIFUZIUNE	95
Evoluția telecomunicației	95
Necesități sporite de comunicare	96
Progresul științific în înțelegerea electricității	98
Telegraful	100
Telegraful fără fir	102
De la telegraful fără fir la radiotelefon	103
Transmiterea vocii	103
Proprietatea privată și motivul profitului	105
Cutia muzicală radio	105
Problema controlului	107
Începuturile radiodifuziunii programate	107
Problemele interferenței și ale finanțării	109
Radioul devine comercial	113
Epoca de aur a radioului	114
Dezvoltarea industriei televiziunii	118
Televizorul ca simbol al statutului social	118
Impedimente în calea dezvoltării	119
Adopția rapidă a televiziunii	120
Apariția televiziunii prin cablu	122
Videocasetofonul	124
Privire generală	128
Note	130
Capitolul 5 : MIJLOACELE DE COMUNICARE CA SISTEME SOCIALE	131
Stabilitatea mijloacelor de comunicare în societatea americană	133
Lunga istorie a controversei	134
Elementele de bază ale analizei funcționale	136
Structură și funcție în sistemele mass-media	138
Subiectele de prost gust ca fenomen repetitiv	139

Componentele și granițele sistemului	140
Condiții externe	143
Menținerea stabilității sistemului	144
Note	148

Partea a II-a
EFACTELE COMUNICĂRII DE MASĂ

Capitolul 6 : SOCIETATEA DE MASĂ ȘI TEORIA GLONȚULUI MAGIC	151
Paradigma evoluționistă și conceptul de societate de masă	153
Conceptia lui Comte despre organismul colectiv	153
Analogia organică a lui Spencer	156
Teoria lui Tönnies asupra legăturilor sociale	157
Analiza lui Durkheim asupra diviziunii muncii	160
Apariția teoriei societății de masă	163
Societatea de masă și teoria glonțului magic	164
Propaganda și opiniile din timpul războiului asupra puterii mijloacelor de comunicare de masă	165
Teoria glonțului magic, corolar al postulatelor fundamentale	168
Note	171
Capitolul 7 : TEORIILE INFLUENȚEI SELECTIVE	173
Teoria diferențelor individuale	176
Educație vs ereditate, ca sursă de diferențe individuale	176
Psihografia și segmentarea pieței	183
Teoria diferențierii sociale	184
Semnificația schimbării sociale	185
Diferențierea socială în societatea modernă	187
Evoluția cercetării empirice în sociologie	187
Subculturile	189
Teoria utilizărilor și gratificațiilor	190
„Demografia” ca bază a segmentării pieței	191
Legătura între cercetarea de bază și cea aplicată	191
Influențele selective în procesul de comunicare de masă	192
Teoria relațiilor sociale	193
Fluxul în doi pași al comunicării și influenței	195
Adoptarea inovației	195
Semnificația contemporană a teoriilor influenței selective	197
Note	202
Capitolul 8 : SOCIALIZAREA ȘI TEORIILE INFLUENȚEI INDIRECTE	205
Perspectivele pe termen scurt față de cele pe termen lung	206
Constrângerile paradigmei	206
Constrângerile metodei	207

Mijloacele de comunicare ca agenți ai socializării	210
Natura socializării	210
Socializarea și individul	211
Socializarea și societatea	213
Teoria modelării	214
Teoria învățării sociale sau observaționale	215
Procesul de modelare	218
Teoria expectațiilor sociale	221
Teoria organizării sociale	221
Portretizările mass-media ca surse de expectații sociale	225
Note	229
Capitolul 9 : COMUNICAREA DE MASĂ ȘI CONSTRUIREA ÎNȚELESULUI...	231
Căutarea de principii într-o eră de tranziție	233
Vechea întrebare : în ce mod cunoaștem realitatea ?	236
Conceptele : fundamentele cunoașterii	238
Convențiile : baza comunicării	239
Comportamentul : consecințele cunoașterii realității	242
Căutarea constantă a principiilor cunoașterii	243
Răspunsuri contemporane : teorii ale construcției sociale	249
Lingvistica : cunoașterea realității prin limbă	250
Antropologia : relativitatea culturală în constituirea semnificațiilor	251
Sociologia : interacțiunea simbolică și concepțiile despre realitate	253
Sociopsihologia : scheme ca semnificații pentru realitate	255
Comunicarea de masă și influența realității mediate	258
Funcția presei de construire a semnificațiilor	260
Teoria cultivării	262
Funcția presei de stabilire a ordinii de zi	264
Funcțiile de vorbire și limbaj ale mass-media	265
Note	269
Capitolul 10 : STRATEGII TEORETICE ÎN SCOPUL CONVINGERII	271
Strategia psihodinamică	274
Factorii cognitivi și comportamentul	275
Modificarea factorilor cognitivi pentru a influența comportamentul	276
Strategia socioculturală	279
Expectațiile sociale și comportamentul	279
Modificarea expectațiilor sociale pentru a influența comportamentul	281
Strategia de construire a semnificației	286
Construcția semnificațiilor și a comportamentului	287
Modificarea semnificațiilor pentru a influența comportamentul	287
Note	291

Partea a III-a

MASS-MEDIA ÎN SOCIETATEA CONTEMPORANĂ

Capitolul 11 : TEORIA DEPENDENȚEI DE SISTEMUL MASS-MEDIA	295
Sursele teoriilor despre efectele mass-media	296
Conceptualizarea relațiilor de dependență față de media	300
Natura bilaterală a relațiilor de dependență față de mass-media	301
Dependențele dintre indivizi și sistemele mass-media	303
Paradigme de bază și teoria dependenței de sistemul mass-media	307
Contribuții ale paradigmei cognitive	307
Contribuții ale paradigmei simbolic-interacționiste	312
Contribuții ale paradigmelor conflictuale și structural-funcționale	315
Explicarea schimbării în relațiile de dependență față de mass-media	318
Contribuții ale paradigmei evoluționiste	318
Efectul de undă de șoc al schimbării	319
Mass-media și societatea	321
Note	323
Capitolul 12 : NOI SISTEME MASS-MEDIA	325
Influența computerelor	326
Calculatoarele personale	326
Calculatoarele în economia serviciilor	328
Calculatoarele și mass-media	332
Televiziunea prin cablu, obișnuită	333
Televiziunea prin cablu transmisă prin satelit	334
Sisteme de transmitere directă prin satelit	337
Sisteme de comunicare interactivă	338
Sistemele bazate pe telefonie	338
Mijloacele interactive de comunicare bazate pe televiziune	339
Videotex	341
Transformarea tehnologiilor interactive în sisteme de comunicare de masă	344
Note	349
Index de nume proprii	351
Index tematic	357