

## CUPRINS

<b>1. TEORIA COMUNICĂRII – O ȘTIINȚĂ DE FRONTIERĂ</b>	<b>9</b>
1.1. Încercări de definire a comunicării .....	9
1.2. Clasificări ale comunicării .....	12
1.3. Evoluția cercetărilor teoretice privind comunicarea .....	14
<b>2. SISTEMUL SOCIAL ȘI COMUNICAREA</b> .....	<b>21</b>
2.1. Etape de dezvoltare în comunicarea umană .....	21
2.2. Spațiu public și spațiu privat .....	23
<b>3. INFORMAȚIA ȘI COMUNICAREA</b> .....	<b>31</b>
3.1. Definiții .....	31
3.2. Tipuri de informație .....	34
3.3. Raportul informație – comunicare .....	37
3.4. Știința informației .....	39
<b>4. INSTRUMENTELE COMUNICĂRII</b> .....	<b>43</b>
4.1. Limbajul .....	43
4.2. Limba .....	51
<b>5. FUNCȚIILE ȘI BARIERELE COMUNICĂRII</b> .....	<b>58</b>
5.1. Funcțiile comunicării private .....	58
5.2. Funcțiile comunicării publice și de masă .....	59
5.3. Barierele comunicării .....	70

<b>6. TEORII ȘI MODELE ALE COMUNICĂRII</b> .....	73
6.1. Modelul lui Shannon și Weaver –1949 .....	73
6.2. Modelul lui Lasswell – 1948 .....	75
6.3. Modelul lui Newcomb – 1953 .....	76
6.4. Modelul stimul-răspuns .....	76
6.5. Modelul celor două etape – 1955 .....	77
6.6. Modelul agendei – 1972 .....	78
6.7. Modelul dependenței – 1976 .....	78
6.8. Modelul spiralei tăcerii – 1974 .....	79
6.9. Instituția media și forțele sociale .....	79
6.10. Fenomenul gatekeeping în mass-media .....	80
<b>7. COMUNICAREA NON-VERBALĂ</b> .....	82
7.1. Comunicarea în lumea animală .....	82
7.2. Comunicarea umană non-verbală .....	83
<b>8. COMUNICAREA ORALĂ</b> .....	92
8.1. Tipuri de comunicare orală .....	92
8.2. Particularități ale comunicării orale .....	103
8.3. Tipuri de oratori .....	107
8.4. Alți comunicatori .....	108
<b>9. COMUNICAREA SCRISĂ</b> .....	110
9.1. Emițător individual-receptor individual .....	110
9.2. Emițător individual-receptor colectiv .....	112
9.3. Emițător entitate colectivă-receptor colectiv .....	118
<b>10. COMUNICAREA AUDIO-VIZUALĂ</b> .....	121
10.1. Formele de comunicare audio-vizuală .....	121
10.2. Interactivitatea în comunicarea audio-vizuală .....	127
<b>11. PUBLICUL – RECEPTORUL COMUNICĂRII MEDIATICE</b> .....	130
11.1. Încercări de definire. Categori .....	130

<b>12. OPINIA PUBLICĂ – SURSĂ ȘI EFECT AL COMUNICĂRII</b>	<b>142</b>
12.1. Definiții .....	142
12.2. Teoreticieni ai opiniei publice .....	144
12.3. Funcțiile opiniei publice .....	146
12.4. Formele de exprimare a opiniei publice .....	149
Încheiere .....	153
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	<b>155</b>



© Editura Fundației *România de Mâine*, 2007  
**Editură acreditată** de *Ministerul Educației și Cercetării*  
prin *Consiliul Național al Cercetării Științifice din Învățământul Superior*

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**  
**CRAIA, SULTANA**

**Introducere în teoria comunicării.** Ediția a II-a /  
Sultana Craia. – București, Editura Fundației *România de Mâine*, 2007

ISBN 978-973-725-946-2

316.77(075.8)

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă și prin orice mijloace tehnice, este strict interzisă și se pedepsește conform legii.

*Răspunderea pentru conținutul și originalitatea textului revine exclusiv autorului/autorilor*

Tehnoredactor: Marcela OLARU

Coperta: Stan BARON

---

Bun de tipar: 6.11.2007; Coli tipar: 10

Format: 16/61×86

---

Editura Fundației *România de Mâine*  
Bulevardul Timișoara nr. 58, București, Sector 6  
Tel./Fax: 021/444.20.91; www.spiruharet.ro  
e-mail: contact@edituraromaniademaine.ro