

CUPRINS

Prefață.....	XIII
PARTEA I.....	1
Capitolul I. Noțiunea de comunicare	1
1.1. Introducere	1
1.2. Istoricul utilizării termenului de comunicare	1
1.3. Istoria studiului comunicării	2
1.4. Definiții ale comunicării	2
1.5. Tipologia generală a definițiilor comunicării.....	3
1.6. Comunicare umană vs. comunicare animală – Specificul și modul de constituire al comunicării umane....	4
1.7. Tipuri de comunicare umană – Probleme generale.....	4
1.8. Rezumat	6
Capitolul II. Comunicarea nonverbală: specific și tipologie... 8	8
2.1. Specificul comunicării nonverbale: definiții, funcții.....	8
2.2. Caracteristicile comunicării nonverbale.....	9
2.3. Formele comunicării nonverbale	11
2.3.1. Expresia facială	11
2.3.2. Paralimbajul	12
2.4. Rezumat	14
Capitolul III. Kinezică și proxemică	21
3.1. Kinezica: definiție, clasificări, tipologii.....	21
3.2. Clasificarea gesturilor	23
3.3. Kinezică și relație socială – Atingerea.....	24
3.4. Proxemica: definiție, caracteristici, tipuri de spații.....	25
3.5. Timpul și comunicarea.....	27
3.6. Rezumat	28
Capitolul IV. Ascultarea și autodezvăluirea	34
4.1. Ascultarea	34
4.2. Funcțiile ascultării în comunicare	35

VI Introducere în teoria comunicării: modele și aplicații

4.3. Tehnicile ascultării active	35
4.4. Autodezvăluirea – definiție și caracteristici	36
4.5. Metode de autodezvăluire în comunicare	36
4.6. Factori și funcții ale autodezvăluirii.....	36
4.7. Rezumat	37
Capitolul V. Comunicarea verbală	42
5.1. Relația dintre comunicarea nonverbală și comunicarea verbală.....	42
5.2. Definiții și caracteristici ale comunicării verbale.....	42
5.3. Forme ale comunicării verbale.....	44
5.3.1. Vorbirea.....	45
5.3.2. Dialogul.....	45
5.3.3. Monologul	46
5.3.4. Scrisul.....	46
5.3.5. Cititul.....	47
5.3.6. Limbajul intern	47
5.4. Efectele comunicării verbale.....	47
5.5. Elementele care influențează comunicarea verbală	49
5.6. Limbajul ca instituție socială	51
5.7. Rezumat	52
Capitolul VI. Comunicarea intra și interpersonală.....	57
6.1. Comunicarea intrapersonală: definiție și caracteristici	57
6.2. Comunicarea interpersonală: definiție și caracteristici	58
6.3. Factori facilitatori și inhibitori ai comunicării interpersonale	59
6.4. Modele de comunicare interpersonală	60
6.5. Tipologia rețelelor de comunicare în grupuri.....	61
6.6. Rolul liderului în procesul de comunicare intergrupală ..	64
6.7. Rezumat	65
Capitolul VII. Comunicarea directă și cea mediată	72
7.1. Interacțiunea – punct de plecare al distincției comunicare directă – comunicare mediată	72
7.2. Tipologia relațiilor de influență comunicațională	72
7.3. Comunicarea directă: caracteristici și funcții	74

7.4. Comunicarea mediată: tipologie, caracteristicile liderilor de opinie	75
7.5. Comunicarea de masă – formă specifică a comunicării mediate	77
7.6. Rezumat	78
Capitolul VIII. Structura procesului de comunicare	82
8.1. Informația: definiții, caracteristici.....	82
8.2. Particularitățile informației	82
8.3. Valorile informației.....	84
8.3.1. Conceptul de incertitudine a informației	84
8.3.2. Entropie și informație	85
8.3.3. Valoarea semantică a informației	86
8.3.4. Valoarea pragmatică a informației	86
8.4. Particularitățile comunicării.....	88
8.5. Comunicarea – proces social	90
8.6. Contextele constitutive ale procesului de comunicare	92
8.7. Condiții ale comunicării.....	93
8.8. Elementele procesului de comunicare.....	95
8.9. Tipuri de comunicare	96
8.10. Comunicarea de masă – particularități ale procesului de comunicare în cazul comunicării de masă.....	98
8.11. Rezumat	99
Capitolul IX. Modele ale comunicării.....	106
9.1. Tipologii ale paradigmatelor de studiu în științele comunicării.....	106
9.2. Modelul în științele comunicării	109
9.3. Modelul teoriei informației al comunicării – Modelul Shannon - Weaver.....	110
9.4. Modele lingvistice ale comunicării – Modelul lui R. Jakobson.....	112
9.5. Modelele psihologice ale comunicării	114
9.5.1. Modelul psiho-sociologic al lui J. E. Hullet	114
9.5.2. Modelul tensiunii către simetrie al lui Th. Newcomb	115
9.5.3. Modelul tranzacțional al comunicării – D. C. Barnlund	117

VIII Introducere în teoria comunicării: modele și aplicații

9.6. Modele sociologice ale comunicării	119
9.6.1. Modelul lui Wilbur Schramm.....	119
9.6.2. Modelul lui George Gerbner	122
9.6.3. Modelul Westley – McLean	126
9.6.4. Modelul circular al comunicării	129
9.7. Rezumat	130
Capitolul X. Forme de comunicare	142
10.1. Comunicarea publică: definiție și caracteristici	142
10.2. Campania de comunicare publică. Caracteristici, tipuri de obiective și efecte.....	144
10.3. Grupuri și organizații: definiții, tipologii și caracteristici	147
10.4. Comunicarea în organizații	149
10.5. Comunicarea publicitară: definiție, caracteristici și tipuri	150
10.6. Campania de comunicare publicitară.....	152
10.7. Relațiile publice: definiții și caracteristici.....	153
10.8. Rezumat	154
Capitolul XI. Perspectiva tehnologică și cea a teoriei informației asupra comunicării	158
11.1. Teoria informațiilor și a tehnologiilor de comunicare: istoric, evoluție, particularități	158
11.2. Perioada clasică a studierii comunicării din perspectiva teoriei informației și tehnologiei	161
11.2.1. Modelul Shannon - Weaver.....	161
11.2.2. Dezvoltarea lui De Fleur (1966) a modelului Shannon - Weaver.....	162
11.2.3. Modelul circular Osgood - Schramm	163
11.2.4. Modelul helicoidal – Dance.....	164
11.2.5. Modelul cibernetic al comunicării din anii '80 ...	165
11.3. Noile media și societatea informațională	165
11.3.1. Modelul lui van Cuilenburg.....	166
11.3.2. Modelele lui J. L. Bordewijk și B. van Kaam ...	167
11.3.3. Modelul fluxului internațional al informației – Hamid Mowlana	170
11.4. Determinismul tehnologic în explicarea comunicării.....	171
11.5. Rezumat	173

Capitolul XII. Perspectiva lingvistică asupra comunicării	178
12.1. Distincția limbă - limbaj: definiții.....	178
12.2. Istoricul studiului limbii.....	178
12.3. Abordări în studiul limbii.....	180
12.3.1. Structuralismul	180
12.3.2. Universalismul lingvistic.....	181
12.3.3. Pragmatica	182
12.3.4. Școala de la Palo Alto	182
12.3.5. Filosofia lingvistică: Teoria actelor de vorbire – J. L. Austin.....	183
12.3.6. Științele cognitive.....	184
12.3.7. Sociolingvistica	186
12.6. Rezumat	187
Capitolul XIII. Semne, semnificații, coduri și canale	196
13.1. Abordări ale termenilor de semn, semnificație, cod și canal	196
13.2. Concepția lui Ferdinand de Saussure	197
13.3. Modelul semnului al lui Ch. S. Pierce	198
13.4. Școala referențială în lingvistică – concepția lui Ogden și Richards	199
13.5. Abordarea conceptualistă – J. J. Katz	201
13.6. Concepția lui Jakobson – apariția noțiunilor de cod și canal	202
13.7. Școala de la Palo Alto și Axiomele comunicării.....	203
13.8. Rezumat	205
Capitolul XIV. Perspectiva psihologică asupra comunicării	210
14.1. Introducere	210
14.2. Rolul percepției în comunicare	210
14.3. Teoria învățării și comunicarea.....	212
14.4. Teoriile congruenței cognitive și comunicarea	213
14.4.1. Teoria lui Heider asupra congruenței cognitive	213
14.4.2. Modelul tensiunii către simetrie al lui Th. Newcomb	214
14.5. Disonanța cognitivă și comunicarea	216

X	Introducere în teoria comunicării: modele și aplicații	
	14.6. Comunicarea în grupurile nonformale	217
	14.7. Rezumat	219
	Capitolul XV. Perspectiva sociologică asupra comunicării	226
	15.1. Specificul perspectivei sociologice asupra comunicării	226
	15.2. Teorii și curente fundamentale în studiul sociologic al comunicării	228
	15.2.1. Abordarea critică a comunicării în cadrul concepției Școlii de la Frankfurt	229
	15.2.2. Abordarea empirică: structural - funcționalismul și noile paradigme ale relației comunicare - societate	230
	15.3. Comunicare și opinie publică.....	236
	15.3.1. Masă, public, opinie publică – termeni-cheie în explicarea sociologică a comunicării	236
	15.3.2. Comunicare și opinie publică – perspective teoretice.....	238
	15.4. Audiență și comunicare de masă.....	240
	15.4.1. Teorii ale audienței comunicării	240
	15.5. Rezumat	243
	Capitolul XVI. Propaganda și comunicarea persuasivă ...	251
	16.1. Definiții și caracteristici ale termenilor de propagandă și persuasiune.....	251
	16.2. Studiul propagandei	253
	16.3. Cercetarea persuasiunii	254
	16.4. Rezumat	258
	PARTEA A II-A.....	263
	1. Indicații și soluții	263
	2. Comunicarea nonverbală: specific și tipologie	265
	3. Kinezică și proxemică.....	271
	4. Ascultarea și autodezvăluirea	275
	5. Comunicarea verbală	279
	6. Comunicarea intra și interpersonală.....	283
	7. Comunicarea directă și cea mediată.....	288

8. Structura procesului de comunicare	291
9. Modele ale comunicării.....	296
10. Perspectiva tehnologică și cea a teoriei informației asupra comunicării	306
11. Perspectiva lingvistică asupra comunicării	309
12. Semne, semnificații, coduri și canale.....	315
13. Perspectiva psihologică asupra comunicării	318
14. Perspectiva sociologică asupra comunicării	323
15. Propaganda și comunicarea persuasivă.....	329
Bibliografie selectivă	331

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

A. ÎN LIMBA ROMÂNĂ

- *** *Teorii ale limbajului – Teorii ale învățării. Dezbateri* dintre J. Piaget și N. Chomsky, (1998), Editura Politică, București;
- Abric, J. Cl., (2002), *Psihologia comunicării – Teorii și metode*, Editura Polirom, Iași;
- Adam, J. M., Revaz, F. (1999), *Analiza povestirii*, Editura Institutului European, Iași,
- Albert, P., (2002), *Istoria presei*, Editura Institutului European, Iași;
- Albu, G., (2008), *Comunicarea interpersonală: Aspecte formative și valențe psihologice*, Editura Institutului European, Iași;
- Albulescu, I., (2003), *Educația și mass media*, Editura Dacia, Cluj-Napoca;
- Alexander, J., Seidman, St. (coord.) (2001), *Cultură și societate – Dezbateri contemporane*, Editura Institutului European, Iași;
- Baird, J. W., Stull, J. B., (2003), *Comunicarea în afaceri*, Editura Comunicare.ro, București;
- Balaban, D., C., (2009), *Comunicarea mediatică*, Editura Tritonic, București;
- Balaban, D., C., Hosu, I., (2009), *PR Trend: Societate și comunicare*, Editura Tritonic, București;
- Balaban, D., C., Iancu, I., Meza, R., (2009), *PR publicitate și new-media*, Editura Tritonic, București;
- Barthes, R., (1987), *Romanul scriiturii – Antologie*, Editura Univers, București;
- Baudrillard, J., (2005), *Societatea de consum. Mituri și structuri*. Editura Comunicare.ro, București;
- Bazac, A., (2006), *Comunicarea politică: Repere teoretice și decizionale*, Editura Vremea, București;
- Baylon, Ch., Mignot, X., (2000), *Comunicarea*, Editura Universității „Al. I. Cuza”, Iași;

- Beciu, C., (2002), *Comunicare politică*, Editura Comunicarea.ro, București;
- Beciu, C., (2009), *Comunicare și discurs mediatic*, Editura Comunicarea.ro, București;
- Berger, P., Luckmann, Th., (1999), *Construirea socială a realității*, Editura Univers, București;
- Bernazs, E. L., (2003), *Cristalizarea opiniei publice*, Editura Comunicare.ro, București;
- Bland, M., Theaker, A., Wragg, D., (2003), *Relațiile eficiente cu mass media*, Editura Comunicare.ro, București;
- Bogdan-Tucicov, A., Chelcea, S., Golu, M., Golu, P., Mamali, C., Pânzaru, P., (1981), *Dicționar de psihologie socială*, Editura Științifică și Enciclopedică, București;
- Borchin, M.-I., (2002), *Lingvistica în știința secolului al XX-lea*, Editura Excelsior Art, București;
- Borșun, D., (2005), *Relațiile publice și noua societate*, Editura Tritonic, București;
- Bougnoux, D., (2000), *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași;
- Bourdieu, P., (1998), *Regulile artei*, Editura Univers, București;
- Bourdieu, P., (1999), *Despre televiziune*, Editura Meridiane, București;
- Bourdieu, P., (1999), *Rațiuni Practice – O teorie a acțiunii*, Editura Meridiane, București;
- Boutaud, J.-J., (2003), *Comunicare, semiotic și semne publicitare – Teorii, modele și aplicații*, Editura Tritonic, București;
- Breton, Ph., (2006), *Manipularea cuvântului*, Editura Institutului European, Iași;
- Briggs, A., Burke, P., (2005), *Mass media. O istorie socială: De la Gutenberg la Internet*, Editura Polirom, Iași;
- Cabin, Ph., Dortier, J.-F., (coord.) (2010), *Comunicarea: Perspective actuale*, Editura Polirom, Iași;
- Caluschi, C., (2006), *O nouă frontieră: Comunicarea directă – Studiu extins de caz: Compania „Electra” – Liderul pieței românești de interfoane*, Editura Polirom, București;
- Caune, J., (2000), *Cultura și comunicarea*, Editura Cartea Românească, București;

- Chelcea, S., (2002), *Opinia publică – Gândesc masele despre ce și cum vor elitele?*, Editura Economică, București;
- Chelcea, S., (coord.), (2004), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, Editura Tritonic, București;
- Chelcea, S., Jderu, G., (2005), *Refracția sociologică și reflecția jurnalistică – Despre sondajele de opinie și prezentarea lor în mass media*, Editura Economică, București;
- Chelcea, S., Ivan, L., Chelcea, A., (2008), *Comunicarea nonverbală: Gesturile și postura*, Editura Comunicare.ro, București;
- Chiru, I., (2003), *Comunicarea interpersonală*, Editura Tritonic, București;
- Chișu, L., (2002), *Introducere în mass media*, Editura Fundației „România de Măine”, București;
- Cismaru, D.-M., (2008), *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic, București;
- Cîrnu, R., M., (2004), *Publicitatea sau arta de a convinge*, Editura Didactică și Pedagogică R.A., București;
- Coman, C., (2000), *Relațiile publice și mass media*, Editura Polirom, Iași;
- Coman, C., (2001), *Relațiile publice – Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași;
- Coman, M., (1999), *Introducere în sistemul mass media*, Editura Polirom, Iași;
- Comloșan, D., Borchin, M., (2002), *Dicționar de comunicare (Lingvistică și literară)*, Editura Excelsior Art, Timișoara;
- Coteanu, I., Wald, L., (coord.) (1981), *Semantica și semiotica*, Editura Științifică și Enciclopedică, București;
- Craia, S., (2000), *Teoria Comunicării*, Editura Fundației „România de Măine”, București;
- Dagenais, B., (2002), *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași;
- Dagenais, B., (2003), *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași;
- Dahlgren, P., Sparks, C., (coord.) (2004), *Jurnalismul și cultura populară*, Editura Polirom, Iași;

- Dâncu, V. S., (1999), *Comunicarea simbolică – Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj;
- De Fleur, M., Ball-Rokeach, S., (1999), *Teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași;
- Dinu, M., (2000), *Comunicarea*, Editura Algos, București;
- Dinu, M., (2008), *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, București;
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., (2002), *Puterea fără contraputere*, Editura All, București;
- Domenach, J., - M., (2004), *Propaganda politică*, Editura Institutului European, Iași;
- Drăgan, I., (1996), *Paradigme ale comunicării de masă*, Editura Șansa, București;
- Duck, St., (2000), *Relațiile interpersonale – A gândi, a simți, a interacționa*, Editura Polirom, Iași;
- Dupu, C., (2002), *Conflict și comunicare*, Editura Gnosis, București;
- Eco, U., (1991), *Lector in fabula*, Editura Univers, București,
- Eco, U., (2009), *Apocaliptici și integrați – Comunicarea de masă și teorii ale comunicării de masă*, Editura Polirom, Iași;
- Enescu, G., (1985), *Dicționar de logică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București;
- Ferréol, G., Flageul, N. (1998), *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*, Editura Polirom, Iași;
- Fiske, J., Hartley, J., (2002), *Semnele televiziunii*, Editura Institutului European, Iași;
- Flichy, P., (1999), *O istorie a comunicării moderne. Spațiu public și viață privată*, Editura Polirom, Iași;
- Gerstle, J., (2002), *Comunicarea politică*, Editura Institutului European, Iași;
- Goddard, A., (2002), *Limbaajul publicității*, Editura Polirom, Iași;
- Guțu-Tudor, D., (2008), *New Media*, Editura Tritonic, București;
- Habermas, J., (1983), *Cunoaștere și comunicare*, Editura Politică, București;

- Habermas, J., (2000), *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, Editura All, București;
- Habermas, J., (2005), *Sfera publică și transformarea ei structurală*, Editura Comunicare.ro, București;
- Iliescu, D., Petre, D., (2004), *Psihologia reclamei și a consumatorului – Psihologia consumatorului*, Editura Comunicare.ro, București;
- Ivan, L., (2009), *Cele mai importante 20 de secunde: Competența în comunicarea nonverbală*, Editura Tritonic, București;
- Jeannery, J. N., (1997), *O istorie a mijloacelor de comunicare de la origini până astăzi*, Editura Institutului European, Iași;
- Jenkins, R., (2000), *Identitate socială*, Editura Univers, București;
- Joannes, A., (2009), *Comunicarea prin imagini*, Editura Polirom, Iași;
- Jouve, M., (2005), *Comunicarea: Publicitate și relații publice*, Editura Polirom, Iași;
- Kapferer, J. N., (2002), *Căile persuasiunii – Modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*, Editura Comunicare.ro, București;
- Keane, J., (2000), *Mass media și democrația*, Editura Institutului European, Iași;
- Kellner, D., (2001), *Cultura media*, Editura Institutul European, Iași;
- Klinkenberg, J.-M., (2004), *Inițiere în semiotica generală*, Editura Institutul European, Iași;
- Labarre, A., (2001), *Istoria cărții*, Editura Institutului European, Iași;
- Lacombe, F., (2005), *Rezolvarea dificultăților de comunicare*, Editura Polirom, București;
- Larson, Ch. U., (2003), *Persuasiunea: Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași;
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H., (2004), *Mecanismul votului – Cum se decid alegătorii într-o campanie prezidențială*, Editura Comunicare.ro, București;
- Lecomte, P., (2004), *Comunicare, televiziune, democrație*, Editura Tritonic, București;

Leovaridis, C., (2007), *Industria publicității – O abordare organizațională*, Editura Universitară, București;

Levi-Strauss, Cl., (1978), *Antropologia structurală*, Editura Politică, București;

Lochard, G., Boyer, H., (1998), *Comunicarea mediatică*, Editura Institutului European, Iași;

Lohisse, J., (2002), *Comunicarea – De la transmiterea mecanică la interacțiune*, Editura Polirom, Iași;

Maiguenau, D., (2007), *Pragmatică pentru discursul literar*, Editura Institutului European, Iași;

Marconi, J., (2007), *Ghid practic de relații publice*, Editura Polirom, Iași;

Mardare, G., (2009), *O introducere în teoriile și practicile comunicării de masă*, Editura EduSoft, Bacău;

Mattelart, A., Mattelart, M. (2000), *Istoria teoriilor comunicării*, Editura Polirom, Iași;

McQuail, D., (1999), *Comunicarea*, Editura Institutului European, Iași;

McQuail, D., Windahl, S. (2001), *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Comunicare.ro, București;

Messenger, J., (2010), *Interpretarea gesturilor: Cum să descrieți limbajul trupului*, Editura Litera, București;

Miculescu, S., M., (2006), *Relațiile publice din perspectivă internațională*, Editura Polirom, Iași;

Miege, B., (1998), *Gândirea comunicațională*, Editura Cartea Românească, București;

Miege, B., (2000), *Societatea cucerită de comunicare*, Editura Polirom, Iași;

Muchelli, A., (2002), *Arta de a influența – Analiza tehnicilor de manipulare*, Editura Polirom, Iași;

Muchelli, A., (2005), *Arta de a comunica – Metode, tehnici și psihologia situațiilor de comunicare*, Editura Polirom, Iași;

Muchelli, A., Corbalan, J.-A., Ferrandez, V., (2006), *Teoria proceselor de comunicare*, Editura Institutului European, Iași;

Newson, D., Turk, VanSlyke, V., Kruckenberg, D., (2003), *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași;

- Nicola, M., Petre, D., (2001), *Publicitate*, Facultatea de Comunicarea și Relații Publice „David Ogilvy”, S.N.S.P.A., București;
- Noelle-Neumann, E., (2001), *Spirala tăcerii. Opinia publică – Înelișul nostru social*, Editura Comunicare.ro, București;
- Oliver, S., (2009), *Strategii de relații publice*, Editura Polirom, Iași;
- O’Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J. (2001), *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Editura Polirom, Iași;
- Paillart, I., (coord.), *Spațiul public și comunicarea*, Editura Polirom, Iași;
- Pedler, E., (2001), *Sociologia comunicării*, Editura Cartea Românească, București;
- Peirce, Ch. S., (1990), *Semnificație și acțiune*, Editura Humanitas, București;
- Petcu, M., (2001), *Sociologia mass media*, Editura Academiei Naționale de Informații, București;
- Petcu, M., (2002), *Sociologia mass media*, Editura Dacia, Cluj-Napoca;
- Pop, D., (2000), *Mass media și politica*, Editura Institutului European, Iași;
- Pop, D., (2000), *Introducere în teoria relațiilor publice*, Editura Dacia, Cluj;
- Pop, D., (2002), *Introducere în teoria media*, Editura Dacia, Cluj;
- Popa, D., (2002), *Mass media, astăzi*, Editura Institutului European, Iași;
- Popa, D., (2005), *Comunicare și publicitate*, Editura Tritonic, București;
- Popescu, C., (2005) *Introducere în publicitate*, Editura Universității din București, București;
- Popescu, C. F., (2002), *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*, Editura Tritonic, București;
- Popescu, C. F., (2007), *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*, Editura Niculescu, București;
- Popescu, I. C., (2002), *Comunicarea în marketing*, Editura Uranus, București;

Pricopie, R., (2005), *Relațiile publice: Evoluție și perspectivă*, Editura Tritonic, București;

Rășcanu, R., (2003), *Psihologie și comunicare*, Editura Universității din București, București;

Reboul, A., Moerscher, J. (2001), *Pragmatica, azi*, Editura Echinox, Cluj;

Rieffel, R., (2008), *Sociologia mass-media*, Editura Polirom, Iași;

Robins, R. H., (2003), *Scurtă istorie a lingvisticii*, Editura Polirom, Iași;

Rogojinaru, A., (2004), *Relațiile publice: Fundamente interdisciplinare*, Editura Tritonic, București;

Rogojinaru, A., (coord.) (2006), *Relațiile publice și publicitatea: Tendințe și provocări*, Editura Tritonic, București;

Rogojinaru, A., (coord.) (2007), *Comunicare, relații publice și globalizare*, Editura Tritonic, București;

Rogojinaru, A., (coord.) (2009), *Comunicare și cultură organizațională: Idei și practici în actualitate*, Editura Tritonic, București;

Rotaru, N., (coord.), *Comunicarea în organizații militare – Culegere de texte*, Editura Tritonic, București;

Roventă-Frumușani, D., (1999), *Semiotică, societate, cultură*, Editura Institutului European, Iași;

Rus, Fl. C., (2002), *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Editura Institutului European, Iași;

Rus, Fl. C., (2004), *Relații publice și publicitatea*, Editura Institutului European, Iași;

Sebeok, Th. A., (2002), *Semnele: O introducere în semiotică*, Editura Humanitas, București,

Severin, W. J., Tankard, J. W., (2004), *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă: Originile, metodele și utilizarea lor în mass media*, Editura Polirom, București;

Sfez, L., (2002), *O critică a comunicării*, Editura Comunicare.ro, București;

Sfez, L., (2003), *Comunicarea*, Editura Institutului European, Iași;

- Sorlin, P., (2002), *Mass Media*, Editura Institutului European, Iași;
- Șelaru, V., Coman, C., (2005), *Comunicarea între informare și manipulare. Dresori și vânzători de cai verzi*, Editura All Beck, București;
- Șerbănescu, A., (2007), *Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți – Prin labirintul culturilor*, Editura Polirom, Iași;
- Șoitu, L., (1997), *Comunicare și acțiune*, Editura Institutului European, Iași;
- Șoitu, L., (2001), *Pedagogia comunicării*, Editura Institutului European, Iași;
- Ștefănescu S., (2010), *Sociologia comunicării*, Editura „Cetatea de Scaun”, Târgoviște;
- Thom, F., (2005), *Limba de lemn*, Editura Humanitas, București;
- Thompson, J. B., (2000), *Media și modernitatea*, Editura Antet, București;
- Thoveron, G., (2003), *Istoria mijloacelor de comunicare*, Editura Institutului European, Iași;
- Tran, V, Stănciugelu, I., (2001), *Teoria Comunicării*, Facultatea de Comunicarea și Relații Publice „David Ogilvy”, S.N.S.P.A., București;
- Van Cuilenburg, J. J., Scholten, O., Nomen, G. W., (2000), *Știința Comunicării*, Editura Humanitas, București
- Yzerbyt, V., Schadron, G., (2002), *Cunoașterea și judecarea celuilalt – O introducere în cogniția socială*, Editura Polirom, Iași;
- Zamfir, C., Vlăsceanu, L., (coord.) (1993), *Dicționar de Sociologie*, Editura Babel, București;
- Zaiț, A., (2004), *Relații publice*, Editura Sedcom Libris, Iași;
- Zemor, P., (2003), *Comunicarea publică*, Editura Institutul European, Iași.

B. ÎN ALTE LIMBI DECÂT LIMBA ROMÂNĂ

Adler, R. B., Rodman, G., (2006), *Understanding Human Communication*, Oxford University Press, Oxford, New York;

Austin, J. L., (1962), *How to do Things with Words*, Oxford University Press, Oxford;

Balle, F., Padioleau, J. J., (1973), *Sociologie de l'information – Textes fondamentaux*, Edition Librairie Larrousse, Paris;

Bateson, G., Ruesch, J., (1988), *Communication et Société*, Edititon Seuil, Paris;

Bel, B., Brouwer, J., Das, B., Parthasarathi, V., Poitevin, V., (2010), *Communication, culture and conflict*, sage Pbl, London, New York, New Delhi;

Chomsky, N., (1969), *Structures syntaxiques*, Edition du Seuil, Paris;

Collins, R., Curran, J., Garnham, N., Scannell, P., Schlesinger, Ph., Sparks, C., (1986), *Media, Culture and Society – A Critical Reader*, Sage Publications, London, Beverly Hills, Newbury Park, New Delhi;

Corner, J., Hawthorn, J., (1993), *Communication Studies – An Introductory Reader*, Edward Arnold, London, New York, Melbourne, Auckland.

Creton, Ph., Proulx, S., (2002), *L'explosion de la communication a l'aube du XXIe siecle*, Edition La Decouverte, Paris.

De Fleur, M., Dennis, E., (1991), *Understanding Mass Communication*, Houghton Mifflin Company, Boston;

DeVito, J. A., (1976), *The Interpersonal Communication Book*, Harper and Row, New York;

DeVito, J. A., (1988), *Human Communication*, Harper & Row, New York, Cambridge, Philadelphia, San Francisco, Washington, London, Mexico City;

Dimbleby, R., Burton, G., (1985), *More Than Words – An Introduction to Communication*, Methuen Co. Ltd., London;

Dimbleby, R., Burton, G., (1995), *Between Ourselves – In Introduction to Interpersonal Communication*, Arnold Pb., London, New York, Sydeney, Auckland;

Dimbleby, R., Burton, G., (2002), *Teaching communication*, Routledge, Chapman and Hall, Inc.;

- Dutton, B., Mundy, J., (1990), *Media Studies – An Introduction*, Longman Publications, London, Essex;
- Dutton, B., (1997), *The Media*, Longman Ltd., London and Essex;
- Dyer, G., (1999), *Advertising as communication*, Routledge, London and New York;
- Eadie, W. F., (ed.) (2009), *21st Century Communication: A Reference Handbook*, Sage Pbl., London New York New Delhi.
- Ellis, D.G., (1994), *Small Group Decision-Making*, McGraw Hill Book, London and New York;
- Farran, R. V., Monge, P. R., Russell, H. M., (1977), *Communicating and Organising*, Random House, New York;
- Feather, J., (2000), *The Information Society – A Study of Continuity and Change*, Library Association Publishing, London;
- Fiske, J., (1982), *Introduction to Communication Studies*, Methuen Co., London and New York;
- Fleming, D., (1993), *Media Teaching*, Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA.
- Hartley, J., (2002), *Communication, Cultural and Media Studies*, Routledge, London and New York;
- Hartley, P., (1993), *Interpersonal Communication*, Routledge, London and New York;
- Hartley, P., (1997), *Group Communication*, Routledge, London and New York;
- Hassan, R., Thomas, J., (2006), *The New Media Theory Reader*, Open University Press, London;
- Holmes D., (2005), *Communication Theory – Media, Technology, Society*, Sage Pbl., London New York New Delhi.
- Hovland, C. J., Janis, I.L., Kelly, H. H., (1953), *Communication and Persuasion – Psychological Studies of Opinion Change*, New Haven and London Yale University Press.
- Jowett, G. S., O'Donnell, V., (1992), *Propaganda and persuasion*, Sage Publication, London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi;
- Lee Kaid, L., Holtz-Bacha, C., (2008), *Encyclopedia of political communication*, Sage Pbl., London New York New Delhi;

Littlejohn, St. W., Foss, K. A., (2009), *Encyclopedia of communication theory*, Sage Pbl, London, New York, New Delhi;

Lowery, Sh., DeFleur, M., (1983), *Milestones in Mass Communication Research – Media Effects*, Longman Ltd., New York and London;

Maigret, E., (2003), *Sociologie de la communication et des medias*, Armand Colin Paris;

McQuail, D., (1993), *Mass Communication Theory*, Sage Publications, London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi;

Muchelli, A., (2001), *Les sciences de l'information et de la communication*, Hachette, Paris;

Muchelli, A., (2000), *La nouvelle communication*, Armand Colin, Paris;

Price, St., (1998), *Communication Studies*, Longman Pbl, London.

Reina Schement, J., (ed.), (2002), *Encyclopedia of communication and information*, Macmillan Ltd.;

Rosengren, K. E., (2000), *Communication – An Introduction*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi;

Scannell, P., (2008), *Media and Communication*, Sage Pbl., London, Beverly Hills, Newbury Park, New Delhi;

Scannell, P., Schlesinger, Ph., Sparks, C. (1992), *Culture and Power – A Media, Culture and Society Reader*, Sage Pbl., London, Beverly Hills, Newbury Park, New Delhi;

Schiller, D., (1996), *Theorizing Communication: A History*, Oxford University Press, Oxford;

Schramm, W., (ed.) (1965), *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Urbana.

Severin, W. J., Tankard, J. W. Jr., (1992), *Communication Theories – Origins, Methods and Uses in the Mass Media*, Longman Ltd., London and Essex;

Sills, D., (eds.) (1972), *International Encyclopedia of the Social Sciences*, MacMillan & Free Press, London and New York;

Silverstone, R., Hirsch, E., (eds.), (1994), *Consuming technologies. Media and Information in Domestic Spaces*, Routledge, London and New York;

Stacks, D. W., Salwen, M. B., (2009), *Integrated Approach to Communication Theory and Research*, Taylor & Francis Routledge, London New York;

Watson, J., (1998), *Media Communication – An Introduction to Theory and Process*, MacMillan Press Ltd., London;

Watson, J., Hill, A., (1993), *A Dictionary of Communication and Media Studies*, Edward Arnold, London;

Watzlawick, P., Helmick Beavin., Jackson. D., (1972), *Une logique de la communication*, Edition du Seuil;

Windahl, S., Signitzer, B. H., Olson, J. T., (1992), *Using Communication Theory – An Introduction to Planned Communication*, Sage Publication, London, Newbury Park, New Delhi;

Yazdani, M., Barker, Ph., (2000), *Iconic Communication*, Intellect, Bristol Uk, Portland USA.