

CUPRINS

Prefață	9
Cuvânt înainte.....	11

CAPITOLUL I

DEFINIREA OBIECTULUI LUCRĂRII

1. Ce este cultura?.....	13
2. Ce este cultura de consum?.....	18

CAPITOLUL II

LOCUL EMISIUNILOR CULTURALE ÎN PROGRAMELE DE TELEVIZIUNE

* Locul informațiilor culturale	
* Cultura ca divertisment (zone de implicare)	
* Programele minorităților naționale	
* Televiziunile publice/ transnaționale/ particulare (comerciale)	21

CAPITOLUL III

GENURI PUBLICISTICE PROPRII EMISIUNILOR CULTURALE

A. Transmisiuni directe și preluări	27
1. Spectacole (teatru, operă, operetă, concerte)	27

2. Manifestări culturale complexe (aniversări, lansări de cărți, arte plastice, limbi străine, expoziții, manifestări internaționale culturale)	27
B. Emisiuni înregistrate (reportaj, documentar, interviu, dezbateri tematice, prezentări de cărți, comentarii, mese rotunde)	29
C. Producții proprii	31
(documentarul cultural, piesa de teatru, filmul, emisiuni muzicale, de divertisment-complexe, de divertisment).....	31

CAPITOLUL IV

REVISTE CULTURALE ÎN PROGRAMELE DE TELEVIZIUNE

1. Tematică generală.....	32
2. Tematică specifică.....	34
3. Concluzii/Recomandări	36

CAPITOLUL V

GRILE DE PROGRAM PENTRU EMISIUNILE CULTURALE

A. 1. Existente.....	39
2. Propuneri (analiză pe baza cererilor publicului)	44
B. Extensii ale culturii în emisiuni nespecifice (<i>actualități, divertisment</i>).....	46

CAPITOLUL VI
RELAȚIA PUBLIC – REALIZATOR

Este obligatorie calitatea de om de cultură a realizatorului?

*Ancheta pe teme culturale

* Informatizarea culturii

* Culturalizare/nevoia de cultură/aculturație 48

CAPITOLUL VII

TVR: MĂRIRE ȘI DECĂDERE – O „OBSESIE

NAȚIONALĂ” ÎN SCĂDERE/CREȘTERE DE

AUDIENȚĂ..... 55

APARAT CRITIC..... 79

BIBLIOGRAFIE 97

Rhea Cristina 99