

Lista conceptelor/termenilor

A

ABDUCTIE.....	1
ACCES LA INFORMAȚII.....	1
ACROȘĂ.....	2
ACT DE LIMBAJ.....	2
ACTIVE WATCH (Agenția de monitorizare a presei).....	3
ACTUALITATE.....	3
ACȚIUNE FILANTROPICĂ (Corporate Philantropy).....	3
ADEVĂR.....	4
ADITIV.....	4
ADORNO, Theodor Ludwig Wiesengrund.....	4
ADVERTORIAL.....	4
AFGANISTANISM.....	5
AFIȘ.....	5
AGENDA.....	6
AGENDA SETTING.....	5
AGENȚIE DE PR.....	7
AGENȚIE DE PRESĂ.....	7
AGENȚIE DE PUBLICITATE.....	8
AGRESIUNE.....	10
ALEGAȚIE.....	10
ALITERAȚIE.....	10
ALTERITATE.....	10
AMFIBOLIE.....	11
ANALIST.....	12
ANALIZA CALITATIVĂ A DATELOR.....	12
ANALIZA CONVERSAȚIEI.....	12
ANALIZA DISCURSULUI.....	13
ANALIZA DOCUMENTELOR SOCIALE.....	14
ANALIZA REȚELELOR SOCIALE.....	15
ANALIZĂ (jurnalism).....	17
ANALIZĂ.....	19
ANALIZĂ DE CONȚINUT.....	18
ANALIZĂ DRAMATURGICĂ.....	14
ANALIZĂ FILMICĂ.....	15
ANALIZĂ SECUNDARĂ.....	17
ANALIZĂ SWOT (CDOA).....	18
ANALIZĂ TRANZACȚIONALĂ.....	19
ANCHETA JURNALISTICĂ.....	19
ANCHETĂ (metodă).....	19
ANGAJAMENT.....	23
ANTITEZĂ.....	23
ANTROPOLOGIA COMUNICĂRII (etnografia comunicării).....	23
ANTROPOLOGIA MASS-MEDIA.....	24
ANTROPOLOGIE.....	26
ANTROPOLOGIE CULTURALĂ.....	25
ANUNȚ PUBLICITAR.....	26
ANUNȚĂTOR.....	28
APOLOGIE.....	28

ARGUMENT.....	28
ARGUMENTARE.....	29
ARGUMENTARE (structuri de argumentare).....	29
ARHEOLOGIA CUNOAȘTERII (“archaeology of knowledge”).....	30
ARHETIP.....	31
ARIE (difuzare/acoperire).....	31
ARTEFACT SOCIAL.....	31
ARTICOL.....	31
ARTICOL CRITIC.....	32
ASOCIAȚIA FORMATORILOR DIN JURNALISM ȘI COMUNICARE.....	32
ASOCIAȚIA INTERNAȚIONALĂ DE COMUNICARE (International Community Association).....	33
ASOCIAȚIA INTERNAȚIONALĂ DE PUBLICITATE (International Advertising Association).....	33
ASOCIAȚIA NAȚIONALĂ DE COMUNICARE (National Communication Association).....	33
ASOCIAȚIA ROMÂNĂ DE INDOOR ADVERTISING (ARIA).....	34
ASOCIAȚIA ROMÂNĂ DE ISTORIE A PRESEI (ARIP).....	34
ASOCIAȚIA ROMÂNĂ DE PUBLICITATE EXTERIOARĂ (ARPE).....	34
ASOCIAȚIA ROMÂNĂ DE RELAȚII PUBLICE (ARRP).....	34
ASOCIAȚIA ZIARIȘTILOR INDEPENDENȚI DIN ROMÂNIA (AZIR).....	34
ATACUL TEXTULUI JURNALISTIC.....	35
ATITUDINE.....	35
ATRACȚOR BIZAR.....	37
TRIBUIRE (jurnalism).....	37
AUDIENȚĂ.....	38
AUDITUL COMUNICĂRII.....	39
AUTOCENZURĂ.....	39
AUTOR.....	39
AUTOREGLEMENTARE.....	40
AVIZ.....	40
AXIOMELE COMUNICĂRII.....	41
B	
BACKGROUND.....	42
BANNER ONLINE (banner web).....	42
BARTHES, Roland.....	43
BAUDRILLARD, Jean.....	44
BAZĂ DE DATE.....	44
BERKMAN CENTER, HARWARD.....	44
BERNAYS, Edward Louis.....	45
BIBLIOGRAFIE.....	45
BIBLIOTECA DIGITALĂ.....	46
BIG BROTHER.....	47
BIOGRAFIE.....	47
BIROU DE PRESĂ.....	47
BLOCAJ PERCEPTUAL.....	48
BLOCKBUSTER.....	48
BLOG.....	48
BLUETOOTH.....	49
BOILER PLATE.....	50
BOURDIEU, Pierre.....	50
BRAINSTORMING.....	50
BRAND.....	56
BRAND (istoric).....	51
BRAND INSTITUȚIONAL.....	53
BRAND MANAGEMENT.....	54

BRAND MANAGER	55
BRANDING	59
BRANDING (istoric).....	57
BRANDING SENZORIAL	59
BRAT (Biroul Român de Audit Transmedia).....	60
BRAUDEL, Fernand	60
BREAKING NEWS	61
BRIEFING	62
BRIEFING DE PRESĂ	62
BROADBAND.....	62
BROADBAND COMMUNICATION	62
BROADCAST	62
BULETIN	63
C	
C.U.R.S.....	64
CADRU	64
CALIBRARE.....	64
CALOMNIE	64
CAMPANIA DE PR.....	65
CAMPANIA DE PR POLITIC.....	64
CAMPANIA DE PUBLICITATE	65
CAMPANII DIGITALE	66
CAPITALUL UNUI BRAND	66
CAPTAREA BUNĂVOINȚEI.....	67
CASETĂ.....	67
CATARSIS.....	67
CAUSE PROMOTION (promovarea unei cauze)	67
CAUSE-RELATED MARKETING (marketing legat de o criză)	67
CELULĂ DE CRIZĂ	68
CENTRU DE PRESĂ.....	68
CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT	69
CENTRUL ROMÂN PENTRU JURNALISM DE INVESTIGAȚIE (CRJI)	69
CENZURĂ	69
CERCETARE	78
CERCETARE A COMUNICĂRII	70
CERCETARE BIBLIOGRAFICĂ	70
CERCETARE CALITATIVĂ (etapele).....	80
CERCETARE CALITATIVĂ ÎN PUBLICITATE (metode)	70
CERCETARE CANTITATIVĂ ÎN PUBLICITATE (metode)	72
CERCETARE COMPARATIV-ISTORICĂ	80
CERCETARE DE MARKETING	73
CERCETARE DE PIAȚĂ	74
CERCETARE DESCRIPTIVĂ	81
CERCETARE EXPLICATIVĂ	74
CERCETARE PUBLICITARĂ	76
CERP (Confédération Européenne des Relations Publiques)	83
CHESTIONAR	84
CHESTIONAR ONLINE	83
CICLU DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI	86
CITARE.....	87
CLARITATE	87
CLASIFICARE	88
CLASIFICAREA BRANDURILOR	88

CLAUZĂ DE CONȘTIINȚĂ	90
CLIP PUBLICITAR	90
CLIȘEU	91
CLUBUL ROMÂN DE PRESĂ	91
COD	92
COD DEONTOLOGIC	91
CODARE FACIALĂ (Facial Coding)	92
CODARE-DECODARE / MODELUL STUART HALL	93
CODIFICARE	93
COERENȚĂ	94
COLUMNĂ	95
COMENTARIU	95
COMMON KNOWLEDGE/MEDIU COGNITIV	95
COMPANY PROFILE (profilul companiei)	97
COMPETENȚA ÎN COMUNICAREA NONVERBALĂ / COMPETENȚA NONVERBALĂ	98
COMPETENȚĂ (corelat cu performanță)	99
COMPETENȚĂ DE COMUNICARE	101
COMPETENȚĂ LINGVISTICĂ	101
COMPETENȚĂ PRAGMATICĂ	102
COMPETIȚIE	102
COMPORTAMENT DE CUMPĂRARE	102
COMPORTAMENT MORAL (în cercetare)	103
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI	103
COMPREHENSIUNE SOCIOLOGICĂ A SITUAȚIEI COMUNICAȚIONALE	104
COMUNICARE	116
COMUNICARE – CULTURĂ (relația)	106
COMUNICARE (analiză etimologică)	117
COMUNICARE “BIO INSPIRED”	107
COMUNICARE CORPORATIVĂ	107
COMUNICARE DE MASĂ	107
COMUNICARE EFICIENTĂ (Effective Communication)	108
COMUNICARE EXTERNĂ	108
COMUNICARE FATICĂ	108
COMUNICARE GENERALIZATĂ	109
COMUNICARE INTEGRATĂ	109
COMUNICARE INTERCULTURALĂ	109
COMUNICARE INTERNĂ	110
COMUNICARE INTERPERSONALĂ	110
COMUNICARE ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ	120
COMUNICARE NONVERBALĂ	111
COMUNICARE PARADOXALĂ	113
COMUNICARE PARAVERBALĂ	113
COMUNICARE PERFORMATIVĂ	114
COMUNICARE PSIHOTICĂ („nebulnia în doi”)	114
COMUNICARE SIMBOLICĂ	115
COMUNICARE SOCIALĂ	115
COMUNICARE VIZUALĂ	116
COMUNICAT DE PRESĂ	123
COMUNICAȚII MOBILE	123
CONCENTRAREA MASS-MEDIA	125
CONCEPT	125
CONCERTARE	126
CONECTOR	126
CONFERINȚĂ DE PRESĂ	126

CONFLICT.....	127
CONFORMISM	128
CONOTAȚIE	128
CONSILIER DE PR	129
CONSILIUL NAȚIONAL AL AUDIOVIZUALULUI (CNA).....	129
CONSTRUCTIVISM	130
CONSTRUCȚIA OBIECTULUI (construction de l'objet)	130
CONSTRUIREA SOCIALĂ A REALITĂȚII	130
CONSUMATOR	131
CONTAGIUNEA IDEILOR (modelul epidemiologic).....	131
CONTEXT	133
CONTEXTE CONSTITUTIVE ALE COMUNICĂRII	134
CONTRACT DE EDITARE	134
CONTRACT DE LOBBY	134
CONTRAFACTUAL	135
COOPERARE	135
COPY STRATEGY.....	135
COPYRIGHT (drept de autor).....	136
COPYWRITER.....	136
CORESPODENȚA SPECIALĂ	137
CORESPODENȚĂ	138
CORPORATE PHILANTHROPY	3
CORPORATE SOCIAL MARKETING (marketing social).....	139
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR).....	139
CORPORAȚIE	140
CORPUS.....	141
COTIDIAN.....	141
CREATIVITATE ÎN PUBLICITATE.....	141
CRITIC (curent)	142
CRITICA RETORICĂ (Rhetorical Criticism).....	143
CRIZA DE COMUNICARE	144
CRIZĂ DE IMAGINE.....	144
CRONICĂ	145
CUANTIFICARE.....	146
CULTURA MEDIA	146
CULTURA TECHNO	147
CULTURĂ	151
CULTURĂ (clasificare)	150
CULTURĂ DE MASĂ (istoric)	147
CULTURĂ DE MASĂ.....	148
CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ	147
CULTURĂ VIZUALĂ.....	150
CURRENT EMPIRIC / CURRENT CRITIC	151
CURRICULUM VITAE.....	152
CUVINTE CAPCANĂ.....	153
CYBERPUNK	153
D	
DATA JOURNALISM	154
DATE	154
DEFĂIMARE.....	154
DELICT DE OPINIE.....	154
DEMOCRAȚIE	156
DENOTAȚIE.....	156

DEONTOLOGIE.....	157
DEPARTAMENT DE PR.....	157
DEPEȘĂ DE AGENȚIE. STRUCTURA. I.....	158
DEPEȘĂ DE AGENȚIE. STRUCTURA. II.....	159
DEPOZIT LEGAL (de documente).....	161
DEREGLEMENTARE PIETEI AUDIOVIZUALE.....	161
DESCRIERE.....	161
DESENSIBILIZARE.....	161
DESIGN WEB.....	162
DEZBATERE ACADEMICĂ (Debate).....	163
DEZBATEREA.....	164
DEZBATEREA (audiovizual).....	164
DEZINFORMARE.....	165
DEZMINȚIRE.....	166
DEZVOLTARE DURABILĂ.....	166
DIALOG.....	166
DIPLOMAȚIE PUBLICĂ.....	167
DISCURS.....	167
DISCURSUL URII (Hate Speech).....	168
DISONANȚĂ COGNITIVĂ.....	168
DISTORSIUNE PERCEPTUALĂ.....	169
DISTRESS (Distres).....	169
DIVIZIUNEA DIGITALĂ.....	169
DOCUDRAMA.....	170
DOCUMENT.....	170
DOCUMENT MULTIMEDIA.....	170
DOCUMENT SOCIAL.....	170
DOCUMENTAR DE TELEVIZIUNE.....	170
DOCUMENTARE.....	171
DOSAR DE PRESĂ.....	171
DOSAR TEMATIC.....	171
DOUBLE BIND (dubla constrângere).....	172
DRAMATURGIE SOCIALĂ.....	173
DREPT – INFORMATICĂ (raportul dintre).....	173
DREPT DE AUTOR.....	174
DREPT LA REPLICĂ/RECTIFICARE.....	174
DREPTUL COMUNICĂRII.....	175
E	
E- BOOK (cărți electronice).....	176
E PROTEST.....	192
ECHILIBRU (jurnalism).....	176
ECHIPĂ TV.....	177
ECHIVOCAȚIE.....	177
ECO, Umberto.....	177
ECONOMIA MASS-MEDIA.....	178
ECONOMIA POLITICĂ A MASS-MEDIA.....	178
EDITOR.....	179
EDITOR DE IMAGINE.....	179
EDITORIAL.....	179
EDITORIALIST.....	181
EDUCAȚIE DIGITALĂ (Digital Literacy).....	181
EFACT AL COMUNICĂRII.....	182
EFACTE ALE MASS-MEDIA ASUPRA COPIILOR.....	183

EFECTE SPECIALE	183
EFECTUL "CSI"	184
EFECTUL "PYGMALION" (efectul Roshenthal)	184
EFECTUL "FLUTURE"	184
EFECTUL A TREIA PERSOANĂ	184
EFECTUL FALSULUI CONSENS	185
EFECTUL MERTON (profeția autorealizatoare)	185
E-LEARNING	185
E-MAIL	186
EMBARGO	188
EMISIUNE RADIO	188
EMPATIE	189
EMPIRIC (curent)	189
ENTIMEMĂ	190
ENUNȚARE	190
EPISOD	191
EPISTEMOLOGIA COMUNICĂRII	191
EPISTEMOLOGIE	192
ESEU	193
EȘANTION	193
EȘANTIONARE	194
ETHOS / LOGOS / PATHOS	194
ETICĂ	196
ETICĂ A CERCETĂRII	195
ETNOGRAFIA COMUNICĂRII	196
ETNOMETODOLOGIE	196
ETOLOGIE	197
EURISTIC	197
EUSTRESS (Eustres)	198
EVALUARE DE BRAND	198
EVAZIUNE	200
EVENTIMENT	200
EVENTIMENT (relații publice)	200
EVENT PLANNING (planificare de evenimente)	201
EXCLUSIVITATE (drept de)	202
F	
FACTUALITATE (istoria comunicării)	203
FAPT DIVERS	204
FEATURE	204
FEEDBACK	205
FEEDFORWARD	206
FEREAȘTRA LUI JOHARI	207
FILM	207
FILMARE	208
FILME ULTRA-VIOLENTE	208
FILOSOFIA COMUNICĂRII	208
FINALUL TEXTULUI JURNALISTIC	209
FLASH	210
FLASH MOB	209
FLUX	210
FLUX DE AGENȚIE	210
FOCUS GRUP	211
FOILETON	211

FOLKSONOMIE.....	212
FOLLOW-UP	213
FORMAT	213
FORMAT DE RECLAMĂ.....	213
FORMAȚIUNE DISCURSIVĂ	215
FORME SIMBOLICE	215
FOTOGRAFIA DE PRESĂ (roluri).....	216
FOTOTECĂ	217
FRAMING (încadrare/cadraj).....	217
FUNȚII ALE COMUNICĂRII.....	218
FUNȚIILE LIMBAJULUI.....	218
FUNȚIONALISM.....	219
G	
GÂNDIRE LATERALĂ	221
GATEKEEPER	220
GAZETĂ	220
GEN.....	222
GENOLECT	223
GENURI JURNALISTICE (clasificare).....	223
GENURI JURNALISTICE DE FANTEZIE	224
GENURI JURNALISTICE DE UMOR.....	224
GERBNER, George.....	225
GEST	225
GESTIONAREA CONFLICTELOR.....	226
GESTIONAREA PARAGRAFULUI.....	228
GLOBALIZARE	230
GLOBALIZARE (istoric).....	228
GNOSEOLOGIE.....	231
GOFFMAN, Erving.....	231
GOOGLE.....	232
GRAFICĂ.....	232
GRAFICĂ DIGITALĂ.....	232
GROSS, PETER	233
GROUPTHINK („gândire contaminată” sau „efect de turmă”).....	233
GRUP DE INTERES.....	233
GUERRILA MARKETING	235
GUVERNAMENTALISM (Governmentality).....	235
H	
HABERMAS, Jürgen	237
HABITUARE	237
HAPTICA.....	237
HAVAS, Charles Louis	238
HEGEMONIE	238
HERMENEUTICĂ.....	239
HIPERMEDIA.....	239
HIPERTEXT	240
HOLISM.....	241
HORKHEIMER, Max	241
HOT STOCK.....	241

I

I.M.A.S.	243
I.R.S.O.P.	243
ICON / ICONIC	243
ICONOGRAFIE	243
IDENTITATE	244
IDENTITATE CORPORATIVĂ	244
IDENTITATE VIZUALĂ	244
IDENTITATEA VIZUALĂ A BRANDULUI	245
IDEOGRAFIE	246
IDIOLECT	246
IMAGINE A	246
IMAGINE B	247
IMAGINEA ACTORULUI POLITIC	247
IMAGINEA MĂRCII	248
IMAGINEA PUBLICITARĂ	248
IMAGISTICĂ GENERATĂ PE COMPUTER	250
IMPERIALISM CULTURAL	250
IMPLICIT	250
INDEX / INDICE	251
INDICE / INDICIALITATE	251
INDUCȚIE	252
INDUSTRIE CULTURALĂ (teoria)	252
INFLUENȚĂ	255
INFLUENȚĂ SOCIALĂ	253
INFORMAȚIE	256
INJURIE / INSULTĂ	256
INSINUARE	256
INSTITUTUL EUROPEAN DE COMUNICARE COMERCIALĂ [European Institute of Commercial Communication (Edcom)]	256
INTELIGENȚĂ EMOȚIONALĂ	257
INTERACȚIONISM SIMBOLIC	260
INTERACȚIUNE VERBALĂ	260
INTERDISCIPLINAR / TRANSDISCIPLINAR	261
INTERNET (Rețele Interconectate) A	261
INTERNET B	263
INTERNET MEME	264
INTERPRETARE	265
INTERSUBIECTIVITATE JURNALISTICĂ	265
INTERTEXT / INTERTEXTUALITATE	265
INTERTITLU	266
INTERVIU	267
INTERVIU “DE TRAGERE LA RĂSPUNDERE” (accountability interview)	268
INTERVIU DE ANGAJARE	266
INTERVIU DIRECTIV	266
INTERVIU NEDIRECTIV	267
IPOTEZĂ	269
IRONIE	269
ISTORIA PRESEI / JURNALISMULUI	270
ISTORIE SOCIALĂ	271
Î	
ÎN DIRECT (Live)	272
ÎNCRUCIȘAREA SURSELOR	272
ÎNSEMNARE DE CĂLĂTORIE	272

J

JAKOBSON, Roman	273
JOC DE LIMBAJ	273
JOCURI VIDEO	274
JOURNAL OF MEDIA RESEARCH	274
JURNAL DE ȘTIRI	275
JURNALISM	278
JURNALISM CULTURAL	275
JURNALISM DE INVESTIGAȚIE	275
JURNALISM DE OPINIE	275
JURNALISM DE REVERENȚĂ	276
JURNALISM FEMININ	276
JURNALISM NARATIV / NARATIVIZAREA INFORMĂRII	276
JURNALISM ONLINE	277
JURNALISM SPECIALIZAT	278
JURNALISMUL AMATORILOR	279
JURNALISMUL GROSSROOTS	279
JURNALISMUL WEB	280
JURNALIST	281
JURNALIST DE AGENȚIE	281

K

KATZ, Elihu	283
KINEME	283
KINEZICĂ	283

L

LAZARSFELD, Paul Felix	285
LEAD	285
LEAD AMÂNAT	285
LEADERSHIP	286
LECTURĂ NONȘALANTĂ	287
LEGEA ALTERNANȚEI (jurnalism)	287
LEGISLAȚIA AUDIOVIZUALULUI	288
LEWIN, Kurt Zadek	289
LIBERTATEA DE COMUNICARE (de exprimare)	289
LIDER	290
LIDER DE OPINIE	289
LIMBAJ	292
LIMBĂ DE LEMN	291
LIPPMANN, Walter	292
LOBBY	293
LOGO	294
LOGOS	194
LOGOTIP	295
LOISIR	296
LURKER	296

M

MALE GAZE	297
MANAGEMENTU PERCEPȚIILOR	299
MANAGEMENTUL COMUNICĂRII	297
MANAGEMENTUL IMPRESIEI	297
MANAGEMENTUL INFORMAȚIILOR	299

MANIFEST LITERAR	299
MAPĂ DE PRESĂ	300
MARCĂ / BRAND	300
MARCUSE, HERBERT	301
MARKET SHARE (cota de piață)	302
MARKETING	304
MARKETING SOCIAL (corporate social marketing)	303
MARKETING VIRAL	303
MARKTING DIRECT	302
MARTOR	305
MASĂ	305
MASHUP JOURNALISM	305
MĂSURARE A AUDIENȚEI PRESEI	306
MĂSURAREA AUDIENȚEI	308
MĂSURAREA AUDIENȚEI RADIO	307
MĂSURAREA AUDIENȚEI TV	307
McLUHAN, Herbet Marshall	309
MEAD, George Herbert	309
MECENAT	309
MEDIA 2.0	309
MEDIA EVENTS	310
MEDIA MALAISE	311
MEDIAMESONGES (Minciuni mass media)	311
MEDIASIND	312
MEDIATIZAREA SOCIETĂȚII	312
MEDIERE METAFORICĂ	313
MEDII DIGITALE	313
MEDIOLOGIE	314
MEDIU OFFLINE	315
MEDIU ONLINE	315
MEMORIE	315
MEMORII	315
MERTON, K. Robert	316
MESAJ PUBLICITAR ONLINE	316
MESAJ SUBLIMINAL	316
MESAJ VIRAL	317
META ANALIZĂ	37
METAFORĂ / METONIMIE	317
METAISTORIE	319
META-MEDIA	319
METAMESAJ / METACOMUNICARE	319
METODE CALITATIVE	320
METODE CANTITATIVE	320
METODE PROPAGANDISTE	320
METODOLOGIE	320
MIJLOACE DE COMUNICARE	321
MINUTUL DE AUR (Peak audience)	321
MISIUNEA SERVICIILOR PUBLICE DE RADIO-TELEVIZIUNE	321
MIȘCĂRI SOCIALE	321
MIT	324
MIT ȘI COMPETENȚĂ SOCIALĂ	322
MIX DE MARKETING	324
MIXUL DE PROMOVARE	325
MOBILIZARE (teoriile)	326

MOCKUMENTAR.....	326
MODEL DE COMUNICARE	326
MODEL TRISTADIAL DE PR POLITIC	327
MODELUL GENERAL AL AGRESIUNII	327
MODELUL PREOCUPĂRILOR BILATERALE.....	327
MONITORIZARE.....	328
MONITORIZAREA PRESEI.....	328
MONOGRAFIE.....	329
MONTAJ.....	329
MORENO, Jacob Levi.....	329
MOSCOVICI, Serge.....	329
MOUTURE	330
MUCCHIELLI, Alex.....	330
MULTIMEDIA	330
MULTIMEDIATIZARE	331
N	
NECROLOG	333
NEGOCIERE.....	333
NEUROIMAGING (neuroimagică).....	334
NEUROMARKETING.....	334
NEUTRALITATE	335
NEW MEDIA	335
NIVELURI ALE INFORMĂRII	335
NOMOTETIC.....	335
NOT FOR ATTRIBUTION.....	336
NOTĂ CULTURALĂ	336
NOTORIETATE	336
NOUL SPAȚIU PUBLIC sau SFERĂ PUBLICĂ MEDIATICĂ.....	337
NOUTHESIE.....	337
NUVELĂ/VESTE/ȘTIRE	339
O	
ORDA (Oficiul Român pentru Drepturile de Autor)	346
OFF THE RECORD	340
OGILVY, David Mackenzie.....	340
ON THE RECORD.....	341
OPERATOR DE IMAGINE (cameraman).....	341
OPERĂ	341
OPINIE	343
OPINIE PUBLICĂ	342
OPINION (L') PUBLIQUE N' EXISTE PAS	345
P	
PALMER, Michael.....	347
PAMFLET	347
PAPARAZZO.....	348
PARADIGMĂ.....	349
PARADOX.....	349
PARADOXUL FICȚIUNII	349
PARAGRAF.....	349
PARALIMBAJ	350
PARALOGISM	350
PARANOMAZĂ / PARONOMASIE	350

PAY-PER-CLICK (PPC).....	350
PEDAGOGIA RECEPTĂRII MEDIA	350
PEIRCE, Charles Sanders.....	351
PERIODIC.....	351
PERSONAL BRANDING (imagine personală/brand personal).....	351
PERSUASIUNE	351
PIRAMIDA INVERSATĂ	351
PIRAMIDA NEVOILOR	352
PLAGIAT	353
PLAN DE MARKETING.....	353
PLAN DE MEDIA	354
PLAN MEDIA.....	355
PLANIFICARE STRATEGICĂ.....	356
PLANUL TEXTULUI JURNALISTIC	357
PLASARE DE PRODUSE (AV).....	358
POLARIZAREA IMAGINILOR.....	359
POLITEȚE	359
POPULAȚIE STATISTICĂ.....	360
POPULISM	361
PORTET (agenție).....	361
PORTRET	361
POST DE TELEVIZIUNE	362
POSTMODERNISM	362
POSTPRODUCȚIE	363
POSTSINCRONIZARE	363
POSTURĂ.....	363
POVESTIREA / ISTORIA VIETȚII.....	364
POZIȚIONARE.....	365
POZIȚIONARE DE PRODUS	363
PR AL SĂNĂTĂȚII.....	365
PR COMERCIAL / SERVICII	366
PR CULTURAL	366
PR POLITIC.....	366
PR SPORTIV.....	366
PRACTICI JURNALISTICE	367
PRAGMATICA INTERPRETĂRII	367
PRAGMATICĂ.....	370
PREPRODUCȚIE	371
PRESA MAGAZIN	371
PREZUMȚIA DE NEVINOVĂȚIE	371
PRIMA PAGINĂ	371
PRIME TIME	371
PRIMING (efectul de).....	372
PROBA VERITĂȚII	373
PROCES VERBAL	373
PRODUCT PLACEMENT (plasare de produse).....	373
PRODUS	374
PRODUSE ALE AGENȚIEI DE PRESĂ	375
PROFUNZIME DE CÂMP	375
PROMOVARE A PRODUSELOR	375
PROMOVARE A VÂNZĂRILOR.....	376
PROPAGANDĂ.....	377
PROPAGANDĂ (istoric)	377
PROPAGANDĂ-PERSUASIUNE.....	377

PROTECȚIA PORTRETULUI	378
PROTOCOL	378
PROXEMICĂ	379
PROXIMITATE CULTURALĂ	379
PSEUDOEVENIMENT	379
PUBLIC	381
PUBLIC SERVICE BROADCASTING	380
PUBLIC VALUE TEST (PVT)	380
PUBLIC(URI)	380
PUBLICIST / PUBLICISTICĂ	382
PUBLICITATE	384
PUBLICITATE (termen juridic)	387
PUBLICITATE / RECLAMĂ (etimologie)	385
PUBLICITATE DE GUERRILLĂ	382
PUBLICITATE NECONVENȚIONALĂ	383
PUBLICITATE ONLINE	383
PUBLICITATE SUBLIMINALĂ	384
PUBLICITATE TIP MOMEALĂ	384
PULITZER, Joseph	387
PULSAȚIE	388
PURTĂTOR DE CUVÂNT	388
Q	
Q&A LIST (catalog întrebare-răspuns)	390
R	
RADIODIFUZOR	391
RATING (punct de)	391
RĂSPUNDERE	391
REACTANȚĂ (Reactance Theory)	391
REALITATE AUGMENTATĂ	391
REALITY TV	392
RECENZIA	393
RECLAMĂ	393
REDACTARE	394
REDACTARE PENTRU WEB	394
REDAȚIE	394
REDUCERE LA ABSURD	394
REDUNDANȚĂ ȘI ENTROPIE	395
REFERAT	395
REFERENT	395
REFERINȚĂ	396
REFEUDALIZAREA SFEREI PUBLICE	397
REGULA CELOR 30 DE CUVINTE	398
RELATARE	398
RELAȚII PARA-SOCIALE	399
RELAȚII PUBLICE (PR)	399
RELAȚII PUBLICE ÎN PUBLICITATE	400
RELAȚII PUBLICE ONLINE	401
REPORTAJ	403
REPORTAJ DE ATMOSFERĂ	401
REPORTAJ FEATURE	402
REPORTAJ GONZZO	402
REPORTER	405

REPORTER, A RAPORTA	405
REPREZENTARE MEDIATICĂ	406
REPREZENTARE MENTALĂ	406
REPREZENTĂRI SOCIALE	407
REPUTAȚIE ORGANIZAȚIONALĂ	407
RESEARCH 2.0	408
RETORICĂ	409
RETORICĂ CONTEMPORANĂ	408
REUTER, Paul Julius	410
REVISTA PRESEI	410
REVISTA ROMÂNĂ DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE	411
REVISTA ROMÂNĂ DE ISTORIE A PRESEI	411
REVISTA ROMÂNĂ DE JURNALISM ȘI COMUNICARE	411
REVISTA TRANSILVANĂ DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII	411
REVISTĂ	411
REZUMAT	412
S	
SCALĂ (de măsurare)	413
SCENA ENUNȚĂRII	413
SCENARIU	414
SCENĂ	414
SCOOP	414
SEBEOK, Thomas Albert	414
SECRETUL SURSEI DE INFORMARE	415
SECVENȚĂ	415
SEGMENTAREA CONSUMATORILOR	415
SEMIOTICĂ	415
SEMN	417
SEMNICIFANT	419
SEMNICIFAT	419
SEMNICIFICAȚIE	420
SENS	420
SERVICII PUBLICE DE RADIO ȘI TELEVIZIUNE	420
SFERA PUBLICĂ EUROPEANĂ	420
SFERA PUBLICĂ GLOBALĂ	421
SFERA PUBLICĂ POPULARĂ	422
SFERĂ PUBLICĂ / SPAȚIU PUBLIC	422
SIMBOL	423
SINOPSIS	424
SINTEZĂ	424
SINTEZĂ (agenție)	424
SISTEM DE OPERARE	424
SLOGAN	425
SMARTPHONE	425
SOAP-OPERA	425
SOCIAL BOOKMARKING	426
SOCIALIZARE	426
SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS PRACTICES (practici de afaceri responsabile social)	426
SOCIETATE CIVILĂ	426
SOCIETATE INFORMAȚIONALĂ	428
SOCIETATEa INFORMAȚIEI MOBILE	427
SOCIETATEA PRESEI ȘI A ZIARIȘTILOR FRANCOFONI DIN ROMÂNIA	429
SOCIOGRAMĂ	429

SOCIOLOGIA DRAMATURGICĂ ȘI COMMEDIA DELL'ARTE	429
SOCIOLOGIA MASS-MEDIA	431
SOFISM	432
SOFTWARE TIP OPEN SOURCE	432
SPAM	433
SPAȚIU MEDIA	433
SPECULARITATE, OPACITATE COLECTIVĂ, OPEN SECRET	434
SPIRALA TĂCERII	434
SPONSORIZARE	435
STAKEHOLDER MANAGEMENT	436
STAND-UP	436
STAR SYSTEM (teoria)	436
STAȚIE DE EDITARE VIDEO	437
STEREOTIP	437
STIL DE VIAȚĂ	438
STIMUL	438
STORY ÎN JURNALISM	439
STRATEGIE DE CERCETARE	440
STRATEGIE EDITORIALĂ	440
STRATEGIE MEDIA	440
STRATEGIE PUBLICITARĂ	441
STRUCTURA DISCURSULUI	442
STUDII CRITICE DESPRE MEDIA	443
STUDII CULTURALE	443
STUDIOU DE RADIO	444
STUDIUL DE CAZ	444
SUBLEAD	445
SUBTITLU	445
SUBTITRARE	446
SUNET	446
SUPORTURI MEDIATICE / PUBLICITARE	446
SUPRATITLU	448
SUPRAVEGHERE PARTICIPATIVĂ	448
SURSĂ	449
SURSĂ DE INFORMARE	449
SURSĂ OSTILĂ	449
SURSĂ PARTIZANĂ	449
Ș	
ȘAPOU	451
ȘCOALA DE LA BIRMINGHAM	451
ȘCOALA DE LA CHICAGO	452
ȘCOALA DE LA FRANKFURT	452
ȘCOALA DE LA PALO ALTO	453
ȘCOALA DE LA TORONTO	453
ȘTIINȚA COMUNICĂRII	454
ȘTIRE (etimologie)	455
ȘTIREA JURNALISTICĂ	455
T	
TABLETA DE AUTOR	459
TABLOID	459
TABLOIDIZARE	459
TALK SHOW	460

TAUTISM	461
TAUTOLOGIE.....	461
TAXONOMIA.....	461
TĂCERE.....	462
TEHNICĂ REDACȚIONALĂ AVANSATĂ.....	463
TEHNICI AVANSATE DE COMUNICARE (TAC).....	463
TEHNOLOGIA DIGITALĂ TV (tranziția la).....	463
TEHNOLOGII ASISTIVE DE COMUNICARE (tehnologii de acces).....	464
TELENOVELĂ.....	465
TELEVIZIUNE.....	465
TELEVIZIUNE LOCALĂ.....	465
TELEVIZIUNE PRIN SATELIT.....	465
TELEVIZIUNE REGIONALĂ.....	465
TEOREMA LUI THOMAS.....	465
TEORIA ACȚIUNII COMUNICAȚIONALE – J. HABERMAS.....	466
TEORIA CRITICĂ.....	468
TEORIA CULTIVĂRII.....	468
TEORIA DECALAJULUI COGNITIV.....	469
TEORIA ETICHETĂRII.....	470
TEORIA GENERALĂ A SISTEMELOR.....	470
TEORIA INFORMAȚIEI.....	470
TEORIA LUI BANDURA.....	471
TEORIA LUI HUESMANN.....	471
TEORIA LUI ZILLMANN.....	471
TEORIA NOII COMUNICĂRI.....	466
TEORIA PERTINENȚEI COMUNICAȚIONALE.....	471
TEORIA PROCESELOR DE COMUNICARE.....	474
TEORIA SERINGII HIPODERMICE.....	475
TEORIE.....	475
TESTIMONIAL.....	475
TÉTU, Jean François.....	475
TEXT.....	475
TEZĂ DE LICENȚĂ / DIZERTAȚIE / DOCTORAT.....	476
THE MEAN WORLD SYNDROME (Sindromul “lumea e periculoasă”).....	477
TIMP ȘI COMUNICARE.....	477
TIPOLOGIE.....	477
TIPURI DE PUBLICITATE.....	478
TIRAJ.....	480
TITLU.....	480
TITRARE.....	480
TRADUCERE.....	481
TRADUCERE INTERLINGUALĂ (interlingvistică sau propriu-zisă).....	482
TRADUCERE INTRALIGUALĂ.....	482
TRADUCTOLOGIE.....	483
TRANSFERUL SEMNIFICAȚIEI.....	483
TRASMUTARE (traducere intersemiotică).....	484
TRIANGULARE METODOLOGICĂ.....	484
U	
UMOR.....	485
UNDA RADIO.....	486
UNGHI (jurnalism de agenție).....	486
UNGHI DE ABORDARE.....	487
UNIQUE SELLING PROPOSITION.....	487

UNIUNEA ZIARIȘTILOR PROFESIONIȘTI DIN ROMÂNIA	488
URGENT	488
USER ENGAGEMENT	488
USER PARTICIPATION	489
UTILIZĂRI ȘI GRATIFICAȚII (teoria)	490
V	
VALOARE	491
VALOAREA DE ȘTIRE	491
VALORI SOCIALE	492
VÂNZĂRI PERSONALE	492
VARIABILĂ	492
VIAȚĂ PRIVATĂ	493
VIDEO ANALOGIC	493
VIDEO CV	493
VIDEO DIGITAL	494
VIDEO MALAISE (efectul de narcotizare)	494
VIDEOCLIP	494
VIDEOTECĂ	495
VIOLENȚĂ	495
VIZIONARE	496
VOLUNTARIAT ÎN COMUNITATE / COMMUNITY VOLUNTEERING	496
VULGARIZARE	496
W	
WOLF, Bernhard	498
WORD OF MOUTH	498
Z	
ZAPPING	499
ZAPPING-UL INTERNAUT	501
ZGOMOT	502
ZIAR	502
ZIARIST	502
ZIARISTICĂ	503
ZVON	503
15 MINUTES OF FAME (15 Minute de Faimă)	504