

PROBA SCRISĂ A EXAMENULUI DE LICENȚĂ
SESIUNEA IUNIE 2025
SPECIALIZAREA COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE/
SPECIALIZAREA PUBLICITATE
TEME PENTRU DISCIPLINA: ISTORIA COMUNICĂRII

1. Prezentați succint polemica celebră privind publicul și opinia publică purtată de către Walter Lippmann și John Dewey. Argumentați asupra viabilității viziunilor celor doi în contextul fragmentării „arenelor” publice, dar și a riscurilor prilejuite de maladiile informaționale (eng. *information disorders*).
2. Definiți stereotipurile, pornind de la viziunea lui Walter Lippmann (1922), și explicați rolul lor în decodarea lumii exterioare. Identificați posibile aplicații ale conceptului în fluxul comunicării din *social media*.
3. Celebra afirmație: „Sunt ceea ce cred că tu crezi că sunt” (eng. *I am what I think you think I am*) îi aparține lui Charles H. Cooley. Identificați și explicați conceptul la care face referire. Exemplificați, din realitatea imediată, aplicații ale acestui concept.
4. Modelul fluxului comunicării în doi pași (eng. *the two-step flow communication*) a fost articulat de către Hazel Gaudet, Bernard Berelson și Paul Lazarsfeld în lucrarea lor din 1944. Explicați modelul și argumentați asupra actualității acestuia, aducând în discuție rolul influencerilor (considerați noii lideri de opinie din peisajul media actual).
5. Afirmația: „Devenim ceea ce deținem. Ne-am modelat uneltele, ca mai apoi uneltele noastre să ne modeleze pe noi” (eng. *We become what we behold. We shape our tools and then our tools shape us*), aparținând lui Marshall McLuhan, a revoluționat înțelegerea relației omului modern cu tehnologia. Ce presupune „determinismul tehnologic” în acest context? Explicați și exemplificați folosindu-vă de propria relație cu tehnologia comunicățională.
6. Explicați pe scurt concepția lui Paul Lazarsfeld cu privire la mecanismul votului, pornind de la afirmația: „Votul este, în mod esențial, o experiență de grup”. Argumentați, având în vedere rolul variabilelor socio-demografice în decizia de vot la nivelul grupurilor și arătați în ce măsură alte variabile ar putea fi relevante în contextul românesc actual și al crizelor recente pe care le-a traversat.
7. Cea mai importantă „achiziție” a Studiilor Culturale Britanice este „audiența activă”. Definiți conceptul și explicați rolul său în comunicare făcând apel la experiența personală, dar și la alte teorii studiate, care aduc în prim plan receptarea și selectivitatea publicului în procesul expunerii la/ utilizării (*social*) media.
8. Conform lui George Herbert Mead, sinele și mediul social „se construiesc” unul pe altul, își dau contur unul altuia prin comunicare. Pornind de la ideile articulate de Mead și de alți reprezentanți ai Școlii de la Chicago, discutați, cu exemple variate, despre reconfigurări ale sinelui în mediul *online*.
9. Gabriel Tarde și Ferdinand Tönnies, Walter Lippmann și John Dewey sunt numai câțiva dintre autorii care au adus o contribuție de necontestat la definirea opiniei publice în relația



ei naturală cu presa și publicul. Cum ați caracteriza opinia publică în contextul ascensiunii platformelor digitale? Cum este reconfigurat rolul liderilor de opinie în era digitală? Susțineți-vă argumentele cu exemple concrete din ecosistemul mediatic actual.

10. Prin afirmația „Mediul este mesajul” (eng. *The medium is the message*), Marshall McLuhan a deschis calea unei noi abordări în cercetările privind impactul tehnologiilor (în general) și al tehnologiilor de comunicare (în special) asupra modului în care percepem, înțelegem și experimentăm lumea înconjurătoare și pe noi înșine. Explicați semnificația afirmației lui McLuhan și faceți trimiteri la situații din experiența voastră cotidiană pentru o ancorare practică a subiectului.

Bibliografie

1. DeFleur, M. L., & DeFleur, M. H. (2022). *Mass Communication Theories. Explaining Origins, Processes and Effects* (2nd edition). New York: Routledge.
2. Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Corbu, N. (2007). *Istoria comunicării*. București: Comunicare.ro.
3. Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory*. (10th edition). McGraw-Hill Education.
4. McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media & Mass Communication Theory* (7th edition). Sage.
5. Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2022). *Applied mass communication theory: A guide for media practitioners* (3rd edition). Routledge.