

**Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca**  
**Facultatea Istorie și Filosofie**  
**Profesor-Documentarist**

### **I. Informații generale despre curs**

**Titlul disciplinei: Istoria media**

**Codul/ Cod: HBR2132**

**Numărul de credite: 8**

**Locul de desfășurare:**

**Programarea în orar a activităților: 2 ore curs, 1 seminar**

### **II. Informații despre titularul de curs**

**Nume, titlul științific: Conf. dr. Ionuț Costea**

**Informații de contact (adresă e-mail, eventual nr. de telefon): costea78@yahoo.co.uk**

**Ore de audiență: marți, 12,00 – 13,00; joi, 12,00 – 13,00.**

### **III. Descrierea disciplinei:**

Cursul și seminarul urmăresc să formeze o serie de abilități și competențe vizînd interogarea raportului dintre comunicare și evoluția societății uzînd de principalele categorii analitice promovate de literatură de specialitate: scriere și oralitate, interferențele dintre cultura populară/cultura de masă și cea savantă, dintre limba culturală și limbile vernaculare, dintre diversele mijloace de comunicare publică și privată. Surprinderea acestei problematice circumscrise istoriei cunoașterii, a diseminării informațiilor culturale și receptarea lor în medii diverse la nivelul dezvoltării globale oferă posibilitatea cunoașterii diacronice a societății contemporane. Sondarea procesului de aprofundare socială a comunicării, a practicii lecturii intensive și transformării acesteia într-una extensivă, a comprehensiunii practicilor și mijloacelor de diseminare a ideilor politice și religioase, de elaborare și metamorfozare a mitologiilor relevă familiarizarea cu utilizarea unui set specific de izvoare istorice (scrieri private, însemnări, jurnale, memorii, stilionare administrative, tipărituri, manuscrise, cataloage de manuscrise și tipărituri, mass-media, baze de date, mijloace electronice, afiș, anunț publicitar, produse publicitare etc.) și cu o metodologie de cercetare proprie istoriei sociale a ideilor, istoriei intelectuale și istoriei culturale.

### **IV. Bibliografie obligatorie**

Delia Balaban, *Comunicare publicitară*, Cluj-Napoca, 2005.

Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

Bernard Cathelat, *Publicitate și societate*, București, 2005.

Patrice Flichy, *O istorie a comunicării moderne*, Iași, 1999.

Jean-Noel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Iași, 1997.

Marian Petcu, *Istoria jurnalismului și a publicității în România*, Iași, 2007.  
Idem, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002.  
Gheorghe Cosma, *Afișul românesc*, București, 1980.  
Cornel Crăciun, *Cultură și reclamă în Transilvania interbelică*, Cluj-Napoca, 1998.  
*Antologie de texte despre publicitate*, ediție de Cezar Tabarcea, Alexandra Crăciun, București, 2003.

## **V. Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei/ Material use in teaching process: Reader, etc.**

Calculator, videoproector: aparatură la dispoziția Catedrei de Istorie Medievală și Istoriografie.

Instrumente de informare: bibliografii naționale, cataloage de carte veche, cataloage de manuscrise (din fondurile Bibliotecii Centrale Universitare Cluj-Napoca, Biblioteca Facultății de Istorie și Filosofie, Napoca 11). Caiet de seminar cuprinzând textele care nu se găsesc în bibliotecile din Cluj-Napoca.

## **VI. Planificarea activităților didactice**

1. Introducere: Ce este istoria media? Ce este istoria publicității? Concepte, cronologii, izvoare, istoriografie.

Bibliografie: Armand Matterlart, Michele Mattelart, *Istoria teoriilor comunicării*, Iași, 2001, p. 19-50; Doru Pop, *Introducere în teoria media*, Cluj-Napoca, 2002; idem, *Ochiul și corpul: modern și postmodern în filosofia culturii vizuale*, Cluj-Napoca, 2005; V. Dâncu, *Comunicare simbolică*, Cluj-Napoca, 2003.

2. Modernitate, industrializare și spațiu public.

Bibliografie: M. Foucault, *A supraveghea și a pedepsi: nașterea închisorii*, ed. a II-a, Pitești, 2005. (ed. I-a, 1997); J. Habermas, *Sfera publică și transformarea ei structurală: Studiu asupra unei categorii a societății burgheze*, București, 2005; Roberto Bizzocchi, *Ghid pentru studiul istoriei moderne*, București, 2007.

3. Cultură de masă și societate de consum.

Bibliografie: Vittorio Vidotto, *Ghid pentru studiul istoriei contemporane*, București, 2007; D. Kellner, *Cultura media*, Iasi, 2001; A.D. Rachieru, *Globalizare și cultura media*, Iasi, 2003; L. Dollot, *Culture individuelle et culture de masse*, ed. a 7-a, Paris, 1999.

4. Cultură orală și cultură scrisă.

Bibliografie: Walter J. Ong, *Orality and Literacy*, London, New York, 1982, p. 41-77, 78-116; R. Chartier, *Reading Matter and „Popular” Reading: From the Renaissance to the Seventeenth Century*, în vol. Guglielmo Cavallo, Roger Chartier (eds.), *A History of Reading in the West*, University of Massachusetts Press, p. 269-283; R. Chartier, *Practicile scrierii*, în Ph.Aries, G.Duby (coord.), *Istoria vieții private*, V, București, 1995, p. 136-198.

5. Cultura tiparului: tiparul și revoluția sa.

Bibliografie: A.Labarre, *Istoria cărții*, Iași, 2001, pp. 13-45; Febvre, Lucien, Martin, J.H., *L apparition du livre*, Paris, 1958, pp. 48-95; Flocon, Albert, *Universul cărților*, București, 1976, pp. 40-78.

6. Comunicarea în epoca industrializării: poșta, telegraful, căi ferate, telefon.  
Bibliografie: Patrice Flichy, *O istorie a comunicării moderne*, Iași, 1999, p. 83-127; Jean-Noel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Iași, 1997, p. 15-34; Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

7. Comunicarea și electricitatea: radioul.  
Bibliografie: Patrice Flichy, *O istorie a comunicării moderne*, Iași, 1999, p. 59-78, 128-150, 176-186; Jean-Noel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Iași, 1997, p. 257-310; Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

8. Cinematograful și televiziunea.  
Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006; Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006; Doru Pop, *Ochiul și corpul: modern și postmodern în filosofia culturii vizuale*, Cluj-Napoca, 2005

9. Comunicarea globală: triumful electronicii, internetul.  
Bibliografie: Patrice Flichy, *O istorie a comunicării moderne*, Iași, 1999, p. 153-175-187-192; -Noel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, Iași, 1997, p. 311-374; Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

10. Nașterea practicilor publicitare: firma, anunț, afișul.  
Bibliografie: Marian Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002, p. 9-57; C. Săvescu, *Cronologia ilustrată a fotografiei din România. 1834-1916*, București, 1985; Gheorghe Cosma, *Afișul românesc*, București, 1980.

11. Târgurile.  
Bibliografie: A. Berca, *Reclamă și publicitate comercială*, București, 1979; Dimitrie Todoran, *Psihologia reclamei. Studii de psihologie economică*, Cluj, 1935; Cornel Crăciun, *Cultură și reclamă în Transilvania interbelică*, Cluj-Napoca, 1998; O. Căpățână, *Publicitate comercială*, București, 2007.

12. Agențiile de publicitate.  
Bibliografie: Marian Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002, p. 57-71; Florica Vrâncianu, *Un secol de agenții de presă românești*, Pitești, 2000.

13. Radio, tv, internet.

Bibliografie: Marian Petcu, *O istorie ilustrată a publicității românești*, București, 2002, p. 72-138; Frederic Barbier, Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des medias*, Paris, 2000; Asa Briggs, Petre Burke, *Mass-media. O istorie socială de la Gutenberg la internet*, Iași, 2006.

#### 14. Concluzii.

##### **a. Modul de evaluare:**

Fiecare student are de redactat câte un referat pe o temă la alegere din tematica susținută la curs și câte o recenzie asupra unei cărți oferite în bibliografia facultativă. Referatul înseamnă 30% din nota finală; recenzia reprezintă 20% din cuantumul notei finale. Restul de 50% a notei se obține ca urmare a contribuțiilor individuale din cadrul examenului care se desfășoară în sesiunea de vară.

##### **b. Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale/**

###### **Administrative remarks, exceptional situation :**

Prezența este obligatorie în proporție de 80% (se admit 3 absențe).

Studentul se poate prezenta la examen doar dacă a predat referatul și recenzia.

Frauda la examen se pedepsește conform regulamentelor Universității.

Plagiatul atrage după sine acordarea direct a notei 4 (patru).

Contestațiile pot fi depuse în termen de 48 de ore de la comunicarea rezultatelor și sunt rezolvate de către o comisie desemnată de șeful de Catedră în termenele legale.

#### **IX. Bibliografie facultativă**

Pierre Albert, *Le press*, Paris, 1996.

Daniel Bougnoux, *Introducere în științele comunicării*, Iași, 2000.

Pierre Bourdieu, *Despre televiziune*, București, 1998.

Jackson T.J. Lears, *Fables of abundance: a cultural history of advertising in America*, New York, 1994.

Marshall McLuhan, *Galaxia Gutenberg*, București, 1975.

Eric McLuhan, *Mass-media sau mediul invizibil*, București, 1997.

T. Pavel, *Publicitate și reclamă în comerțul socialist*, București, 1962.

C. Săvescu, *Cronologia ilustrată a fotografiei din România. 1834-1916*, București, 1985.

Florica Vrânceanu, *Un secol de agenții de presă românești*, Pitești, 2000.

Dimitrie Todoran, *Psihologia reclamei. Studii de psihologie economică*, Cluj, 1935.

A. Berca, *Reclamă și publicitate comercială*, București, 1979.

Frederic Barbier, Catherine Bertho Lavenir, *Histoire des medias*, Paris, 2000.