

Cuprins

CUVÂNT ÎNAINTE	9
INTRODUCERE	13
I.I. Structura volumului	15
I.II. Definierea conceptelor și a termenilor	18
I.III. Metodologie și metode de cercetare	21
TELEVIZIUNEA ÎN SOCIETATE	29
1.1. Despre televiziune	29
1.2. Apariția televiziunii	33
1.3. Televiziunea în România	36
1.3.1. Televiziunea Română	38
1.3.2. Televiziunea privată	48
ROLUL TELEVIZIUNII ȘI AL PRODUCȚIILOR DE INFOTAINMENT	55
2.1. Rolul de informare	56
2.2. Rolul de interpretare	58
2.3. Rolul de socializare sau educativ	60
2.4. Rolul de legătură	62
2.5. Rolul de divertisment	63
EMISIUNILE DE TELEVIZIUNE	65
3.1. Talk show-ul	66
3.2. Reality show-ul	69
3.3. Divertismentul	72
3.4. Emisiunile de știri	74
3.5. Documentarul de televiziune	78
3.6. Emisiunile speciale	81
INFOTAINMENTUL ÎN TELEVIZIUNE	85
4.1. Istoric și evoluția infotainmentului în televiziune	86
4.2. Cauzele apariției noțiunii de infotainment	91
4.3. Infotainmentul în Statele Unite ale Americii	95
4.4. Infotainmentul în țările dezvoltate din Europa	109
4.4.1. Televiziunea și infotainmentul în Marea Britanie	110
4.4.2. Televiziunea și infotainmentul în Franța	116
4.4.3. Televiziunea și infotainmentul în Germania	120
4.4.4. Televiziunea și infotainmentul în Italia	123
4.4.5. Televiziunea și infotainmentul în Spania	125

4.5. Infotainmentul în România	128
4.5.1. Asimilare și integrare: istorie, tradiții, mentalitate, cultura și psihologia poporului	129
4.5.2. Participarea românească la emisiunile de tip infotainment	132
4.6. Infotainmentul 24/7 în televiziunile online	139
COMUNICARE ȘI INFOTAINMENT	143
5.1. Comunicarea informației cu ajutorul divertismentului	144
5.2. Interacțiunea cu publicul și realitatea din emisiunile de infotainment	148
5.3. Comunicarea infotainment – telespectatori – infotainment	152
IMAGINE ȘI MANIPULARE ÎN TELEVIZIUNE	155
6.1. Imaginea de televiziune și infotainment	155
6.2. Adevăr și manipulare în imagine	159
6.3. Tipuri de manipulare în infotainment	163
LEGISLAȚIE ȘI DEONTOLOGIE ÎN TELEVIZIUNEA ROMÂNEASCĂ ȘI ÎN PRODUȚIILE DE INFOTAINMENT	167
7.1. Cadrul legislativ – Legea Audiovizualului și Constituția României	167
7.2. Consiliul Național al Audiovizualului	169
7.3. Codurile deontologice ale jurnalistului	171
7.3.1. Codul Deontologic adoptat de Clubul Român de Presă	172
7.3.2. Codul Deontologic adoptat de Convenția Organizațiilor Media	173
EMISIUNILE DE INFOTAINMENT – STUDIU DE CAZ „BUNĂ DIMINEAȚA, TRANSILVANIA!” ȘI „REGIONAL CAFÉ”	177
8.1. Caracteristicile emisiunii de infotainment	177
8.2. Scurt istoric al TVR3 și TVR Cluj	181
8.3. Formatul și obiectivele emisiunilor „Bună dimineața, Transilvania!” și „Regional café”	186
8.4. Compoziția emisiunii de infotainment	192
8.4.1. Locul în grila de programe	192
8.4.2. Desfășurătorul emisiunii	195
8.4.3. Publicul țintă	198
8.4.4. Invitații emisiunilor de infotainment	200
8.4.5. Rubrici și materialele jurnalistice de tip magazin	205
8.4.6. Decorul, luminile și platoul emisiunilor de infotainment	210
8.4.7. Logo-ul emisiunilor și identitatea vizuală	214
8.4.8. Muzica și ilustrația muzicală	216
8.4.9. Echipa emisiunii de infotainment	217
8.4.10. Audiență, rating și succes în emisiunile de infotainment	226
8.5. Concluzii	230

NOUA DIRECȚIE A TELEVIZIUNII ȘI A INFOTAINMENTULUI CONCLUZII	235
POSTFAȚĂ	
Despre infotainment, cu dragoste	239
BIBLIOGRAFIE	243
INDICE DE NUME	255
ANEXE	263
Anexa 1	263
Anexa 2	264
Anexa 3	265
Anexa 4	267
Anexa 5	273
Anexa 6	280
Anexa 7	284
Anexa 8	285
Anexa 9	289