

ISTORIA COMUNICĂRII

1. Opinia publică și societățile “în rețea”
2. Opinia publică și new media. De la “imaginile din mintea noastră” la imaginile din lumile noastre virtuale
3. Stereotipurile și rolul lor în decodarea lumii exterioare
4. Media, tehnologiile comunicaționale noi și generațiile (tinere vs vârstnice)
5. Efectele mass media in era tehnologiei digitale (Școala empirică)
6. Existența digitală. Beneficiile și riscurile asociate media digitale în viața de zi cu zi a utilizatorilor
7. Construirea și consumarea sinelui ca marfă într-o cultură a hiperconectivității
8. Audiența activă și rolul său în comunicare (Studiile Culturale Britanice)
9. McLuhan și revoluția cunoștințelor. Translația culturii colective în mediul virtual
10. Știrile false și comunicarea în era dezinformării

TEORIA COMUNICĂRII

Comunicarea interpersonală: abordări și tendințe actuale

Managementul impresiilor online. De la actori pe scena socială la performeri pe scena virtuală.

Comunicarea publică și de grup în contextul social media

Comunicarea simbolică în cadrul grupurilor. Ritualuri de interacțiune socială

Comunicarea de masă în era noilor media. Teorii ale comunicării de masă

Utilizări și recompense ale media digitale

Comunicare și adaptare interculturală. Negocierea “feței”/ identității în contexte transnaționale

Rolul stereotipurilor în dialogul intercultural

Teorii ale identității: *sinele* și *celălalt* în contextul comunicării interculturale

Reconfigurări ale sinelui în mediul online: de la comunicare la auto-comunicare