

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITOLUL 1</b>	
<b>ANTROPOLOGIE ȘI RELIGIE.....</b>	<b>9</b>
1.1. Introducere în contextul teoretic .....	9
1.2. Centrul sacru.....	12
1.3. Forța de atracție a centrului sacru.....	13
1.4. Călătoria, traseu inițiativ .....	18
1.5. Jertfa și suferințele pelerinului.....	19
1.6. Valoarea darului în pelerinaj .....	20
<b>CAPITOLUL 2</b>	
<b>EVOLUȚII MODERNE ALE PELERINAJULUI.....</b>	<b>25</b>
2.1 Pelerinajul, rit în mișcare .....	25
2.2 Călătorul religios, între pelerin și turist.....	26
2.3 O scurtă istorie a călătoriei, a pelerinajului și a turismului.....	27
2.4 Pelerinajul, între tradiție și modernitate: Santiago de Compostela .....	36
2.4.1. Date statistice despre pelerinii care merg la Santiago de Compostela .....	38
2.4.2 Compostela, certificarea identității de pelerin .....	40
2.4.3 Identitatea pelerinilor .....	42
2.4.4 Imaginea pelerinului.....	44
2.4.5 Motivația pelerinilor români .....	48
2.4.6 Vestimentația pelerinului contemporan.....	51
2.4.7. Hrana pelerinului.....	53
2.4.8. Cazarea pelerinului.....	55
<b>CAPITOLUL 3</b>	
<b>DINAMICA ECONOMICĂ A RELIGIEI ȘI A MASS-MEDIA .....</b>	<b>59</b>
3.1. Fenomenul religios din perspectivă economică .....	59
3.2. Dinamica paradigmatelor religioase: secularismul și modelul economic religios .....	59
3.3. Religie și economie în spațiul culturii capitaliste .....	62
3.4. Modelul economiei religioase .....	76
3.5. Noi abordări teoretice ale fenomenului religios .....	82
<b>CAPITOLUL 4</b>	
<b>RELIGIE ȘI MASS-MEDIA.....</b>	<b>85</b>
4.1 Metode de analiză: teoria framing.....	85

4.2	Perspective teoretice în discursul mass-media.....	85
4.3	Teoria framing în spațiul științelor sociale .....	86
4.4	Teoria framing și mijloace religioase de comunicare în masă .....	96

## **CAPITOLUL 5**

### **MEDIATIZAREA FENOMENULUI RELIGIOS ÎN ROMÂNIA .. 106**

5.1.	Scurt istoric al evoluției mass-media religioase .....	107
5.2.	Prezența religiei în spațiul cultural românesc .....	109
5.3.	Piața religioasă din România .....	110
5.4.	Mijloace de comunicare în masă religioase din spațiul cultural românesc .....	118
5.4.1	Posturi creștine de televiziune transmise prin satelit și cablu ..	120
5.4.2	Emisiuni cu caracter religios pe posturi comerciale din România.....	123
5.4.3	Emisiuni religioase pe posturi de televiziune din România.....	124
5.4.4	Posturi creștine de televiziune on-line în limba română .....	124
5.4.4.1.	<i>Posturi de televiziune on-line creștin-ortodoxe în limba română.....</i>	<i>124</i>
5.4.4.2.	<i>Posturi TV on-line interconfesionale în limba română (evangelice, pentecostale, baptiste, adventiste): .....</i>	<i>125</i>
5.4.5	Biserici live .....	126
5.4.5.1	<i>Biserici live ortodoxe .....</i>	<i>126</i>
5.4.5.2	<i>Biserici live neoprotestante .....</i>	<i>127</i>
5.4.6	Posturi radio creștine în limba română transmise pe unde și on-line.....	129
5.4.6.1	<i>Posturi radio creștin-ortodoxe în limba română pe unde și on-line.....</i>	<i>130</i>
5.4.6.2	<i>Posturi catolice în limba română cu emisie pe unde și on-line live .....</i>	<i>131</i>
5.4.5.3	<i>Posturi radio neoprotestante interconfesionale în limba română, pe unde și on-line live .....</i>	<i>131</i>
5.4.7	Emisiuni cu caracter religios pe posturi radio din România.....	136

### **BIBLIOGRAFIE ..... 165**

### **ANEXE ..... 171**