

Structuri mitice în limbajul publicitar

Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Departamentul de Comunicare, PR și Publicitate
Anul universitar 2018-2019
Masteratul de Publicitate

Lect. Univ. Dr. Iulia Grad
grad@fspac.ro

Tematică curs:

1. Definiții și clarificări conceptuale. Simbol, mit, arhetip, ritual
2. Mitul în societatea contemporană
3. Relevanța gândirii mitice pentru comunicarea publicitară
4. Mituri prezente în publicitate (I, II)
5. Brand și arhetip (I, II, III)
6. Symbolismul darului în publicitate
7. Publicitate și religie
8. Symbolism religios în publicitate
9. Fetiș și tabu în publicitate
10. Gândire simbolică și persuasiune
11. Dimensiunea ideologică a publicității

Bibliografie:

- Barthes, Roland, *Mitologii*, București, Institutul European, 1997
Baudrillard, Jean, *Celălalt prin sine însuși*, Cluj-Napoca, Casa Cărții de Știință, 1997
Baudrillard, Jean, *Sistemul obiectelor*, Cluj, Editura Echinoc, 1996
Baudrillard, Jean, *Societatea de consum*, București, Comunicare.ro, 2008
Bourdieu, Pierre, *Limbaj și putere simbolică*, București, Art, 2012
Caillois, Roger, *Mitul și omul*, București, Nemira, 2000
Campbell, Joseph, *The Power of Myth*, Anchor Books, 1991
Caputo, John D., *On Religion. Thinking in Action*, New York, Routledge, 2001
Carrier, James, *The symbolism of possession in commodity activism*, în *Man, New Series*, Vol. 25, No. 4 (Dec., 1990), pp. 693-706
Culianu, Ioan Petru, *Religie și putere*, București, Polirom 2005
Durand, Gilbert, *Structurile antropologice ale imaginarului*, Ed. Univers, București, 1977
Durkheim, Emile, *Formele elementare ale vieții religioase*, Iași, Polirom, 1995
Eliade, Mircea, *Aspecte ale mitului*, București, Univers, 1978
Eliade, Mircea, *Imagini și simboluri. Eseu despre simbolismul magico-religios*, București, Humanitas, 1994
Eliade, Mircea, *Mituri, vise și mistere*, București, Univers Enciclopedic, 1998
Frunză, Sandu, *Advertising Constructs Reality*, București, Tritonic, 2014

Garcin, Jérôme, *Noile mitologii*, București, Art, 2009
Gauchet, Marcel, *Dezvrăjirea lumii. O istorie politică a religiei*, Ed. Științifică, București, 1995.
Gauchet, Marcel, *Ieșirea din religie*, București, Humanitas, 2007
Geertz, Clifford, *Interpretarea culturilor*, Cluj, ed. Tact, 2014
Hardt, Hanno, *Myths for the Masses. An Essay on Mass Communication*, Oxford, Blackwell Publishing, 2004
Hoover, S., *Religion in the Media Age*, New York, Routledge, 2006
Jhally, Sut, “Advertising as Religion: The Dialectic and Technology of Magic”, in Ian Angus and Sut Jhally (eds.), *Cultural Politics in Contemporary America*, (New York and London: Routledge, 1989).
Jung, C. G., *În lumea arhetipurilor*, ed. Jurnalul literar, București, 1994
Kellner, Douglas, *Cultura media*, București, Institutul European, 2001
Levi-Strauss, Claude, *Gîndirea sălbatică. Totemismul azi*, traducere I. Pecher, (București: Editura Științifică, 1970).
Levi-Strauss, Claude, *Toți suntem niște canibali*, Iași, Polirom, 2014
Lindstrom, Martin, *Brandwashed: Tricks Companies Use to Manipulate Our Minds and Persuade Us to Buy*, New York, Crown, 2011
Lipovetsky, Gilles, *Fericirea paradoxală. Eseu asupra societății de hiperconsum*, Iași, Polirom, 2007
Mauss, Marcel, *Eseu despre dar*, Iași, Polirom, 1997
Moraru, Mădălina, *Mit și publicitate*, București, Nemira, 2009
Pogačnik, Anja, Aleš Črnič, *iReligion: Religious Elements of the Apple Phenomenon*, în *Journal of Religion and Popular Culture*, October 2014
Sheffield, Tricia, *The Religious Dimension of Advertising*, New York, Palgrave, 2006
Weber, Max, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, București, Humanitas, 2003

Reader-ul cursului este disponibil la

<https://drive.google.com/drive/u/3/folders/0ByXEAr69kTV6dTdSYTRSYIJ5Uzg>

Evaluare:

- Participarea la dezbaterile din cadrul întâlnirilor: **1 punct;**
- Realizarea temelor de seminar și participarea la activități specifice din cadrul întâlnirilor: **3 puncte;**
- În datele programate în sesiune, studenții vor preda un eseu de maxim 4 pagini (Times 12 la 1,5 rânduri) plus note și bibliografie care tratează aspecte ale temei generale a cursului: **6 puncte.**

Notă: Plagiatul și tentativa de fraudă la examen se sancționează cu nota 1.