

ARTĂ PUBLICITARĂ

Dr. Andriana Speteanu-Vasiliu

Pe baza unui set variat de imagini și filme publicitare, încadrate în repere estetice realiste sau moderniste, din Statele Unite și Uniunea Sovietică în perioada 1945–1985, vor fi urmărite în cadrul acestui curs următoarele direcții de analiză conceptuală și estetică:

- Dezvoltarea și proliferarea artei cu caracter utilitar și influența acesteia asupra reperelor vieții cotidiene.
- Evoluția principalelor stiluri, atât în cazul imaginilor, cât și a obiectelor reprezentate.
- Accentuarea ideii de progres tehnologic și de creștere economică nelimitată.
- Competiția ideologică și economică dintre Statele Unite și Uniunea Sovietică.

Fiecare curs va fi dedicat analizei unui număr mare de imagini și filme cuprinzând obiecte și concepte, prin intermediul cărora va fi discutat contextul modernității târzii, alături de principalele seturi de valori politice, economice și culturale caracteristice a două state industriale dezvoltate. Studenții vor înțelege atât evoluția normelor estetice din domeniul unei noi forme de artă vizuală, cât și importanța studierii aspectelor legate de viața cotidiană, pe fondul vastelor transformări politice, economice și culturale din perioada postbelică.

Evaluare:

Se va realiza pe baza unui examen scris. Nota finală va fi calculată în raport cu prezența și contribuțiile din timpul cursurilor, ce vor avea o pondere de 30%.

Bibliografie selectivă:

- Arthur Asa BERGER, *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, Lanham, New York, Toronto, Plymouth: Rowman & Littlefield, 2011.
- Natalya CHERNYSHOVA – *Soviet Consumer Culture in the Brezhnev Era*, London & New York: Routledge, 2013.

- Martin HALLIWELL – *American Culture in the 1950s*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2007.
- Alison HULME (ed.) – *Consumerism on TV: Popular Media from the 1950s to the Present*, Farnham, Surrey & Burlington, Vermont: Ashgate, 2015.
- Timothy MAGA – *The 1960s*, New York: Facts On File, 2003.
- Sharon MONTEITH – *American Culture in the 1960s*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008.
- Richard A. SCHWARTZ – *The 1950s*, New York: Facts On File, 2003.
- Timo VIHAVAINEN, Elena BOGDANOVA (eds.) – *Communism and Consumerism: The Soviet Alternative to the Affluent Society*, Leiden & Boston: Brill, 2015.