



FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea Babeș-Bolyai
1.2 Facultatea	Facultatea de Litere
1.3 Departamentul	Limbi și literaturi asiatice
1.4 Domeniul de studii	Limbă și literatură
1.5 Ciclul de studii	Nivel licență
1.6 Programul de studii/ Calificarea	Limba și literatura japoneză A/ Licențiat în filologie

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	LLO4164 Limbă japoneză și cultură pop (în limba română și japoneză)							
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Oana-Maria Birlea							
2.3 Titularul activităților de seminar								
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	4	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Conținut	DS
							Obligativitate	DOp

3. Timpul total estimat (ore pe semestru/activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	2	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	-
3.4 Total ore din planul de învățământ	28	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	-
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					22
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare/proiecte, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități. Consultații					4
3.7 Total ore studiu individual	72				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	
4.2 de competențe	Cunoștințe generale de limbă și cultură japoneză

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	Sală de curs, videoproiector, xerox, fotocopii, cărți
5.2 de desfășurare a seminarului	

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C4 Elaborarea unui proiect pe o temă dată, respectând normele de cercetare.
-------------------------	---



Competențe transversale	CT1 Utilizarea componentelor domeniului limbă și literatură în concordanță cu etica profesională CT3 Organizarea unui proiect individual de formare continuă; îndeplinirea obiectivelor de formare prin activități de informare, prin proiecte în echipă
-------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (conform grilei de competențe specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	Studierea raportului de modernitate și tradiție în limba și cultura japoneză; Analiza evoluției raportului modernitate și tradiție în discursul publicitar japonez; Analiza discursului și semiotica culturii.
7.2 Obiectivele specifice	Studierea și analiza actualității culturii în limbă; Observarea și identificarea diferențelor dintre cultura înaltă (<i>high culture</i>) și cultura populară (<i>low culture</i>); Recunoașterea specificului discursului publicitar; Traducerea textelor publicistice din limba japoneză în limba română;

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Curs introductiv	Expunere; Curs interactiv	
Publicitate și discurs publicitar – generalități	Expunere; Curs interactiv	
Elemente de semiotică culturală (R. Barthes, H. Kawai, Y. Ikegami)	Expunere; Curs interactiv	
Importanța factorilor culturali în analiza reclamelor – modelul <i>dimensiunilor culturale</i> (G. Hofstede)	Expunere; Curs interactiv	
Ambiguitatea (<i>aimai</i> – 曖昧) – modelul cultural japonez	Expunere; Curs interactiv	
Cultura pop japoneză – scurt istoric	Expunere; Curs interactiv	
De la <i>hard power</i> la <i>soft power</i>	Expunere; Curs interactiv	
<i>Kawaii</i> sau despre „drăgălășenia” japoneză	Expunere; Curs interactiv	
Imaginarul <i>kawaii</i> . Expresii vizuale	Expunere; Curs interactiv	
<i>Hello Kitty</i> – studiu de caz	Expunere; Curs interactiv	
<i>Kumamon</i> – studiu de caz	Expunere; Curs interactiv	
<i>Gudetama</i> – studiu de caz	Expunere; Curs interactiv	
Scurt indice de cuvinte și expresii <i>kawaii</i> folosite în reclamele japoneze	Expunere; Curs interactiv	
Colocviu		

Bibliografie

Barthes, Roland. 1968. *Elements of Semiology*, New York: Hill and Wang.
 Bălănescu, Olga. 2006. *Tehnici discursive publicistice și publicitate*, București: Ariadna.
 Benedict, Ruth. 1994 [1946]. *The Chrysanthemum and the Sword*, Tokyo: Tuttle.
 Botz-Bornstein, Thorsten. 2011. *The cool-kawaii: Afro-Japanese aesthetics and new world modernity*, Maryland: Lexington Books.
 Chelcea, Septimiu. 2012. *Psihosociologia publicității: despre reclamele vizuale*, Iași: Polirom.
 Cook, Guy. 2001 [1992]. *The discourse of advertising*, 2nd edition, London: Routledge.
 Cross, Gary. 2004. *The Cute and the Cool: Wondrous Innocence and Modern American Children's Culture*, New York: Oxford.
 Dale, Joshua, Paul. 2016. „Cute studies: an emerging field”, în *East Asian Journal of Popular Culture*, vol. 2 nr. 1, DOI: 10.1386/eapc.2.1.5_2, pp. 5-13.
 Dâncu, Vasile Sebastian. 2009. *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, ediția a II-a revizuită, Cluj-Napoca: Eikon.
 De Mente, Boye Lafayette. 2018. *Japan: A Guide to Traditions, Customs and Etiquette: Kata as the Key to Understanding the Japanese*, revised by Geoff Botting, Boston: Tuttle Publishing.
 Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*, London: Longman.
 Frențiu, Rodica. 2010. *Clar-obscur, vag și ambiguitate...Avataruri ale literaturii japoneze moderne și contemporane*, Cluj-



Facultatea de Litere
Str. Horea nr. 31
400202, Cluj-Napoca
Tel: 0264 5322388
Fax: 0264 432303



- Napoca: Casa Cărții de Știință.
- Freñtju, Rodica. 2014. „National and Cultural Identity: Mythologising Artefact in Japanese Mass Media” („Identitate culturală și națională: artefact mitologizant în mass-media japoneză”), în *Globalization and intercultural dialogue : multidisciplinary perspectives*, Iulian Boldea (ed.). Târgu-Mureș : Arhipelag XXI, pp. 33-44.
- Ibidem. 2017. *Limbajul poetic – act creator și actualitate culturală. Modelul cultural japonez*. ediția a II-a revăzută și adăugită, Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.
- Gn, Joel. 2016. „A lovable metaphor: On the affect, language and design of cute”, în *East Asian Journal of Popular Culture*, vol. 2 nr. 1, DOI: 10.1386/eapc.2.1.49_1, 2016, p. 49–61.
- Hofstede, Geert et al. 2010. *Cultures and Organizations: Software for the Mind*, revised and expanded 3rd edition, New York: McGraw-Hill.
- Hofstede, Geert. 2003 [2001]. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*, 2nd edition, Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Inoue, Miyako. 2006. *Vicarious Language: Gender and Linguistic Modernity in Japan*, Berkeley: University of California Press.
- Ikegami, Yoshihiko (ed.). 1991. *The Empire of Signs: Semiotic Essays on Japanese Culture*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Iwabuchi, Koichi. 2002. *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, London: Duke University Press.
- Iwabuchi, Koichi, Tsai, Eva, Berry, Chris (eds.). 2016. *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture*, New York: Routledge.
- Kawai, Hayao, Hori, Tadashi. 1986. „The Hollow Center in the Mythology of Kojiki”, în *Review of Japanese Culture and Society*, Vol. 1, No. 1, Inaugural Issue: Japan & the Japanese. pp. 72-77.
- Kinsella, Sharon. 1995. „Cuties in Japan”, în *Women, Media and Consumption in Japan*, Skov, L. and Moeran, B. (eds.), London: Curzon Press, pp. 220-254.
- Koma, Kyoko. 2013. „Kawaii as represented in scientific research: the possibilities of kawaii cultural studies”, în *Hemispheres*, vol. 28, pp. 5-17.
- Lebra, Takie Sugiyama. 1976 [1930]. *Japanese patterns of behavior*, Honolulu: University of Hawaii Press.
- Lebra, Takie Sugiyama, Lebra, William P. (eds.). 1986. *Japanese Culture and Behavior: Selected Readings*, Honolulu: University of Hawaii Press.
- Lorenz, Konrad. 1971. *Studies in Animal and Human Behavior*, Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.
- Lorusso, Anna Maria. 2015. *Cultural semiotics : for a cultural perspective in semiotics*, New York: Palgrave Macmillan.
- Lotman, Juri. 1974. *Studii de tipologie a culturii*. Radu Nicolau (trad.). București: Univers.
- Maynard, Senko K. 1997. *Japanese Communication: Language and Thought in Context*, Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Ngai, Sianne. 2012. *Our Aesthetic Categories: Zany, Cute, Interesting*, Cambridge: Harvard University Press.
- Sebeok, Thomas A. 2001. *Signs: An introduction to semiotics*, 2nd edition, Toronto: University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division.
- Seward, Jack. 1986. *NIHONGO: A Strange and Wonderful Language*, Tokyo: New Currents International.
- Shiokawa, Kanako. 1999. „Cute but Deadly: Women and Violence in Japanese Comics”, în *Themes and Issues in Asian Cartooning*, John A. Lent (ed.), Ohio: Bowling Green State University Popular Press, pp. 93–125.
- Tanaka, Keiko. 2001 [1994]. *Advertising Language. A pragmatic approach to advertisements in Britain and Japan*, Londra: Routledge.
- Tsutsui, William, Ito, Michiko. 2006. *In Godzilla's Footsteps. Japanese pop icons on the global stage*, New York: Palgrave MacMillan.
- Waniek, Iulia. 2017. *Limba japoneză: teoria traducerii și limbaje specializate*, București: Pro Universitaria.
- Williamson, J. 1978. *Decoding advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*, London: Marion Boyars.
- Yano, Christine, R. 2013. *Pink Globalization: Hello Kitty's trek across the Pacific*. London: Duke University Press.
- Yomota, Inuhiko. 2006. *Kawaii Ron*, Tokyo: Chikuma Shobō.

[illegible]





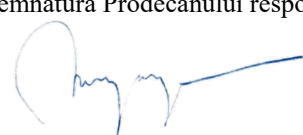
Bibliografie		

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunităților epistemice, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Tematica este elaborată pe baza cadrului de referință oferit de JF Standard for Japanese-Language Education. În conformitate cu standardele ARACIS, departamentul întreține o colaborare continuă cu reprezentanții asociațiilor profesionale și ai mediului socio-economic, în mod special cu Wolters Kluwer Financial Services, Iron Mountain SRL, DotWhite SRL și Biblioteca Universitară „Lucian Blaga”.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<i>Barem</i> Colocviu Activitatea la clasă poate fi apreciată cu 1 punct la examen (doar în cazul unei note de trecere).	Colocviu. Examen oral, ce constă din prezentarea unui referat pe una din temele prezentate la curs, notat de la 1 la 10. De asemenea, se vor verifica informațiile oferite la curs printr-o întrebare, notată de la 1 la 10.	50% 50%
10.5 Seminar	-	-	-
10.6 Standard minim de performanță			
Dobândirea unor cunoștințe generale despre limba și cultura pop japoneză. Însușirea corectă a unor concepte specifice culturii pop japoneze. Capacitatea de a analiza și de a explica elementele unei reclame japoneze.			

Data completării 07.03.2023	Semnătura titularului de curs, Lect. dr. Oana-Maria Birlea 	Semnătura titularului de seminar
Data avizării în departament 20.03.2023	Semnătura directorului de departament, Prof.dr. habil. Rodica Frentiu 	
Data avizării la Decanat 30.04.2023	Semnătura Prodecanului responsabil 	Ștampila facultății