

Octavian Rujoiu

Psihosociologia emoțiilor
Ce, când și cum simțim

Ediția a II-a, revizuită și adăugită

Colecția
Psihosociologie

București
Editura ASE
2021

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Copyright © 2021, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

RUJOIU, OCTAVIAN

Psihosociologia emoțiilor: Ce, când și cum simțim / Octavian Rujoiu. -

Ed. a 2-a, reviz. și adăug. - București : Editura ASE, 2021

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0382-8

159.9

Editura ASE

Redactor: Livia Radu

Tehnoredactor: Mihaela Tomescu

Copertă: Livia Radu

Fotografii coperte: Octavian Rujoiu

Autorul își asumă întreaga responsabilitate pentru: ideile exprimate, corectitudinea științifică, originalitatea materialului și sursele bibliografice menționate

*Pentru Fifi, Zizi, Sissy,
Lucky, Lulu și
Valentina*

Cuprins

Cuvânt-înainte / 9

1. Emoțiile. Delimitări conceptuale / 13

De ce psihosociologia emoțiilor? / 13

Emoții, sentimente, afecte / 18

Perspective de analiză ale emoțiilor / 21

Clasificarea emoțiilor / 25

Comunicarea emoțiilor în spațiul social / 32

2. Emoții, animale și oameni / 40

„*Animals and society*”, sociologia interacțiunii om-animale și emoțiile / 40

Legătura dintre oameni și animale. Cu toții avem emoții... / 45

Relația proprietarului cu animalul său de companie în timpul pandemiei COVID-19 / 47

Despre oameni și animale... / 51

Animalul de companie și emoțiile umane / 59

Emoții, traumă și deces / 74

Emoțiile și animalele celebre / 86

3. Emoțiile sociale. Abordare comparativă / 95

Rușinea, jena și mândria / 95

De la jenă la timiditate / 103

Vinovăția, invidia și gelozia / 109

Regretul, dezgustul și speranța / 114

Dominique Moisi și geopolitica emoțiilor / 119

4. Emoțiile și cultura / 120

Cultură și decizie / 120

Emoțiile. Grupuri, comportament colectiv și comportament prosocial / 124

Emoțiile, sănătatea și... agresivitatea / 130

Umorul. Râsul, zâmbetul și emoțiile / 141

5. Emoțiile în advertising / 148

Advertising, commercial și publicity / 148

Modele de analiză a reclamelor / 150

Despre brand / 167

Parfumul. Ce senzații, ce emoții... ce „durere” / 173

6. Emoțiile și fraudă intelectuală / 180

Spațiu public și mediu academic / 180

Frauda intelectuală. Metoda „*copy-paste*” / 185

„Codurile onoarei”, între identitate și necesitate / 191

Două caracteristici aproape „nelipsite”: impulsivitatea și căutarea senzației în rândul celor care plagiază / 195

„Portretul” plagiatorului și tipuri de copiat / 197

Frauda intelectuală și emoțiile de rușine și vinovăție în rândul liceenilor / 200

Opiniile elevilor de liceu despre fraudă intelectuală / 201

Frecvența unor acte de fraudă intelectuală în rândul liceenilor / 202

Rușinea, vinovăția și actele de fraudă intelectuală / 205

În loc de concluzii / 216**Bibliografie / 219****Anexe / 251**