

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași
Facultatea de Litere
Specializarea *Jurnalism și Științe ale Comunicării*

LUCRARE DE LICENȚĂ

Coordonator științific,

Prof. univ. dr. Dan Stoica

Candidat,

Alina Vasiliu

Iași,

Iulie 2018

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” Iași
Facultatea de Litere
Specializarea *Jurnalism și Științe ale Comunicării*

Perspective antropologice asupra comunicării

LUCRARE DE LICENȚĂ

Coordonator științific,

Prof. univ. dr. Dan Stoica

Candidat,

Alina Vasiliu

IAȘI

Iulie 2018

Cuprins

Argument	4
CAPITOL INTRODUCATIV	5
Comunicarea – imagine de ansamblu prin prisma antropologiei	6
CAPITOLUL 1	16
CULTURĂ ȘI COMUNICARE INTERCULTURALĂ	16
1.1. Introducere	17
1.1.1. Cultură <i>versus</i> civilizație	17
1.1.2. Diversitate culturală	18
1.2. Comunicare interculturală	19
1.2.1. Modelul lui Edward T. Hall	21
1.2.2. Contactele dintre limbi	27
1.2.3. Nonverbal și paraverbal	28
1.3. Modelul lui Geert Hofstede	31
1.3.1. Individualism – colectivism:	32
1.3.2. Distanța față de putere	34
1.3.3. Feminitate – masculinitate	36
1.3.4. Tendința de evitare a incertitudinii	43
1.3.5. Orientarea pe termen lung	46
1.3.6. Libertatea de a-ți permite ceea ce dorești	48
1.4. Cultura, un comportament învățat	49
CAPITOLUL 2	60
MITUL – INTERPRETĂRI ȘI APLICAȚII	60
2. 1. Introducere	61
2.2. Cosmogonia. Crearea lumii din haosul primordial.	67
2.3. Eterna reîntoarcere. Regressus ad originem și metempsihoză	73
2.4. Coborîrea în Infern	79
2.5. Interpretările vrăjitoriei. Ambiguități istorice și mituri contemporane	84
2.6. Reactualizarea eroului în contexte stereotipizate	92
2. 7. „Străinul” lui Eminescu și cel al lui Camus. Aplicații ale reactualizării mitului	98
Concluzii	105
Bibliografie	107

Argument

După epoca în care s-a manifestat ceea ce se numea „imperialismul lingvisticii” (pentru că lingvistica explica structurarea limbii adică dezvăluia structurarea unui structurant: *limbajul*), pe la începutul anilor 1970 ai secolului trecut a fost începutul imperialismului semioticii, când formule precum „totul e semn și semnul e în toate” păreau să domine gândirea cercetătorilor.

Sîntem acum într-o epocă în care studiile din perimetrul științelor comunicării par să impună ceea ce aș îndrăzni să numesc un „imperialism al antropologiei”, de vreme ce rezultate ale cercetărilor din lingvistică, semiotică, psihologie și psihologie socială, dimpreună cu dezvoltări din aria logicii discursive, a retoricii, a teoriei argumentării sau a analizei discursului par să convergă către întărirea unor idei-cheie din antropologie, după cum multe dintre dezvoltările din științele enumerate mai sus își caută validarea în adevăruri stabilite deja în antropologie.

Pornind de la această idee și căutînd sprijin în studiile culturale, am trecut la verificarea ipotezei că se poate înțelege comunicarea prin apel la antropologie și se pot construi discursuri eficiente pornind de la știința generală despre om și societățile umane. În acest fel a crescut lucrarea de licență cu titlul *Perspective antropologice asupra comunicării*.

Construcția în sine se prezintă sub forma trecerii în revistă a coordonatelor comunicării stabilite de studiile de antropologie, într-o suită logică, presărată cu exemple convingătoare. Exemplele, amplu descrise, se constituie într-un studiu de caz unitar, întrucît toate cele prezentate trimit la aceeași idee: știm să comunicăm și înțelegem ce ni se comunică pentru că înțelegem marcarea culturală a semnelor (lingvistice sau nu), pentru că – vrem sau nu vrem, știm sau nu știm – ne fondăm intervențiile comunicaționale pe jocul reprezentărilor și al metareprezentărilor și pe capacitatea naturală a creierului uman de a face inferențe și mai știm că reacțiile noastre sînt în pericolul de a cădea victime stereotipurilor și prejudecăților, pe care, doar educarea comportamentului le poate ascunde.

CAPITOL INTRODUCTIV

Comunicarea – imagine de ansamblu prin prisma antropologiei

În încercarea de a defini comunicarea, demersul este mai degrabă „întortocheat”, cercetările din acest domeniu întretăindu-se cu cele din domenii foarte diverse, de la analiza discursivă, pînă la psihologia sau sociologia comunicării. Se are în vedere, așadar, o terminologie extinsă, care nu se concretizează într-un înțeles independent, care nu se susține prin raportare doar la un anume câmp epistemologic, ci, apar, astăzi, „înțelesuri și înțelegeri”¹ diverse ale aceluiași concept: comunicarea. Este de menționat, că toate aceste încercări converg spre o regularizare a domeniului, spre un punct de echilibru, însă și mai important de menționat este faptul că, nimic nu este exterior comunicării, fapt susținut și de afirmația lui Paul Watzlawick, care este de părere că orice am face nu putem să nu comunicăm (*One Cannot not Communicate*). Așadar se resping expresiile conform cărora unul dintre interlocutori *nu comunică* sau *nu vrea să comunice*, deoarece, prin chiar faptul că unul dintre interlocutori refuză să participe la procesul comunicării, acesta transmite o idee, sau, după cum afirmă Dan Sperber, „împărtășește un gând”. Referindu-se la această imposibilitate de a percepe, în totalitate, înțelesul comunicării, Dan Stoica propune o delimitare a ceea ce se înțelege prin comunicare, în două arii de percepție. Este vorba despre două înțelesuri diferite, denumite sub formă de *Comunicare*, scris cu majusculă, care indică un fenomen infinit și continuu la care luăm parte, voluntar sau fără să ne dăm seama, iar, pe de altă parte, cel de *comunicare*, scris fără majusculă, care reprezintă procesul prin care se realizează schimbul de informații care este raportat, întotdeauna la alteritate, considerată ca fiind condiția *sine qua non* a comunicării.² Așadar, comunicarea presupune existența a cel puțin două persoane, un vorbitor și un interlocutor, un emițător și un receptor, care pot fi „virtuale sau concrete, individuale sau colective”.³ Ele interacționează prin producerea și decodarea mesajului, care nu este, însă, exclusiv, un schimb lingvistic, ci implică mai mult decît atît. Este vorba despre ceea ce Dan Sperber numește inferențe comunicaționale și teoria reprezentărilor și a meta-reprezentărilor.⁴ Ne vom ocupa, pentru început de conceptul de inferență, în cazul căruia este necesară distincția dintre inferența logică și cea comunicațională. Astfel, prima face trimitere la silogismul aristotelian bazat pe ipoteze, structurate în două tipuri de premise, minoră, respectiv majoră, care converg înspre o concluzie. Tot în acest caz, un tip particular de inferență este *entimema*, care spre deosebire de primul caz, apare ca un silogism incomplet, în care

¹ Dan S. Stoica, *Limbaj, discurs, comunicare. Eseuri la temă*, Iași, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza”, 2015, p. 147.

² *Ibidem*, pp. 148-150.

³ *Ibidem*, p. 48.

⁴ Cf. Dan Sperber, *How do We Communicate?*, in J. Brockman & K. Matson (eds.), *How things are: A science toolkit for the mind (Morrow)*, 191-199.

lipsește una dintre premise, sau, chiar concluzia.⁵ Pornind de la acest tip de inferență imediată, termenul apare și în domeniul comunicării. Dan Sperber observă că oamenii atunci când comunică nu-și dezvăluie gândurile integral, ci apelează chiar la formule scurte precum: „Este târziu”, dar care pentru cei doi interlocutori au mai mult sens decât pentru cel care ar fi auzit, ca un martor la dialog, acest enunț. Așadar, în majoritatea timpului, interlocutorii comunică mai mult decât ceea ce se vehiculează prin codificarea și decodificarea mesajului, motiv pentru care, Dan Sperber este de părere că „limba noastră este, în cel mai bun caz, o simplă parte a adevăratei povești”.⁶ Mai clar, inferența comunicațională are loc tot timpul, fiind făcută inconștient și într-un timp foarte scurt, fără efort și este atât de facil de realizat încât pare instantanee. Spre exemplu, atunci când cineva aude expresia: „este târziu”, în primul rînd acesta va încerca să înțeleagă sensul enunțului (*sentence meaning*), iar, mai apoi, va face inferențe pentru a înțelege ceea ce a vrut să afirme cel care a emis mesajul (*speaker's meaning*). Mai clar, în procesul de comunicare, interlocutorii nu vor ține cont doar de semnificația cuvintelor, ci mai ales, de intenția vorbitorului. În exemplul lui Dan Sperber despre dialogul dintre femeia care așteaptă la aeroport și însoțitorul ei, ambii au înțeles ceea ce semnifică enunțul „este târziu”, însă cel aflat în postura de martor la acest discurs se pierde într-o varietate de semnificații pentru același mesaj. Deși el știe exact ce înseamnă cuvintele și este chiar o expresie pe care el însuși a folosit-o la rîndul lui de nenumărate ori sau, poate, care i-a fost adresată și nu a întâmpinat probleme în a-i decoda sensul, în acest context, este mai greu să infereze ceea ce a vrut să exprime femeia prin aceste cuvinte: „Poate se referea la un avion care poate ajungea sau poate pleca târziu. La fel de bine se putea referi și la o scrisoare pe care o aștepta, sau poate la primăvara care întârzie să vină. Dar nu e obligatoriu să se fi gândit la ceva anume, putea foarte bine să spună că e târziu după-amiaza sau târziu ziua sau târziu în viața ei”.⁷ Este vorba despre ceea ce vrea să transmită vorbitorul și, ceea ce receptează interlocutorul, care, se poate să nu înțeleagă exact intenția celui care transmite mesajul și, să îl interpreteze diferit. Se înțelege, deci că, prin ceea ce spune, femeia îl influențează pe cel care receptează mesajul să gândească în sensul urmărit de ea. Apoi, modul de înțelegere este susținut și de folosirea nonverbalului și a paraverbalului, aspecte care vin să întregescă sensul celor deja rostite și care asigură o interpretare mai apropiată de ceea ce a vrut să transmită emițătorul. Dan Stoica, face referire la o secvență care apare în filmul *Seinfeld*, în care unul dintre protagoniști, Jerry nu înțelege dacă este invitat la o petrecere a

⁵ Silvia Săvulescu, *Retorica și teoria argumentării*, București, Editura Comunicare.ro, 2012, p. 123.

⁶ Cf. Dan Sperber, *op. cit.*, 191-199.

⁷ *Ibidem*.

unuia dintre prietenii săi, sau, dacă, acesta a uitat să-l invite.⁸ Astfel, el îl va trimite pe prietenul său, George, să-și dea seama cum stau de fapt lucrurile, însă încercarea va fi fără prea mult succes. Pe scurt, George se va adresa celui care organizează petrecerea cu întrebarea: „Jerry trebuie să aducă ceva la petrecere?”, la care răspunsul va fi: „Dar de ce trebuie ca Jerry să aducă ceva la petrecere?”. Este vorba în acest caz de foarte clară ilustrare a modului în care comunicarea funcționează ca un tot, iar sensul și modul în care va fi receptată depind de o varietate de factori. Spre exemplu, în acest caz, Jerry va fi chiar mai confuz, atunci când Georges îi va povesti întâmplarea. Mai exact, această incertitudine provine din faptul că Jerry, pentru a-și da seama de adevărata intenție a celui care organizează petrecerea, pentru a înțelege întreg mesajul, trebuie să participe, efectiv la procesul de comunicare, să sesizeze din tonul vocii, din pauzele în vorbire pe care interlocutorul său le face, fie că sînt mai lungi, sau mai scurte, din mimică, din gesturi, dacă intenția celui care organizează petrecerea a fost să nu-l invite sau el a fost omis, din greșeală, de pe lista de invitați. Astfel, în discurs contează toate elementele de verbal și de paraverbal, la care se adaugă, desigur și nonverbalul. Eugeniu Coșeriu, va întregi această perspectivă, definind omul drept o „ființă vorbitoare”, ca urmare a faptului că oamenii au, pe de o parte, calitatea de „a vorbi”, iar, pe de altă parte, o altă caracteristică, este cea a „non-vorbirii”⁹. De fapt, Coșeriu va explica ceea ce se înțelege prin ambele moduri de manifestare ale limbajului, atrăgînd atenția totodată asupra eventualelor pericole de a le interpreta într-un sens care nu este conform cu adevărata natura a limbajului. În primul rînd, trebuie definit ceea ce se înțelege prin non-vorbire, care reprezintă, fie imposibilitatea de a susține un act lingvistic, așa cum se întîmplă în cazul copiilor care încă nu știu să vorbească sau a strămoșilor (vorbit în acest caz, despre ființele umane din timpuri preistorice precum *Homo habilis*, *Homo erectus*), fie care se manifestă ca urmare a propriei voințe de a păstra tăcerea, deși, individul poate în aceeași măsură să-și exprime ideile cu ajutorul limbajului. În acest ultim caz, tăcerea devine un „mijloc expresiv”.¹⁰ Astfel, ceea ce argumentează Coșeriu este faptul că, deși tăcerea este un punct de sprijin în înțelegerea discursului, prin faptul că întregeste conținutul mesajului, ea nu poate fi considerată limbaj, deoarece nu are un corespondent lingvistic, așadar nu poate înlocui limbajul, ci are doar o semnificație expresivă, la fel ca toate celelalte mijloace de expresie. Pe de altă parte, limbajul tratat ca *vorbire*, este îndreptat întotdeauna către celălalt și urmărește, atingerea unui scop, indiferent de natura lui.¹¹ Se diferențiază astfel limbajul de mijloacele de expresie,

⁸ Dan S. Stoica, *Comunicarea internă*, URL:<<http://www.dstoica.ro>>.

⁹ Cf. Eugeniu Coșeriu, *Omul și limbajul său*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009, p. 36.

¹⁰ *Ibidem*, p. 37.

¹¹ *Ibidem*.

care nu sînt raportate, neapărat la o alteritate. Astfel, tăcerea, spre exemplu, exprimă o stare sufletească, poate faptul că un individ este trist, sau poate că este obosit, sau confuz și preferă să ia o pauză pentru a-și putea organiza gîndurile, însă asta nu înseamnă, că vizează și o altă persoană în afară de cea care le exprimă. Totuși, este, la fel de posibil ca expresiile unei persoane să producă efecte și în modul în care celălalt va participa la procesul de comunicare, prin faptul că-și va schimba comportamentul în funcție de cum interpretează aceste emoții.

Este vorba așadar despre ceea ce afirmă și Dan Sperber în lucrarea „*How do we communicate?*”, făcînd referire la faptul că, prin acțiunile pe care oamenii le fac: „mișcare, sunet, crengi rupte, pete de cerneală etc.”¹². Aceștia încearcă să comunice ceva celuilalt, adică să-și facă cunoscute gîndurile unei alte persoane și, implicit, să-i determine pe ceilalți să acționeze în direcția urmărită de ei. Așadar, comunicarea are întotdeauna un receptor, fapt pe care Coșeriu îl explică prin distingerea a două aspecte ale limbajului. Dacă pe de o parte, comunicarea își propune să transmită o idee, o informație, pe de altă parte, „condiția originară pentru orice act de comunicare”¹³ este comunicarea cu alteritatea. Astfel, limbajul este întotdeauna îndreptat către cineva, iar sensul și semnificațiile comunicării se creează prin raportare la un interlocutor. Problema care urmează să fie discutată în acest punct, face referire la semnificația mesajului transmis, dacă el va urma o direcție clară și va fi perceput în același sens de ambii interlocutori, sau, dacă mesajul va fi interpretat diferit de cel care-l receptează. Din acest punct de vedere, Dan Sperber vorbea despre teoria reprezentărilor și a meta-reprezentărilor, care propune ideea că, atunci cînd se află în interacțiune, indivizii se vor reprezenta reciproc, adică vorbitorul își va construi o imagine mentală despre interlocutor și invers, iar, în plus, fiecare știe că și celălalt își construiește o reprezentare mentală despre el.¹⁴ Astfel, emițătorul, fie îl va convinge pe receptor să urmărească sensul frazei pe care tocmai a afirmat-o, și să-l influențeze, fie este posibil ca cei doi interlocutori să înțeleagă lucruri diferite. Într-un proces de comunicare, nu este important doar modul în care, spre exemplu, vorbitorul își reprezintă receptorul, ci pentru ca discursul său să fie eficient, adică să producă o schimbare la nivelul receptorului trebuie, de asemenea să țină seama și de imaginea pe care el crede că receptorul o are despre el. Pentru a simplifica înțelegerea lucrurilor, Dan Stoica afirmă că cei doi interlocutori chiar dacă nu interacționează, procesul de comunicare începe încă de cînd aceștia devin conștienți unul de prezența celuilalt și se realizează așa cum am discutat, prin modalitățile de

¹² Cf. Dan Sperber, *op. cit.*, 191-199.

¹³ Eugeniu Coșeriu, *op. cit.*, p. 36

¹⁴ Dan Sperber, *op. cit.*, 191-199.

expresie sau, prin circumstanțele în care se realizează comunicarea.¹⁵ Este important în acest caz contextul, fie că este cel *idomatic*, fie că este cel *verbal* sau, cel *extraverbal*.¹⁶ Astfel, contextul poate fi tot ce este exterior procesului de comunicare, avînd rolul de a întregi sensul celor enunțate. În ceea ce privește contextul idiomatic, Coșeriu înțelege drept cadru al comunicării limba, cu precizarea că se folosește fragmentar, doar o parte a limbii, care „are semnificație în relație cu toată limba”.¹⁷ Mai clar, concepția lui Coșeriu se structurează pe cea a lui Ferdinand de Saussure, care înțelege limba drept un sistem de semne care capătă valoare prin opoziție la celelalte sisteme de semnificare. Spre exemplu, orice opțiune face un vorbitor cînd se adresează are valoare pentru că apare ca o opțiune într-o diversitate de alte posibilități. Competența este tocmai această capacitate de a folosi posibilitățile acestui sistem de semnificare. Competența poate fi lingvistică (face referire la capacitatea înăscută a unui individ de a cunoaște limba), de comunicare (face referire la adecvarea vorbitorului la mediul social-cultural, la contractul de comunicare, la contextul de comunicare). În *Aspects of Theory of Syntax*, lingvistul Noam Chomsky va delimita între competență și performanță, care, spre deosebire de prima, se dobîndește, așadar este subordonată competenței.¹⁸ Poate avea funcție de context idiomatic o altă limbă decît cea vorbită, caz frecvent la cei care vorbesc mai multe limbi. Acesta este un reper important în cazul vorbitorilor plurilingvi care au conștiința modului în care un cuvînt poate fi perceput diferit în două limbi. Spre exemplu, Coșeriu propune verbul *a dezmierda*, care, dacă în limba română are o notă armonioasă, melodioasă, acest lucru nu mai este valabil în limba italiană sau portugheză, unde are o cu totul altă tonalitate (lat. *merda* – excrement), fapt ce arată că etimologia influențează semnificația cuvîntului.¹⁹

Spre exemplu,

Ștefan Avădanei, în studiul introductiv al cărții „După Babel” a lui George Steiner, face referire la eforturile pe care le presupune traducerea dintr-o limbă în alta. Prin traducere, nu se realizează doar „transferul de sensuri dintr-o limbă în alta”²⁰, ci, important devine și modul în care se desfășoară interpretarea. Mai exact, nu mai este vorba despre traducere, prin care se

¹⁵ Dan S. Stoica, *Despre dificultatea construirii unui model global al comunicării*, Seminarul de Logică discursivă, Teoria argumentării Și Retorică, Facultatea de Filosofie.

¹⁶ Cf. Eugeniu Coșeriu, *op. cit.*, p. 225.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Carmen Păduraru, *Eugen Coșeriu, contribuții la pragmatica lingvistică*, Iași, Editura Lumen, 2009, p. 32.

¹⁹ Eugeniu Coșeriu, *op. cit.*, p. 225.

²⁰ Cf. George Steiner, *După Babel*, Traducere de Valentin Negoită și Ștefan Avădanei, prefață de Ștefan Avădanei, București, Editura Univers, 1983, p. 9.

înțelege reformularea unui enunț dintr-o limbă în alta, ci, în acest caz este vorba despre un fenomen mai amplu și mai complex, care implică și cultura, comportamentul, sistemul de reguli și de valori comune etc. Astfel, Ștefan Avădanei face referire chiar la dificultatea traducătorilor volumului aici menționat, care au optat pentru câte o viziune diferită, ca urmare a naturii fiecăruia și a înțelegerii diferite asupra aceleiași chestiuni. Ștefan Avădanei aduce în discuție, în acest caz, necesitatea păstrării „structurilor intime”²¹ ale limbii engleze, deoarece, traducerile în limba română, nu pot cuprinde esența sau, mai clar, anumite nuanțe care fac diferența între ceea ce un cuvânt înseamnă în cele două limbi. Mai exact, traducerile nu-și găsesc întotdeauna referință în planul lingvistic autohton, motiv pentru care încercările de echivalare a sensurilor vor produce și mai multă neclaritate. Este vorba, după cum afirmă Ștefan Avădanei, de crearea unor *nonsensuri* în limba română, ca urmare a faptului că sensurile dintr-o limbă nu pot fi echivalate cu cele din altă limbă, acesta fiind chiar fundamentul traducerilor nereușite. Să luăm, spre exemplu, dificultatea despre care Steiner vorbește în încercarea de a traduce enunțul: *It looks like rain – Le temps est à la pluie.*²² În primul caz, sensurile expresiei se relevă prin atenția care este acordată pronumelui *it*, care, în acest caz substituie subiectul propoziției. Astfel, el este un element indispensabil din punct de vedere al alcătuirii sintactice a expresiei, iar, pe de altă parte, important este faptul că el face referire la totalitatea aspectelor senzoriale, care sînt accentuate prin expresia verbală *looks like*. În acest mod, se face trimitere explicit, la nivel vizual, la fenomenele pe baza cărora omul înțelege că va începe să plouă, așadar el percepe, în jurul lui, toate semnele care îi relevă acest fapt, și care sînt bazate pe prezumpții, presupuneri personale. Așadar, individul va anticipa că urmează să plouă, fapt ce implică un act subiectiv, care provine din convingerile individului și din obișnuința expunerii repetate la etapele permergătoare ploii: cât de înnourat este cerul, un vînt care începe brusc, praful care se zvîrcolește pe drum, oamenii care părăsesc tot mai grăbiți stăzile etc. Dacă în primul caz este vorba, exclusiv despre precizarea individului, care se susține pe probabilistica de a se putea întîmpla, lucrurile iau o altă turnură în cel de-al doilea caz, în care expresia exprimă un grad de certitudine, deoarece conține mai multă siguranță decît în primul caz. Astfel, aceste detalii subtile vorbesc despre o viziune diferită a englezilor și a francezilor, mai ales că, în ultimul caz, timpul corespunde vremii, motiv pentru care se pleacă de la ideea că vremea „este de asemenea natură încît ne conduce la presupunerea că”²³. Așadar se pleacă de la un motiv exterior individului, care nu mai ține de ceea ce crede el, mai sustenabil decît în primul caz, prin faptul că

²¹ *Ibidem*, p. 13.

²² *Ibidem*, pp. 373-375.

²³ *Ibidem*, p. 374.

timpul controlează cursul lucrurilor, aşadar acesta este fundamentul care conduce la formularea concluziei că urmează să plouă. Încheind această paranteză şi revenind la contextul idiomatic, un alt aspect care ţine de acesta face referire la faptul că fiecare cuvânt are o semnificaţie într-un *câmp* semantic mai mic²⁴. Acesta este cazul cuvintelor polisemantice care trimit la câmpuri semantice diferite, motiv pentru care se instalează confuzia, ambiguitatea produsă de contextele care nu sînt clare, acesta fiind şi un procedeu la care publicitatea apelează adesea. Spre exemplu, apar sloganurile publicitare: Nutline: „Verde la distracţie” (liber la distracţie); Albacher: „Îţi merge mintea la rece” (a fi deştept, a rezona cu obiectivitate); Credit Agricole: „*It’s time for green banking*”. (*green banking* face referire la banca în care, cel care acordă credite ia în considerare efectele pe care creditarea le are asupra mediului).

Contextul verbal face referire la faptul că, de această dată, o parte a discursului se va raporta la tot ceea ce s-a spus înainte sau chiar în momentul discursului.

Spre exemplu,

Formula „foie verde de” a cunoscut în timp diverse transformări, ca urmare a faptului că determinanţii care vor apărea, reflectă de fapt un alt context, care întregeste semnificaţia formulei iniţiale. Amintind cîteva dintre posibilităţile pe care le-a adoptat formula precum: „foaie verde de alun”, „foaie verde lămîiţă”, „foie verde de măcel”, „foie verde mărăcine”, sensul acesteia se va îmbogăţi în opera lirică a poetului Nichita Stănescu, care propune o nouă formulă: „foaie verde de albastru”, fapt ce demonstrează că posibilităţile discursului sînt inepuizabile.²⁵ O altă caracteristică a discursului verbal este aceea că poate fi *nemediat*, cînd face referire la asociaţiile pe care un cuvânt le face cu o categorie verbală sau, cu alta şi, care ţin, exclusiv de discurs, iar, pe de altă parte, contextul poate fi *mediat*, atunci cînd cuprinde înţelesul comun al întregului discurs²⁶. Este vorba despre ceea ce Algirdas Julien Greimas afirma ca fiind izotopii de suprafaţă, care fac referire la cît de des se repetă unii termeni, cunoscuţi drept cuvinte-cheie, care trimit explicit la tema discursului, şi respectiv, izotopii de profunzime, care pot fi înţelese drept abilitatea indivizilor de a folosi acelaşi cod în înţelegerea formulărilor

²⁴ Eugeniu Coşeriu, *op. cit.*, p. 225.

²⁵ Dan S. Stoica, *Fraze care au fost...*, URL: <<http://www.dstoica.ro>>.

²⁶ Eugeniu Coşeriu, *op. cit.*, p. 225.

diverse din textul discursului.²⁷ În cel de-al doilea caz propus de Greimas, se aduce în discuție și *scrierea cruciverbistă*, care presupune posibilitatea de a echivala părți de discurs diferite având în vedere elementele specifice, care pot întregi sensul discursului.²⁸ Mai exact, acesta este și cazul rebusurilor, acolo unde echivalența există, iar efortul constă în a stabili legăturile, adică un termen care să se potrivească și să reia în totalitate înțelesul a ceea ce s-a afirmat în primă fază.

Contextul extraverbal, care face referire la aspectele exterioare actului lingvistic precum locul, momentul, în ce condiții, unde are loc interacțiunea și cine ia parte la acțiune (cum arată interlocutorul, ce vîrstă are, ce relație există între cei doi etc), aspectele empirice cunoscute ambilor interlocutori (existența soarelui, a lumii, a pămîntului sînt universal cunoscute) și ceea ce este specific fiecărui vorbitor, care interpretează diferit o realitate în funcție de circumstanțele istorice sau în funcție de tradiția culturală a unei comunități.²⁹ Cu toate acestea sînt și lucruri universal cunoscute precum statuia „Păsării în văzduh” a lui Constantin Brîncuși, lucrările lui Shakespeare, literatura universală etc.

Acestea și multe alte lucruri trebuie luate în considerare atunci cînd se aplică teoria reprezentărilor și metareprezentărilor, deoarece, în caz contrar pot apărea erori și intenția comunicatorului să sfîrșească în eșec.

Spre exemplu,

În reclama Rom, „Potolește prejudecățile – Paronia”, avem exemple de metareprezentări defectuoase. În comunicare sînt implicați doi vorbitori. Acțiunea surprinde pentru început modul în care românul îl va reprezenta pe bărbatul care face poze în București. Acesta va înțelege că este un străin, probabil în vizită, astfel încît i se va adresa în limba engleză, cu întrebarea: „Deci ce crezi despre România?”. În acest context, bărbatul de origine americană îl va reprezenta pe celălalt ca fiind român, probabil din București, care încearcă să fie prietenos, poate chiar, să aibă un dialog despre cum este timpul petrecut în România. Neînțelegerile, în acest caz intervin pe parcursul dialogului. Mai exact, românul va înțelege că reprezentarea americanului despre el este una de desconsiderare: el, ca și ceilalți din România, este sărac, hoț, mincinos. De cealaltă parte, americanul crede că românul îl înțelege greșit, că nu vrea să asculte explicațiile sale și, că

²⁷ Greimas, A. J., *Despre sens. Eseuri semiotice*. București, Editura Univers, 1975 apud. Dan S. Stoica, *Cursul de Comunicare publică. Relații publice*, nepublicat. Specializarea Jurnalism, Anul al III-lea.

²⁸ *Idem*, apud. Dan S. Stoica, *Metode bibliografice de cercetare*. URL: < <http://www.dstoica.ro> >.

²⁹ Eugeniu Coșeriu, *op. cit.*, p. 225.

s-ar putea chiar să exagereze. Desigur, în acest caz, un rol major al modului în care mesajul este interpretat diferit, este cel al prejudecății, adică al tendinței românului de a crede că cei de altă naționalitate, în acest caz americană, îi consideră pe românii într-un anumit fel. Astfel, comunicarea este predestinată a fi defectuoasă, întrucât românul îl va reprezenta pe celălalt drept „americanul care desconsideră românii”, iar comunicarea poate fi inițiată, după cum se stabilește încă din sloganul reclamei: „Potolește prejudecățile”, doar cu scopul de a prezenta concepția românilor, conștienți de faptul că cei de naționalitate americană îi privesc cu dispreț.

În funcție de teoria reprezentărilor și a metareprezentărilor se stabilește adecvarea discursurilor la așteptările celuilalt. Deși, în comunicare singura regulă este aceea că: nu există reguli!, Dan Stoica se sustrage parțial acestui punct de vedere și afirmă că, pentru ca o comunicare să fie eficientă, un principiu important este cel al adecvării.³⁰ Astfel, autorul consideră că, deși nu se poate afirma despre adecvare că este o regulă, întrucât ar însemna să se opună chiar naturii comunicării, care nu se înscrie în anumite bariere, adecvarea poate fi înțeleasă, mai degrabă ca o cerință, adică o necesitate de care depinde modul în care interlocutorii se conformează contextului, situației de comunicare, precum și partenerilor implicați în interacțiune, cu atât mai mult, în cazurile în care mesajul urmărește un scop evident.³¹ Pentru a oferi o imagine mai clară asupra a ceea ce presupune adecvarea în procesul comunicării, Dan Stoica adoptă punctul de vedere al profesorului Jack Miller, care consideră că adecvarea provine din înțelepciune.³² Aceasta din urmă, este înțeleasă drept capacitatea individului de reflecție atât asupra lui însuși cât și asupra lumii din jur. În acest mod, omul analizează faptele și întâmplările în raport cu lumea și cu ceilalți, astfel încât să înțeleagă, în ce măsură a adoptat un comportament adecvat în situațiile cu care a avut contact. În ciuda concepției că înțelepciunea reprezintă o stare pasivă în care acceptăm lucrurile așa cum sînt, Jack Miller consideră că această abordare se dovedește greșită, deoarece exclude capacitatea de a diferenția între lucrurile care nu pot fi schimbate, respectiv lucrurile a căror schimbare depășește puterea de realizare a individului.³³ Înțeleasă ca o cunoaștere a celuilalt și a contextului interacțiunii, înțelepciunea capătă noi dimensiuni în contextul globalizării, fapt ce aduce dificultăți și în modul de adecvare al individului, care va analiza și va raționa, într-o încercare continuă de a fi adecvat. Pe de altă parte, aceste dificultăți se diminuează în spațiul cultural

³⁰ Cf. Dan S. Stoica, *Limba, discurs, comunicare. Eseuri la temă*, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2015, p. 183.

³¹ *Ibidem*, pp. 183-184.

³² *Ibidem*, p.184.

³³ Jack Miller apud. Dan S. Stoica, *op.cit.* p. 186.

propriu individului, care, deși nu poate fi adecvat de fiecare dată, prin intermediul limbii materne este în măsură să se adapteze mai bine situațiilor de comunicare. Erorile survin, însă ca urmare a valorilor împărtășite de fiecare individ, altfel spus se explică prin prisma modului în care acestea sînt ierarhizate de la un individ la altul. Mai exact, pornind de la ideea că adecvarea survine învățării de la vîrste mici în familie, urmînd apoi în cadrul oricărei practici sociale (școală, biserică, societate), se înțelege că individul capătă astfel repere în legătură cu diferite situații și contexte fapt ce-l determină să se comporte adecvat în spațiul public, prin adaptare la cerințele comunicării în interacțiunea cu ceilalți. Totuși, tot în acest context apare pericolul „automanismelor comportamentale”³⁴, cel mai evident exemplu în acest caz fiind cel al prejudecăților și al stereotipurilor utilizate în categorizare. De cealaltă parte, atunci cînd individul interacționează în alt mediu cultural decît cel specific lui, se analizează problemele care apar în procesul de comunicare interculturală. În acest caz intervine teoria reprezentărilor și a meta-reprezentărilor, care oferă individului un sprijin în a se adecva expectanțelor interlocutorului care provine din altă cultură. Conștient de aceste caracteristici ale culturii și de modul în care funcționează, pe de o parte mediul socio-cultural propriu, dar și cel al unor indivizi din culturi diferite, individul va ține cont de expectanțele celuilalt și va acționa în conformitate cu acestea.

³⁴ *Ibidem*, p. 188.

CAPITOLUL 1
CULTURĂ ȘI COMUNICARE INTERCULTURALĂ

1.1. Introducere

1.1.1. Cultură versus civilizație

Încercarea de a defini cultura a generat, de-a lungul anilor, diverse definiții și a surprins diverse puncte de vedere. Termenul de cultură a dobândit, în timp, înțelesuri multiple care plasează definirea acestuia în punctul de intersecție a unor abordări contradictorii, care surprind perspective variate. Cu toate acestea, există două semnificații de bază ale termenului de cultură înțeles, fie în sens general ca reprezentând totalitatea operelor de artă create de o comunitate umană (muzică, pictură, literatură etc), fie ca un ansamblu de valori, de norme, de instituții care sînt caracteristice unei comunități.³⁵ Conceptul de cultură s-a impus treptat în decursul secolului al XIX-lea, odată cu formarea noilor discipline sociale. El a fost asociat cu cel de civilizație, care a fost adoptat un secol mai devreme. Cele două concepte: cultura și civilizația se întrepătrund și se condiționează reciproc. Este necesară analiza raportului dintre cei doi termeni pentru a oferi o perspectivă mai clară în ceea ce privește diferențele culturale. Deși au fost utilizați cu sensuri relativ similare, treptat diferențele dintre înțelesurile celor doi termeni au devenit vizibile. Prin prisma raportului dintre cultură și civilizație s-au impus anumite abordări, diferite, care au fost proiectate în spațiul francez și cel german.³⁶ În Franța, civilizația era considerată un termen cu o sferă mai amplă, ce conține cultura ca o componentă a sa. În Germania, dimpotrivă, teoreticienii au acordat culturii o sferă mai largă și au văzut în civilizație doar un element de ordin *material, tehnic și economic* al culturii. Astfel, în toate cazurile este vorba despre două planuri diferite, „un nucleu cultural, spiritual și simbolic, și un dispozitiv material și instituțional complex, care reprezintă etajul integrator al civilizației”.³⁷ Împreună, cele două structuri pot fi reprezentate concomitent la singular (cînd se ia în considerare sensul lor antropologic care desemnează condiția umană) și la plural (atunci cînd se insistă asupra diferențelor structurale și istorice ale celor două concepte). În spațiul intelectual francez, termenul de *civilisation* este utilizat pentru a explica ceea ce este desemnat prin cultură, în timp ce germanii au utilizat termenul de *kultur* pentru a desemna civilizația. Gînditorii francezi se raportau la cultură, ca fiind parte a civilizației și îi reduceau sensurile doar la aspecte de ordin spiritual, în timp ce, pentru germani, cultura este termenul dominant, iar civilizația este o componentă a culturii. Din spațiul german, termenul de

³⁵ Andra Șerbănescu, *Cum gîndesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor*, Iași, Editura Polirom, 2007, p. 107.

³⁶ Grigore Georgiu, *Comunicarea interculturală. Probleme, abordări, teorii*, București, Editura Comunicare.ro, 2010, pp. 44-47.

³⁷ *Ibidem*, p. 44.

cultură, mai bogat în înțelesuri, se va extinde în România, unde se va impune cu sensul de ansamblu de creații spirituale și de valori care sînt specifice unei națiuni. Această schimbare a semnificațiilor celor doi termeni de la un spațiu cultural la altul, a creat multe confuzii care nu s-au datorat doar unor factori de natură istorică, religioasă sau politică, ci importantă în această distincție a fost concepția diversă a francezilor și a germanilor asupra națiunii. Astfel, dacă în spațiul francez, națiunea reprezintă o comunitate politică și civică, pentru germani este percepută ca fiind, cu precădere culturală și etnică.³⁸

1.1.2. Diversitate culturală

În ceea ce privește diferențele culturale, Geert Hofstede propune patru termeni care acoperă conceptul de cultură și care sînt dispuși, într-o reprezentare, asemenea foilor de ceapă: la nivel extern se situează simbolurile, considerate doar niște reacții superficiale ale culturii, la nivel profund se regăsesc valorile, care reprezintă formele cele mai profunde sub care se manifestă o cultură, la care se adaugă eroii și ritualurile, dispuse intermediar.³⁹ Valorile reprezintă punctul central pe care se constituie diferențele culturale ca urmare a faptului că, acestea reprezintă primele lucruri care sînt asimilate încă de cînd sîntem copii, într-un mod implicit, fără a fi conștienți de ele. Astfel, în interacțiunea cu alte persoane, valorile sînt primele care ies la iveală și se manifestă prin modul în care oamenii acționează în diverse contexte. Se înțelege, așadar că valorile sînt rezultatul modului în care ne exprimăm, ne comportăm și ne manifestăm, și sînt expresii care apar la nivelul afectului și, pe care interlocutorul nostru le poate observa prin totalitatea aprecierilor, predilecțiilor și opiniilor pe care le afișăm în raport cu anumite aspecte fundamentale ale societății, precum „raportul dintre om și natură, dintre om și divinitate, destinul uman, sensul vieții și al morții, relațiile cu semenii, cu structurile comunitare și cu autoritățile publice”.⁴⁰ În practica socială, acestea au un rol fundamental, deoarece vizează credințele, atitudinile, opiniile și imaginile în funcție de care oamenii acționează. Din acest punct de vedere, specialiștii în cercetarea comunicării interculturale analizează raportul dintre comportamentele care caracterizează indivizii care trăiesc sau au trăit într-un anumit cadru social, așadar au o cultură diferită de a celorlalți, și valorile care ghidează aceste comportamente.

³⁸ *Ibidem*, p. 45.

³⁹ Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gîndirii*, București, Editura Economică, 1996, p. 23-24.

⁴⁰ Grigore Georgiu, *op.cit.*, p. 51.

1.2. Comunicare interculturală

Definită ca reprezentînd un proces dinamic, comunicarea implică, în acest sens, două instanțe comunicatoare, așadar cuprinde două părți care pot fi atât emițătoare, cît și receptoare de mesaje. Referitor la comunicarea dintre oameni care aparțin unor culturi diferite, aceasta este definită prin conceptul de *comunicare interculturală*, termen care a fost introdus încă din 1959 de Edward Hall și se utilizează atunci cînd diverși indivizi, sub influența unor caracteristici culturale proprii, interacționează.⁴¹ Înțelesă ca reprezentînd o serie de moduri de viață, valori, atitudini și comportamente, cultura acționează la nivelul unei societăți ca un factor modelator. Prin faptul că folosește ca modalitate de expresie formele de comunicare care se stabilesc între indivizii unei comunități, cultura determină modul în care indivizii percep realitatea. Comunicarea reprezintă, așadar, un aspect de bază, de care depinde înțelegerea oricărei forme de cultură. Ea reprezintă un permanent schimb informațional și de semnificații între indivizi și grupuri, prin care se asigură transmiterea unor conținuturi de la o generație la alta. Așadar, referitor la relația dintre limbă și cultură, Edward Hall afirmă că aceasta este tautologică: „cultura este comunicare, iar comunicarea este cultură”⁴², altfel spus, comunicarea se construiește în ghidajul trasat de cultură, avînd rol fundamental în modelarea vieții și în impunerea unor tipare culturale dominante în cadrul societăților. În procesul comunicării interculturale, eficiența nu constă în folosirea aceleiași limbi, ci, un act de comunicare intercultural presupune însușirea unor semne și simboluri care să corespundă culturii interlocutorului. Aceasta ipoteză este promovată și de ipoteza Whorf – Sapir, care pretinde că limba, nu doar transmite, ci și modelează felul de a gândi, atitudinile și credințele individului.⁴³ Așadar, fiecare limbă reflectă ideile, mentalitățile, viziunea asupra lumii specifică comunității în cadrul căreia se folosește, iar determinant în procesul comunicării, este faptul că, prin limbă se transmit, în primul rînd, elemente culturale.

Dezvoltarea accelerată a tehnologiilor informaționale și comunicaționale din ultimii ani a contribuit la o ameliorare semnificativă a modului în care se desfășoară procesul de comunicare între indivizi. Astăzi, localizarea geografică a indivizilor nu mai este semnificativă și aceasta se datorează capacității noastre de a comunica prin intermediul diferitelor canale oferite de

⁴¹ Karina Sarkisyan, „Obstacole în calea procesului de comunicare interculturală”, în *Economica*, nr. 2 (2013), Sviștov, Bulgaria, p. 55.

⁴² Edward Hall, *The Silent Language*, Doubleday Company, New York, 1959, apud. Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 200.

⁴³ Victor Moraru, *Societatea și comunicarea în tranziție*, Chișinău, Editura ULIM, 2008, p. 238.

tehnologiile moderne. Dezvoltarea comunicațiilor prin satelit, sistemele de calculatoare și de rețele sau transportul aerian reprezintă câteva elemente-cheie care au întregit procesul de globalizare. Această prezență masivă a mijloacelor de comunicare a dat naștere unui nou tip de cultură, ce a fost numit inițial cultură de masă⁴⁴, iar mai recent s-a impus sub denumirea de cultură media. Fenomenul de globalizare a presupus amplificarea și intensificarea experiențelor interculturale, important devenind, în acest caz, dialogul care se stabilește între diverse culturi care prezintă caracteristici specifice și care sînt plasate într-un spațiu de interacțiune unic. În contextul acestei diversități culturale se manifestă diverse tipare de comportament și de gândire, adînc înrădăcinate în cultură, care reprezintă de fapt, ceea ce Edward Hall înțelege prin conceptul de *modele culturale*.⁴⁵ Avantajele unui model cultural al unei societăți derivă din faptul că atrage atenția asupra aspectelor simbolice care definesc acest cadru. În raport cu celelalte societăți, comunitatea în cauză va proiecta o imagine pur subiectivă, ca urmarea a faptului că dezvoltă un mod caracteristic de înțelegere a lumii. Vor funcționa în acest cadru anumite programe mentale pe baza cărora se creează această unitate. De aceea, între culturi există asemănări, dar și deosebiri, unele fiind imediat observabile, în timp ce, altele, mai subtile, nu se arată la o primă privire, ci sînt de adîncime. Pe de altă parte, însă, odată înțeles modul de funcționare al unei culturi, fapt ce implică o cercetare a elementelor de structură precum credințele, valorile, stereotipurile, prejudecățile, miturile, trecutul istoric, religios și multe altele, cu mențiunea că înțelegerea culturii celuilalt este un fapt profund, care nu poate fi cuprins în esență, ci se descoperă, mai degrabă, gradual, se poate ajunge la un control ideologic, așadar toate cele enumerate pot servi, cu prisosință, în discursul manipulării. Abordările fenomenului cultural sînt dintre cele mai diverse, astfel încît, cercetările monoculturale investighează o singură cultură, pe cînd, studiile comparative analizează, prin comparație, două sau mai multe culturi. Se adaugă la aceste două categorii, altele: studiile interculturale și comunicarea internațională, care privesc interacțiunile dintre două sau mai multe culturi, respectiv comunicarea globală realizată prin intermediul mass-media.⁴⁶ Scopul cercetărilor este de a crea tipare ale culturilor, la nivel individual, sau prin apel la metoda comparatistă, astfel încît să se asigure înțelegerea corectă a diferențelor sesizate între culturi.

Atunci cînd vorbim despre diferențe culturale și cum se manifestă acestea, cercetarea vizează, în primă fază antropologia, care reprezintă un instrument de studiu util în analiza omului și a comportamentului specific acestuia, pentru a se putea realiza o „cît mai deplină înțelegere a

⁴⁴ Grigore Georgiu, *op. cit.*, pp. 13-14.

⁴⁵ Edward T. Hall, *Beyond Culture*, New York, Editura Doubleday, 1976, p. 13.

⁴⁶ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 109.

diversității umane.”⁴⁷ De-a lungul timpului, antropologia s-a dezvoltat prin punerea în legătură cu alte domenii precum arheologia, istoria, psihologia, sociologia, lingvistica sau etnografia. Plecând de la conexiunile stabilite de antropologie cu diverse discipline, Nicolae Panea a întreprins un demers în care a urmărit să descopere punctele de tangență, dar, mai ales pe cele care presupun o diferențiere, pentru ca, astfel, să poată defini ceea ce este specific antropologiei. Se observă că în această întretăire continuă a antropologiei cu alte domenii, influența predominantă este exercitată de etnografie sau de etnologie, termeni care au circulat în paralel. În demersurile moderne, antropologia nu se delimitează de cele două discipline, ci își extrage metodologia din punctele de convergență, rezultând astfel că antropologia se bazează pe cercetare la față locului, prezență într-o anumită comunitate care urmează să fie supusă studiului, prin trecerea în revistă a câtorva etape: observația participativă, cercetarea, înțelegerea și clasificarea unor societăți în funcție de anumite trăsături specifice.⁴⁸ În ceea ce ne interesează, ne vom axa asupra termenului de antropologie culturală, specific studiului culturii și a modului de viață reprezentativ pentru fiecare societate.

1.2.1. Modelul lui Edward T. Hall

Înțelegînd modul nostru linear, segmentat de a gândi, stimulat de școală și de mass media, Edward Hall afirmă că este imposibil ca oamenii să se conformeze, în aceeași manieră, unui sistem care să reprezintă *binele comun*. Mai degrabă, indivizii își vor ierarhiza prioritățile diferit, în funcție de experiențele trăite și de expectanțele membrilor grupului din care fac parte. Așadar, antropologul contestă situația pe care o susțin câțiva cercetători, care aduc în discuție așa numita *rubrică generală a culturii*, noțiune care se respinge prin însăși structura celor care o propun.⁴⁹ Mai exact, cei care vor dori să propună un asemenea sistem general valabil, care să funcționeze uniform și în același sens la nivelul multelor culturi, acesta va suferi chiar influențele culturii cercetătorului care va coordona studiul și, care va exercita o influență puternică, care reiese nu doar din modul lui de gândire, ci, mai ales, din modul în care va interpreta și stabili limitele între culturi. În ciuda complexității acestui fenomen și a variatelor puncte de vedere antrenate în acest subiect, există câteva caracteristici definitorii pe care Hall le identifică în lucrarea sa, *Beyond Culture*.⁵⁰

⁴⁷ Nicolae Panea, *Antropologie socială și culturală*, Craiova, Editura Omniscope, 2000, p. 15.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 17.

⁴⁹ Edward T. Hall, *op. cit.*, p. 13.

⁵⁰ *Ibidem*, pp. 16-18.

a) Astfel, antropologul susține că fenomenul cultural se învață și se transmite. Mai exact, procesul prin care indivizii dintr-o comunitate învață sistemul de valori, mentalitățile, regulile de viață ale culturii respective poartă denumirea de *enculturare*.⁵¹ Prin acest proces, individul se integrează în societate și dobândește un sistem de norme specific mediului din care face parte. Acestea se învață fie prin educație (în formele de învățământ sau prin expunerea la un sistem explicit de reguli), fie prin socializare, atunci când indivizii participă la diverse evenimente sociale, prin imitarea celorlalți membri ai societății sau prin faptul că se conformează la norme⁵²: trebuie să spui bună ziua, trebuie să fii respectuos cu bătrânii, trebuie să mergi la școală, să ai un loc de muncă etc. Transmiterea culturii se realizează de la o generație la alta, cu mențiunea că nu reprezintă un model net stabilit, ci se modifică în funcție de cadrul fizic sau social, în funcție de caracteristicile psihologice ale membrilor familiei, în funcție de educație etc. Ceea ce contează în acest proces este limba, considerată principala coordonată, prin faptul că reprezintă instrumentul prin care individul interiorizează valorile culturii sale. Același lucru este susținut și de Claude Lévi-Strauss, care afirmă că „limbajul este faptul cultural prin excelență”.⁵³ În acest sens, comunicarea este privită ca o componentă definitorie a existenței umane și a culturii. La origini, termenul de cultură provine din limba latină și se referă la o bucată de pământ cultivată și, implicit, la acțiunea de cultivare a pământului. Ulterior, termenului i s-a adăugat sensul de creștere și îngrijire a ceva, a cuiva. În prezent, atunci când vorbim despre cultură ne referim la „acel tot complex care include cunoaștere, credință, artă, moravuri, lege, tradiție și alte câteva aptitudini și obișnuințe dobândite de om ca membru al societății”.⁵⁴

b) Un al doilea punct de vedere susținut de Hall este acela că, referitor la cultură, se poate spune că este un ansamblu de elemente care sînt supuse schimbării. Astfel, fiecare cultură se caracterizează printr-o coerență internă, iar relațiile dintre elementele specifice sînt dinamice și pot suferi reorganizări. Mai exact, Hall este de părere că, schimbările care au loc într-un anumit punct sau segment al culturii, determină modificări care se extind la nivel general, prin apariția de noi elemente, prin dispariția altora sau, prin regruparea celor care deja funcționează în acest cadru.⁵⁵ Un exemplu identificat de antropolog face referire la timp și la spațiu, ca elemente care corespund unor modele culturale. Mai exact, cercetările sale s-au axat pe analiza comparativă a diferitelor tipuri de culturi, din punct de vedere al modului în care ele interacționează, avînd ca principale coordonate în acest sens, dimensiunea temporală și pe cea spațială. Pentru început, se

⁵¹ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 118.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ Claude Lévi-Strauss, *Antropologia structurală*, București, Editura Politică, 1978, p. 433.

⁵⁴ E. B. Tylor, *Primitive culture*, vol. I, Londra, p.1, apud. Claude Lévi-Strauss, *op. cit.*, p. 431.

⁵⁵ Edward T. Hall, *op. cit.*, pp. 17-18.

cercetează maniera în care diverse tipuri de culturi percep timpul; pentru americani timpul este *monocron*, adică indivizii manifestă seriozitate și preferința de a face lucrurile cu răbdare, de cele mai multe ori după un plan prestabilit. Pe de altă parte, timpul *policron* specific spațiului mediteranean trădează implicarea indivizilor în mai multe lucruri în același timp, fără să urmeze un program anume.⁵⁶ Atunci când aceste culturi interacționează, interferențele vizează, de fapt, această întretăiere între timpul *monocron* și cel *policron*. Distincția dintre cele două concepții despre timp, funcționează și este vizibilă atât la nivelul culturilor, al organizării lor sociale, cât și al nivelului existenței individuale. Culturile monocronice, așa cum am văzut, pun accent pe secvențialitatea evenimentelor, motiv pentru care limitează indivizii și sărăcesc contextul interacțiunilor interpersonale, îi determină să gândească și să perceapă realitatea într-o manieră fragmentară. Indivizii monocroni acordă cea mai mare importanță muncii, iar, cei aflați în funcții de conducere își organizează munca în mod strict, dar fără legătură cu activitățile celorlalți. De cealaltă parte, culturile policronice pun accentul, mai degrabă pe angajamentul individului și îndeplinirea sarcinilor, decât pe respectarea unui anumit orar. În organizațiile de tip policron, deși aparent neorganizate, colaborarea între șefi și angajați este mai strânsă și bazată pe relații interpersonale.⁵⁷

Spre exemplu,

Hall face aluzie la modul în care se manageriază întâlnirile de afaceri în culturile monocronice în raport cu cele policronice. Astfel, în China sau în Germania, punctualitatea este foarte importantă, pe când în America Centrală și de Sud sînt frecvente întîrzierile, iar respectarea unei ore la care individul trebuie să fie prezent la o întînire nu cîntărește la fel de mult ca în prima instanță.⁵⁸ Schimbările au loc pe moment și intervin haotic în cursul zilei, în detrimentul unei structurări coerente a timpului. Timpul este, deci, perceput diferit de la o cultură la alta; în Argentina, Bolivia, Franța, Italia, întîrzierile de 15 minute sînt acceptate, în Orientul Mijlociu, America Latină, Africa, a-l lăsa pe celălalt să aștepte, uneori, chiar și o oră este considerat un lucru normal, în vreme ce în unele culturi punctualitatea este considerată o ofensă (China, Japonia, Singapore) sau, există și culturi în care punctualitatea este apreciată (Austria, Belgia, Canada, Turcia, Statele Unite).⁵⁹

⁵⁶ *Ibidem*.

⁵⁷ Daniela Mihalache, „Spațiul și timpul în comunicarea interculturală”. URL : <<http://www.cultura.mai.gov.ro>>.

⁵⁸ Edward T. Hall, *op. cit.*, p. 18.

⁵⁹ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 140.

c) Un alt punct asupra căruia Hall insistă este acela că, fenomenul cultural se poate *împărtăși*, fie că se realizează la nivel verbal sau nonverbal, prin semne. În ceea ce privește primul caz, se evidențiază ideea importanței limbii asupra modului în care percepem realitatea. Percepția este o caracteristică a culturii ca urmare a faptului că, o societate propune un anumit mod de interpretare a realității. Pentru a clarifica această teorie, trebuie stabilit faptul că diferențele comunicative care sînt întreținute de către cultură, se manifestă, fie la nivel lingvistic, fie la nivel discursiv.⁶⁰ Hall afirmă faptul că limba, deși este sistemul cel mai des folosit pentru a descrie cultura, este, prin natura ei, prost adaptată scopului dificil pe care îl are în vedere. Este, așadar „prea liniară, nu suficient de cuprinzătoare, prea lentă, prea limitată, prea constrînsă, nefirească, prea mult un produs al propriei sale evoluții, și prea artificială.”⁶¹ Același lucru este susținut și de Edward Sapir care afirmă că limba diferă foarte mult în vocabulare, astfel încît distincțiile sau precizările care pentru unii par inevitabile, pot fi complet ignorate în alte limbi, care reflectă cu totul un alt tip de cultură sau, într-o ordine inversată, acestea din urmă pot insista asupra unor delimitări care par de neînțeles în primul caz. Așadar, dincolo de acest nivel pur lingvistic, sensul cuvintelor ascunde mentalitatea unui grup, a unei comunități sau a unei societăți. În acest sens, autorul exemplifică dificultatea care există în anumite limbi atunci cînd se încearcă distincția dintre verbele *to kill* și *to murder*, pentru simplu motiv că subliniază filosofia juridică din cultura în care aceștia apar folosiți, diferențele dintre cele două cuvinte nefiind atît de clar conturate pentru ceilalți.⁶² Astfel, cuvintele nu numesc realități universale, ci realități construite cultural, iar vocabularul fiecărei limbi este marcat de elementele particulare ale unei culturi, așadar „vocabularul este un indice foarte sensibil al culturii oamenilor”.⁶³ Realitățile culturale la care fac referire cuvintele sînt determinate fie de spațiul geografic, fie de contextul istoric sau de practicile sociale.

Spre exemplu,

Dan Stoica, făcînd referire la termenii care numesc emoții, observă că, deși ei sînt corespondenți de la o limbă la alta, ceea ce se înțelege prin fiecare termen în fiecare cultură, diferă, uneori, diferențele fiind atît de dramatice, încît „ne permitem să credem că nu simțim cu

⁶⁰ *Ibidem*, p. 204.

⁶¹ Edward T. Hall, *op. cit.*, p. 57.

⁶² Edward Sapir, *Culture, Language and Personality: Selected Essays*, University of California Press, London, 1949, p. 27.

⁶³ *Ibidem*.

toții aceleași emoții”.⁶⁴ Se înțelege, așadar că emoțiile depind de mediul cultural, implicit de modul în care indivizii le percep, prin intermediul limbii. Cîteva exemple identificate de autor sînt termenii pe care limbile scandinave îi folosesc pentru a desemna cuvîntul zăpadă, aproximativ 60 de termeni pentru zăpadă, doar doi-trei în limbile europene și niciunul în culturile africane, fapt ce trădează cîte o viziune diferită asupra lumii și a modului în care indivizii ierarhizează lucrurile. Realitatea se percepe diferit în fiecare dintre cele trei cazuri, și evidențiază ceea ce este relevant în cultura respectivă. Prin mediul în care trăiesc, care are ca dominantă zăpada, eschimoșii au propus un număr mare de posibilități pentru a o defini, în raport cu noi, cultura română, care atunci cînd trebuie să găsim mai multe posibilități de a o numi, apelăm la formula *zăpada+determinant* și avem, astfel: zăpadă bătătorită, zăpadă groasă, zăpadă înghețată, zăpadă măturată, zăpadă topită etc. Se adaugă la acest caz și alte exemple, precum cel din limba rusă, care are mulți termeni pentru a denumi cuvîntul boală, limba inuită nu are un termen pentru a exprima libertate, în limba engleză și în limba română apar diferențe referitoare la modul în care sînt receptate unele cuvinte precum: *mutton, pork, beef*, deoarece ele fac referire la carnea de oaie, porc, respectiv de vacă, așadar nu numeresc animalul în sine.⁶⁵ Zonele de semnificații presupun interpretări diferite de la o cultură la alta. De exemplu, românii, vor înțelege altceva prin *curva pericolosa* din America de Sud, care înseamnă curbă periculoasă, nemții vor înțelege altceva prin cuvîntul *mist*, care, în limba lor înseamnă gunoi, iar, în Africa de Sud, tribul zulu are 39 de cuvinte pentru a desemna culoarea verde. Dacă limbile indo-europene cum sînt engleza, germana, rusa pot fi armonizate, oarecum prin traducere, limba japoneză, spre exemplu nu are echivalent în nicio altă limbă, este extrem de ambiguă, iar forma de traducere este greoaie și greu interpretabilă. Spre exemplu, verdele de la semafor, în limba japoneză poartă denumirea de lumină albastră, ca urmare a faptului că, aceștia nu fac distincția clară între verde și albastru.⁶⁶ Un exemplu care atestă faptul că diferențele lingvistice țin de cultura indivizilor este și un caz petrecut la ONU, în care un vorbitor de limba engleză a folosit termenul „presupun” în declarația sa, interpretul francez l-a tradus prin termenul *deduc*, iar în limba rusă a devenit *consider*. Se observă că în cele două traduceri s-a pierdut însăși esența termenului, aceea de presupunere.⁶⁷ Un caz aparte, în acest sens, se referă la cum este înțeles termenul *acasă* în limba franceză. Dan Stoica, plecînd de la originea termenului, de la latinescul *casa (ad casam)*, urmărește să sesizeze diferențele care apar, din punct de vedere emoțional, al relației omului cu

⁶⁴ Dan S. Stoica, *Emoțiile din românescul acasă*, în Dan S. Stoica (ed.), *Arta discursului public și discursul public al artei, Iași*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2016, p. 109.

⁶⁵ *Ibidem*.

⁶⁶ *Diferențe culturale: magia cuvintelor și a limbii vorbite*, URL:< <http://platinum-development.ro>>.

⁶⁷ *Ibidem*.

casa.⁶⁸ Astfel, se sesizează faptul că, în limba franceză, nu există un corespondent pentru termenul *acasă*, ci este adoptată rădăcina lingvistică *ad casm*, care se va utiliza în spațiul francez pentru a indica locul sau direcția, insistându-se asupra posesivității, a celui căruia îi aparține locul: *acasă la*, în locuința lui (*chez moi, chez toi*). Astfel, emoțiile din românescul *acasă* sînt înlocuite în limba franceză printr-o prepoziție *chez*, care, după cum afirmă Dan Stoica, nu surprinde nicio emoție, nu lasă să se întrevadă un sens sau o idee prin care să trimită la termenul *acasă*. El va analiza comparativ cei doi termeni, din punct de vedere al semnificațiilor pe care le posedă iar, dacă în limba franceză, prepoziția *chez* stă pe post de direcție, de indicație către un anume loc, în limba română, termenul *acasă*, ca și în primul caz, indică locul sau direcția, dar predomină ideea de afectivitate, este marcat de o doză de sentimentalism care transpare din faptul că, termenul, se află, de cele mai multe ori, în legătură cu nostalgia pentru „a te întoarce acasă”, sau cu imaginea arhetipală a casei părintești, sau este, inclusiv pus în legătură cu sentimentul celui înstrăinat care va asocia casa cu cu ideea de patrie, de națiune.

Continuînd analiza diferențelor dintre termenii care numesc emoții în diferite limbi, Dan Stoica, în demersul său, va insista asupra profunzimii acestei problematici, în ideea de a respinge ipoteza conform căreia termenii din culturi diferite pot fi considerați asemănători. Astfel, cele mai multe astfel de cazuri se regăsesc în contextul globalizării, pe internet, mai exact pe Facebook, care are ca aspect caracteristic butoanele de interactivitate, pe baza cărora funcționează sistemul de aprecieri, în funcție de *Like, Love, Haha, Wow, Sad, Angry*. Dificultatea de percepție s-a manifestat, în acest caz, tot în limba franceză, din perspectiva manierei în care francezii înțeleg cele două stări de *like* și *love*, ca urmare a faptului că francezii folosesc un singur verb, *aimer* pentru a se referi la ambele cuvinte. În ciuda acestui fapt, atât francezii, cât și românii au adoptat cuvîntul *like* în propria limbă, devenind *liker* în franceză și, *like*, la singular, respectiv *likuri*, la plural, în română.⁶⁹ În ambele cazuri, termenii descriu rezultatul a ceea ce se întîmplă după ce apeși butonul de pe Facebook. În sens general, o altă problemă a modului în care funcționează acest sistem de apreciere de pe platforma de socializare Facebook este faptul că impune niște termeni care numesc emoțiile resimțite de americani, însă de menționat este faptul că nu toată lumea simte la fel. Traducerile sînt un fapt ascuns al culturii, avînd rol major în reprezentările conforme cu realitatea specifică unei anumite culturi. Dan Sperber, atunci cînd a dorit să-și traducă cartea, apărută inițial în limba engleză, și să o ofere și

⁶⁸ Dan S. Stoica, *Emoțiile din românescul acasă*, în Dan S. Stoica (ed.), *Arta discursului public și discursul public al artei, Iași*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2016, p. 115.

⁶⁹ Dan S. Stoica, „Reading Ferdinand de Saussure. Again!” în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 2018.

francezilor, a întâmpinat dificultăți în modul de traducere a termenului *relevance* (*Relevance Theory*). Mai exact, în limba franceză nu există un cuvânt pentru termenul relevant, astfel încât, autorul a fost nevoit să-l înlocuiască cu cel de *pertinence*. Diferențele sînt, însă, mai mult decît grăitoare: dacă termenul relevant face referire la înțelegerea unui lucru în cel mai înalt grad, la cel mai înalt nivel, despre cît de adecvat este un lucru în contextul a ceea ce se aduce în discuție, pe de altă parte, restrîngerea la cuvîntul *pertinence*, îngustează mult aria de percepție ca urmare a faptului că, termenul din limba franceză, numește doar ceea ce este adecvat, potrivit într-un anumit context. Astfel, titlul lucrării din limba engleză, *Relevance Theory*, va deveni în limba franceză *La pertinence*, urmînd ca în limba română să fie tradus, după modelul lingvistic francez, *Teoria pertinencei*, deși, în acest caz, se găsesc în vocabularul român ambii termeni, atît cel de relevanță, cît și cel de pertinență. Alte cazuri care arată că unele cuvinte asemănătoare pot desemna realități diferite este și cel al termenului din limba engleză *purple* (vînat, vinețiu), care în limba română este purpuriu (roșu, de culoarea purpurei), sau a expresiei din limba română *om inteligent*, care poate însemna într-o cultură om care gîndește repede și are abilitatea de a se exprima bine sau om care vorbește numai după ce a cumpănit cu grijă și este sigur de competența sa în domeniu. Un exemplu mai grăitor, care evidențiază cît de importantă este cultura în perceperea lumii este cea a tribului *piraha* din Brazilia, care au doar trei cuvinte numeral (unu, doi, mulți), iar cercetătorii au demonstrat că oamenilor din acest trib le lipsește chiar și abilitatea de număra de la trei în sus, ca urmare a faptului că nu au nevoie să numere, avînd o viață de vînători nomazi.⁷⁰

1.2.2. Contactele dintre limbi

Atunci cînd se desfășoară o interacțiune directă între indivizi și grupuri aparținînd unor culturi diferite, fenomenul este denumit prin conceptul de *contact lingvistic* și presupune o serie de manifestări la nivelul modului în care se realizează „influența dintre limbi, raporturile sau relațiile între limbi, interacțiunea dintre limbi, întrepătrunderea limbilor, amestec al limbilor, încrucișarea limbilor, creolizarea, metisarea, hibridizarea”.⁷¹ Preocupările în lingvistică pentru contactele care se stabilesc între diverse limbi au început să capete amploare ca urmare a conștientizării faptului că limba reprezintă un instrument prin care se păstrează tradiția unei comunități, așadar deține anumite caracteristici în măsură să definească pe fiecare dintre ele.

⁷⁰ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, pp. 206-207.

⁷¹ Victor Moraru, *op. cit.*, p. 256.

Termenul de contact lingvistic continuă să circule în literatura de specialitate în paralel cu mulți alți termeni ce desemnează același fenomen. Contactul dintre limbi se realizează, în general, prin intermediul *bilingvismului* și presupune *interacțiunea* sau *interferarea* limbilor, cu mențiunea că prezența unor similarități între acestea nu este necesară. Modificările care apar la nivelul ambelor limbi aflate în contact, se pot concretiza și alt tip de abatere, *împrumutul lingvistic*. Așadar, atunci când două limbi sînt puse în interacțiune directă, consecințele care apar, fie vizează impunerea unei limbi, considerată mai puternică din punct de vedere cultural, politic, social sau economic, fie chiar dispariția uneia ca urmare a presiunii exercitate de o alta.⁷² Un exemplu concludent în acest sens îl constituie limba engleză care, în procesul globalizării, s-a impus asupra altor limbi.

La contactul cu o nouă cultură, individul trăiește experiențe emoționale noi, provenite din eforturile lui de adaptare la noul mediu. Se aduc în discuție, astfel, două forme prin care se realizează această interacțiune și prin care se definește impactul acesteia asupra individului: *ciocnirea culturală* și *șocul cultural*.⁷³ Astfel, stările de incertitudine și de anxietate pe care un individ le resimte sînt provocate, fie de un contact de scurtă durată, în care se manifestă ciocnirea culturală dintre cultura proprie a unui individ și un nou mediu cultural, fie apar în urma contactelor îndelungate cu alte culturi care generează un șoc cultural. Dacă în primă fază, apare ciocnirea culturală, descrisă drept un fenomen care nu produce indivizilor reacții vizibile, de cealaltă parte, șocul cultural provoacă stări contradictorii puternice, care apar sub forma anxietății. Individul va resimți o incapacitate temporară de acomodare, deoarece în timp, el poate dezvolta capacități de integrare în noul mediu social, ceea ce poate avea loc într-o perioadă mai scurtă de timp, în funcție de similitățile pe care individul le regăsește în noua cultură în raport cu formarea sa culturală.

1.2.3. Nonverbal și paraverbal

Plecînd de la definiția comunicării, prin care se înțelege „orice transmitere a informațiilor, ideilor și emoțiilor de la o entitate socială (persoană, grup uman, colectivitate) la alta prin intermediul mesajelor⁷⁴, se evidențiază faptul că procesul comunicării este unul complex în care se întrepătrund elemente verbale, nonverbale și paraverbale. Așa cum cele verbale diferă de la o cultură la alta, și cele nonverbale și paraverbale se află în strînsă legătură cu spațiul cultural.

⁷² Mihaela Buzatu, „Teoria contactelor dintre limbi; cu privire specială asupra contactelor între română și engleză”, în *Philologica Jassyensi*, An III, Nr.2, 2007, p. 160.

⁷³ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.273.

⁷⁴ Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicare nonverbală în spațiul public*, București, Editura Comunicare.ro, 2005, p. 13.

Astfel, comunicarea nonverbală poate fi modelată, asemenea celei verbale, prin faptul că dispune, după cum afirmă Septimiu Chelcea, de emițător, receptor, mesaj, canal de comunicare, efect, feedback și context. Important este, însă, în acest caz mesajul, care „are o semnificație ce este codificată – tradusă dintr-un cod, dintr-un sistem de semne, adecvat canalului de comunicare și receptorului”⁷⁵. Astfel decodificarea comunicării nonverbale trebuie să aibă în vedere contextul cultural. În acest caz, Septimiu Chelcea stabilește o delimitare între culturile înalt contextuale precum China, Coreea, Japonia, în care se acordă o atenție deosebită contextului în stabilirea sensului unei comunicări, și, culturi slab contextuale, așa cum sînt și culturile nord-americe, din Austria și din Europa de Nord.⁷⁶ Atunci cînd vorbim despre elementele paraverbale ne referim la intonație, debit verbal, tonul vocii, pauzele, ezitățile din voce, și mimica, ca părți care însoțesc textul verbal, fiind constrînse cultural. Dan Stoica afirmă că ele se află în legătură cu verbalul și au un rol foarte important în ceea ce privește sensul celor afirmate. Astfel, în India și în Pakistan, de exemplu, atunci cînd se cere o bere, se folosește un ton descendent, în timp ce în culturile occidentale, aceeași comandă se face pe un ton ascendent.⁷⁷ În limba japoneză, înălțimea tonului variază în funcție de interlocutor (bărbat sau femeie) și de statutul său social. Posibilele neînțelegeri sau dezbateri asupra aceluiași lucru sînt înțelese, în cultura americană, ca o formă de interes din partea interlocutorilor, pe cînd în cultura germană sau în culturile nordice, ele trec ca fiind de prost gust. Pauzele în vorbire sînt percepute ca un semn al unei firi meditative a interlocutorului, în culturile orientale, în timp ce în Japonia prelungirea pauzei poate oferi cuvîntului un sens contrar.⁷⁸

De cealaltă parte, funcționează nonverbalul. Individul transmite mesaje celor din jur nu doar prin cuvinte, ci și prin modul de înfățișare, prin privire, gesturi, acțiuni etc. Plecînd de la ideea că limba și gestul au fost mult timp considerate diferite, dar, în același timp o relație între ele a fost mereu recunoscută, Adam Kendon în lucrarea *Language and Gesture: Unity or Duality?* cercetează relația care se stabilește între cele două dimensiuni. Dacă insistăm asupra faptului că trăsătura fundamentală a limbajului este aceea de a fi vorbit, atunci gestul este imposibil să fie privit ca o parte a limbajului. Cu toate acestea, William Dwight Whitney afirmă că limbajul reprezintă „mijloacele de exprimare ale gîndirii umane”⁷⁹ (*the means of expression of human thought*) și este compus, așa cum afirmă acesta, din instrumentele prin care oamenii, în mod

⁷⁵ *Ibidem*, p. 14.

⁷⁶ *Ibidem*.

⁷⁷ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 273.

⁷⁸ *Ibidem*, p. 250.

⁷⁹ William Dwight Whitney, *The life and Growth of Language: An Outline of Linguistic Science*, New York, Appleton, 1889, apud. Adam Kendon, *Language and Gesture: Unity or Duality?*, in David McNeil (ed.), *Language and gesture*, Chicago Cambridge University Press, 2000, p. 47.

conștient, cu intenția de a-și reprezenta gândurile, folosesc gestul ca o parte a limbajului. La rândul lor, Paul Ekman și W. V. Friesen⁸⁰ stabilesc cinci categorii de gesturi.

Manifestările afective care fac referire la gesturi mimice sau corporale care însoțesc o trăire precum: tristețea, dezgustul, amenințarea, neliniștea, groaza etc. Spre exemplu, a surîde sau a rîde nu are aceeași semnificație în toate culturile. Dacă în majoritatea cazurilor este perceput ca exprimînd satisfacția, mulțumirea, bucuria, în cultura japonează este un semn de confuzie, de stînjeneală. *Reglatorii*, adică acele mișcări care reglementează schimbul verbal între interlocutori, cum ar fi apropierea de partener, contactul vizual reciproc, postura etc. Contactul vizual cu interlocutorul se stabilește diferit: în Statele Unite este de așteptat ca interlocutorii să-și susțină privirile, în culturile asiatice interlocutorii privesc în jos, deoarece a-ți fixa privirea prea mult asupra celuilalt este o insultă, în Africa evitarea privirii celuilalt este un semn de respect, iar în culturile arabe, interlocutorii se privesc atent și prelungit.⁸¹ Un alt caz este și cel al posturii pe care o adoptăm atunci cînd salutăm. Spre exemplu, în Japonia salutul presupune înclinarea în fața celuilalt, în timp ce în India se salută cu palmele lipite și cu capul înclinat, în sudul Italiei este de așteptat sărutul pe obraz, și strîngerea mîinii, în timp ce în alte culturi, se practică un gest făcut cu mîna dreaptă ridicată la nivelul umerilor. *Ilustratorii*, adică mișcările care vin în completarea exprimării verbale, avînd rolul de a facilita înțelegerea mesajului. *Adaptorii*, cei care fac referire la activitățile prin care fie se realizează manipularea de obiecte (pix, foi, haină), fie manipularea automată (răsucirea șuviței de păr, mișcarea ritmică a piciorului). *Emblemele* vor avea un loc aparte în această categorizare, ca urmare a faptului că reprezintă convenții sociale care se manifestă sub formă de semne, și deși au un echivalent ligvistic, ele pot să substituie în totalitate cuvîntul. Ele sînt determinate cultural și au un sens precis în cadrul unei anumite societăți sau al unui grup. Emblemele pot repeta, substitui, sau contrazice comportamentul verbal.⁸²

Spre exemplu,

Un exemplu este semnul OK realizat prin formarea unui cerc cu ajutorul arătătorului și a degetului mare, care se unesc în vîrfurile lor, în timp ce restul degetelor se întind spre exterior. În

⁸⁰ Paul Ekman și W. V. Friesen, *The Repertoire of Nonverbal behavior. Categories, origins, usage and coding*, Semiotica, 1, p. 124-129, apud. Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicare nonverbală: gesturile și postura*, Editura Comunicare.ro, 2005, p. 36.

⁸¹ Andra Șerbănescu, *op.cit.*, p. 250.

⁸² David McNeil, *Introduction*, in David McNeil (ed.), *Language and gesture*, Chicago, Cambridge University Press, Chicago, 2000, p. 12.

cultura europeană și cea americană se folosește pentru a arăta aprobarea. În sudul Italiei, același gest al mâinii, doar că cele trei degete întinse spre exterior sînt lipite, înseamnă: „*tu sei un nullo e io ti voglio ammazzare*” (ești un nimic și vreau să teucid). În Franța, același gest semnifică zero sau nimic, în Japonia poate însemna bani, în Brazilia este un semn obscen, în America de Sud înseamnă homosexual, iar pentru ocultişti, semnul are o semnificație ascunsă, prin faptul că cercul format cu degetele indică zeitatea soarelui, iar cel mai mediatizat caz în acest sens are loc în industria muzicală, unde muzicieni precum Rihanna, Beyonce, Eminem și mulți alții sînt acuzați că practică un pact cu forțele întunericului și semnul este un simbol în acest sens.

1.3. Modelul lui Geert Hofstede

O influență importantă în ceea ce privește studiile actuale care vizează domeniul comunicării interculturale, o are teoria variației culturale propusă de Geert Hofstede. Acesta a inițiat o cercetare care a avut loc între anii 1967-1973, în 72 de țări, pe baza unui chestionar care urmărea să clarifice diferențele care apar la nivelul diverselor tipuri de culturi.⁸³ Rezultatele obținute de Hofstede arată că, în funcție de mediul în care oamenii s-au dezvoltat sau din care fac parte în prezent, ei vor avea un comportament cultural diferit în raport cu cei din alte medii sociale. Toate aceste diferențe pot fi explicate ținîndu-se cont de cele patru niveluri de profunzime cărora li se mai adaugă încă două mai târziu: individualism - colectivism; distanța față de putere; feminitate - masculinitate; tendința de evitare a incertitudinii; orientarea pe termen lung și libertatea de a-ți permite ceea ce dorești.⁸⁴

La o privire mai atentă, modelul lui Hofstede, subliniază anumite diferențe culturale care se bazează pe modul în care sînt înțelese și receptate două concepte: *desirable*, făcînd referire la modul în care oamenii și-ar dori ca lumea să fie, și *desired*, termen care desemnează preferințele oamenilor pentru ei înșiși, cu mențiunea că „nu corespunde, în mod necesar cu modul în care oamenii se comportă cu adevărat atunci cînd trebuie să aleagă”.⁸⁵ Din această perspectivă, se impune ideea că publicitatea tinde să apeleze mai degrabă la conceptul de *desired*, atunci cînd urmărește să stabilească diferențele culturale care se reflectă în atitudinile consumatorilor. Din

⁸³ Sorina Dana Veiss, Ioan Abrudan, „Experimental Studies Based on the Model of Hofstede”, în *Acta Tehnica Napocensis – Applied Mathematics, Mechanics and Engineering*, Vol. 55, Issue, 2012.

⁸⁴ Geert Hofstede, *The 6-D Model of International Culture*. URL: <www.geerthofstede.com>.

⁸⁵ Geert Hofstede; Gert Jan Hofstede, *Cultures and Organizations. Software of the Mind* (2nd edn), New York, McGraw-Hill, 2005, apud. Marieke de Mooij, Geert Hofstede, „The Hofstede Model. Applications to Global Branding and Advertising Strategy and Research”, în *International Journal of Advertising*, 2010, p. 87.

acest punct de vedere, reiese faptul că modelul cultural al lui Hofstede oferă anumite puncte de referință cu privire la manifestările culturii, care se aplică și în publicitate, atunci când se interpretează comportamentul consumatorilor. Deși cercetările au fost inițiate către începutul anilor 1970, mai multe replici ale studiului lui Hofstede au demonstrat faptul că dimensiunile pe baza cărora sînt clasificate culturile sînt încă valabile. Astfel, în a doua ediție a cărții *Consecințele culturii* lansată în anul 2001, Hofstede adaugă la modelul anterior alte 200 de studii comparative care i-au susținut ideile.⁸⁶

1.3.1. Individualism – colectivism:

Accentul cade pe individualism, care apare descris ca reprezentînd ponderea în raport cu care se manifestă interesele individuale, comparativ cu cele de grup. Impunător în acest caz este pronumele personal *eu*, care vizează identitatea și dezvoltarea personală. Se înțelege că individualismul vizează societățile „în care legăturile dintre indivizi sînt haotice”⁸⁷, indivizii căutînd să fie independenți și nu să devină dependenți de alții, ca membri ai unui grup mai larg. În societățile individualiste, membrii se angajează în relații superficiale, care nu rezistă în timp, cu mențiunea că atunci când se constituie legăturile între indivizi, se are în vedere, în permanență, avantajul reciproc. Ca urmare a acestui fapt, se încurajează un mod de viață solitar, în care familiile sînt, de cele mai multe ori, monoparentale, insistîndu-se asupra ideii de intimitate și de spațiu personal.

Opusul său, colectivismul, apare în societățile în care indivizii agreează ideea de apartenență la grup, și se pune accent pe relațiile pe care le dezvoltă membrii unei societăți, apreciind drept fundamentală, loialitatea. Hofstede menționa că termenul de colectivism, nu se traduce doar prin sensul de apropiere, ci face referire la scopurile grupului și la sinceritatea dintre membrii grupului, care primează în raport cu atingerea intereselor personale.⁸⁸ În cadrul acestor tipuri de culturi, relațiile sociale care se creează sînt profunde și, spre deosebire de primul caz, ele sînt de lungă durată, așadar presupun o organizare internă mai eficientă, în care valorile promovate fac referire la moralitate și la viața din cadrul comunității. Spre exemplu, în timp ce în culturile individualiste comunicarea se bazează mai mult sau mai puțin pe informație, în cele colectiviste, comunicarea variază în funcție de roluri și de relații sau, în funcție de apartenența și ocuparea

⁸⁶ *Ibidem*, p. 88.

⁸⁷ Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gîndirii*, București, 1996, Editura Economică, p. 69.

⁸⁸ *Ibidem*.

unei poziții sociale specifice.⁸⁹ Astfel, în cultura japoneză, publicitatea se concentrează pe transmiterea de sentimente pozitive în detrimentul informației, motiv pentru care mesajul publicitar va transmite mai întâi marca, urmînd ca produsul propriu-zis să fie prezentat mai tîrziu, decît cum se întîmplă într-o reclamă tipic americană.⁹⁰ Se impune în acest sens, stabilirea faptului că informația adusă trebuie să fie relevantă și în măsură să determine un cumpărător să facă o alegere între mai multe alternative publicitare. La aceasta se adaugă faptul că informația care este relevantă pentru membrii dintr-o cultură poate să nu stîrnească același interes pentru cei din altă cultură.

Pentru a înțelege cum se reflectă aceste două dimensiuni în cultura română, Ioan Mihuț și Dan Lungescu susțin că încadrarea românilor, fie ca individualiști, fie drept colectivști rezultă în special în urma analizei răspunsurilor pe care românii le-au oferit în situațiile în care ar vedea un coleg copiind, care vizează interdependența dintre copii și părinți, modul de raportare la subalterni în funcție de sex, de vîrstă, de religie etc sau modul în care se manageriază relații intrapersonale în practica organizațională românească.⁹¹ Astfel, populația României a indicat, în proporție de 70%, faptul că respectă profilul unei societăți colectiviste. Societatea românească se încadrează așadar, în trendul celor mai multe state europene, doar un număr restrîns de țări avînd valori ridicate de individualism precum Statele Unite (91).⁹² Referitor la această caracteristică a românilor, psihologul Daniel David afirmă că neajunsurile intervin din perspectiva faptului că, „într-o societate majoritar colectivistă se găsește cu greu cel dispus să facă primul pas, care mai apoi, să fie urmat și de ceilalți”.⁹³ El afirmă că din politica românească nu răsar prea multe intenții de a ieși în evidență, de a veni în spațiul public cu un punct de vedere diferit, ci toate aceste încercări se concluzionează într-o unitate care cel mai adesea insistă asupra naționalismului.

Spre exemplu,

Cele mai la îndemînă reprezentări ale colectivismului se regăsesc în proteste, în care se urmăresc interesele indivizilor, definiți în termeni de „noi”. Acesta este și cazul meetingului

⁸⁹ T.M Singelis. & W.J. Brown, *Culture, self, and collectivist communication*, Human Communication Research, 1995, pp. 354–389, apud. Marieke de Mooij, Geert Hofstede, *op. cit.*, p. 97.

⁹⁰ *Ibidem*.

⁹¹ Ioan Mihuț și Dan Lungescu, *Dimensiunile culturale în managementul românesc*. URL: <<http://www.managementmarketing.ro>>.

⁹² Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 145.

⁹³ DIGI 24, *Psihologul Daniel David: Poporul român este unul „colectivist”*. URL: <<https://www.digi24.ro>>.

pro-democrație organizat de Liviu Dragnea în București și, care a vizat așa-zisele abuzurile făcute în sistemul judiciar. Astfel, el susține că promovează principiile naționaliste și interesele țării, fapt ce a adunat la meetingul PSD sute de persoane, pe plancardele cărora se regăsește obsesiv ideea că, în România, corupția înseamnă venituri mici pentru ei. Pentru a accentua toată atmosfera naționalistă, protestul a fost acordat în note patriotice care au răsunat în boxe, în așteptarea lui Liviu Dragnea, care să-și susțină discursul. Pentru a întregi tabloul menit să susțină, în manieră colectivistă, injustițiile, Gabriela Firea, prima care le vorbește oamenilor, decide să recite din Eminescu, cel care, de altfel a fost un împătimit susținător al conservării naționale. Discursul lui Dragnea este reprezentativ pentru a ilustra apelul la caracteristica colectivistă a românilor, venind în întâmpinarea preconcepțiilor oamenilor adunați la meeting, întrucât și-a reprezentat eficient publicul căruia i se adresează și știe la ce metode să apeleze pentru a-i convinge să acționeze în direcția urmărită de el: „Am speranța că dacă vom fi uniți, nu vom fi înfrinți niciodată. Niciodată nicio tiranie nu a câștigat lupta cu propriul popor. Este inevitabil.”⁹⁴

1.3.2. Distanța față de putere

Această dimensiune face referire la modul în care o societate tratează problema inegalităților dintre oameni. Denumirea provine din studiul realizat de psihologul olandez Mauk Mulder⁹⁵ care a întreprins o cercetare care se referă la distanța emoțională și la modul în care ea acționează, fie ca un factor de legătură, fie ca un separator între relațiile care se stabilesc între angajați și șefii lor. În aceeași ordine de idei, se propune o delimitare între societățile în care distanța față de putere este mai mică, respectiv mai mare. Explicațiile care apar sînt lămuritoare în înțelegerea manierei în care membrii unei organizații sau ai unei instituții își percep poziția în raport cu modul în care este distribuită puterea. În culturile în care distanța față de putere este mică, este promovată egalitatea și oportunitatea pentru fiecare individ, care poate accede în poziții de putere prin merite personale. Tot în acest caz, angajații și își pot exprima punctul de vedere, chiar pot contesta hotărârile șefilor, iar, de cealaltă parte, angajatorii vor îndeplini un rol important în reducerea inegalității sociale, prin încurajarea raporturilor de egalitate dintre membrii organizației.

⁹⁴ Daniel Ștefan, *Mitingul PSD s-a încheiat. Momentele halucinante care ne arată cum merge propaganda*. URL: <www.playtech.ro>.

⁹⁵ Mauk Mulder, *The Daily Power game*, Leiden Netherlands, Martinus Nijhoff, 1977, apud. Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gîndirii*, București, 1996, Editura Economică, p. 40.

Pe de altă parte, referitor la culturile în care distanța față de putere este mare, fiecare individ acceptă folosirea autorității drept un lucru natural. Așadar, în acest tip de societăți, predomină ideea ierarhiei sociale prestabilite, în care implicarea angajaților în decizii este minimă, fiind puțin probabile cazurile în care aceștia sînt de acord sau își infirmă, în mod direct, șefii. Raportul de putere se stabilește prin intermediul cîtorva coordonate care reflectă „descendență familială, vîrstă, afiliere la anumite grupuri sociale, relații, educație”.⁹⁶ În acest caz, fiecare individ are o poziție socială prestabilită și clar definită, astfel încît, ceilalți să-și poată arăta respectul cuvenit, iar, rolul brandurilor globale este de a accentua acest lucru, prin folosirea anumitor articole de lux care devin necesare pentru satisfacerea nevoilor de status.⁹⁷ România are aici un scor foarte ridicat (90%) care indică acceptarea unei ordini ierarhice, în care toată lumea are locul său, ce nu necesită vreo justificare ulterioară. Ierarhia într-o organizație este privită ca reflectând niște inegalitățile, subordonații așteaptă să li se spună ce să facă și șeful este un model de autoritate. Țări cu scorul cel mai mare sînt Malaezia, Guatemala, Panama, Filipine, Mexic. Țările cu scorul cel mai mic sînt Austria, Israel, Danemarca, Noua Zeelandă, Irlanda.⁹⁸ Astfel, România semnaleză o nevoie de a avea lideri autoritari, care să stabilească regulile după care să funcționeze societatea.

Spre exemplu,

Cele mai des discutate cazuri în acest sens, sînt cele de nepotism, prin care se oferă avantaje care nu sînt bazate pe eforturile personale, ci funcționează pe baza legăturilor de rudenie. Așa se întîmplă și în anul 2009, atunci cînd Elena Băsescu, fiica președintelui României la acea vreme, Traian Băsescu, a fost aleasă ca membru al Parlamentului European, deși nu avea nicio experiență profesională sau politică în acest sens. În ciuda faptului că a candidat independent, campania electorală a fost susținută financiar de către PDL, partid în care activa Traian Băsescu, iar voturile urmau să fie cumpărate sau stabilite în prealabil, astfel încît, Elena Băsescu să aibă o listă de votanți care să-i asigure succesul în campania sa.

Pentru a înțelege cum se manifestă autoritatea în cultura română, este de menționat concepția lui J. M. Bochenski care definea autoritatea drept „o relație cu trei termeni care se instituie între

⁹⁶ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.148.

⁹⁷ Geert Hofstede; Gert Jan Hofstede, *Cultures and Organizations. Software of the Mind* (2nd edn), New York, McGraw-Hill, 2005, apund. Marieke de Mooij, Geert Hofstede, *op. cit.*, p. 89.

⁹⁸ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.149.

un purtător, un subiect și un domeniu”.⁹⁹ Astfel, în orice caz, va exista o persoană care va exercita autoritatea asupra unui subiect. Ne referim la autoritate, deoarece aceasta presupune existența unei ierarhii, așadar se vor realiza raporturi inegale de putere în funcție de instanța care exercită autoritatea în domeniul respectiv. Așadar autoritatea este principiul pe baza căruia se construiesc raporturile de ascendență, inclusiv cele de dominație, dacă este să luăm în considerare faptul că autoritatea reprezintă sistemul în care atât cel care o exercită, cât și cel care o acceptă, se află într-un raport asupra căruia au convenit ambii. Aceasta există independent de putere, și există independent de apelul la forță (strategie tipică regimurilor autoritariste) sau de apelul la argumente retorice.¹⁰⁰

Explicațiile pentru care România ar reprezenta un model al distanței mari față de putere este și trecutul istoric, mai ales autoritatea exercitată de către Biserică sau concepția romană asupra autorității, care trimite cu gândul la respectul acordat strămoșilor. În ceea ce privește textul biblic, scopul acestuia este să întărească condiția de disciplinat a românului. Se sugerează ideea că Dumnezeu este singura autoritate care nu poate fi contestată, singurul care are drept asupra Universului, dar și asupra omului. Dumnezeu este singurul care poate beneficia de o cunoștere universală, iar încercarea de abatere de la cuvântul Domnului poate aduce pedepse imediate, așa cum s-a întâmplat în cazul lui Adam și al Evei, care au cules fructul oprit și au fost izgoniți din Rai și condamnați la o existență finită. Astfel, nimic nu trece de Dumnezeu, iar respectarea Sfințelor porunci și credința în Iad, locul unde toate pedepsele vor fi condamnate, se relevă în existența românilor care trăiesc cu frica de Dumnezeu. Această dogmă religioasă strictă va mări gradul în care românul se poziționează în raport cu puterea.

1.3.3. Femeinitate – masculinitate

În această opoziție nu se insistă asupra indivizilor, ci este vorba despre valorilor dominante dintr-o societate, din punct de vedere al indicilor de masculinitate, respectiv de femeinitate, și a relației dintre ele în raport cu diverse roluri sociale. Astfel, societățile de tip masculin tind să pună accent pe valori cum ar fi realizarea personală, eroismul, asertivitatea și recompensele materiale, relevantă fiind, în general, competitivitatea exercitată în cadrul unei comunități. De cealaltă parte, femeinitatea este specifică societăților care tind să aibă o preferință pentru cooperare, modestie și preocupare pentru calitatea vieții. În acest caz, societatea în ansamblu este

⁹⁹ J. M. Bochenski, *Ce este autoritatea? Introducere în logica autorității*, București, Humanitas, 1992, apud. Petru Bejan, *Hermeneutica prejudecăților*, Editura Fundației AXIS, Iași, 2004, pp. 181-182.

¹⁰⁰ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 154.

mai orientată spre consens.¹⁰¹ Se înțelege, așadar că în culturile masculine se pleacă de la preconcepția că bărbații trebuie să fie puternici, să muncească și să fie competitivi pentru a obține succesul. Un grad înalt de masculinitate indică faptul că o societate este marcată de diferențe de gen¹⁰² vizibile; bărbatul are o poziție dominantă în structurile sociale și de putere, în raport cu femeile. Un grad redus de masculinitate nu prezintă niște diferențe atât de puternic imprimate la nivelul societății, femeile și bărbații fiind tratați în același mod, în toate aspectele sociale. În culturile feminine este mai importantă calitatea vieții decât nevoia de a câștiga și de a avea succes.¹⁰³

În această dimensiune, România se înscrie pe o masculinitate moderată cu tendință de evoluție spre un grad mediu. Media opțiunilor eșantionului în favoarea societății cu caracteristici pro-masculine este în jurul a 47%.¹⁰⁴ Astfel, România face parte din familia țărilor în care rolurile celor două sexe nu sînt predefinite și, în care bărbații pot prelua cu ușurință responsabilitățile domestice. Primele inversări de roluri în societate au avut loc în Evul Mediu. Astfel, de la începutul secolului al XII-lea, femeia ajunge suverană, poziție pe care bărbatul o susține. Se impune ca motive în această perioadă, cultul „femeii unice, inițierea în misterul dragostei, salvarea prin femeie”.¹⁰⁵ Astăzi, liberalizarea legăturilor dintre bărbat și femeie au dus la destructurarea legăturilor tradiționale. Femeile își vor revendica poziții mai înalte în viața profesională și în instituții, ierarhizîndu-și diferit prioritățile: puterea și o situație financiară bună vor cîntări, uneori mai mult în comparație cu vechile preocupări ale femeii: familia, soțul, copilul. Să nu uităm totuși că societatea românească se află la limita dintre cele două coordonate. Așadar dacă pe de o parte, femeile încep să exercite tot mai multă influență în spațiul public și să se afirme în poziții la fel de înalte precum bărbații, în anumite locuri ale culturii continuă să existe manifestări tradiționale, în care bărbatul este considerat *capul* familiei. Această concepție există încă din Evul Mediu, iar, în Grecia Antică, Aristotel definește cei trei mari stâlpi de care depinde sfera domestică și a căror autoritate nu poate fi pusă la îndoială ca fiind: stăpînul, soțul și tatăl. Astfel, asupra femeii se exercită dominația bărbatului. În ceea ce privește ierarhia creștină, ea respectă de asemenea modelul celei familiale. Astfel, bărbatul este capul, stăpînul, domnul, monarhul în societatea românească. Superioritatea lui este atestată de textul biblic și, este susținută de faptul că Dumnezeu a creat, mai întîi pe Adam, iar din coasta acestuia a făcut

¹⁰¹ Hofstede Insight, *The 6 Dimension of National Culture*. URL: <www.hofstde-insights.com>.

¹⁰² Este necesară, în acest caz, distincția dintre gen și sex. Astfel, sexul face referire la caracteristicile biologice și fiziologice, în timp ce genul se referă la construcția socială a masculinității și feminității.

¹⁰³ Geert Hofstede, *The 6-D Model of International Culture*. URL: < www.geerthofstede.com >.

¹⁰⁴ Ioan Mihaș și Dan Lungescu, *Dimensiunile culturale în managementul românesc*. URL: <http://www.managementmarketing.ro >.

¹⁰⁵ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 164.

pe Eva, care trebuia să fie supusă bărbatului. Se evocă așadar, „întâietatea forței, vârstei, competenței sociale, faptul de a fi purtător al numelui și continuator al tradiției.”¹⁰⁶ Dacă am încerca să explicăm de ce este așa, am găsit o explicație logică prin principiul identității: „a nu este identic cu non-a”. La aceasta se adaugă și clișeu clasic „Bărbații sînt de pe Marte, iar femeile de pe Venus”. Astfel, pe lîngă faptul că propun niște delimitări lipsite de fundament, aceste clișee obligă la o conformarea a individului, prin repetarea obsesivă sau prin implementarea în gîndire, de la vârste fragede.

Spre exemplu,

Acest tip de stereotipuri s-a răspîndit pretutindeni, dar, cu toate acestea, există și mișcări de constrîngeri ale acestor practici la nivel social. Așa se întîmplă și în cazul campaniei *Always #LikeAGirl – Unstoppable*. Reclama se construiește asemenea unui test de întrebări care este adresat atît fetelor, cît și femeilor și surprinde problematica adusă în discuție, din perspectiva faptului că urmărește să expună constrîngerile resimțite de persoanele de sex feminin în spațiul public. Scopul principal al campaniei a fost să identifice principalele stereotipuri cu care se confruntă femeile în societate, fie că este vorba de locul de muncă, de preconcepțiile tradiționale legate de rolul femeii în cadrul familiei și al societății sau de relațiile pe care le dezvoltă cu persoanele de gen masculin și modul în care sînt percepute. Principalul stereotip care domină a preluat însuși titlul campaniei *#LikeAGirl* (Ca o fată), scopul principal fiind de insufla acestei fraze un nou sens, acela că inspiră încredere, putere și nu se subclasează nicidecum persoanelor de sex masculin. Așadar s-a încercat o abatere de la conotația sa inițială, care era mai degrabă incriminatorie și defăimătoare la adresa femeilor.

Răspunsurile sînt relevante din perspectiva faptului că aduc în atenție stereotipurile de gen care funcționează în societate. În funcție de raportul între sexe, Ervin Goffman realizează în ceea ce privește domeniul publicitar, un studiu în care include 500 de reclame, în urma căruia stabilește trei categorii: reclame tradiționale, reclame inversate din punct de vedere al sexului și reclame neutre.¹⁰⁷ Astfel, dacă reclamele tradiționale trimit la stereotipuri specifice unei societăți, cele inversate propun o nouă perspectivă. Reclamele neutre nu respectă așteptările unui stereotip cultural, cu toate acestea nu urmăresc să intre în contradicție cu acesta sau cu așteptările consumatorilor. Avînd în minte aceste categorii, am putea încadra reclama propusă spre analiză

¹⁰⁶ *Ibidem*, p. 159.

¹⁰⁷ Ervin Goffman, *Gender Advertisements*, Harper and Row, Macmillian, New York, London, p. 173 apud. Mădălina Moraru, *Mit și publicitate*, București, Nemira, 2009, p. 136.

în cea de-a doua categorie, care propune o nouă abordare a stereotipului. Astfel, spotul publicitar se concentrează în jurul răspunsurilor pe care fetele sau femeile le acordă și care se dovedesc revelatoare în ceea ce privește preconcepțiile din societate referitoare la persoanele de sex feminin: de la fetița care spune că „mereu sînt băieții cei care salvează fetele în povești”, la femeile care vorbesc despre cît de mult s-au schimbat atunci cînd au ajuns la pubertate. Acestea sînt rugate să scrie pe o cutie de carton închisă, simbol al limitelor care sînt impuse femeilor, tot ceea ce cred că definește femeile în societatea contemporană, desigur, în concepția proprie a fiecăruia, în funcție de experiențele pe care le-au avut, de mediul în care au trăit sau trăiesc, în funcție de educație, în relațiile de interacțiune pe care le-au dezvoltat. Astfel, stereotipurile care se extrag în urma acestui experiment și care vin să trădeze faptul că încă mai trăim într-o lume misogină sînt: „Fetele ar trebuie să fie perfecte”, „Nu sînt puternice”, „Nu pot fi curajoase”, „Fetele nu pot juca basketball”, sau sînt „urîte”, „nu sînt vrednice”, „prea încete”, „prea emoționale”, „gălăgioase”, „incompetente” și lista continuă. Interviuurile sînt intercalate cu statistici dintr-un studiu *Always*, cum ar fi faptul că 72% dintre fete consideră că societatea le limitează. Spotul publicitar introduce, de asemenea un nou hastag *#Unstoppable*, prin care, fetele sînt încurajate să-și împărtășească poveștile sau să vorbească despre cum le afectează societatea dezvoltarea și care sînt limitele de care s-au lovit, sau refuzurile pe care le-au întîmpinat ca urmare a faptului că sînt femei. Reclama *Always #LikeAGirl Unstoppable* a fost lansată în timpul summit-ului de încredere *Always #LikeAGirl (Always #LikeAGirl Confidence Summit)* care a avut loc în New York, în 7 iulie 2015.¹⁰⁸ La întîlnire au participat mai multe femei, care sînt figuri reprezentative în spațiul public și care au dorit să transmită mesajul că femeile au puterea de a face mai mult decît ceea ce le impunea societatea, ele servind, în acest sens, prin puterea propriului exemplu. Acesta este și cazul lui Maissie Williams, actrița care o interpretează personajul Arya Stark în serialul *Games of Thrones* și, care este un neobosit susținător al drepturilor femeilor. Aceasta afirmă că „este important ca femeile tinere să se simtă susținute și motivate să-și urmeze pasiunile”.¹⁰⁹ Spre exemplu, studiul realizat de *Always* a arătat că doar 19% dintre femeile cu vârste cuprinse între 16 și 24 de ani apreciau sintagma „ca o fată” ca avînd conotații pozitive, urmînd ca după ce, aceluiași persoane le-a fost arătat spotul publicitar realizat de cei de la *Always*, percepția acestora să se schimbe într-o proporție mare, mai exact 76% au afirmat că nu mai consideră fraza ca fiind defăimătoare la adresa femeilor. În ceea ce privește persoanele de gen masculin și aceștia au participat la studiu, urmînd ca după ce au fost

¹⁰⁸ Rheana Murray, *Maissie Williams on self-confidence and what it means to be #LikeAGirl*. URL: <www.today.com>.

¹⁰⁹ *Ibidem*.

expuși spotului publicitar să reiese că 2 din 3 bărbați se vor gândi de două ori înainte de a acorda sintagmei o conotație negativă.¹¹⁰

Petru Bejan, înțelegînd că lumea se construiește pe baza unui discurs contradictoriu, va insista cu precădere asupra celui dintre femei și bărbați, construit pe prejudeciile de gen, masculine și feminine.¹¹¹ Trăim, așadar într-o societate în care femeile își discută drepturile pe de o parte, iar pe de altă parte predomină discursul bărbătesc impregnat de prejudecățile misogine. Astfel, se identifică o tendință tot mai vizibilă, în care se încearcă o deconstrucție a superiorității masculine, care i-ar reveni bărbatului în mod fraudulos, prin cauzarea unor acțiuni represive la adresa femeilor.¹¹² Masculinitatea excesivă care a marcat societatea tradițională, apoi Evul Mediu, se manifestă și astăzi. Ca urmare, în țările calde, soarele este perceput ca fiind feminin și este, cel mai adesea, depreciaț, în timp ce luna, opusul său, considerată a fi de gen masculin, stîrnește sentimente favorabile. Și în cultura americană se întîlnește această opoziție, așa cum este și cazul denumirilor pe care indivizii americani le acordă taifunurilor sau uraganelor, care sînt raportate la feminitate, înțeleasă ca o formă ce provoacă nenorociri în lume.¹¹³ Istoria dovedește faptul că bărbații au fost vreme îndelungată *teoreticienii* prin definiție, iar, societatea organizată de ei, pînă la mijlocul secolului al XX-lea, a fost una care a funcționat pe bază de distincții între valorile care revin bărbatului, considerat un factor care domină în societate în raport cu cele care revin femeile, caracterizate prin adjective precum: supusă, delicată. Acest punct de vedere este susținut de Simone de Beauvoir, care afirmă că nu modul în care ne naștem, fie ca bărbat, fie ca femeie, determină aceste raporturi, ci că discriminările sînt întreținute de către bărbați, prin apelul la forță și la intenția de stăpînire.¹¹⁴ Astfel, intenția de emancipare a femeilor este absolut necesară, prin impunerea unor valori care să fie recunoscute și acceptate în societate, astfel încît, discursul feminist trebuie să fie radical și constructiv, în același timp.

O formă prin care se poate institui o imagine favorabilă femeii este, adesea, apelul la proteste, prin care acestea își reclamă drepturile. Un exemplu în acest caz este mișcarea *#MeToo*, care își propune să oprească hărțuirea și violența sexuală împotriva femeilor. Este vorba despre „scandalul Weinstein”, care a fost mediatizat după ce publicații precum *The New York Times* și *The New Yorker* au publicat articole în care tot mai multe femei susțineau faptul că au fost hărțuite sexual de către producătorul de film Harvey Weinstein. O figură aparte în acest scandal este cea a actriței Alyssa Milano, care le-a cerut persoanelor care au trecut prin aceeași

¹¹⁰ *Case Study: Always #LikeAGirl*, 12 octombrie, 2015. URL: <<https://www.campaignlive.co.uk>>.

¹¹¹ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 249.

¹¹² Simone de Beauvoir, *Al doilea sex*, București, Editura Univers, 1998, apud. Petru Bejan, *op. cit.*, p. 250.

¹¹³ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 251.

¹¹⁴ Simone de Beauvoir, *Al doilea sex*, București, Editura Univers, 1998, apud. Petru Bejan, *op. cit.*, p. 256.

experiență să publice comentarii la postarea sa de pe Twitter, în care să folosească hashtag-ul #metoo (și eu). Mesajul inițial publicat de actriță a primit peste 37.000 de comentarii, iar hashtag-ul #MeToo a devenit pe Twitter, cel mai des folosit în Marea Britanie și Statele Unite ale Americii.¹¹⁵ Ulterior, mișcarea s-a răspândit și pe celelalte platforme de socializare precum Facebook și Instagram, transformându-se într-o mișcare de proporții uriașe, care s-a extins și în alte țări, în care, femeile povesteau, folosind hashtag-ul *MeToo* (adaptat în fiecare țară sub denumirea de #BalanceTonPorc, #QuellaVoltaChe, #YoTambien, #Ana_kaman și multe alte forme), poveștile în care au fost nedreptățite sau discriminate la locul de muncă. Se aduce în discuție, așadar o mare disfuncție a societății prezente, în care femeile se simt discriminate, neapreciate și aflându-se într-un raport inegal de putere în raport cu bărbații. S-a pornit de la cazul care a izbucnit în lumea filmului, acolo unde vedetele, dintre care amintim pe Angelina Jolie, Gwyneth Paltrow, Jennifer Lawrence, Uma Thurman și multe altele au dat glas limitărilor cu care se confruntă femeile din toată lumea. Astfel, povestea a devenit un protest la adresa bărbaților, mai exact la adresa comportamentului pe care bărbații îl au față de femei, dar și o revoltă în ceea ce privește dezechilibrul de putere. Astfel, povestea nu mai este doar despre un bărbat, Harvey Weinstein, cel care și-a folosit puterea și a discriminat persoanele de sex feminin, ci devine un caz general, în care producătorul servește ca exemplu, pentru numeroasele situații care au loc în fiecare țară și vizează fiecare femeie care este nedreptățită de către colegi, de către șeful de la locul de muncă și lista poate continua, dacă privim la nivel general, în afara mediului de muncă. Mulți au văzut în acest caz, o întâmplare mai veche, inițiată de Tarana Burke, care răspîndea acest mesaj celor care au fost supuși traumei. Mișcarea acesteia nu a avut același impact ca cea a Alyssei Milano, deoarece în cazul recent, contextul a fost diferit. Internetul a oferit un suport mult mai avantajos prin care mișcarea a putut să aibă efecte și să obțină rezultate remarcabile, la nivelul multor țări. În online, evenimentul s-a răspândit rapid și a ajuns la un număr tot mai mare de persoane care au putut interacționa și împărtăși experiențe personale în același loc, atât cât să fie vizibile și să devină declarații (*statement*) care, luate ca un tot unitar, să poată produce o schimbare. Mișcarea *MeToo* a fost desemnată „persoana anului 2017” de către revista americană *Time*, aceasta reprezentând o mișcare socială cu o evoluție și efecte răsunătoare, care a implicat sute de femei. Astfel, persoanele care au inițiat și susținut această mișcare împotriva hărțuirii sexuale se vor reuni într-un clip video denumit *Silence*

¹¹⁵ Adelina Mărăcine, #MeToo: Campania prin care milioane de persoane își povestesc online propriile experiențe de hărțuire sexuală. Mișcarea a luat amploare și în România. URL: <www.adevărul.ro>.

Breakers.¹¹⁶ Mișcarea *MeToo* a făcut clar faptul că este posibilă solidaritatea între femei, recunoașterea suferinței comune care scot în evidență, în cel mai clar mod posibil, o nouă convingere: misoginismul. În urma declarațiilor prilejuite de campania *MeToo*, CNN a făcut publice unele statistici din care reiese faptul că 35% dintre femeile din întreaga lume au trăit episoade de violență fizică sau sexuală, iar, 120 de milioane de femei au fost supuse actului sexual împotriva propriei voințe.¹¹⁷ Această isterie generată în online a antrenat, așa cum era de așteptat, puncte de vedere opuse; pe de o parte cei care susțin mișcarea, iar, pe de altă parte, cei care o critică și se opun considerând-o un nonsens. Ideea centrală a mișcării anti-*MeToo* este că femeile care au făcut un pas în față și au vorbit despre experiențele lor trebuie să-și asume mai multă responsabilitate pentru aceste situații și, să nu apeleze doar la o formă retorică de protest online. Acest tip de gândire ține de o tradiție morală îndelungată, una compatibilă cu capitalismul, în care responsabilitatea personală, independența și dorința de a rezista greutăților sînt percepute ca virtuți valoroase.¹¹⁸ Astfel, din punct de vedere al opoziției este importantă rezolvarea propriu-zisă a problemei, nu această formă de protest. Mișcarea este străbătută de două aspecte de gândire, cu privire la cui aparține responsabilitatea pentru abuzul sexual: dacă îi revine femeii care trebuie să reziste și să depășească misoginismul, fie este o responsabilitate colectivă care revine fiecăruia dintre noi, aceea de a elimina asemenea manifestări, modalitatea prin care scandalul putea fi prevenit de la bun început. Dintre cei care fac parte din prima categorie și se aliază fenomenului anti-*MeToo* face parte și Roman Polanski, cel care l-a rîndul său a fost implicat într-un scandal sexual. Acesta susține, într-un interviu acordat *Newsweek* că : „Mișcarea #*MeToo* mi se pare o isterie colectivă din genul celor care pun stăpînire pe o societate din când în când”¹¹⁹ Este, în concepția sa, o mișcare naivă, lipsită de importanță care nu va reuși să schimbe modul în care funcționează societatea prezentă, și, care, într-un final, se va plafona. Încercările de a calma eco-urile acestei mișcări în rîndul femeilor din România s-au întemeiat pe ideea că femeile din spațiul românesc imită niște acțiuni care s-au petrecut și au implicat, în mod special lumea cinematografului, fără să fie probată certitudinea lor și fără legătură cu spațiul românesc. Femeile din România care s-au implicat în aceasta campanie sînt: jurnalista Oana Dobre Dimofte, creatoarea de modă Catinca Roman, actrița Maia Morgenstern, scriitoarea Ana

¹¹⁶ Stephanie Zacharek, Eliana Dockterman și Haley Sweetland Edwards, *Time. Person of the Year 2017*. URL: <<http://time.com>>.

¹¹⁷ Meera Senthilingam, *Sexual Harassment: How it Stands around the Globe*. URL: <<https://edition.cnn.com>>.

¹¹⁸ Moira Donegan, *How #MeToo revealed the central rift with feminism today*. URL: <<https://www.theguardian.com>>.

¹¹⁹ Dragoș Cojocaru, *Polanski: #MeToo, o isterie, colectivă*. URL: <<http://suplimentuldecultura.ro>>.

Barton, cântăreața Andreea Bălan, Sore, senatoarea Florina Presadă și multe alte femei care au decis să facă aceste experiențe publice.

Astfel, mișcările din România sînt percepute ca o formă de mimetism social, care creează ambiguitatea prin faptul că suferă influența unor modele incerte și, oricum, cu efect doar la nivel internațional. Mai sînt și puncte de vedere extreme, așa cum se întîmplă în cazul președintelui rus, Vladimir Putin, care afirmă că mișcarea *MeToo* este, de fapt o conspirație, care nu-și are locul în campania media, ci în sălile de judecată.¹²⁰ Malcolm Gladwell, un celebru jurnalist și scriitor american, înțelege acest fenomen ca fiind o epidemie. El aduce în discuție ceea ce se numește *the tipping point*¹²¹ (punctul critic), mai exact instanța care a contribuit la transformarea unui fenomen obișnuit într-o criză a societății. Scandalul „Weinstein” este doar punctul critic care a declanșat această epidemie. Deși așa cum afirmă și Roman Polanski, au mai fost și alte scandaluri asemănătoare în trecut, niciunul nu a provocat asemenea efecte puternic susținute de femei din toată lumea.

1.3.4. Tendința de evitare a incertitudinii

În ceea ce privește tendința de evitare a incertitudinii, această dimensiune nu are nimic în comun cu evitarea riscurilor, care, cel mai adesea sînt exprimate sub forma unor probabilități sau a unor evenimente anume care urmează să aibă loc, ci ea se referă, pe de o parte la anxietatea și neîncrederea în fața necunoscutului și, pe de altă parte, la dorința de a avea obiceiuri și ritualuri fixe și de a cunoaște adevărul.¹²² La nivelul unei societăți, evitarea incertitudinii se manifestă formal, prin încercarea reducerii gradului de imprecizie al realității, cu ajutorul a trei instrumente: dreptul, religia și tehnologia.¹²³ Se distinge așadar, la un capăt al axei, un nivel crescut de evitare a incertitudinii, care indică faptul că țara are o toleranță scăzută la ambiguitate, motiv pentru se impun forme specifice de reglementare prin care se introduc anumite norme, și, inclusiv comportamente determinate de aceste norme. Pe de altă parte, la celălalt capăt al axei se manifestă un nivel redus de evitare a incertitudinii, care indică faptul că o societate este caracterizată prin mai multă toleranță, fiind mai puțin orientată spre reguli, așadar acceptă mai ușor schimbarea. S-a observat că în raport cu anxietatea și cu riscurile la care indivizii se expun se poate oferi o imagine mai clară asupra modului în care o societate reacționează atunci cînd se

¹²⁰ Ștefana Radu, *Putin sugerează că mișcarea #MeToo este o conspirație mass-media*. URL: <<https://www.adevarul.ro>>.

¹²¹ Malcolm Gladwell, *The Tipping Point*. URL: <www.newyorker.com>.

¹²² *Ibidem*.

¹²³ Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gîndirii*, București, 1996, Editura Economică, p. 132.

confruntă cu incertitudinea. Astfel, în țările în care evitarea incertitudinii este mare, oamenii sînt caracterizați ca fiind mai mereu ocupați, emoționați, avînd un grad crescut de agresivitate, și acționînd în așa fel încît să evite situațiile sau evenimentele care nu pot fi preconizate, prin impunerea unei structuri la nivelul organizațiilor sau al instituțiilor, dar și al relațiilor care se dezvoltă între ei. Cînd incertitudinea este acceptată și este considerată drept un aspect ce ține de viața de zi cu zi, oamenii sînt percepuți ca fiind mai calmi, mai disuși să accepte schimbările sociale, avînd o atitudine relaxată față de riscuri și de nesiguranță, dar predominant în această situație este sentimentul de apatie față de muncă, care este considerată o necesitate.¹²⁴ În ceea ce privește societatea autohtonă, această este definită de un grad relativ ridicat de evitare a incertitudinii. Această dimensiune se corelează cu gradul scăzut de individualism, nivelul extins de sărăcie (nesiguranță socială), ortodoxia și mulți alți factori. Alături de România, mai există indici de incertitudine ridicați și în țările latine, în Japonia și în țările de limbă germană¹²⁵, care mențin codurile rigide de credință și conduită și sînt intolerante față de comportamente „neortodoxe” și față de ideile noi. Se are în vedere evitarea incertitudinii, dar și dimensiunea individualism/colectivism, atunci cînd se face trimitere la tipul de familie specific unei societăți.

Spre exemplu,

Într-o societate preponderent colectivistă, așa cum este și cazul României, este de preferat situația în care o familie respectă modelul tradițional fiind alcătuită din doi părinți de sex opus și copiii lor. Un exemplu potrivit pentru a ilustra această situație, este și cel apărut în presă și, care face referire la cazul unei mame, Raluca Zdrobiș, care a povestit cum a fost discriminată pentru că este mamă singură. Aflîndu-se la un cinematograful din București, aceasta a cerut la casa de bilete pachetul *Family*, pentru ea și cei doi copii. Problema în acest caz a fost cauzată de modul în care femeia și casierii cinematografului se raportau la același concept: familia. Dacă Raluca Zdrobiș respectă modelul individualist, fiind o mamă singură care are grijă de cei doi copii ai săi, societatea colectivistă se bazează pe ideea de familie tradițională, motiv pentru care biletele *Family* ilustrează întocmai acest criteriu, fiind acordate doar familiilor formate din doi adulți și unul sau doi copii. Cu toate că cinematograful a acordat, ulterior o declarație în care a susținut că denumirea *Family* este una generică și nu restrînge, în vreun fel, raportarea la un anumit tip de familie, se întrevăd în societatea românească urmele gîndirii tradiționaliste și atunci cînd se

¹²⁴ *Ibidem*, pp. 136-139.

¹²⁵ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.147.

dorește modificarea Constituției, în sensul în care familia să nu mai fie denumită drept „uniunea dintre soți”, ci „uniunea dintre un bărbat și o femeie”. În acest context, familiile formate din mamă și unul sau mai mulți copii, cele formate din tatăl și unul sau mai mulți copii, sau, cele formate din bunici și unul sau mai mulți nepoți, nu mai sînt acceptate ca făcînd parte din sfera cuvîntului familie. Așadar, evitarea incertitudinii transpare în această încercare de conservarea a modului de organizare tradițional al societății, în care minoritățile precum persoanele gay sînt respinse. Se impun, așadar forme de reglementare care să inducă siguranță, așa cum este și inițiativa modificării Constituției, care, atunci cînd a fost adoptată în Camera Deputaților, a avut susținerea a trei milioane de cetățeni.¹²⁶ O figură care încurajează sporadic aceste intenții de a se formula explicit ce fel de căsătorii sînt acceptate în spațiul românesc este cea a președintelui PSD, Liviu Dragnea. Întrucît decizia privind implementarea noilor prevederi întîrzie să apară, politicianul explică necesitatea unui referendum, încercînd, astfel să fie reprimite orice intenții de legiferare a căsătoriilor între persoane de același sex. Liviu Dragnea adoptă punctul de vedere al Bisericii Ortodoxe Române care susține că, în contextul contemporan al societății, familia naturală reprezintă singura modalitate de identitate, prin intermediul căreia se poate face față noilor forme de gîndire în ceea ce privește modul în care este percepută uniunea dintre doi indivizi. Astfel, Patriarul Daniel al Bisericii Ortodoxe Române afirmă că „familia umană naturală nu poate fi înlocuită cu niciun substitut sau model artificial.”¹²⁷ Liviu Dragnea susține inițiativa din ianuarie 2016, a preoților care și-au propus să strîngă semnături astfel încît să fie revizuită Constituția. Politicianul promovează și în prezent eforturile Bisericii, modalitate prin care, acesta încearcă să obțină sprijinul Bisericii în politică.

Culturile sînt diferențiate puternic prin modul în care gestionează situațiile imprevizibile, adică situațiile de incertitudine, motiv pentru care, pe de altă parte, Curtea de Justiție a Uniunii Europene cere României să recunoască căsătoriile între persoanele de același sex. Mai exact, este vorba despre recunoașterea căsătoriei dintre Relu Adrian Coman și Robert Clabourn Hamilton, doi bărbați homosexuali care s-au căsătorit în Belgia. Problema este rezultatul solicitării cetățeanului român Relu Adrian Coman de a-i fi acordat dreptul de a locui în spațiul românesc, soțului său de același sex. Reglementările susținute de Curtea de Justiție a Uniunii Europene sînt grăitoare. Astfel, deși statul român nu a dorit să acorde drept de ședere americanului, prevederile Curții europene au decis că perechile de același sex căsătorite în afara

¹²⁶ Paul Dumitrescu, *Dragnea, anunț privind referendumul pentru familie*, URL: <<https://www.cotidianul.ro>>.

¹²⁷ Preafericitul Părinte Daniel, *Patriarh al Bisericii Ortodoxe Române, Patriarhul României îndeamnă la susținerea familiei tradiționale, formată din bărbat și femeie*. URL: <<https://m.crestinortodox.ro>>.

țării vor fi recunoscute în România.¹²⁸ Cu toate că statele membre ale Uniunii Europene au dreptul de a autoriza sau nu, căsătoria între persoanele de același sex, ele nu pot împiedica un cetățean, membru al Uniunii, să locuiască împreună cu soțul său. Astfel, România se află în fața unei situații ambigue care nu reușește decât să agraveze starea de incertitudine a indivizilor.

1.3.5. Orientarea pe termen lung

Această dimensiune, denumită și *dinamism confucianist*¹²⁹, ca urmare a faptului că întrunește toate valorile care se regăsesc în învățăturile lui Confucius, este analizată prin raportare la schimbările care au loc într-o societate și reflectă modul în care diverse comunități, fie sînt orientate spre trecut, fie sînt deschise spre noi alternative, care se găsesc în prezent sau în viitor. Așadar, orientare pe termen scurt este caracterizată prin „sigurața personală și stabilitate, respect pentru tradiție, reciprocitate în saluturi, favoruri și cadouri”¹³⁰, în timp ce în culturile orientate pe termen lung contează „perseverența, organizarea relațiilor prin statut și supravegherea funcționării acestora, cumpătarea, deținerea sentimentului de rușine”¹³¹. Se înțelege, astfel că în culturile orientate pe termen scurt se preferă menținerea tradițiilor și a normele dobîndite în timp, dar și promovarea competiției și a rezultatelor rapide, fapt ce îngreunează performanță în domeniile de activitate. De cealaltă parte, orientarea pe termen lung încurajează economia, înțeleasă ca o modalitate prin care societatea se poate adapta schimbărilor care apar în viitor. Sînt promovate angajamentele pe termen lung care urmează să fie concretizate în rezultate financiare viitoare, așadar afacerile se dezvoltă greu, dar au mai multă siguranță de succes decît în cazul anterior.¹³² În ceea ce privește această dimensiune, România a înregistrat un scor mediu al orientării pe termen scurt, de 52%¹³³, caracteristică ce relevă faptul că indivizii îmbrățișează valorile tradiționale în aceeași măsură cu gîndirea progresistă. Așadar, societatea românească se află la granița dintre orientarea spre trecut și ideea obținerii unor posibile beneficii în viitor. Atunci cînd ne referim la valorile tradiționale, cultura românească este caracterizată de două mari curente antitetice: pe de o parte a suferit influența Orientului, iar, pe de altă parte este

¹²⁸ Sînziana Ionescu, *Curtea Europeană de Justiție a decis: cuplurile gay căsătorite au libertatea de a circula ca soți*, URL: <<https://m.adevarul.ro>>.

¹²⁹ Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gîndirii*, București, 1996, Editura Economică, p. 194.

¹³⁰ *Ibidem*.

¹³¹ *Ibidem*.

¹³² *Hofstede Insight*, <www.hofstede-insight.com>.

¹³³ Mihnea S. Stoica, *Geert Hofstede: „Internetul ne transformă ca indivizi, dar nu ne schimbă din ounct de vedere cultural*. URL: <www.revistasinteza.ro>.

prezentă influența Occidentului. Cu toate acestea tradiționalul se traduce într-o orientare spre pitoresc, care „poate să invadeze în sens creator toate domeniile de manifestare ale vieții spirituale și culturale.”¹³⁴

Spre exemplu,

Lucian Blaga descrie imaginea românilor ca fiind ilustrată în păpușile etnografice, una dintre metaforele culturii. „Păpușa în costum național”¹³⁵ mai are, încă, efect și în prezent, ilustrând o imagine vie a ecourilor vremurilor trecute, fiind, fie de vânzare în târgurile și magazinele de suveniruri, fie pe copertile cărților și ale revistelor. Păpușile evocă imaginea locuitorilor și, odată cu ea, cultura respectivă, care se distinge prin înfățișarea și detaliile vestimentare distincte. Același „duh al pitorescului”, așa cum îl mai numește Blaga, se mai observă și la nivelul modului de construcție al caselor românești care „sînt mai liber laolaltă, ele sînt despărțite și distanțate prin grădini, au pridvoare împrejur și ferestruici așa de joase, că poți vedea totul înăuntru.”¹³⁶ Despre pitoresc vorbim și atunci ne referim la creațiile populare, la superstiții sau la proverbe. Așadar, acest instinct al conservării modelelor tradiționale se manifestă de acum multe secole, de cînd românii au luptat pentru supraviețuire, înfruntînd diverse popoare, tradus și prin faptul că societatea românească are un procent mare al constrîngerii, așadar tinde să se conformeze regulilor, rare fiind cazurile în care ea participă la o mișcare atît de radicală cum a fost cea împotriva comunismului din 1989. O expresie a tradiționalului, povestit și rememorat pentru a servi drept învățătură sau model în spațiul prezent este balada *Miorița* care descrie existența poporului român în vremurile trecute, prin păstorit. De cealaltă parte, atunci cînd vine vorba de o distanțare de tradițional și o orientare pe termen mai lung, spre viitor, românii gîndesc, mai degrabă acțiunile lor, pe un plan nu foarte îndepărtat. Astfel, un într-un studiu realizat de *OTP Bank* și *FinZoom.ro*, s-a demonstrat faptul aproape trei sferturi dintre români nu realizează un plan financiar în funcție de care să-și organizeze cheltuielile, motiv pentru care, într-o situație economică de urgență, care ar putea apărea în viitor, aceștia nu dețin economii sau o soluție în acest sens.¹³⁷ De asemenea, aceștia nu au nici planuri de economii pentru pensii,

¹³⁴ Lucian Blaga, *Spațiul mioritic*, în *Opere 0. Trilogia culturii*, Minerva București, 1936/1985, apud. Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.317.

¹³⁵ *Metaphors for "Culture"*. URL: < <http://www.culture-at-work.com> >.

¹³⁶ Lucian Blaga, *Spațiul mioritic*, în *Opere 0. Trilogia culturii*, Minerva București, 1936/1985, apud. Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p. 318.

¹³⁷ *Românii își planifică prost banii și nu economisesc pentru pensii, educație sau urgențe - studiu*. URL: <www.ziare.com>.

pentru eventualele cheltuieli medicale sau un buget care să acopere educația copiilor. Astfel, preocupările financiare pentru viitor provin, mai degrabă din tradiție, și nu dintr-o programare sistemică care să ofere soluții financiare în viitor. Românul găsește soluția de moment pentru a-și satisface nevoile, de aceea se induce ideea de „treabă de mîntuială”, „E bine oricum, numai să fie”, „Lasă, că merge și așa”. Românul propune soluții superficiale pentru viitor, care nu sînt trecute printr-un filtru al atenției analizei și al raportării la viitor. Astfel, nu e de mirare că societatea românească va funcționa fie prin apelul la planuri vagi, ambigue, fie prin respectarea unei rînduiri firești a lucrurilor care urmează să se întîmple, concepție care ține de gîndirea tradiționalistă. Astfel, omul se va raporta la ortodoxim, caz în care lumea este înțeleasă drept o rînduială a lui Dumnezeu, viitorul fiindu-i cunoscut doar Lui. Este indusă o orientare pe termen scurt, ca urmare a preconcepțiilor românilor, care privesc viața creștină ca un model după care ar trebuie să funcționeze societatea, iar Dumnezeu este stăpînul, care se ocupă de tot ceea ce ține de lumesc.

1.3.6. Libertatea de a-ți permite ceea ce dorești

Vizează societățile care permit exprimarea aspectelor umane de bază precum libertatea oamenilor de a se bucura de viață și de a se distra. Tot în acest sens, se accentuează rolul relațiilor de prietenie și importanța petrecerii timpului liber. Într-o cultură care funcționează pe baza constrîngerilor, predomină sentimentul că viața este grea, iar datoria, se așează pe primul plan în obligațiile oamenilor, așadar se respinde ideea de satisfacere a nevoilor, care sînt reglementate prin intermediul unor norme sociale stricte.¹³⁸ Această dimensiune este explicată ca reprezentînd gradul în care oamenii caută să-și controleze dorințele și impulsurile, pe baza modului în care ele s-au format. În situația în care se manifestă un control relativ slab al acestora, fenomenul care apare este numit indulgență, iar, dacă controlul este relativ puternic acționează ca un factor determinant, constrîngerea. Cu un scor mic de 20%, cultura românească este una de constrîngere¹³⁹. Indivizii din această societate au tendința de a fi pesimiști, iar ideea generală este aceea că acțiunilor oamenilor sînt constrînse de normele sociale. Cu toate acestea, un studiu realizat de *Hunters*, o devizie a compania de cercetare *Unlock Market Research*, analizează stilul de viață al românilor, de unde reiese că oamenii și-au regîndit modul în care trăiesc, societatea românească devenind mult mai deschisă spre ceea ce Hofstede denumește prin

¹³⁸ Geert Hofstede, <www.geerthofstede.com>.

¹³⁹ Mihnea S. Stoica, *Geert Hofstede: „Internetul ne transformă ca indivizi, dar nu ne schimbă din ounct de vedere cultural*. URL: <www.revistasinteza.ro>.

conceptul de indulgență. Mai exact, studiul face referire la tendința românilor de a avea mai mult timp liber în detrimentul câștigurilor financiare, motiv pentru care aceștia devin tot mai nemulțumiți de condițiile pe care le oferă angajatorii. Astfel, 55%¹⁴⁰ dintre cei care au participat la studiu s-au declarat dispuși să lucreze într-o companie în care câștigurile financiare nu sînt atît de profitabile, dar care să le ofere posibilitatea de a avea mai mult timp personal, în care să facă lucrurile care le plac sau care îi fac fericiți, să relaționeze mai mult cu cei dragi, motiv pentru care nu mai sînt la fel de activi în mediul online și practică mai mult voluntariatul, încercînd să-și încetinească ritmul alert al vieții.

1.4. Cultura, un comportament învățat

Întîlnirile interculturale sînt tot mai frecvente și au devenit un fapt cotidian. Astfel, la o analiză atentă a societăților, care să vizeze anatomia și fiziologia proprie a fiecărei dintre ele, se remarcă diferențe majore, moduri de viață diferite, credințe, reprezentări și idei sau obiceiuri care sînt specifice și caracteristice fiecărei comunități în parte. În acest context, teoriile care tratează fenomenul comunicării interculturale au abordat, cu precădere, teme referitoare la identitățile și la diferențele culturale, dar și procesul care privește formarea competenței de comunicare interculturală. Conceptul apare definit de Grigore Georgiu drept „capacitatea indivizilor de a comunica eficient cu interlocutori din alte culturi, pe baza unor abilități dobîndite de relaționare socială, de înțelegere și adaptare la medii culturale diferite.”¹⁴¹ Astfel, abilitatea unui individ de a susține eficient un proces de comunicare interculturală rezultă în urma unei etape de învățare și de experiență, acești doi factori fiind interpretați drept decisivi atunci cînd se urmărește o comunicare performantă. Într-un spațiu cultural diferit, adecvarea mesajului la cel care-l recepționează nu rezidă doar într-o simplă transmitere a informațiilor, ci se construiește printr-o raportare continuă la înțelegerea reciprocă a dorințelor și nevoilor celuilalt. Adoptînd premisa conform căreia oamenii sînt condiționați, în actele de comunicare și în comportamentele lor, de cultura în care s-au format, în contextul unei comunicări interculturale se are în vedere, în primul rînd, limba, iar, mai apoi, stabilirea relațiilor sociale prin adoptarea practicilor și obiceiurilor specifice unui spațiu nou, la care se adaugă acceptarea unor diferențe simbolice, culturale sau religioase și înțelegerea percepțiilor, reprezentărilor și valorilor interlocutorilor, dar și a limbajului și a practicilor discursive care sînt caracteristice și general valabile

¹⁴⁰ Andrei Panait, *Studiu: Românii se "tratează" contra tehnologiei și se luptă să rămînă umani*. URL: <www.wall-street.ro>.

¹⁴¹ Grigore Georgiu, *op. cit.*, p. 125.

interlocutorilor, atât în spațiul public, cât și în cel privat.¹⁴² În acest context, se aduce în discuție punctul de vedere al antropologilor americani, Alfred Kroeber și Clyde Kluckhohn, care se raportează la cultură ca fiind structura unor „modele implicite și explicite ale comportamentului și pentru comportament, acumulate și transmise prin simboluri, incluzând și realizările lor în unelte.”¹⁴³ Se remarcă ca fiind esențială, în această definiție, ideea conform căreia cultură creează modele comportamentale și moduri de acțiune, care se datorează educației și socializării. Urmînd aceeași ipoteză, Andra Șerbănescu apreciază cultura ca rezultat al unor instituții sociale precum Biserica, familia și statul, care, datorită importanței pe care o exercită în cadrul unei comunități reușesc să insufle credințe, valori și nevoi individului și, care, prin rezistența lor în timp au asigurat continuitatea civilizației.¹⁴⁴ Același punct de vedere este împărtășit și de antropoloaga Margharet Mead, care cercetează modul în care cultura influențează personalitatea membrilor ei, plecînd de la concepția specialiștilor care consideră că diversitatea culturilor a condus spre delimitarea anumitor trăsături de caracter. Apelînd la metoda comparativă, antropoloaga a analizat, în funcție de anumite coordonate culturale, populațiile din trei culturi din Noua Guinee: *Arapesh*, *Mundugumor*, *Tambambuli*.¹⁴⁵ Astfel, aceasta a arătat că în culturile din Arapesh atât bărbații cât și femeile sînt dispuși să coopereze, sînt neagresivi și receptivi la nevoile și cerințele altora. În contrast evident cu aceste atitudini, în Mundugumor, atât bărbații, cât și femeile s-au dezvoltat ca fiind agresivi, violenți, iar această personalitate se evidențiază în toate planurile: raporturile interumane, legaturile familiale, sexualitatea. În cel de-al treilea trib, Tambambuli, s-a observat o inversare a atitudinilor legate de rolul pe care al trebui să-l îndeplinească fiecare sex într-o comunitate, iar femeia are o poziție dominantă, în raport cu bărbatul care este mai puțin responsabil, așadar o persoană dependentă. Margaret Mead observă că unele atitudini ce sînt atribuite în mod tradițional femeii (sensibilitatea, pasivitatea, dragostea pentru copii) pot fi la fel de valabile și pentru bărbații unui trib, în timp ce în altul, aceste atitudini sînt respinse atât de bărbați cât și de femei. Concluzia este evidentă: „nu mai avem niciun motiv să credem că acele atitudini sînt irevocabil determinate de sexul individului.”¹⁴⁶ Astfel, concluzia lui Margaret Mead este că personalitatea unui individ este determinată de mediul în care s-a născut, iar, odată ce acesta devine adult, se supune modelului cultural.

¹⁴² *Ibidem*, p.125.

¹⁴³ Alfred Kroeber, Clyde Kluckhohn, „Culture. A critical review of Concepts and Definitions”, in Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology, Harvard University, vol XLVII, nr. 1, Cambridge Mass, 1952, apud. Grigore Georgiu, *op. cit.*, p.37.

¹⁴⁴ Andra Șerbănescu, *op. cit.*, p.126.

¹⁴⁵ Margaret Mead, *Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, Reprinted by permission of William Morrow & Company, Inc, pp. 279-288. URL: < <https://personalwebs.coloradocollege.edu>>.

¹⁴⁶ *Ibidem*.

Din perspectiva influenței pe care un model cultural o exercită asupra indivizilor, natura umană este predefinită, și străbătută în relațiile pe care le stabilește, cu ceilalți membri ai propriei culturi sau cu membrii din alte culturi, de două coordonate: prejudecățile și stereotipurile. Ele se află într-o relație de interdependență. Mai exact, Petru Bejan definea prejudecata la nivel social drept o predispoziție, de cele mai multe ori negativă, care este orientată spre un grup, reprezentat în funcție de niște aspecte discriminatorii, care se susțin pe informații incomplete sau, pe un punct de vedere autoritar.¹⁴⁷ Termenul provine din latinescul *prejudicium* și, a primit în timp interpretări diferite, după cum observă Gordon W. Allport, însemnând fie o judecată care se bazează pe o decizie sau anumite experiențe anterioare, fie o opinie făcută în prealabil, datorită analizei faptelor – o judecată pripită, iar, în cele din urmă a căpătat o nuanță emotivă, favorabilă sau nefavorabilă, care însoțește un raționament anterior și nesușținut.¹⁴⁸ Tot Allport susține faptul că, cel mai adesea, oamenii își formează judecățile pe baza unor probabilități insuficiente sau, chiar inexistente. Astfel se aduce în discuție conceptul de *overcategorization* (categorizarea exagerată). Ca urmare a unei serii de fapte, oamenii se grăbesc să facă generalizări excesive, care se deosebesc de neînțelegeri prin faptul că, atunci când se produc, erorile de judecată pot fi explicate și ulterior, rectificate, în lumina unor noi probe care să conteste certitudinea a ceea ce individul susținea pînă în acel moment. Prejudecata, spre deosebire de o neînțelegere, rezistă constant la toate dovezile care vin să o contrazică.¹⁴⁹ Prin apelul indivizilor la prejudecăți, în categorizarea celorlalți, se instituie stereotipurile, care devin și se transmit drept niște simple generalizări despre un grup. Astfel, Dan Stoica observă că, oamenii aderă mai degrabă la formule-stereotip avînd tendința de a se limita la evaluări care simplifică gîndirea în raport cu ceilalți, deși, există și posibilitatea de sustragere de la această formă de manifestare discriminatorie¹⁵⁰. Astfel, autorul consideră că, atunci când indivizii își construiesc reprezentări ale altor oameni, acestea funcționează, în fond, pe baza „unui mecanism din creier cu un oarecare parcurs oblic.”¹⁵¹ Mai exact, prejudecățile și stereotipurile sînt înțelese drept forme de gîndire simplificate, în care, raportarea la ceilalți, se face *pe o scurtătură*, rapid, în lipsa unor raționamente anterioare. Este vorba, așadar, de niște percepții de moment, care se produc inevitabil și care țin de natura umană. Același lucru este susținut și de Allport care observă că oamenii au o tendință naturală spre prejudecată, spre apelul la generalizări, concepte

¹⁴⁷ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 112.

¹⁴⁸ Gordon W. Allport, *The Nature of Prejudice*, Doubleday Anchor Books, Garden City, New York, p.8.

¹⁴⁹ *Ibidem*, p. 9.

¹⁵⁰ Dan S. Stoica, *Capcane*, Seminarul de Logică discursivă, Teoria argumentării și Retorică, Facultatea de Filosofie Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași, p.6

¹⁵¹ *Ibidem*.

și categorii, al căror conținut este, în fond, o simplificare excesivă a modul în care se indivizii se raportează la lumea în care trăiesc. Aceste forme de gândire sînt înțelese de Gladwell drept rezultate care apar în urma unor asociații implicite. Mai exact, facem mai rapid legături între perechi de noțiuni care se află deja în legătură în mintea noastră, decît între perechi de noțiuni cu care nu sîntem familiarizați. Conceptul de stereotip este folosit, inițial, în limbajul tipografic și preluat, apoi de către Lippmann, în 1922, care îl explică ca reprezentînd „imagini din minte”, elementare în procesul de filtrare de realități obiective.¹⁵²

Gladwell propune un test, *Testul Asocierilor Implicite - TAI*¹⁵³, care poate fi găsit online și, care este compus din niște cuvinte care apar unele după altele și trebuie încadrate în două categorii, în stînga sau în dreapta, prin apăsarea tastei *e*, respectiv *i*. Rezultatele nu vizează doar răspunsurile, ci și timpul propriu-zis de acordare a răspunsului. În ceea ce privește România, testele vizează cîteva categorii cu o arie largă de desfășurare și, care sînt condiționate de stereotipuri implicite: rasă (se distinge între chipurile persoanelor cu piele albă sau neagră), sex, greutate (se distinge între chipurile persoanelor obeze sau chipurile persoanelor slabe), orientare sexuală (se distinge între cuvinte și simboluri care fac referire la persoane heterosexuale sau homosexuale), vîrstă (se distinge între persoane tinere sau persoane în vîrstă), culoarea tenului (se diferențiază între chipurile persoanelor cu ten deschis sau chipurile persoanelor cu ten închis), țări (sînt comparate două state: România și Statele Unite, din perspectiva identificării liderilor și a simbolurilor naționale), români-maghiari (se diferențiază între nume românești și nume magiare).¹⁵⁴ Testul *TAI* măsoară, astfel, asocierile spontane, automate pe care le facem înainte de a începe să ne gîndim, mai exact este vorba despre atitudinile noastre inconștiente. Aceste prime impresii sînt influențate de experiențele prin care trecem și de mediul social, motiv pentru care primele impresii pot fi modificate, la fel ca și experiențele care le generează. Răspunzînd fiecărei categorii, individul va conștientiza care sînt stereotipurile care funcționează în societatea sa. Principalele asemenea stereotipuri care se identifică la nivel autohton, așa cum reies ele în urma parcurgerii testelor, sînt acelea că respingem ideea de homosexualitate, nu agreem persoanele cu o culoare a pielii închisă, persoanele în vîrstă sau pe cele obeze. Acest lucru este susținut și de un studiu al Comisiei Europene, care arată că românii nu se simt confortabil în raport cu musulmanii, evreii, homosexualii, sau persoanele cu o piele închisă.¹⁵⁵ Tot acest studiu dezvăluie faptul că singurele persoane acceptate în societatea românească sînt

¹⁵² Mădălina Moraru, *Mit și publicitate*, București, Nemira, 2009, p. 118.

¹⁵³ *Ibidem*, pp. 79 -83.

¹⁵⁴ *Testul asocierilor implicite*. URL: <<https://implicit.harvard.edu>>.

¹⁵⁵ Dan Radu, *Românii, printre europenii cei mai deranjați de alte rase*. URL: <www.jurnalul.ro>.

asiaticii. Rezultatele vorbesc de la sine despre români, cea mai definitivă caracteristică fiind faptul că se manifestă predominant o atitudine de respingere a persoanelor homosexuale, în contrast cu viziunea celorlalte state membre ale Uniunii Europene care au o atitudine, în creștere, de acceptare a acestora. În ceea ce privește cariera, s-au remarcat perechile: femei și artă, respectiv bărbați și știință. Ultimele două categorii, țări și români-maghiari reprezintă o modalitate de evaluare a naționalismului, respectiv preferința pentru propriul grup. Rezultatele diferă în funcție de țara aleasă, motiv pentru care stereotipurile care se regăsesc la nivelul unei societăți pot să fie inexistente în alt caz.

Spre exemplu,

Un exemplu recent, care privește modul în care funcționează stereotipurile și efectul produs de acestea la nivel social este legat de o caricatură în care Simona Halep este ținta atacurilor rasiste. Mai exact, după ce a câștigat primul titlu de *Grand Slam* din carieră, la *Roland Garros*, Simona Halep apare într-o revistă de satiră din Franța într-o ilustrație defăimătoare, care a stîrnit mai degrabă controverse decît umor. Româncă a fost personajul principal al unei caricaturi intitulată „O româncă a câștigat la Roland Garros”, iar caricatura a fost însoțită de mesajul „Fier vechi, fier vechi!”.¹⁵⁶ Mai exact, Simona a fost comparată cu romii din România care, la nivel internațional sînt percepuți drept persoane care fură, care fac bani într-un mod necinstit, în care nu se poate avea încredere, sau care, oricum, sînt inferiori celorlalte etnii. Astfel, comparația nu este întîmplătoare și a urmărit să defăimeze în contextul succesului înregistrat de tenismenă. Se opun așadar două fapte care au avut loc în același spațiu, dar care contextualizează diferit același eveniment. Dacă, Simona, prin faptul că a câștigat turneul de la *Roland Garros*, este percepută de către români drept un model de urmat, ea reprezintă și tipul eroului sportiv, așa cum am discutat, deja, într-un caz anterior, deoarece prin victoria pe care a realizat-o, ea va fi percepută de indivizii români drept un mod de reflectare a naționalului și de recunoaștere, în spațiul francez, a potențialului și valorilor autohtone. De cealaltă parte, se concretizează modul în care românii sînt percepuți de către francezi. Mai exact, în spațiul cultural francez imaginea românilor se asociază cel mai adesea cu cea a romilor, iar ilustrația din revista de satiră *Charlie Hebdo*, nu face decît să dea formă acestei reprezentări. Este un apropos cît se poate de transparent la adresa imigranților și, prin extensie, la nivel colectiv, la adresa tuturor românilor. Alte exemple ale modului în care românii sînt percepuți în Franța sînt și titlurile din presa franceză din 1994,

¹⁵⁶ George Stanciu, *Gluma rasistă cu Simona Halep îți arată cît sîntem de ipocriți*". URL: <www.playtech.ro>.

precum: „Hagi și șatra lui din Carpați scriu istorie la mondiale”, sau afișul de la un meci amical al „Generației de Aur”, din 2002, pe care erau ilustrați jucătorii francezi, împreună cu un violonist ambulant, care cânta în fața unei biserici (aluzie la romii care cerșesc), sau, în 2010, atunci când un afiș al Societății Naționale al Căilor Ferate îi avertiza pe francezi să acorde atenție bagajelor, mai exact să aibă grijă să nu le fie furate de către români.¹⁵⁷

În urmă cu trei ani, publicația franceză a fost implicată într-un alt scandal de anvergură, care s-a soldat cu 12 morți și 11 răniți, în urma atacurilor islamiste.¹⁵⁸ Astfel, pe rețelele de socializare a început să se transmită un mesaj de sprijin care s-a manifestat prin formula „*Je suis Charlie*”. În acel moment, oamenii din toată lumea au condamnat fapta musulmanilor, și s-au revoltat împotriva acestora, luând măsuri ca astfel de evenimente să nu mai aibă loc. Cu toate acestea, ne aflăm iarăși în situația în care caricaturile duse la extrem și umorul rău intenționat au impulsionat o nouă revoltă a românilor, care făcând referire la evenimentul din trecut, adaptează formula prin care s-au arătat solidari față de evenimentele de acum trei ani și o adaptează la prezent: „*Je suis Simona*”. Astfel, se propune un nou punct de vedere: faptul că practicile editoriale ale publicației franceze nu sînt tocmai „ortodoxe”, iar atacul de acum trei ani poate fi explicat prin faptul că se obișnuia ironizarea religiei islamice, un subiect sensibil în cultura musulmanilor, așa cum în cultura română, caricatura Simonei a produs o serie de efecte, nu atît de radicale ca în primul caz, dar suficient de puternice încît să producă ecouri și în presa internațională. Astfel, lucrurile au luat o nouă întorsătură. Dacă acea caricatură la adresa musulmanilor a fost considerată un drept la libera exprimare, în prezent, cea la adresa Simonei, este percepută ca fiind mai degrabă cu țintă rasistă decît umoristică, fapt ce trădează un alt aspect surprins de Gladwell, patriotismul. De fapt, românii susțin faptul că publicația *Charlie Hebdo* a încercat, de fapt, o încercare de defăimare a românilor, în general, și a modului în care sînt aceștia evaluați în cultura franceză. Referitor la acest subiect, filosoful Mihai Șora afirmă că, trebuie înțeles faptul că publicul-țintă al caricaturii este cel francez, iar „desenul ironizează tocmai mințile înțepenite în stereotipuri etnice”¹⁵⁹. Așadar, se adoptă o nouă poziție, în care nu Simona este obiectul ironiei, ci modul în care funcționează reprezentările între cele două spații culturale: cel român și cel francez. Publicații din toată lumea reiau subiectul: *Ouest France*, *Diario Noticias*, *The Associated Press*, agenția de știri *Reuters*, astfel încît Ambasadorul Franței în România, Michele Ramis, a apărut în spațiul public cu o declarație în care susține că desenul

¹⁵⁷ Marius Ilincaru, *Je suis Charlie*. URL: <www.monitorulbt.ro>.

¹⁵⁸ *Ibidem*.

¹⁵⁹ Livia Lixandru, *Filosoful Mihai Șora explică ce reprezintă caricatura cu Simona Halep din Charlie Hebdo*. URL: <www.libertatea.ro>.

„nu reprezintă în niciun caz opinia publică franceză”¹⁶⁰, accentuând faptul că revolta românilor nu face decât să atace libertatea de expresie a presei în spațiul public. Efectele s-au resimțit și în mediul online, acolo unde românii au accesat pagina de Facebook a revistei pentru a-și arătat supărarea și în încercarea de a primi niște scuze oficiale. Astfel, românii au continuat să aprecieze negativ pagina media a publicației, acordându-i o stea și postînd mesaje în care acuză umorul promovat de publicație și caricatura defăimătoare la adresa Simonei Halep: „Acesta nu este umor”, „Nu așa te comporți cu o campioană”, „Rasism”, „Susțin Simona Halep.”¹⁶¹

Laurent Sourisseau, redactorul-șef al publicației *Charlie Hebdo* publică un editorial în care vorbește despre faptul că românii, ca și europenii nu au umor, nu au știut să înțeleagă ironia atunci cînd au văzut caricatura cu Simona Halep, motiv pentru care, deși umorul ar trebui să fie un liant între popoarele Uniunii Europene, acesta a condus la exprimarea unor puncte de vedere diverse. Spre exemplu, jurnalistul Dan Alexe susține că în ceea ce privește caricatura s-au avut în vedere prejudecățile francezilor vizavi de români, iar, pe de altă parte, jurnalistul Cristian Tudor Popescu se va dezice de practicile celor de la *Charlie Hebdo* și aduce acuzații de „xenofobism, rasism și, cît cuprinde, nemernicie”¹⁶². Dacă Laurent Sourisseau scria în articolul său: „Umorele care ar trebui să ne apropie, devine factor de discordie. Încă unul în Europa?”¹⁶³, Cătălin Ivan susține că, în acest caz nu se mai pune problema umorului, ci sînt abordate chestiuni mult mai grave precum: ce înțeleg cei de la *Charlie Hebdo* prin libertate de expresie, cum se manifestă limbajul agresiv și care sînt, de fapt valorile comune tuturor europenilor. Toate aceste motive se vor regăsi în invitația pe care europarlamentarul o adresează jurnaliștilor de la *Charlie Hebdo*, alături de care va fi trimisă și caricatura realizată de Jup de la „Ziarul de Iași”. Ele sînt livrate la sediul publicației de către Cătălin Ivancu. Europarlamentarul aduce la cunoștință celor de la conducerea publicației că motto-ul lor: „Un desen bun este un pumn în gură” contravine politicii lor editoriale care susține libertatea de expresie. Mai clar, într-o societate democratică, libertatea indivizilor de a-și exprima propriul punct de vedere sau propriile opinii sînt drepturi care sînt menținute prin diverse reglementări, așa cum se întîmplă și în cazul Cartei Europene a Drepturilor Omului. Cu toate acestea, un lucru esențial pe care Ivancu îi evidențiază este faptul că „libertatea de exprimare a unuia se oprește acolo unde atinge drepturile altuia”¹⁶⁴. Din această perspectivă, se pun la îndoială libertatea și demnitatea promovată de publicație. Această

¹⁶⁰ *Charlie Hebdo angers Romanians with "racist" Simona Halep tennis cartoon*. URL: <www.dw.com>.

¹⁶¹ *Charlie Hebdo*. URL: <www.facebook.com>.

¹⁶² Cristian Tudor Popescu, *Hebdoșii au câștigat Roland Garoi*. URL: <www.republica.ro>.

¹⁶³ Simona Halep. *Charlie Hebdo a reacționat după criticile românilor: „Descoperim cu oroare că europenii n-au niciun umor. Încă un motiv de discordie?”*. URL: <www.gps.ro>.

¹⁶⁴ *Un desen al caricaturistului Jup de la ZDI, dus de Cătălin Ivan la sediul Charlie Hebdo*. URL: <www.ziaruldeiasi.ro>.

afirmație se traduce prin faptul că o publicație care promovează libertatea de expresie nu ar trebui niciodată să pună pumnul în gură cuiva, așa cum s-a întâmplat în cazul Simonei Halep, unde s-a ajuns la deteriorarea imaginii și a demnității unei persoane. Caricatura realizată de Jup redă această idee: personajul din imagine imită modul în care a fost reprezentată Simona Halep de către *Charlie Hebdo* (asemenea unei ciori, aluzie la persoanele de etnie romă), dar, de această dată, se face trimitere la publicația franceză, care apare cu o bătă în mâini, lovind libertatea de expresie a oamenilor.

Simona Halep a fost implicată și în alte rînduri într-un scandal cu tentă rasistă. Mai exact, după finalul unui meci pe care l-a avut la Melbourne, româncă a declarat că adversara sa, Destanee Aiva, seamănă cu Serena Williams, fapt ce a fost interpretat ca un comentariu rasist. De această dată, revolta a venit din partea australienilor, care au postat mai multe mesaje în mediul online, pe Twitter, în care criticau poziția Simonei Halep.

De-a lungul timpului, stereotipurile au devenit un punct culminant de analiză în psihologia socială ca urmare a faptului că sînt inevitabile existenței noastre, iar efectul lor reușește să genereze tipare pe baza cărora se construiesc comportamentele. Cu toate acestea, Allport observă că aceste forme de gîndire sînt lipsite de explicații referitoare la motivul pentru care respingem anumite idei, forme de manifestare socială, culturală, religioasă etc. Un exemplu oferit de autor în acest caz, îl constituie raportarea la fostul președinte al Statelor Unite ale Americii, Abraham Lincoln și la o categorie etnică, evreii. Astfel, acesta surprinde faptul că ceea ce se apreciază drept calități în figura publică a lui Lincoln, aceea că este „muncitor, activ, dornic de cunoaștere, ambițios”¹⁶⁵, devin caracteristici defăimătoare la adresa celor din urmă. Așadar, plecînd de la observația că orice reprezentare provine de undeva, Allport consideră că aceasta ar trebuie să reprezinte, în mod normal, rezultatul unor experiențe repetate cu o anumită *categorie de obiecte*. Cu toate acestea, stereotipul apare fie dintr-un sîmbure de adevăr, fie, este lipsit de fundament. În acest sens, Allport, definește stereotipul ca fiind „o credință exagerată care se asociază cu o categorie. Funcția lui este să justifice comportamentul nostru în relație cu acea categorie.”¹⁶⁶ Plecînd de la afirmația lui H.-F. Amiel conform căreia „nu există popor fără prejudecăți”, se înțelege că individul, influențat de contextul social, va judeca toate evenimentele și stimulii cu care vine în contact. Aceste reprezentări se transmit de la o generație la alta, prin modalități diferite de inoculare precum relațiile sociale, modelele comportamentale și educația pe care o

¹⁶⁵ Gordon W. Allport, *The Nature of Prejudice*, New York, Doubleday Anchor Books, Garden City, p.189.

¹⁶⁶ *Ibidem*, p. 191.

primește în cadrul grupului. Cele mai multe considerații asupra modului în care prejudecățile funcționează într-o societate, susțin faptul că acestea apar în mentalul individului de la vârsta copilăriei, perioadă în care copilului îi sînt induse anumite reprezentări ale lumii, mod prin care se explică faptul că fiecare grup are o istorie, un mod specific de raportare la ceilalți, care servește drept exemplu în cadrul comunității.¹⁶⁷ Geert Hofstede întregeste afirmația anterioară, și afirmă că „fiecare individ este purtătorul unor modele de gândire, simțire și manifestări potențiale dobîndite de-a lungul vieții, iar multe dintre acestea au fost deprinse în copilărie.”¹⁶⁸ În această perioadă a vieții, un individ reușește să asimilieze cele mai multe informații, care au rol determinant, odată ce s-au imprimat în mental, deoarece atunci cînd el este pus în fața unor informații sau situații noi, acestea se vor manifesta primele. Cu toate acestea, autorul menționează că modul unui individ de a se comporta în contexte noi este determinat parțial de *programele mentale*, denumire pe care Geert o introduce atunci cînd face referire la modul unui individ de a gândi, de a simți sau la maniera în care acționează. Conceptul a apărut în urma unei analogii cu modul de funcționare al calculatoarelor, care se bazează pe programe de programare. Deși programele mentale sînt imprimate în mintea individului încă din copilărie, el este în măsură să se abată de la acestea și să reacționeze „în moduri care sînt noi, creative, distructive sau neașteptate”.¹⁶⁹ Sursa acestor programe mentale se regăsește în cultură, care este înțeleasă, în acest context, drept un fenomen care variază de la un mediu social la altul. Mai exact, un individ care a trăit sau trăiește într-un anumit context social va dobîndi un întreg set de comportamente învățate, consecințe ale cadrului social, ale valorilor și ale normelor impuse în comunitatea respectivă. Atunci cînd se abordează procesul de comunicare interculturală, accentul cade asupra explicării raportului dintre cultură și personalitatea unui individ. Dacă cultura este specifică mediului social al individului, personalitatea acestuia se fundamentează pe caracteristici care, parțial, se transmit prin moștenire, iar, parțial, reprezintă rezultatul unui proces de învățare, adică individul își modelează comportamentul sub influența culturii sau ca urmare a experiențelor personale unice.¹⁷⁰ Așadar, raportată la nivel individual, cultura reprezintă „sistemul de valori, credințe, idei, simboluri, atitudini și comportamente prin care se exprima identitatea fiecărui individ”.¹⁷¹

¹⁶⁷ Petru Bejan, *op. cit.*, p. 114.

¹⁶⁸ Geert Hofstede, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gândirii*, București, 1996, Editura Economică, p.20.

¹⁶⁹ *Ibidem*.

¹⁷⁰ *Ibidem*, p.22.

¹⁷¹ Grigore Georgiu, *op. cit.*, p. 39.

Dacă Hofstede vorbea despre mentalitatea unei societăți folosind denumirea de software mental, Malcolm Gladwell adaptează sintagma sub denumirea de *computer interior*. Mai exact, acesta insistă asupra ideii că, la nivelul creierului uman există un segment denumit *inconștient adaptiv*, care este răspunzător de procesele de decizie.¹⁷² Spre deosebire de Sigmund Freud, care este de părere că inconștientul nu este un mecanism funcționabil, ci este doar un depozit pentru dorințele, amintirile sau fanteziile noastre, Gladwell afirmă că acest concept servește în deciziile pe care le luăm zi de zi, de la cele mai banale, la cele de o anvergură mai mare.¹⁷³ Astfel, inconștientul adaptiv este descris ca având rol în prevenirea pericolelor, estimarea situațiilor, fixarea obiectivelor și producerea acțiunii în diferite contexte. Făcând apel la inconștientul adaptiv, Gladwell propune o teorie care își găsește aplicabilitate într-o varietate de domenii. Mai exact, este vorba despre *teoria feliilor subțiri*¹⁷⁴, care, odată aplicată, nu ar dura decît două secunde să producă efectele urmărite. Malcolm aduce, astfel, în atenție, abilitatea noastră de a evalua ce este relevant și, care provine în mod normal dintr-o felie foarte subțire de experiență. Este important de menționat exemplul din lucrarea lui Gladwell referitor la un experiment de condiționare prin care niște studenți puși în postura de a alcătui propoziții dintr-o listă de cuvinte sînt predispuși la o schimbare de comportament prin faptul că, în listă, sînt plasați, intenționat, anumiți termeni precum „Florida”, „vechi”, „singuri” etc. care, la nivelul inconștientului adaptiv, au indus *starea de a fi bătrîn*.¹⁷⁵ Prin faptul că restului creierului i-a fost indusă ideea că acesta este doar un exercițiu lingvistic, efectele s-au resimțit, în *spatele unor uși închise*, printr-o schimbare de comportament.

Spre exemplu,

Un caz asemănător se regăsește și în domeniul publicitar, acolo unde vorbim despre un anumit tip de consumator care agreează un anumit gen de produse, apoi i se oferă o varietate de alegeri și, găsește un alt produs care îi place, iar, în secunda următoare, își schimbă modul în care evaluează aspectele pe care le caută la un produs. Dacă este să urmărim teoria lui Gladwell, nu este un răspuns corect referitor la calitățile pe care consumatorul le caută la un produs. Acesta știe ce își dorește de la un produs, dar criteriile în urma cărora își formează preferințele sînt incomplete, acestea fiind depozitate în spatele ușilor închise. Intervenind la nivel discursiv, la fel

¹⁷²Cf. Malcolm Gladwell, *Blink. Decizii bune în două secunde*, București, Publica, 2011, p. 7.

¹⁷³ *Ibidem*, p. 5.

¹⁷⁴ *Ibidem*, p. 9.

¹⁷⁵ *Ibidem*, p. 58.

ca în exemplul amintit anterior, influențarea consumatorului poate urmări să suscite acele felii subțiri situate la nivelul inconștientului adaptiv și să convingă consumatorul să acționeze în sensul urmărit de agentul de publicitate.

CAPITOLUL 2

MITUL – INTERPRETĂRI ȘI APLICAȚII

2. 1. Introducere

În încercarea de a găsi un sens sau un înțeles unor fenomene despre care nu au nicio dovadă concretă, dar care le condiționează existența, oamenii au dat naștere poveștilor, legendelor sau miturilor. Ca urmare a faptului că societățile au avut realități diferite, miturile se pretează unor interpretări variate. Astfel, dacă pentru unii, mitul se structurează în secvențe narative, sub forma unei povestiri care are caracter fabulos, pur imaginativ, alții tind să atribuie mitului un sens simbolic. Ajunși în acest punct, se cere înțelegerea perspectivelor din care este privit mitul, care, fie se bazează pe un adevăr, fie, propune întâmplări, situații și personaje care sînt fictive. Starea de confuzie este dublată și de explicația pe care termenul o are în dicționare și, care propune o sinonimie între termenii mit și legendă sau basm: „povestire fabuloasă care cuprinde credințele popoarelor (antice) despre originea universului și a fenomenelor naturii, despre zei și eroi legendari etc.; p. gener. poveste, legendă, basm.”¹⁷⁶ Mai exact, în Grecia antică, Homer se raporta la mit ca la un fapt fictiv, apărut în urma unei invenții, fără vreo legătură directă cu realitatea. Această perspectivă este promovată și în prezent, de Max Müller, care înțelege mitul drept o manifestare care nu reușește decît să degradeze realitatea, sensul atribuit de autor mitul fiind cel de „maladie a limbajului”.¹⁷⁷ De cealaltă parte, un punct de vedere diferit aparține lui Aristotel¹⁷⁸, în concepția căruia, mitul este o poveste, cel mai adesea tragică care este inspirată din tradiția religioasă. În acest context, mitul devine un produs al verosimilului și are consecințe morale la nivelul realității sociale. În întîmpinarea acestei idei vine și Philippe Walter¹⁷⁹ care subliniază că înțelesul de bază al mitului trebuie perceput, întîi de toate, prin raportare la religie, cea care servește drept sursă primară în crearea miturilor, atunci cînd amintim mitul zeului, al cosmogoniei, sau al unor fenomene precum alternanța anotimpurilor, furtunile sau anotimpurilor, fenomene care au fost explicate, prin apelul la mituri, ulterior consemnîndu-se și intervența științifică. O atestare istorică din acest punct de vedere are loc în secolul al XII-lea, perioadă în care toate miturile europene care s-au vehiculat pînă atunci, au fost preluate, ulterior de literatură, motiv pentru care au cunoscut o influență creștină ca urmare a faptului că cei care se ocupau cu transcrierea lor erau parte a clerului bisericesc, singurul știutor de carte. Astfel, se

¹⁷⁶ *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, , București, Editura Enciclopedic Gold 2009.

¹⁷⁷ F.M. Müller, *The Science of Language*, vol. II, p. 456, apud. Florina Bugeac, *Myths in the Romanian Literature*, in Iulian Boldea (ed.), *Literature, Discourses and the Power of Multicultural Dialogue*, Tîrgu Mureș, Arhipelag XXI Press, 2017, p. 544.

¹⁷⁸ Aristotel, *Poetica*, Editura Stiințifică și Enciclopedică, București, 1957, apud. Marlena Pop, *Imaginarul arhetipal în artele textile contemporane românești*, București, 2016, p. 24.

¹⁷⁹ Philippe Walter, *Limba păsărilor. Mitologie, filologie și comparatism în mituri, basme și limbi ale Europei*, Traducere din limba franceză de Andreea Hopârtan și Corin Braga, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2007, p. 11.

pleacă de la ipoteza că miturile fondatoare ale Europei au suferit un puternic proces de creștinare.

Revenind la trilema mit–legendă–basm care a antrenat diverse dezbateri teoretice și metodologice, etnologii, fie operează o delimitare netă între concepte, fie resping, inclusiv, conceptul de mit. Cu toate acestea, mitul este validat ca fiind prima formă de narațiune care a apărut, urmat, mai târziu de basm sau de legendă, descrise și înțelese drept niște creații secundare, lipsite de profunzimea mitului, care este înzestrat cu aspecte religioase.¹⁸⁰ Victor Kernbach afirmă că inexactitățile și confuziile sînt provocate de originea cuvîntului, (*mythos*-poveste), la care se adaugă faptul că mitul reprezintă una dintre cele mai vechi atestări ale condiției omului, fiind asimilat de cultura scrisă de acum mult timp, fapt ce a condus spre puncte de vedere antagonice în încercarea de definire a mitului.¹⁸¹ Toate cele trei forme sînt condiționate de conceptul de povestire și de modul în care aceasta se transmite. Mai exact, dacă oralitatea basmului nu este afectată de numeroasele transcrieri, același lucru nu mai este valid în cazul legendei, care se răspîndește sub formă scrisă, iar o eventuală transmisie orală va fi influențată de amprenta transcrierilor pe care le-a suferit. În cazul mitului, transmiterea se face doar pe cale orală, însă important în acest caz devine modul în care a evoluat acesta. Inițial, reprezentativ la nivel religios, prin credințele pe care le transmitea, mitul a ars acest prototip și a dat curs cîtorva etape noi: deritualizarea, desacralizarea, punerea sub semnul întrebării a celor transmise, împușinarea reperelor etnografice, favorizarea oamenilor obișnuși în detrimentul eroilor mitici sau preferința pentru prezentarea unui destin individual, reprezentativ la nivel social.¹⁸² Astfel, mitul devine cadru narativ pentru scriitori și își pierde principalele atribute. Același punct de vedere este împărtășit și de Mircea Eliade¹⁸³ care sesizează la nivelul narativ al unei povestiri existența elementelor mitice. În societatea noastră, credința, obiceiurile și tradiția au constituit surse de inspirație pentru scriitori care au văzut în mit o modalitate de transpunere a unor realități care se constituie la nivel social. La fel se întîmplă și în literatură română, străbătută de influențe mitice, dintre care George Călinescu distinge cu grijă patru mituri fundamentale, „nutrite din ce în ce mai mult de mediile literare, tinzând a deveni pilonii unei tradiții autohtone.”¹⁸⁴ Cele patru mituri identificate de marele critic literar sînt: Traian și Dochia, reprezentând mitul etnogenezei românești și totodată constituirea poporului român, Miorița, simbolizând existența pastorală a poporului român, Meșterul Manole, cu referire la mitul creației

¹⁸⁰ A. Jolles, *Formes simples*, Deuil, 1972, apud. Philippe Walter, *op. cit.*, p. 46.

¹⁸¹ Victor Kernbach, *Miturile esențiale*, București, Editura științifică și enciclopedică, 1978, p. 5.

¹⁸² E. Meletinsky, <<Du mythe au folklore>>, *Diogenes*, 99, 1977, p. 117-142, apud Philippe Walter, *op. cit.*, p. 50.

¹⁸³ Mircea Eliade, *Aspects du mythe*, Paris, Gallimard, 1963, p. 245, apud. Philippe Walter, *op. cit.*, p. 51.

¹⁸⁴ George Călinescu, *Istoria literaturii române*, Editura Minerva, București, 1983, p. 37, apud. Florina Bugeac, *Myths in the Romanian Literature*, in Iulian Boldea (ed.), *op. cit.*, p. 544.

care presupune sacrificii și, nu în ultimul rând, Zburătorul, ca mit erotic.

Dacă Claude Lévi-Strauss și Mircea Eliade definesc mitul prin conținutul său, consemnările ulterioare ale lui Roland Barthes vor veni să contrazică această ipoteză. În încercarea de a defini mitul, Claude Lévi-Strauss¹⁸⁵ afirmă că sensul acestuia transcende aspectele de ordin lingvistic sau stilistic, dominantă fiind în structura mitului, istoricitatea. Astfel, autorul apreciază mitul drept o *expresie lingvistică*, care nu își împuținează sensurile în urma traducerilor, pentru că se fundamentează pe elemente istorice, așadar se argumentează faptul că, prin natura sa complexă, mitul reușește să depășească planul lingvistic. Pe de altă parte, definiția dată de Roland Barthes mitului, conform căreia; „*le mythe est une parole*”¹⁸⁶, așadar se încadrează în anumite bariere istorice, sociale și dispune de anumite criterii de folosire, vine să afirme că mitul este un mod de semnificare. Adoptând demersul saussurian, care propune o dimensiune lingvistică a semnului, realizată prin intermediul semnificantului, care face trimitere la conținutul semnului, și al semnificatului, care redă ceea ce exprimă semnul, Barthes construiește un model semiotic al mitului. Mai exact, acesta folosește denumiri corespondente pentru fiecare termen saussurian și adaugă primelor două niveluri, ale semnificantului și ale semnificatului (formeii, respectiv conceptului) o a treia dimensiune în care se realizează mitul. Barthes înțelege mitul drept un *sistem semiologic secund*¹⁸⁷, așadar acesta rezultă dintr-un sistem lingvistic, sau, așa cum mai este acesta numit, dintr-un *limbaj-obiect*, care va da naștere unui *metalimbaj*, adică mitului.

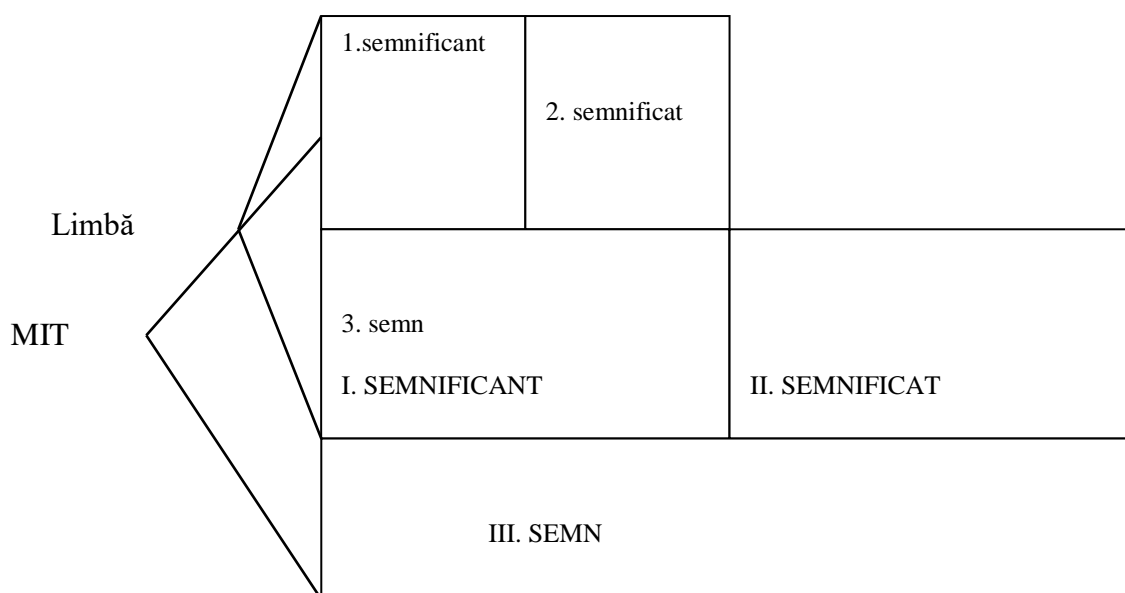


Figura 2.1. Roland Barthes, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1997, p. 242.

¹⁸⁵ Claude Lévi-Strauss, *Antropologia structurală*, București, Editura politică, 1978, apud. Ileana Marin, *Infidelitățile mitului. Reper hermeneutice*, Pitești, Editura Paralela 45, 2002, p. 12.

¹⁸⁶ Roland Barthes, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1997, p. 235.

¹⁸⁷ *Ibidem*, p. 241.

Dacă în teoria lui Barthes, se explică faptul că semnificația mitului este una continuă și alternează două sisteme lingvistice: limbajul-obiect și meta-limbajul, care conduc spre crearea unei dimensiuni exclusiv imaginate, Mircea Eliade insistă asupra ideii că mitul se poate explica mai ales prin raportare la societățile tradiționale, respectiv la modul în care acestea percepeau mitul. În cadrul tradițional, mitul era caracterizat ca fiind singura descoperire aptă să prezinte realitatea, așadar acesta se constituia într-un limbaj integral al comunității. Cum o societate nu se poate lipsi de mit, Mircea Eliade merge pînă la a spune că acesta se regăsește la nivel individual, fiind omniprezent, așadar el poate fi regăsit în visele, fanteziile și melancoliile individului în lumea modernă¹⁸⁸. Victor Kernbach adoptă poziția lui Mircea Eliade și afirmă că în mit se redau realitățile lumii, mai ales dacă este să luăm în considerare ideea că mitul în ciuda faptului că, în modul său de construcție sau de difuzare, a cunoscut anumite deformări, el păstrează aspectele esențiale din realitatea din care provine. Kernbach afirmă că o posibilă modalitate de definire sau de clasificare a mitului este imposibilă, acesta fiind un fenomen complex care nu poate fi cuprins în întregime. Într-o încercarea de sistematizare, Kernbach împarte miturile în patru categorii¹⁸⁹.

Se afirmă pentru început *miturile memoriale* care fac referire la evenimente ancestrale de o mare anvergură, cu un puternic impact asupra realităților contemporane sau a încercărilor de înțelegere a unor fapte stranii, neobișnuite, care se produc, în mare parte la întâlnirea a două populații cu un nivel spiritual extrem de diferit. Se impun în acest caz cîteva subclase care descriu primele contacte dintre individ și regnul animal (*interferența erelor*), pentru ca ulterior, în cazul *omului primordial* să se consemneze desprinderea omului de regnul animal, dar și de cadrul natural. Se vor realiza apoi primele forme de cunoaștere, atît a celei de sine, cît și a celei realizată în interiorul familiei, prin dezvoltarea sentimentului de iubire (*revelația inițială*), urmate fiind de *evenimentele insolite, inovația uneltelor*. Datorită revoluțiilor succesive care au produs schimbarea societății se înregistrează diverse modificări ale condiției umane. În cazul ultimelor două subcategorii, *războaiele cerești și potopul și reconstrucția universului postdiluvian* se are în vedere impactul asupra omului, pe de o parte, și observarea pur empirică a acestor fenomene, pe de altă parte.

Miturile fenomenologice vizează existența omului și a cadrului material, precum și a celui spiritual. Astfel în această categorie se regăsesc *miturile cosmogonice* (crearea lumii), *antropologia* (crearea omului), *escatologia* (referiri la fenomenul morții), *repetiția manifestărilor naturii*, *regnurile fabuloase* (reprezintă unele dintre cele mai vechi mituri ale omenirii), *cadrul astral, elementele* (apa, focul, pămîntul, aerul sau, în cazuri mai rare, eterul).

¹⁸⁸ Mircea Eliade, *Mituri, vise și mistere*, București, Editura Univers Enciclopedic, 1998, p. 21.

¹⁸⁹ Victor Kernbach, *op. cit.*, p. 7.

Miturile cosmografice se concentrează doar asupra spațiului divin, așadar, în această categorie se face referire la actul în sine de creare a zeilor (*teogonia*), apoi se încearcă o cuatificare a acestora care variază de la o perioadă istorică la alta (*panteonul*) sau o tripartiție a lumii, care se crede a fi compusă, în genere, din lumea divină, cea umană și cea demonică (*lumile coexistente*).

În ultima categorie, cea a *miturilor transcendente*, punctele de interes vizează *eroul arhetipal*, absolut, fără termen de comparație, *suprastructura demonologică*, care se explică prin credința în duhuri și demoni, *destinul, universul dual*, construit din două principii opuse: lumină-întuneric, bine-rău, viață-moarte, etc, *simbolurile condiției umane, viața și moartea și aria timpului* care în plan material este măsurabil, iar, în plan divin este abolit.

Victor Kernbach își probează astfel ipoteză afirmată în debutul lucrării *Miturile esențiale* și afirmă că în urma acestei clasificări se înțelege că mitologia se află în dezvoltare simetrică cu realitățile omului și se structurează într-un sistem unitar, care este construit încă din formele primitive ale omenirii, continuă să existe în primele forme de civilizație și în primele formelor de cunoaștere, va fi străbătut ulterior de formele religioase și filosofice, fapt ce atestă că mitul încearcă să cuprindă universul caracteristic omului, dar și pe cel bănuț, pe cel spiritual.¹⁹⁰ Astfel, făcând referire la modul de înțelegere a miturilor, Kernbach afirmă că el poate fi explicat din două perspective diametral opuse. Pe de o parte, mitul reprezintă un mod de înțelegere a lumii și a manifestărilor sacrului în lume, iar, pe de altă parte, apelul la mituri are rolul de a controla și de a condiționa oamenii. Astfel, acesta prezintă o nouă posibilitate, aceea prin care mitul este creat și propagat în încercarea de a impune un anumit comportament. Acest punct de vedere va fi preluat de către Mădălina Moraru¹⁹¹, care vine mai târziu să afirme că mitul, nu doar se regăsește într-o societate, dar are și rol reglementator, de formare a indivizilor, prin faptul că miturile întruchipează o serie de tradiții ancestrale care, odată transmise, realizează aducerea la același nivel a individului cu normele impuse de mit, fie într-o manieră confirmată, fie pe cale neoficială.

Spre exemplu,

Demersul autoarei va viza domeniul publicitar, prin observarea modului în care se realizează apelul la mit. Astfel, acesta este inserat, de cele mai multe ori prin tehnica intertextualității, „prin faptul că textul original la care face referire a comunicat deja un mesaj pe care al doilea text

¹⁹⁰ *Ibidem*, p. 12.

¹⁹¹ Mădălina Moraru, *Mit și publicitate*, București, Nemira, 2009, p. 21.

poate să-l folosească și să-l dezvolte”¹⁹². Se sugerează așadar că receptorul va rezona mai degrabă cu un astfel de mesaj, întrucât îl va îndruma la textul original, fapt ce-i va capta atenția pînă la finalul spotului publicitar. În acest sens, Mădălina Moraru impune conceptul de *publicitate mitică*¹⁹³ și argumentează că, atunci cînd apare folosită, se creează o legătură mai profundă între public și brand, fie pentru că publicul va identifica mitul originar care a stat la baza construcției mesajului, fie pentru că construcția narativă stîrnește interes. Contează mai puțin, în acest context, aspectele specifice ale produsului care este promovat, ci importantă este narativitatea mesajului: „întotdeauna o poveste bine spusă, cu un erou notabil, inserează produsul atrăgător în mreaja epică.”¹⁹⁴ O altă direcție care se configurează în publicitate este identificată de Vasile Dîncu ca fiind aceea a creării de sensuri în publicitate. Ca urmare a faptului că publicitatea adoptă, într-o notă cît mai încurajatoare reprezentări ale cosmicului, „ale Marelui tot care este în noi înșine și în afara noastră”¹⁹⁵, se observă că publicitatea încearcă să transmită ideea că produsul publicitar nu mai este marcat doar de realitate, așadar caracteristicile lui nu se mai înscriu într-un fond bine delimitat, în care să fie îngustat de finititudine sau banalitate, ci, mai nou, acesta devine element al cosmosului, al infinitului. Asemenea exemple se regăsesc și în lucrările lui Roland Barthes, care analizează aportul mitic la nivel discursiv, în publicitate. Atunci cînd definește mitul, conținutul acestuia tinde să intre într-un con de umbră, accentul căzînd asupra modului în care se vorbește despre un obiect: „mitul nu se definește prin obiectul mesajului său, ci prin felul în care-l spune.”¹⁹⁶ Astfel, în mesaje publicitare despre detergenți, mitul acestor tipuri de produse se bazează pe ideea de modificare a materiei, astfel spus produsul fie *ucide* murdăria, fie o *alungă*. La acestea se adaugă și două *stări-valoare* care *curăță în profunzime* sau *scoate toate petele*. Același caz este întîlnit și în analiza automobilelor, mai exact a modelului de autoturisme Citroen Déesse, în care se trece de la ideea că automobilul impresionează prin viteză, performanță și materialele care au fost folosite pentru construcția acestuia, la poziționarea automobilului drept un obiect superlativ, care se remarcă prin învelișul pur sau geamurile din sticlă fină care ocupă porțiuni mari. Astfel discursul publicitar este adus la rangul de artă, iar obiectul este divinizat, totul în scopul promovării.

Așa cum am văzut deja, studiile de specialitate abundă în referiri numeroase pentru a denumi conceptul de mit. La cele amintite anterior se adaugă și clasificarea propusă de Mihai Coman¹⁹⁷

¹⁹² Angela Goddard, *Limbajul publicității*, Iași, Polirom, 2002, p. 105.

¹⁹³ Mădălina Moraru, *op. cit.*, p. 18.

¹⁹⁴ *Ibidem*, p. 18.

¹⁹⁵ Vasile Sebastian Dîncu, *Comunicare simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Cluj-Napoca, Eikon, 2009, p. 207.

¹⁹⁶ Roland Barthes, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1997, p. 235.

¹⁹⁷ Mihai Coman, *Mass media, mit și ritual. O perspectivă antropologică*, Iași, Polirom, 2003, p. 91.

care vizează forma de exprimare, conținutul (care face referire la sacralitatea trecutului), respectiv relația cu societatea (mitul reprezintă o autoritate folosită cu rolul de a forma și de a educa instituțiile și comportamentele atunci când apare invocat). Claude Rivière¹⁹⁸ adaugă la această schemă alte opt caracteristici prin prisma cărora poate fi înțeles mitul: povestirea imaginară, apartenența la o lume simbolică, polisemia, caracterul atemporal, perspectiva afectivă, intenția de acțiune, raționalitatea imaginarului și caracterul inițiativ. Este important să insistăm asupra mitului privit ca o formă narativă, bazată pe un scenariu coordonat de repere istorice, legendare sau morale, care operează cu simboluri care reușesc să fie asimilate de mai multe culturi.

2.2. Cosmogonia. Crearea lumii din haosul primordial.

Atunci când vorbim despre mit, ne referim, în principiu la originile sale, care țin mai întâi de toate de religie. Prin faptul că povestește despre zei, despre facerea lumii, mitul este raportat, mai întâi de toate la teologie. Astfel, acesta se înscrie adesea într-un spațiu sacru și se constituie într-un limbaj sacru prin care își propune să explice lumea și omul, așa cum erau ele ilustrate în timpurile primitive.¹⁹⁹ Ca urmare a acestui fapt, Mircea Eliade operează o distincție între termenii sacru și profan. Plecând de la ideea că lumea poate fi definită în două moduri, fie prin sacru, înțeles de Mircea Eliade drept o hierofanie (de la *hieros*, sacru și *faîno*, a apărea), așadar o manifestare a sacrului, fie prin profan, care presupune delimitarea netă de orice formă de presupuziție religioasă. În hierofaniile manifestate în mituri, sacrul stabilește niște modele la care indivizii trebuie să se conformeze astfel încât să înțeleagă în sens deplin însemnătatea realității, fără a se împiedica de profan care face trimitere la realitatea imediată și la dimensiunea materială a existenței. Plecând de la ideea că orice spațiu implică o hierofanie, Eliade distinge între *Cosmos*, descris drept spațiul locuibil, care ne este cunoscut și care apare în urma manifestării sacrului, și, pe de altă parte, *o altă lume*, denumită de Eliade drept *Haosul*, care reprezintă un spațiu nedeterminat, marcat de mister.²⁰⁰ Acceptând afirmația lui Mircea Eliade conform căreia „mitul înfățișează izbucnirile sacrului în lume”²⁰¹, așadar fiecare mit constituie un motiv, o explicație care să susțină o realitate, se aduce în discuție una dintre semnificațiile cele mai

¹⁹⁸ Claude Rivière, *Socio-antropologie des religions*, Armand Colin, Paris, 1997, pp.53-55, apud. Mihai Coman, *op. cit.*, p. 90.

¹⁹⁹ Philippe Walter, *op. cit.*, p. 11.

²⁰⁰ Mircea Eliade - *Sacrul și Profanul*, Traducere din franceză de Brândușa Prelipceanu, București, Humanitas, 2005, pp. 22 -27.

²⁰¹ *Ibidem*, p. 76.

profunde ale sacrului care este *Centrul Lumii*, iar pentru că crearea omului este o replică a cosmogoniei, primul om aparține de asemenea centrului. Tradiții religioase diferite atestă existența omului în „buricul pământului”. Dintre acestea amintim concepția iudeo-creștină care amintește Paradisul în care Dumnezeu l-a creat pe Adam, în centrul lumii.²⁰² Astfel, Eliade percepe lumea ca fiind o ansamblare care s-a fundamentat prin înlăturarea haosului și, a cărei funcționare necesită ordine și orientare. Centrul sau *Axis Mundi*, așa cum este el considerat de către Mircea Eliade este punctul de întâlnire între Cer, Pământ și Infern, așadar acesta simbolizează locul de origine al lumii și reprezintă punctul de echilibru care determină trăinicia oricărei construcții.²⁰³ Mitul cosmogoniei, la Eliade face referire la trecerea de la Haos la Cosmos și s-a realizat începând din centru, așadar acesta reprezintă prin excelență o hierofanie. Cu privire la acest mit, Eliade stabilește că orice creație repetă în principiu actul cosmogonic, așadar lumea care ne înconjoară și care rezultă în urma eforturilor umane de construcție nu poate fi validată decât prin faptul că a urmat un model, anumite arhetipuri ale teritoriilor, templelor și orașelor.²⁰⁴ Este ceea ce Eliade numește *imago mundi*, adică omul încearcă o reprezentare sau o imitare a cosmosului în existența sa cotidiană. Astfel, acesta percepe stabilirea într-un anumit teritoriu și decizia de a construi o locuință drept gesturi care reproduc la scară mică actul cosmogoniei. Chiar și un cort cu un țaruș în mijloc exprimă o perspectivă asupra cosmosului, țarușul fiind pe post de *Axis mundi*. Se imită așadar eforturile zeilor care, de multe ori au necesitat sacrificii. În încercarea de săvârșire a actului creator și de înlăturare a haosului primordial, este nevoie de un sacrificiu divin, motiv pentru care, spre exemplu, în religia asiro-babiloniană, omul e creat din sângele unui zeu.²⁰⁵

Două arhetipuri care au însuflețit mitologia autohtonă cu privire la actul creației sînt cel al arborelui și al șarpelui. Potrivit iudeo-creștinismului, facerea lumii s-a realizat în mod direct, prin intervenția lui Dumnezeu. Dumnezeu l-a creat pe Adam în Grădina Edenului, care se află în centrul lumii, iar în mijlocul grădinii exista arborele cosmic: „Și a făcut Domnul Dumnezeu să răsară din pământ tot soiul de pomi plăcuți la vedere și cu roade bune de mîncat; iar în mijlocul Raiului era pomul vieții și pomul cunoașterii binelui și răului”.²⁰⁶ Eliade analizează mitul cosmogonic din punct de vedere a interdicției divine, care refuză dreptul omului la o cunoaștere universală, simbolizată prin fructul oprit. Odată ce Eva culege rodul pomului, se modifică

²⁰² *Ibidem*, p. 37.

²⁰³ Mircea Eliade, *Eseuri. Mitul eternei reînțoarceri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991, p. 19.

²⁰⁴ *Ibidem*, p. 15.

²⁰⁵ Ioan Petru Culianu, *Mircea Eliade*, Iași, Polirom, 2004, p. 23.

²⁰⁶ Mircea Eliade, *Istoria credințelor și ideilor religioase*, vol. I, 1976, vol. II, 1978, vol. III, 1983, București, Editura Univers Enciclopedic, 2000, p. 117.

structura existenței umane de pînă atunci: omul descoperă că este gol, iar veșnicia este abolită, omul fiind sortit morții. În ceea ce privește binecunoscutul șarpe care o ispitește pe Eva, acestuia i-a fost atribuită, în primă fază o sferă malefică, urmînd ca, în timp modul de percepere al acestuia să cunoască o remediere. Soarta omului este prefigurată de șarpe, care este păzitorul pomului și care reușește să-și îndeplinească scopul pînă la căpăt, fapt ce marchează eșecul inițiativ al lui Adam, care nu mai este ca în celelalte tradiții religioase un învingător.²⁰⁷ Această schimbare de raporturi se datorează faptului că omul a încercat să atingă cunoașterea divină, considerat cel mai mare păcăt după cum susține legenda biblică.²⁰⁸ Atunci cînd face referire la arbore, Eliade nu îl înțelege doar ca un simbol al Cosmosului, ci și ca reprezentînd, la un nivel mai profund viața, nemurirea, cunoașterea. În acest context, arborele este descris drept un pom cu „fructe de aur și frunze fermecate care crește în lumea de dincolo și care este păzit de monștri”.²⁰⁹ Pentru ca arborele să îndeplinească dorințele, este necesară uciderea celui care îl veghează, urmînd ca învingătorul să parcurgă o probă prin care să-și valideze calitățile, să arate că este apt pentru a putea primi darul. Un mit care se impune în acest sens este cel al Diane, identificat de către James Frazer²¹⁰ în lucrarea sa, *Creanga de aur*, organizată în 12 volume. Autorul a încercat să găsească explicații în ceea ce privește cultul zeiței Diana, care oferea fiecărui bărbat, apt să culeagă o creangă de aur din copacul sacru și să-și ucidă predecesorul, posibilitatea de a deveni regele pădurii. Apelînd la metoda comparativă, Frazer pune mitul Diane în legătură cu alte aspecte similare care există în diverse culturi: arbore sfînt, rege-preot, preot divin, regicid, tabu, țapul ispășitor, culturile de fertilitate.²¹¹

Acțiunea din balada Milea reia scenariul primordial al cosmogoniei. Eroul este plasat în centru lumii, sub Arborele cosmic, acolo unde își ratează inițierea și adoarme *sub un pom mare, rotat*, în timp ce un șarpe reușește să i se strecoare în sîn: „Șerpele mă-ncolăcește/ Cu venin mă otrăvește”²¹². Încercînd să se descotorosească de șarpe, Milea va cere ajutorul familiei, mai exact mamei, tatălui, fratelui și surorii, dar care, nu vor răspunde chemării eroului. Singura care va reuși să îl ajute este iubita sa care va trece, astfel proba iubirii. Asistăm la o arhitectură fundamentată atît pe elemente cosmice, cît și pe cele pămîntești, în care prevalează sacralul. Arborele cosmogonic va traspune eroul într-o zonă mitică, în care sînt redată aspectele primare ale dimensiunii materiale și ale existenței umane. Așa cum afirmă și folcloriștii, majoritatea

²⁰⁷ *Ibidem*.

²⁰⁸ *Ibidem*.

²⁰⁹ Mircea Eliade - *Sacral și Profanul*, Traducere din franceză de Brîndușa Prelipceanu, București, Humanitas, 2005, p. 115.

²¹⁰ James Frazer, *The Golden Bough: A study of Magic and Religion*, Oxford and New York: Oxford University Press, 1890, apud. Nicolae Panea, *Antropologie socială și culturală*, Craiova, Editura Omniscope, 2000, p. 57.

²¹¹ *Ibidem*, p. 58.

²¹² Balada Milea.

poveștilor populare sînt urme ale unor credințe arhaice care au acționat ca un factor modelator la nivelul societăților. În acest sens, Philippe Walter analizează modul în care aceste povești se regăsesc resuscitate în literatură, și care converg spre ceea ce el numește o *mitologie a Carnavalului*. Acest concept vorbește despre totalitatea miturilor percursoare ale Europei, care s-au alcătuit prin suprapuneri culturale diverse, influențându-se reciproc, fapt ce a afectat și miturile indo-europene preistorice. Ne interesează în acest caz reprezentările pe care șarpele, o creatură mitică le-a dobîndit în tradiții religioase diferite, luînd fie forma balaurului, a dragonului, a zmeului, a căpcăunului, a monstrului marin, a noptii, a morții și fiind perceput cel mai adesea ca un dușman, un monstru, o creatură care servește forțele răului și care trebuie înlăturată. El reprezintă tot ceea ce este imaterial, ireal, fictiv, existență acestuia fiind pusă sub semnul probabilității.²¹³ Pentru a oferi o imagine mai clară în ceea ce privește interferențele suportate de acest mit, Walter merge pînă în a cerceta înțelesul fiecare concept, din punct de vedere lingvistic, înțelegînd că nu se poate realiza o analiză eficientă a acestui mit fără a lua în considerare cuvintele care fac trimitere la aceste ființe mitice. Astfel, el observă că termenul dragon din limba italiană, engleză și germană provine din aceeași rădăcină lexicală, în timp ce la Homer și la Aristotel, cuvîntul *drakon* se folosește pentru a desemna un șarpe.²¹⁴ Totodată acest termen este pus în legătură și cu privirea șarpelui, motiv pentru care, sub impulsul acestei noi definiții reiese faptul că dragonul este un *animal al cunoașterii*, care știe mai mult decît muritorii, motiv pentru care uciderea acestuia este pusă adesea în legătură cu mitul cosmogonic sau cu ritualul inițiativ al eroilor, deoarece cel care răpune dragonul poate căpăta o cunoaștere care nu este accesibilă tuturor. Un exemplu în care eroul trebuie să treacă niște probe pentru a se dovedi apt să domnească peste un regat este cel din basmul *Prîslea cel voinic și merele de aur*. Este vorba despre un basm care conține toate reperele cosmogoniei: apariția zmeului, arborele cu fructe de aur, lupta cu zmeul și victoria eroului.

Un alt punct de legătură identificat de Walter cu referire la denumirea dragonului își are originile în botanică și face trimitere la o plantă denumită *sîngele-de-nouă-frați* (fr. *dragonnier*). Mai exact este vorba despre un copac din al cărui trunchi se scurge o rășină numită *sîngele-dracului*²¹⁵. Acest arbore se găsește reprezentat de Hieronymus Bosch, cel care propune ideea că acest pom este identic cu cel cosmic, despre natura căruia nu se știu prea multe lucruri. Astfel, în lumina acestei noi reprezentări, se înțelege că existența șarpelui era una simbolică, iar în acest caz acesta este echivalat cu dracul. Atunci cînd vorbește despre cosmogonie, Eliade închipuie

²¹³ Mircea Eliade - *Sacral și Profanul*, Traducere din franceză de Brîndușa Prelipceanu , București, Humanitas, 2005, p. 40.

²¹⁴ Philippe Walter, *op. cit.*, p. 69.

²¹⁵ *Ibidem*, p. 37.

haosul primordial ca pe o monstruozitate (în cele mai multe cazuri acvatică, ca urmare a faptului că apa este simbol al vieții), importantă fiind în acest caz intervenția divină de selecție și de clasificare: lumină-întuneric, cer-pământ, stare atemporală primordială - timp pus în mișcare. Mitul cosmogoniei face referire, fie la zeii care trebuie să sacrifice o creatură primordială, fie la creația care se realizează prin puterea cuvântului, așa cum se întâmplă în cazul creștinismului, în care Dumnezeu organizează materia haotică, fiind prezente și cele care vorbesc despre crearea lumii dintr-o ou, prin analogie cu observarea nașterii puiului, a șarpelui sau a broaștei.²¹⁶ În toate aceste variante transpare ideea de echilibru, de cadru nou de existență.

Ne vom concentra, însă doar asupra primei variante, care privește ipoteză conform căreia Cosmosul a luat naștere nu doar prin această moartea ritualică, ci și prin puterea sacrificiului care a presupus continuarea existenței dragonului, dar „în alte forme multiple de existență”.²¹⁷ Astfel, dacă dragonul este simbolul haosului, decapitarea acestuia simbolizează întocmai actul de creație. În încercarea de a-și construi un spațiu propriu în care să-și desfășoare existența, omul va fi nevoit să facă anumite *jertfe sîngeroase* sau *simbolice* care reproduc miturile cosmogoniei.²¹⁸ Acestea vor varia de la o cultură la alta, astfel încât, dacă în tradiția germanică, cosmogonia vorbește despre uciderea uriașului Ymir, cea indiană atestă existența lui Paruška, în timp ce în China, existența omului este legată de P'an-ku.²¹⁹

Spre exemplu,

Mitul este ilustrat și în tradiția autohtonă în balada *Monastirea Argeșului* și ia forma jefei soției meșterului Manole, acesta fiind singura posibilitate prin care construcția poate fi temeinică. Bazată pe mitul sacrificiului sau al jefei creatoare, balada reia ideea că noile construcții sînt durabile doar dacă în temelia lor este zidită o ființă umană, care va fi sacrificată astfel încât aceasta va deveni un protectorul al zidirii. Astfel, balada redă structurile cele mai vechi ale mitul cosmogonie, în care se sacrifică ființa cea mai dragă, în sensul de a imprima un caracter sacru și durabil construcțiilor care imită actul creației.

Ca o completare la mitul cosmogoniei, Ioan Petru Culianu²²⁰, identifică două tipuri de demiurghi care au asistat divinitățile la crearea universului. În primă instanță este amintit mitul

²¹⁶ Victor Kernbach, *op. cit.*, p. 17.

²¹⁷ Mircea Eliade, *Comentarii la legenda Meșterului Manole*, 1943, apud. Ioan Petru Culianu, *Mircea Eliade*, Polirom, Iași, 2004, p. 27.

²¹⁸ Mircea Eliade - *Sacral și Profanul*, Traducere din franceză de Brîndușa Prelipceanu, București, Humanitas, 2005, p. 46.

²¹⁹ *Ibidem*.

²²⁰ Ioan Petru Culianu, *Gnozele dualiste ale Occidentului*, Iași, Polirom, 2013, p. 31.

demiurgului șarlatan, construit în opoziție cu divinitatea, și reprezentat ca fiind vinovat de încercările eșuate de reorganizare a lumii. Este un mit care înfățișează un personaj complex, care se poate dovedi mai înțelept decât Creatorul, așadar rolurile se pot inversa, însă doar pentru o perioadă scurtă de timp. La fel se întâmplă și în cazul raportului dintre Harap-Alb, privit ca un erou autentic și Spînul, cel care va încerca să fure locul acestuia, producându-se astfel o inversare de roluri între cei doi. Basmul surprinde etapa inițierii fiului cel mic al Craiului, care va trece prin trei probe, în urma cărora va dovedi dacă este în măsură să preia statutul de împărat. Surprins inițial în postura de fiu de crai, neinițiat, acesta îl va întâlni pe Spîn și va deveni sluga acestuia, în ciuda sfaturilor tatălui său de a refuza propunerile Spînului. În acest punct, se face referire directă la mitul cosmogonic iudeo-creștin, în care Spînul va lua forma șarpelui și va încerca să ispitească, urmînd ca Harap-Alb, asemenea lui Adam și a Evei să cadă pradă acestei forțe a răului, neascultînd porunca lui Dumnezeu. Asemenea Căderii din Rai prin care omului i-a fost abolită viața veșnică, și Harap-Alb va trece printr-o moarte simbolică, prin coborîrea într-o fîntînă, adică în Lumea de dincolo. În povestea lui Harap-Alb, Spînul are un rol constructiv, menirea acestuia fiind de a contribui la inițierea și maturizarea eroului, dar așa cum și rolul demiurgului șarlatan este provizoriu, și Spînul își încheie existența odată ce Harap-Alb își definitivează inițierea.

Cel de-al doilea mit identificat de Culianu este cel al *demiurgului șarlatan de origine feminină*²²¹ care rezidă în mitul Sophiei, care propune un alt scenariu al situației creatoare, în care un personaj feminin dă naștere lumii. Analizat din punct de vedere al modului în care se manifestă și se dezolvă în culturi diferite, Culianu observă că, în unele culturi demiurgul șarlatan este concurat sau chiar eliminat de entitățile feminine. Mitul Sophiei se află în opoziție cu divinitatea masculină din tradiția biblică. Mitul se organizează în trei perspective diferite. În primă fază, autorul amintește despre *Sophia ca entitate căzută*²²², care face trimitere prin analogie la un personaj biblic feminin, Eva, cea care va cădea în păcat și cea care se face vinovată de nenorocirea omenirii. Acest demiurg șarlatan feminin, așa cum îl consideră Culianu, este caracterizat din punct de vedere al sexualității, al eros-ului, dar și al incestului. Un punct de vedere dominant în ceea ce privește cea de-a doua ipostază, *Sophia ca eon superior*²²³, derivă din doctrina lui Simon din Samaria și susține faptul că lumea materială a apărut ca urmare a greșelii cauzate de o entitate feminină.²²⁴ Aceasta apare ca o Mamă universală, o ființă careia i se

²²¹ *Ibidem*, pp. 37-39.

²²² *Ibidem*, p. 93

²²³ *Ibidem*, p. 99.

²²⁴ Ioan Petru Culianu, *Jocurile minții. Istoria ideilor, teoria culturii, epistemologie*, Iași, Polirom, 2002, p. 137.

datorează existența lumii dar și a primului copil, un băiat, descris ca fiind *Demiurgul ignorant* care va fi răspunzător de o întreagă umanitate. Culiianu percepe această divinitate feminină care are existență antagonică; pe de o parte creează lumea, dar, pe de altă parte, este răspunzătoare și de blestemul pe care îl aruncă asupra umanității. Autorul categorizează greșeala Sophiei ca fiind una a feminismului, așadar este vorba despre o revoltă împotriva modului în care este structurat universul: „Este un mit larg răspândit despre o entitate feminină care încurcă ordinea masculină a lumii.”²²⁵ În cea de a treia situație, *Sophia înlocuită de Logos*²²⁶, apare ca o entitate masculină, căreia i se atribuie în totalitatea existența lumii, prin faptul că acțiunile sale au fost coordonate din proprie motivație.

2.3. Eterna reîntoarcere. *Regressus ad originem* și metempsihoză.

Continuând analiza mitului cosmogonic, Mircea Eliade ajunge la concluzia că societățile manifestă o nevoie de reactualizare a actului de creație. Acest *regressus ad originem* se realizează prin ceremonii periodice, pe care Eliade le caracterizează ca având rolul de a alunga bolile, păcatele și monstrozitățile sau, de a marca un nou început, prin celebrarea Anului Nou, realizându-se astfel începutul unei noi perioade temporale, dar și abolirea timpului trecut.²²⁷ Prin faptul că Anul Nou marchează ziua în care a avut loc cosmogonia, repetarea ritualică a acestui mit redă, la nivelul colectiv al umanității, ideea exemplarității, iar, prin reactualizarea miturilor, omul va încerca să imite aceste modele comportamentale în încercarea de a se apropia de divinitate. Sînt desemnate, așadar, eforturilor oamenilor de reîntoarcere la timpul primordial, la începuturi. Repetarea mitului are rolul de a consemna manifestarea sacrului în lume și se referă la nevoia oamenilor de a se întoarce în *ilios temporare*, acolo unde se află conservate toate principiile și modelele oricărei conduite. Prin eterna reîntoarcere, oamenii imită faptele unui zeu sau ale unui erou mitic, realizându-se astfel o detașare de timpul profan, prin care omul „intră magic în Marele Timp, timpul sacru”.²²⁸ Se pune în discuție problema efectelor provocate de această eternă reîntoarcere, prin care omul abandonează modul său anterior de a fi în lume, adică miturile așa cum explică Eliade, acestuia revenindu-i o nouă condiție. Albert Camus vorbește

²²⁵ *Ibidem*, p. 142.

²²⁶ Ioan Petru Culiianu, *Gnozele dualiste ale Occidentului*, Iași, Polirom, 2013, p. 100.

²²⁷ Mircea Eliade, *Eseuri. Mitul eternei reîntoarceri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991, p. 46.

²²⁸ *Ibidem*, p. 127.

despre modul oamenilor de a acționa în virtutea absurdului²²⁹, în timp ce Mircea Eliade repropune o „cosmetizare a omului”.²³⁰ Mitul cosmogonic nu este reactualizat doar prin celebrarea Anului nou, ci poate fi marcat de trecerea la putere a unui nou șef, începerea unui război sau vindecarea unui bolnav.²³¹ În acest ultim caz, Eliade insistă asupra situației în care mitul cosmogonic este folosit în scopuri terapeutice, accentul căzînd pe o *nouă naștere*, prin care bolnavul să reușească să se vindece, și care imită modelul arhetipal al cosmogoniei. Se pune în discuție simbolismul Anului Nou, care trimite cu gîndul la concepția creștină conform căreia morții se vor întoarce la viață, atunci cînd ordinea cosmosului va fi înlăturată, iar timpul va fi, de asemenea abolit. Făcînd referire la cele trei faze: viața, moartea și reînvierea, Eliade le percepe în raport cu modul în care oamenii se poziționează în cosmos. Mai exact, în funcție de fazele Lunii, oamenii au înțeles nu doar că viața și moartea se coordonează reciproc, dar și faptul că moartea nu este categorică, nu este un adevăr general, existînd șansa întoarcerii pe pămînt, într-o altă existență.²³² Eliade vorbește despre mitul reînvierii care constă în credința reîntoarcerii într-o nouă existență, și care este marcată de un nou început. Credința în metempsihoză, termenul filosofic folosit pentru a desemna reîncarnarea unui suflet dintr-un corp în altul, este acceptată în numeroase arii culturale, dintre care cel mai pregnant s-a manifestat la indieni, fiind însă respinsă de iudaism, de creștinism și de islamism, care conferă timpului o concepție mai degrabă liniară. În întîmpinarea modelului indian vine și filosofia societăților tradiționale din Africa, unde apare conceptul de reîncarnare, prin care persoanele care au trecut în neființă se pot întoarce la viață, cu mențiunea că, cei care au încălcat anumite valori morale, cît și cei care nu au beneficiat de un ritual de înmormîntare, sau persoanele care suferă de un handicap, vor fi uitați în Honulu.²³³

Pentru o înțelegere mai clară a acestui mit, Eliade face apel la gîndirea filosofică indiană care prezintă ca idee centrală faptul că existența umană este marcată de suferință și se prelungește în lume prin intermediul timpului. Această ipoteză este susținută de conceptul de *karmă*, care este răspunzător de nenumăratele reîntoarceri la existență, dar și de suferință, principalul coordonator al formelor pe care omul le ia în viitoarele sale reîncarnări. Singurul remediu pentru ca omul să pună capăt existenței în timp este ruperea karmei. Eliade adaugă că singura modalitate prin care omul poate să îndeplinească acest lucru este tocmai eterna reîntoarcere, în scopul de a-ți

²²⁹ Sentimentul absurdului se naște din conștientizarea distanței dintre aspirațiile infinite ale omului și caracterul finit al existenței sale.

²³⁰ Ioan Petru Culianu, *Mircea Eliade*, Iași, Polirom, 2004, p. 31.

²³¹ Mircea Eliade, *Eseuri. Mitul eternei reîntoarceri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991, p. 147.

²³² Mircea Eliade - *Sacru și Profanul*, Traducere din franceză de Brîndușa Prelipceanu, București, Humanitas, 2005, p. 120.

²³³ Georges Mionois, *Istoria infernurilor*, Traducere Alexandra Cuniță, București, Humanitas, 1998, p. 29.

cunoaște existențele anterioare.²³⁴ Astfel, el pledează pentru întoarcerea *ad originem*, la prima existență, care a provocat chiar declanșarea timpului, așadar întoarcerea la cosmogonie este percepută de filosof ca fiind esențială. Conform concepției indiene această continuă reîntoarcere a omului în planul material are scopul de înțelegere și de ardere a păcatelor, pe care le-a adunat de la o existență la alta. Și mai important este cazul în care omul își *amintește începutul*, adică se realizează o abolire a timpului profan și o parcurgere, în sens invers, pînă la începuturile primordiale. Așadar, se afirmă că procesul de reîncarnare poate lua sfîrșit odată ce se atinge o nouă stare, *nirvana*, prin care omul capătă statut asemănător zeilor, ducîndu-și existența în plan spiritual.²³⁵ Făcînd referire la fenomenul propriu-zis care trasează limitele între existența materială a omului și viața de dincolo, Eliade percepe moartea ca reprezentînd o punte, o legătură între aceste două planuri, așadar acest fenomen face trimitere la ritualurile de inițiere și se afirmă că moartea poate fi înțeleasă ca o modalitate prin care omul trece într-o altă existență, într-o altă formă în care continuă să existe. În termeni simpli, Eliade surprinde pe scurt, dar în același timp atotcuprinzător, sensul morții care este *Marea Inițiere*.²³⁶ Așadar, nu ne mai aflăm în aceeași paradigmă categorică impusă de creștinism, care concepe moartea drept o deteriorare a existenței umane, trecerea fiind doar în plan spiritual, fără să se accepte ideea revenirii spiritului pe pămînt, în alte forme. În ambele cazuri, moartea desemnează un sfîrșit, însă ceea ce diferă este coloratura pe care o impun religiile creștine în comparație cu cele necreștine. În cele creștine, moartea reprezintă o ruptură drastică a omului cu planul material, și este marcată de dualismul Rai – Iad. Pe de altă parte, se impune concepția conform căreia moartea este o trecere rapidă de la un mod de viață la altul, în care scopul este renașterea, cu mențiunea că aceasta să fie făcută în sensul conștientizării adevăratei identități.²³⁷ Astfel, moartea constituie o coordonată de care depinde reînvierea sau, de care depinde, așa cum se întîlnesc în multe cazuri din basme, inițierea eroului, pentru a putea trece la o nouă etapă a existenței.

Un alt mit modern care este universal răspîndit este cel care vorbește despre sfîrșitul lumii. Acesta face referire la mitul deconstrucției lumii, în legătură cu care Mircea Eliade menționează că nu face referire la un sfîrșit absolut, net configurat, ci este tot o formulă care trimite la mitul eternei reîntoarceri, pentru că acolo unde lumea își încheie existența se va regenera o nouă creație.

²³⁴ Mircea Eliade, *Eseuri. Mitul eternei reîntoarceri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991, pp. 148-149.

²³⁵ Georges Mionois, *op. cit.*, p. 39.

²³⁶ Mircea Eliade, *Eseuri. Mitul eternei reîntoarceri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991, pp. 157-158.

²³⁷ *Ibidem*, p. 161.

Spre exemplu,

Romanul mitic *Adam și Eva* al lui Liviu Rebreanu este dominat tocmai de mitul pus în discuție, metempsihoza. Personajul principal masculin va trece prin șapte existențe diferite, iar în ultima viață, cea care apare și în debutul cărții, acesta se va elibera de această ciclicitate a timpului. Există în carte pasaje lămuritoare cu privire la mitul reîncarnării care, ca și la Eliade este marcat de influențele filosofiei indiene. Acestea sînt redată prin mărturiile profesorului Tudor Aleman, care susține că sufletul se reîncarnează de șapte ori, urmînd ca tocmai a șaptea moarte să încheie existența materială a omului. În acest punct, individul atinge starea primordială și se întoarce în planul divin. Ideea celor șapte etape prin care trebuie să treacă omul pentru a-și conștientiza locul în lume este redată prin însăși structura cărții, compusă din șapte capitole, care prezintă, pe rînd cele șapte existențe ale aceluiași personaj, în parcursul cărora este păstor în India, guvernator în Egipt, scrib în Babilon, călugăr în Germania, cavaler roman în epoca lui Tiberiu, medic în Franța revoluției din secolul al XVII-lea, ultima reîncarnare fiind în România, după primul război, în persoana profesorului de filosofie Toma Novac. Cifra șapte devine obsesivă pe tot parcursul lecturii. Spre exemplu, la începutul romanului acțiunea se desfășoară la „ora șapte, în strada Albă nr. șapte, ziua a șaptea, luna a șaptea”²³⁸, fapt ce trădează ideea că în roman timpul și spațiul sînt restrînse la semnificația acestei cifre. În *Dicționarul de simboluri*, șapte este simbol al „fecundității, al unirii contrariilor și respectiv sexelor. Șapte este suma numerelor patru (femeiesc) și trei (bărbătesc)”²³⁹. Se aduce astfel în discuție un alt mit preluat de Rebreanu, care vine în completarea ideii de reîncarnare. Este vorba despre *mitul antic al androginului* sau așa cum mai este acesta numit în credința creștină, *mitul cuplului adamic*, care întărește ideea de ființă completă, cu o structură desăvîrșită, care abia după ce atinge o stare completă de armonie, poate trece prin ultima moarte simbolică ajungînd la spiritualitatea ființelor divine. În toate cele șapte ipostaze în care este surprins personajul, acesta se află într-o căutare continuă a unui ideal feminin care să întregască ființa acestuia.

O versiune cunoscută a acestui mit este prezentată în *Banchetul* lui Platon, care propune o nouă perspectivă care să definească crearea lumii (cosmogonia) și a omului (antropogonia). Mai precis, textul lui Platon face referire la începuturile umanității și susține existența indivizilor primitivi ca ființe androgine (care prezentau ambele sexe).²⁴⁰ Tot în textul lui Platon se găsesc

²³⁸ Liviu Rebreanu, *Adam și Eva*, Chișinău, Editura Litera, 2001, p. 13.

²³⁹ Chevalier J., Gheerbant A., *Dicționar de simboluri*, București, 1995. Vol I-II-III apud. Gârlea Olesea, „Mitur și simboluri în romanul Adam și Eva de Liviu Rebreanu” în *Metaliteratură*, anul XII, nr. 1-2 (29), 2012, p. 71.

²⁴⁰ Jean Libis, *Mitul androginului*, Traduceredin limba franceză de Cristina Muntean, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2005, p. 73.

indicii referitoare la condiția umană actuală. Astfel, el vorbește despre strămoșii androgini lipiți unii de alții și, mai apoi de o posibilă confruntare între aceștia și zei, care, temători în fața puterii pe care o aveau androginii, îi vor despărți, aceștia continuând să trăiască separat, dar coordonați de *Eros*. Scopul lor devine eterna căutarea a celuilalt, înțeles ca modalitate de a reveni la unitatea ființei de odinioară.²⁴¹ Adoptând această concepție, Jean Libis va găsi rădăcinile acestui mit în fapte și în tradiția biblică a căderii în păcat. Mitul androginului, în varianta biblică, face referire la condiția divină și la reproducerea ființei primordiale, și se construiește pe principiul dualității, în acest caz fiind vorba despre dualitatea feminin – masculin. Astfel, religia creștină ridică două semne de întrebare. Pe de o parte, se pune în discuție androginia divină: „Dumnezeu l-a făcut pe om după chipul Său, l-a făcut după chipul lui Dumnezeu – parte bărbătească și parte femeiască le-a făcut”.²⁴² Acest paragraf întreține starea de confuzie și atestă o trecere de la singular la plural, prin faptul că Dumnezeu ar reprezenta ambele forme de existență, fiind parte bărbătească, dar și femeiască. Astfel, se înțelege că natura divină în tradiția creștină este una duală. Totuși, cele stabilite pînă în acest punct vor fi contrazise, în timp ce continuăm lectura Vechiului Testament, de afirmația că Adam este creat din lut, iar Eva din coasta bărbatului: „Domnul Dumnezeu a făcut pe om din țărîna pămîntului (...) a luat una din coastele lui (...) din coasta pe care o luase din om, Domnul Dumnezeu a făcut o femeie.”²⁴³ Astfel, cele două versiuni regăsite în tradiția creștină sînt supuse susceptibilității, însă Jean Libis se ferește de a comenta exclusiv condiția omului primordial, a lui Adam și a Evei care trăind în Paradis, avea o condiție împlinită, desăvîrșită, fapt ce se va schimba odată cu căderea din Rai, și cu separarea celor două părți; masculin și feminin, aspecte care fac trimiteri directe la androgenie.²⁴⁴

Perspectiva din care Liviu Rebreanu interpretează acest mit este cea a sufletelor pereche. Astfel, prin analogie, Rebreanu vorbește despre om ca reprezentînd un atom care există ca entitate spirituală doar în momentul în care se trece de la dualitate la unitate, așadar „în atomul spiritual echilibrul îl formează două principii”.²⁴⁵ În cazul contrar, în care cele două părți continuă să existe separat, ele vor fi transferate în plan material, acolo unde vor încerca continuu să recapete starea inițială de spiritualitate. Pentru Rebreanu, spre deosebire de Eliade, întoarcerea în planul spiritual nu mai este controlată de parcurgerea unei direcții în sens invers a omului, care prin întoarcerea la timpurile primordiale devine conștient de originile sale. Rebreanu afirmă că ființele, odată transpuse în plan material, caută involuntar și neîncetat să se desăvîrșască și să

²⁴¹ *Ibidem*, pp. 97-98.

²⁴² *Ibidem*, p. 76.

²⁴³ ***, *Biblia sau Sfînta Scriptură a Vechiului Testament*, Traducere de Dumitru Cornilescu, Societatea Biblică din România, 1991, p. 2.

²⁴⁴ Jean Libis, *op. cit.*, pp. 76-77.

²⁴⁵ Liviu Rebreanu, *Adam și Eva*, Chișinău, Editura Litera, 2001, p. 22.

capete o stare de echilibru, aceasta reprezentând modalitatea prin care își pot îndeplini idealul spiritual. Pentru Rebreanu este nevoie de șapte reîncarnări ca omul să atingă această stare de desăvârșire și să pună capăt vieții materiale. Intenției lui Liviu Rebreanu, care a preluat acest mit în literatură, i se alătură și Marin Preda cu romanul *Cel mai iubit dintre pământeni*. Se observă faptul că modul în care autorul și-a construit personajele trimite cu gândul la motivul dualității, fiecare dintre protagoniști înțelegând împlinirea drept o taină care nu se poate realiza decât printr-o iubire ideală.²⁴⁶

Întorcându-ne în punctul din care am plecat, dar avînd în vedere lămuririle pe care le aduce în discuție Liviu Rebreanu, mitul eternei reîntoarceri se structurează, cînd pe fundamentul căutării centrului, și a stării inițiale a individului, care trebuie recîștigată prin întoarcerea la timpurile primordiale, cînd pe căutarea perechii ideale, care să întregească ființa umană. Aceste posibilități sînt înțelese ca moduri de împlinire și fericire în plan spiritual, așadar ființa umană trebuie să treacă pragul morții pentru ca mai apoi să fie considerată desăvârșită. Acest punct de vedere este respins de către Aristotel²⁴⁷, care consideră că se neglijează nevoia omului de a se întregi în planul material. Pentru acesta, scopul vieții nu vizează o serie de reîncarnări sau o abolire a spațiului și a timpului, drept metode prin care ființa să fie purificată, ci propune ideea că, omul poate fi fericit în imediata sa vecinătate, în existența sa materială, iar metodele prin care asta se poate realiza sînt o existență coordonată de principii etice, atingerea potențialului maxim și relațiile pe care le stabilește cu ceilalți, astfel încît să aibă mereu în vedere bunăstarea familiei, a prietenilor, precum și pe cea a concetățenilor²⁴⁸. La Aristotel nu apare opoziția dintre bine și rău, care a marcat miturile cosmogoniei afirmate pînă în prezent, atunci cînd ne referim la formarea lumii din haos și cosmos, sau a ființelor mitice, a zeilor, eroilor și a forțele răului descrise și reactualizate în diverse forme. În concepția lui Aristotel, existența umană se structurează de la general la individual, stăgiritul axîndu-și cercetarea asupra individului și explicînd faptul că cele două stări, binele și răul, sînt interdependente și au rol esențial în definirea omului, așadar, mînia și răzbuarea trebuie să fie prezente în structura individului, dar păstrate în parametri moderați, ei acționînd ca un factor de echilibru în personalitatea individului.²⁴⁹

Așadar, apare o nouă ipoteză, aceea că nu mai este nevoie de o purificarea a ființei umane printr-un rit de trecere sau de inițiere, pentru că individul, respectînd niște principii specifice,

²⁴⁶ Neguț Hanelor, „Aspecte mitice în romanul – Cel mai iubit dintre pământeni de Marin Preda” în *Proiect Educațional Județean „A fost odată...”*, Brașov, Ediție electronică –online, 2014-2015, p. 26.

²⁴⁷ Edith Hall, *Why Read Aristotle Today?*, URL: <<https://aeon.co/>>.

²⁴⁸ *Ibidem*.

²⁴⁹ *Ibidem*.

poate ajunge la o formă de existență desăvârșită în universul material. Am putea spune, în acest sens, că Aristotel, reprezentant al Greciei Antice, redă întocmai filosofia greacă, în raport cu care oamenii au încercat să descopere dimensiunea veșniciei în cadrul limitat al existenței terestre.²⁵⁰ El este un critic înnăscut al teoriilor care pun în discuție fenomenul de metempsihoză, așadar anulează ideea unor începuturi anterioare ale umanității și a unui Creator, a cărui existență este improbabilă. Altfel spus, acesta înțelege lumea ca fiind exterioară divinității, fără să poarte amprenta actului creației sau a unui Creator divin. Aristotel respinge raportarea continuă la un Creator, și aduce în prim-plan individul, pentru care scopul este acela de a-și atinge potențialul, în condițiile în care „Dumnezeu este o entitate care (...) nu are niciun interes în bunăstarea oamenilor și nicio funcție providențială în recompensarea virtuții sau pedepsirea nemuririi”.²⁵¹

2.4. Coborîrea în Infern

În zilele noastre, moartea este considerată un fenomen firesc. Ea este descrisă în Biblie ca urmare a păcatului comis de Eva, care, ispitită de șarpe s-a abătut de la spusele lui Dumnezeu cu privire la un singur pom din Grădina Raiului „Să nu mâncați din el și nici să nu vă atingeți de el, ca să nu muriți.”²⁵². Cu toate acestea, moartea devine un fapt concret abia în momentul în care Abel este ucis de către fratele său Cain. Abordările care apar din această perspectivă fac referire la condiția *post mortem* a ființei umane.

Spre exemplu,

O ilustrare a acestui mit se regăsește și în folclorul popular cu referire la balada Miorița, din punct de vedere al modului în care eroul, ciobanul moldovean, va fi asasinat, dar și din perspectiva misterului pe care îl presupune trecerea în viața de dincolo. Asasinarea ciobanului moldovean amintește de cea a lui Abel de către fratele său Cain, care este transpus în figura celorlalți doi ciobani - ungurean și vrîncean – care plănuiesc să-l omoare pentru a-i fura turma. Se reia motivul din Biblie, prezent atunci când cei doi frați trebuie să prezinte *jertfă lui*

²⁵⁰ Adrian Lemeni, *Ontologia simbolică a cosmologiei lui Platon și Aristotel*. URL: <<https://www.crestinortodox.ro/>>.

²⁵¹ Edith Hall, *Why Read Aristotle Today?*. URL: <<https://aeon.co/>>.

²⁵² ***, *Biblia sau Sfînta Scriptură a Vechiului Testament*, Traducere de Dumitru Cornilescu, Societatea Biblică din România, 1991, p.3.

Dumnezeu, iar Cain va da Domnului din ceea ce a lucrat în pământul său, în timp ce Abel va aduce prima mioară din turma sa. Titlul baladei reia această temă și anunță tragedia creștină, în care Cain își va ucide fratele „în timp ce erau ei pe câmp”.²⁵³ Acesta este cel de-al doilea motiv care domină în arhitectura baladei, acțiunea avînd loc la *negru zăvoi*, loc care marchează amenințarea morții și vecinătatea vieții de dincolo. Dimensiunea apropierei unui sfârșit se stabilește încă din primele versuri: „Pe-un picior de plai,/ Pe-o gură de rai, Iată vin în cale,/ Se cobor la vale”²⁵⁴. Această coborîre marchează apropierea de lumea subterană, sau mai poate însemna așa cum susține Eliade, întoarcerea la origini, la forma cosmică, în plan spiritual, care se realizează în sens invers, înapoi către începuturi. Ideea de trecere este întreținută și de sensurile cuvîntului gură care desemnează o poartă sau o ieșire: „deschizătură a unui obiect, a unei încăperi etc., prin care intră, se introduce, se varsă, iese etc. ceva, prin care se stabilește o comunicație”.²⁵⁵ Balada se va constitui într-o meditație asupra morții care ia forma unui testament simbolic al eroului, care se resemnează în fața morții. În baladă se face trimitere și la mitul androginului din scrierile lui Platon, în ideea în care eroul, în apropierea sfârșitului existenței sale, rîvnește către o *mîndră crăiasă*, o parte care simte că îi lipsește, așadar se încearcă transformarea morții într-o nuntă, pentru ca, apoi, păstorul să își poată găsi împlinirea. Tocmai simbolul nunții marchează anularea diferențelor dintre cele două contrarii: masculin, feminin, la care se adaugă opoziția soare-lună, lumină-întuneric „Soarele și luna/Mi-au ținut cununa”²⁵⁶, toate acestea constituindu-se într-un singur atom spiritual, după cum afirmă Liviu Rebreanu.

Infernul este una dintre speculațiile care fac referire la viața de după moarte, și este legat de „teama de lumea necunoscută în care intrăm odată ce ne-am încheiat viața”.²⁵⁷ Pentru a înțelege ce se află în lumea de dincolo, eroi, poeți și călugări au desfășurat călătoriile în infern, acesta reprezentînd un concept care există în toate civilizațiile, dar abordarea acestuia variază la fiecare dintre ele. În sens general, infernul este înțeles ca reprezentînd starea de suferință, pe care un individ o resimte continuu și care începe după moartea sa, cauzată fiind de o greșeală, de o abstractizare de la ceea ce este desemnat ca fiind moral, corect sau ca reprezentînd un bine universal. Prima călătorie în Infern datează ca avînd loc acum aproape 2000 de ani și fiind inițiată de Ghilgamaș, care după moartea prietenului și stăpînului său, Enkidu, va săpa o gaură în

²⁵³ *Ibidem*, p. 2.

²⁵⁴ Balada *Miorița*.

²⁵⁵ Dicționarul Explicativ al Limbii Române. URL: <<https://dexonline.ro/>>.

²⁵⁶ Balada *Miorița*.

²⁵⁷ Georges Mionois, *op. cit.*, p. 8.

pământ, în credința că astfel, duhul lui Enkidu va putea ajunge înapoi în lumea reală, pentru a explica ce se află dincolo de moarte.²⁵⁸ Cele mai multe trimiteri la astfel de călătorii se regăsesc în Grecia antică, acolo unde scrierile unor poeți, în special ale lui Hesiod și Homer povesteau despre coborârea lui Hercules în infern pentru a-l salva pe Tezeu, a lui Admetes care pornește în căutarea lui Alcest, a lui Dionysos care reușește să o elibereze pe mama sa Semele, a lui Orfeu care nu reușește să-și recupereze iubita, pe Euridice sau a lui Tiresias, Ahile și Ulise care ajung și ei în această lume²⁵⁹. În ceea ce privește locul unde se află infernul, în *Cîntul al XI-lea* al *Odiseei* lui Homer se prezintă călătoria lui Ulise care descoperă că intrarea în infern este undeva la capătul lumii, „Ajunserăm la capăt de ape/ Pe-afundul Ocean, unde-i cetatea/ Poporului cimerian, de-a pururi/ Învăluit în ceață și-ntunerice”²⁶⁰. Avansînd în timp, se impune viziunea virgiliană, care aduce modificări la varianta prezentată de Homer. Astfel, Virgiliu va stabili coordonate spațiale mai concrete cu referire la locul infernului, plasat lângă Cumae, lângă mlaștina Aheronului.²⁶¹

Tot despre aceeași coborîre prezintă și în Miorița amintește un alt scriitor, Dante Aligheri, care imaginează infernul ca fiind alcătuit din mai multe trepte sau cercuri așa cum le numește acesta, nouă mai exact, ordonate descrescător, pînă la un punct comun, care în viziunea autorului este exact inima Iadului.²⁶² Acesta păstrează o viziune aparte în acest tablou, al perspectivelor din care este explicat și înțeles infernul, prin faptul că structurează și organizează într-o formă mult mai clară toate teoriile referitoare la infern pe care predecesorii săi le-au formulat. Dacă infernurile despre care se vorbea înaintea sa erau organizate haotic, fără a fi plasate într-un spațiu concret și conținînd repere, pasaje sau personaje marcate de ambiguitate, Dante propune un infern structurat sub forma unor cercuri concentrice, care se delimitează clar de celelalte niveluri al vieții de dincolo: Purgatoriu și Paradisul. Astfel, structura infernului la Dante prezintă mai întîi locul în care sînt închiși lașii, și care este plasat exterior celor nouă cercuri. Continuînd coborîrea se identifică primul cerc, în interiorul căruia se găsesc păgînii și necredincioșii, în cel de-al doilea sînt cei care au păcătuit în dragoste, în cel de-al treilea stau lacomii și cei ce nu au cunoscut cumpătarea în desfătările trupești, în cel de-al patrulea se regăsesc zgîrciții, cei care au încercat mereu să agonisească, dar și risipitorii, cei care au cheltuit fără limită, iar, în cel de-al cincilea sînt furioșii. Continuînd drumul descendent, Dante descrie și mai pregnant apropierea de

²⁵⁸ *Ibidem*, p. 13.

²⁵⁹ *Ibidem*, p. 21.

²⁶⁰ *Ibidem*, p.23.

²⁶¹ V. Publius Vergilius Maro, *Eneida*, Timișoara, Editura Antib, 1994, Cîntul VI, p. 271, apud. Adina Crăciunescu, „Imaginarul poetic al coborîrii în Infern” în *Cicre V*, 2016, p. 111.

²⁶² Dante Aligheri, *La Divine Comedie* in *Oeuvres de Dante Aligheri*. Paris, Charpentier, 1858., apud. Georges Mionois, *op. cit.*, p. 158.

infern, și de ultimele patru cercuri unde sînt închiși oamenii ale căror păcate sînt mult mai grave, iar intensitatea chinurilor se amplifică. Astfel, în cel de-al șaselea cerc se află ereticii, în cel de-al șaptelea persoanele care în existența lor anterioară au fost violenți, cămătari sau sinucigași, așadar se regăsesc aici persoanele care au realizat nedreptăți și cei care au fost violenți cu semenii săi. În cel de-al optulea cerc se află cei vinovați de ceea ce Dante numește *păcatele lupului*,²⁶³ adică cei care au încercat să provoace daune persoanelor din jurul lor. Aici sînt dispuse alte șapte compartimente în care se găsesc proxeneții și seducătorii, lingușitorii, somoniacii, ghicitorii, politicienii corupți, ultima înfățișîndu-i pe hoți care sînt fugăriți și mușcați de șerpi. După acest din urmă compartiment se arată inima Iadului, acolo unde se găsesc trădătorii. Cercul este alcătuit din alte patru zone: trădătorii rudelor, acolo unde este pedepsit Cain, trădătorii de patrie, trădătorii oaspeților și trădătorii persoanelor care le-au făcut bine, așa cum este, prin excelență, și cazul lui Iuda.

Clasificarea păcatelor, așa cum sînt gîndite de Dante, constituie o sinteză a ideilor aristotelice, ciceroniene și creștine,²⁶⁴ pe care autorul le caracterizează ca fiind împărțite în trei categorii: cele bazate pe lipsa de măsură, la care se adaugă alte două criterii care privesc statutul de creștin: necreștinismul și erezia. Pe baza acestor principii, Dante organizează ierarhic păcatele și pedepsele care corespund fiecărui cerc. Plecînd de la această premisă, Georges Mionois afirmă că infernul imaginat de Dante este întrepătruns de două concepții: infernul popular și infernul teologic, astfel încît se fundamentează pe scenariile și imaginile celui dintîi pe care l-au cercetat deja eroi precum Ghilgamaș, Ulise, Enea, Drythelm, Tungdal și mulți alții, și căruia Dante îi va conferi o structură logică, specifică celui de-al doilea.²⁶⁵

Spre exemplu,

Acest mit și-a găsit aplicație și în cinematografie, fiind preluat de către directorul Kim Young-hwa în filmul *Along with the Gods: The two worlds* (Alături de zei: Cele două lumi). Filmul se construiește din perspectiva vieții de dincolo și debutează prin prezentarea morții neașteptate a pompierului Ja-hong, a cărui trecere la viața de dincolo este ghidată de cei trei paznici ai vieții de apoi, care îl vor apăra prin cele șapte procese care se vor desfășura în decursul a 49 de zile. Se repetă cifra șapte pe tot parcursul filmului. Este necesară în acest caz analiza cifrei șapte, atît prin apel la textul biblic, cît și la scrierile budiste, astfel încît să se

²⁶³ *Idem*, apud. Georges Mionois, *op. cit.*, p. 159.

²⁶⁴ *Ibidem*, p. 165.

²⁶⁵ *Ibidem*, p. 158.

distingă o imagine mai clară asupra semnificațiilor religioase care coordonează simbolismul vieții de apoi. Spre exemplu, atât în Vechiul cât și în Noul Testament cifra șapte este considerată simbolul unirii dumnezeiescului cu lumescul, face referire la zilele săptămânii, la lucrarea lui Dumnezeu care a fost realizată în șapte zile, cea de-a șapta zi fiind considerată zi de odihnă, pe când în Noul Testament apare ideea existenței celor șapte ceruri, faptul că păcatele sînt iertate de 70 de ori cîte șapte, consemnarea faptului că morții se pomenesc la fiecare șapte ani, etc.²⁶⁶. În ceea ce privește influența scripturii budiste asupra filmului, dacă Rebreanu vorbea de șapte reîncarnări în care sufletul ia formă umană pentru a putea trece apoi în plan spiritual, numărul șapte în acest caz, descrie numărul de cercuri ale infernului prin care trece personajul. Se face trimitere, astfel la viziunea lui Dante conform căruia în infern se regăsesc dispuse concentric cercurile în care se judecă păcate diferite, pînă la cele mai grave care se regăsesc în inima iadului. Dacă Dante aducea în discuție nouă compartimente ale Infernului, în film se prezintă doar șapte: Infernul minciunii, Infernul indolenței, Infernul nedreptății, Infernul trădării, Infernul violenței, Infernul crimei și Infernul nerespectării părinților.

Așa cum descrie și Dante în *Divina Comedie*, și în film se insistă asupra faptului că, cu cît cobori te apropii mai mult de judecătorul suprem din această lume, Lucifer așa cum îl numește Dante, care îl descrie drept un monstru cu un cap și trei chipuri²⁶⁷, pe când în film el poartă numele de regele Yeomra și are formă umană, cît să exprime faptul că cele două lumi, spirituală și materială, nu sînt atît de net delimitate pe cît tindem să credem. Protagonistul reprezintă un model de virtute (un paragon), fapt dublat și de meseria acestuia, cea de pompier, care face referire la sacrificiu, la existența trăită prin raportare la binele semenilor. Filmul este străbătut de ideile din scriptura budistă, conform căreia o persoană are șapte existențe, șapte reîncarnări, în urma cărora poate descinde apoi în plan spiritual. Legea karmei care coordonează toate aceste existențe apare întruchipată de către unul dintre cei trei gardieni, care identifică și analizează toate acuzațiile de care se face vinovat protagonistul și care urmează să fie judecate în fiecare dintre cele șapte infernuri. Reîncarnarea are loc doar în momentul în care spiritul este găsit nevinovat, fapt ce apare descris în film ca fiind imposibil pentru o persoană normală. Suferințele celor din fiecare infern amintesc de cele descrise de Dante. Prin apel la metoda comparatistă, vom prezenta cum filmul reia sau reactualizează viziunea lui Dante asupra infernului. Spre exemplu, în Infernul crimei, persoanele care au produs sau au influențat moartea unei persoane vor fi osîndite în focurile unui vulcan așa cum se întîmplă în al șaptelea cerc al violențelor, unde Dante prezintă suferința păcătoșilor care se confruntă fie cu un val de sînge clocotitor, fie cu o

²⁶⁶ Stefanița Cristian Chiru, *Cifra șapte în Sfînta Scriptură*. URL: <<https://www.crestinortodox.ro>>.

²⁶⁷ Laszlo Alexandru, *Polemică: Dante și gîndirea „politic corectă”*. URL: <<http://www.orizonturicultural.ro>>.

ploaie de foc eternă, sau, în cazul sinucigașilor, ei vor fi transformați într-o pădure de crengi tăioase. Această din urmă imagine apare preluată în film, în *Infernul minciunilor*. În ceea ce privește lașii, pe care Dante îi plasează în anticamera Iadului fiind mâncați de viermi și șerpi, în *Infernul Indolenței* ei vor fi aruncați într-un râu, acolo unde vor fi mâncați de pești. Trecând mai departe, în *Infernul Nedreptății*, îi întâlnim pe toți cei pe care Dante îi identifica ca fiind proxeneții, lingușitorii, simoniacii, ghicitorii și hoții. Intrarea în ultimele trei infernuri este marcată prin câte o trecere, fapt ce susține ipoteza lui Dante cum că păcatele se ordonează crescător, de la cele mai mărunte pînă la cele mai grave, care conduc spre centrul lumii de dincolo. Astfel prin *Trecătoarea Divină* se ajunge în *Infernul trădării*, iar prin *Coborîrea în abis* se ajunge la *Infernul violenței* și cel al *nerespectării părinților*. Cei pe care judecătorii din fiecare infern îi vor găsi vinovați vor fi supuși la chinuri timp de cîteva secole, urmînd ca apoi să revină la existența materială, așadar filmul reia ciclicitatea timpului a cărui cercetător împătimit este și Mircea Eliade.

2.5. Interpretările vrăjitoriei. Ambiguități istorice și mituri contemporane.

În societatea modernă, percepută preponderent drept rațională și tehnologică, continuă să existe manifestări ale supranaturalului precum vrăjitoria, satanismul, spiritismul și divinația. În ciuda faptului că studiul acestui domeniu a fost cu precădere pur descriptiv sau critic, insistîndu-se asupra naturii fantastice sau pitorești, începînd cu secolul trecut, magia cunoaște o perioadă de revitalizare în care devine un obiect de studiu pentru tot mai mulți cercetători. Acest fapt se explică, în concepția lui Paul Feyerabend, ca urmare a faptului că concentrarea atenției asupra acestor fenomene simbolice, trădează nevoia de înțelegere a raționalului și a modului în care funcționează lumea noastră.²⁶⁸ Pe de altă parte, Ioan Petru Culianu afirmă că ideea pe care omul modern o dezvoltă în raport cu aceste fenomene este una precară: individul vine în întîmpinarea fenomenului magic cu o serie de prejudecăți, care „țin de o concepție primitivă, neștiințifică, despre natură”.²⁶⁹

Există o lungă istorie a magiei din Antichitatea tîrzie, din Evul Mediu arab, din Evul Mediu tîrziu occidental, o istorie care stîrnește interesul cercetătorilor și în prezent. Acesta este și cazul lui Ioan Pop-Curșeu care va încerca să înțeleagă fenomenul vrăjitoriei printr-o raportare continuă

²⁶⁸ Paul Feyerabend, *Against Method. Outline of an Anarchistic Theory of Knowledge*, Humanities Press, 1975, apud. Ioana Repciuc, „Avataruri contemporane ale magiei populare”, URL: <www.academia.edu>.

²⁶⁹ Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renașterea 1484*, Iași, Polirom, 2003, p. 21.

la gândirea magică. Astfel, el va adopta inclusiv teoriile ocultiste tradiționale conform cărora corpul este organizat și funcționează în funcție de trei niveluri: sexual, afectiv, intelectual, tripartiție care influențează diferit structura celor două fenomene. Astfel, dacă vrăjitoria ține de sexualitate și de afect, magia le urmărește fie pe toate trei, fie doar pe ultimul dintre ele.²⁷⁰ Pentru a conferi însă mai multă precizie modului de înțelegere a vrăjitoriei și a magiei, Curșeu propune o distincție a acestora în funcție de risc, termen folosit în accepțiunea autorului cu sensul de „prejudiciu potențial, real sau imaginar, provocat de acțiuni, decizii sau evenimente interioare ori exterioare individului sau comunităților”²⁷¹. În acest nou context, vrăjitoria și magia sînt percepute exclusiv ca două practici cu caracter prohibit în societate, care produc efecte la nivelul instituțional, comunitar și intrapersonal. Se înțelege așadar, că aceste două categorii, de vrăjitori și de magicieni, se supun unor riscuri multiple, inoculînd la nivel colectiv sentimentul amenințării, fie că este religios, politic, juridic sau moral. Curșeu, stabilește două etape ale vrăjitoriei în funcție de aceeașă coordonată, riscul. Astfel, dacă pînă în secolul al XV-lea, se vorbea despre un risc individual pe care îl presupune practicarea vrăjitoriei, ulterior riscul va fi instituționalizat și se va concretiza în așa numita vînătoare de vrăjitoare, care va fi impulsionată de eforturile bisericești.²⁷² De fapt, este ceea ce afirmă și Henry Charles Lea cînd face distincția între cele două concepte de *sorcery*, respectiv *witchcraft*²⁷³. În urma acestei clasificări, acesta va contribui la evoluția cercetărilor moderne în ceea ce privește vrăjitoria. Mai exact, Henry Charles Lea stabilește că primul termen trimite la fenomenul care exista în Europa secolului al X-lea și care a continuat pînă în secolul al XV-lea, în care vrăjitoria nu avea consecințe implicite, ci era definită mai degrabă ca un fenomen fantezist. În acest caz, autoritatea minimaliza riscul pe care aceste practici vrăjitorești le putea produce în societate. Dimpotrivă, *witchcraft* face referire la vrăjitoria combătută de Inchiziție și punea în discuție noi aspecte care redefiniu practicile vrăjitoriei. Noile acuzații care sînt aduse pun în prim-plan informații referitoare la prezența diavolului, a blasfemiei, a sabatului sau a liturghiei diabolice.

O altă autoare care abordează conceptul de risc ca mod de analiză a fenomenului vrăjitoriei este Mary Douglas, care îl tratează, însă din punct de vedere cultural. Pentru antropoloaga britanică devine astfel, important modul în care se manifestă riscul în diferite forme de autoritate din diverse culturi, modalitate prin care încearcă să identifice niște tipare ale acuzațiilor care sînt

²⁷⁰ Ioan Pop-Curșeu, *Magie și vrăjitorie în cultura română: Istorie, literatură, mentalități*, Iași, Polirom, 2013, p. 24.

²⁷¹ *Ibidem*, p. 25

²⁷² *Ibidem*, pp. 27-28.

²⁷³ Henry Charles Lea, *Materials toward a History of Witchcraft*, 3 vol., retipărire a ediției din 1939, New York – London, Thomas Yoseloff, 1957, apud. Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, Polirom, Iași, 2003, p. 318.

aduse vrăjitoarelor. Mary Douglas remarcă astfel faptul că, atunci când sînt aduse, acuzațiile de vrăjitoare au rolul de a menține structurile de autoritate și formele de putere care există într-o comunitate. Invocarea mitului vrăjitoare are rolul de a controla membrii și de a-i convinge să acționeze în sistemul promovat de ei.²⁷⁴ Ioan Pop-Curșeu sugerează astfel că, în contextul transformărilor pe care le-au suferit structurile de putere ale societății, apelul la mitul vrăjitoare, în prezent, are în vedere două direcții: pe de o parte vizează chiar persoanele care se regăsesc în structurile instituționale și sînt implicate în distribuirea puterii, iar, pe de altă parte, comunitatea.

Spre exemplu,

O demonstrație în acest sens, care s-a desfășurat în politică, a fost și conflictul dintre Liviu Dragnea, șeful PSD, și procurorul șef al DNA, Laura Codruța Kovesi. Acțiunea lui Kovesi din ultimii patru ani prin care a investigat 60 de oficiali de rang înalt a condus la mediatizarea scandalului care l-a avut în prim-plan pe șeful PSD, cercetat pentru instigare la abuz în serviciu, în dosarul angajărilor fictive la DGASPC Teleorman.²⁷⁵ Acesta a inițiat atacuri la adresa lui Kovesi în scopul intimidării, dar și pentru a o determina să renunțe la funcție. Astfel, s-a încercat o reactualizare a mitului vrăjitoare, prin care premierul să-și mențină poziția și să supună criticii colective acțiunile desfășurate de Kovesi, pentru a putea astfel să impulsioneze aplicarea de pedepse instituționale dintre cele mai dure, cum ar fi demiterea acesteia din funcție. Într-un interviu în direct la Digi24, jurnalistul Cristian Tudor Popescu a comentat în urma conferinței de presă de miercuri, 14 februarie, a șefei DNA, faptul că procesul maraton de trei ore a fost similar cu cel „de ardere pe rug sau de decapitare la propriu a doamnei Kovesi.”²⁷⁶ Un alt exemplu este și cel preluat de Ioan Pop-Curșeu care face referire la studiile recente care întăresc viziunea lui Mary Douglas, dar și legătura dintre cele două concepte: risc și vrăjitorie. Este vorba despre societățile africane care recurg la acuzația de vrăjitorie în plan socio-economic, atunci când unii refuză să împartă bunurile cu indivizii din aceeași comunitate.²⁷⁷ Cei găsiți vinovați sînt puși în pericolul de a fi acuzați și de a suporta anumite consecințe, tot la nivel instituțional.

Se reține în acest caz afirmația lui Claude Rivière, în concepția căruia suspiciunea și intenția

²⁷⁴ Mary Douglas, *Purity and Danger*, Londra, Routledge, 2003, apud. Ioan Pop-Curșeu, *Magie și vrăjitorie în cultura română: Istorie, literatură, mentalități*, Iași, Polirom, 2013, p. 28.

²⁷⁵ *Ce a declarat Codruța Kovesi la prima conferință de presă susținută la DNA*. URL: <<https://www.digi24.ro/>>.

²⁷⁶ *Ibidem*.

²⁷⁷ Ioan Pop-Curșeu, *Magie și vrăjitorie în cultura română: Istorie, literatură, mentalități*, Iași, Polirom, 2013, p. 29.

de eliminare a presupușilor vrăjitori este caracteristică fiecărei societăți, chiar și în cele în care nu se manifestă credința în demon sau diavol.²⁷⁸ Sociologul examinează modul în care este înțeles conceptul de vrăjitorie în Europa prin raportare la religie. Astfel, vrăjitoria este percepută ca o încălcare a creștinismului, iar persoana care este acuzată de vrăjitorie „servește drept țap ispășitor în procesul de catharsis”²⁷⁹, adică devine reprezentarea *psihopatiilor* de care suferă membrii unei societăți și, care, prin arderea pe rug are rolul de a simboliza dispariția acestora. Claude Rivière este de părere că, în funcție de planul în care se manifestă fenomenul de vrăjitorie i se atribuie o explicație specifică. Astfel, la nivel moral, vrăjitoria acționează în principiul conservării ordinii sociale, în plan sociologic, aceasta capătă un aspect general pozitiv, ca modalitate de evitare a răului, în plan psihologic, se manifestă ca un factor de tensiune emoțională, de neliniște, în plan ideologic, vrăjitoria aplică selectiv consecințele acestei practici unora.²⁸⁰

Mircea Eliade susține că, în ceea ce privește cercetările contemporane asupra unor ritualuri folclorice precum magia și vrăjitoria, inclusiv practicile și speculațiile ezoterice, acestea sînt străbătute de semnificații religioase profunde și implicații culturale diverse.²⁸¹ Astfel, interesul crescut pentru acest fenomen, se încadrează într-o sferă mai largă care cuprinde interesul pentru ocult și ezoterism. Răspunzînd „modei” acestei perioade, Eliade va analiza originile fenomenului de vrăjitorie și explicația reală a acestui fenomen. Astfel, Eliade este de părere că pentru o imagine mai clară asupra acestui fenomen este important să se aibă în atenție și alte discipline precum folclorul, etnologia, psihologia sociologia, și istoria religiilor, de aceasta din urmă folosindu-se cu precădere. Mai exact, din postura de istoric al religiilor, acesta susține că toate aspectele care țin de acest fenomen, cu excepția lui Satan și a sabatului, se regăsesc în documentele indiene și tibetane, în care se atestau practici precum zborul în aer, faptul că pot deveni indivizibili și sînt capabili de crimă de la distanță, prin stăpînirea demonilor, astfel yoghinii și magicienii indo-tibetani susțin realitatea vrăjitoarei.²⁸² Atestări ale vrăjitoriei apar încă din Paleolitic, după cum remarcă Philippe Walter care afirmă că vrăjitorul apare înfățișat în Peștera celor trei frați (La Grotte des Trois-Frères). Gravura conturează silueta unui cerb care stă pe picioarele din spate, luînd poziție umană. Se face astfel trimitere la un ritual magico-religios în care războinicul ia forma animalului, reușind astfel să dobîndească rezistența și puterea acestuia.²⁸³

²⁷⁸ Claude Rivière, *Socio-antropologia religiilor*, Traducere de Mihaela Zoicaș, Iași, Polirom, 2000, p. 143.

²⁷⁹ *Ibidem*, p. 133.

²⁸⁰ *Ibidem*, p. 141.

²⁸¹ Mircea Eliade, *Ocultism, vrăjitorie și mode culturale*, București, Humanitas, 1997, p. 93.

²⁸² *Ibidem*, p. 94.

²⁸³ Philippe Walter, *op. cit.*, p. 13.

Privind originile vrăjitoriei occidentale, Mircea Eliade, respinge ideea conform căreia Inchiziția este cea care a inventat vrăjitoria: așadar acest fenomen nu este doar un produs imaginar apărut la impulsul instituției creștine. Rolul pe care Inchiziția l-a jucat a fost acela că a acționat ca un factor declanșator, prin faptul că a asimilat erezia cu vrăjitoria și a dat start unei vânători de vrăjitoare mînată fiind de imboldul de a extermina presupuse vrăjitoare din credința că puteau aduce astfel prejudicii ereticilor.²⁸⁴ În ceea ce privește teritoriul românesc, deși ereziile existau, nu s-a impus nicio persecuție dură la adresa vrăjitoarelor. Cu referire la acest cuvînt, el presupune două moduri de înțelegere în peisajul autohton, fapt ce transpare la nivel lingvistic, din punct de vedere al provenienței acestuia din latina vorbită în Dacia, din care se va dezvolta ulterior limba română. Este vorba așadar de cuvîntul *striga*, care în latină înseamna vrăjitoare și făcea referire la *strigoi*.²⁸⁵ Culianu vorbește despre două categorii de strigoi, cei vii care întruchipează vrăjitorii de ambele sexe și cei morți care au populat credințele românilor despre vampiri, fapt argumentat mai ales de legenda contelui Dracula din Transilvania.²⁸⁶ Despre strigoii vii se credea că sînt bărbați sau femei care sînt născuți cu puteri supranaturale, de exemplu aveau abilitatea de a deveni invizibili, puteau să treacă prin uși închise, dar mai ales erau înțeleși drept niște forțe ale răului care nu provocau decît nenorociri, cum ar fi faptul că ei pot deochia, pot provoca boală oamenilor și animalelor, se fac vinovați de anumite fenomene meteorologice, dar au și puterea de a lua forma unor animale diverse. Un exemplu pe care Eliade îl identifică în acest sens are loc în noaptea de sfîntul Gheorghe (23 aprilie) și Sfîntul Andrei (30 noiembrie), cînd strigoii revin la forma lor umană, după ce se dau de trei ori peste cap.²⁸⁷ Este vorba așadar despre *o călătorie în spirit*, adică doar spiritul lua formă animală și se întorcea în trup cînd ajungea acasă. La acesta informație, unii cercetători afirmă că, dacă spiritul, odată întors acasă, nu mai găsea trupul în același loc, spiritul nu se mai putea întoarce la forma umană și rămînea un strigoi rătăcit. În acest context, Culianu identifică o împlinire care are loc tocmai în Grecia antică și face referire la mediumul grec Hermmotim, al cărui trup a fost dat de nevasta sa dușmanilor, care l-au ars. În acest fel, spiritul lui Hermmotim a continuat să rătăcească, fără să se mai poată întoarce la existența materială.²⁸⁸

În ceea ce privește cel de-al doilea cuvînt latin, *Diana*, nume care a fost asimilat în limba română cu termenul *zîină* (*dziana*), în sensul de vrăjitoare însemnînd și „posedat de Diana sau de

²⁸⁴ Mircea Eliade, *Ocultism, vrăjitorie și mode culturale*, București Humanitas, 1997, p. 79.

²⁸⁵ *Ibidem*, p. 102.

²⁸⁶ Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, ediția a treia, Traducere din limba franceză de Dan Petrescu, Iași, Polirom, 2003, p. 320.

²⁸⁷ Mircea Eliade, *Ocultism, vrăjitorie și mode culturale*, București, Humanitas, 1997, p. 101.

²⁸⁸ Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, ediția a treia, Traducere din limba franceză de Dan Petrescu, Iași, Polirom, 2003, p. 321.

vrajitoare”, fapt ce îl determină pe Eliade să creadă că numele Diana ar fi înlocuit de fapt o zeiță autohtonă.²⁸⁹ Astfel, zînele sînt înțelese ca fiind forțele ale răului, și ale binelui în același timp. Sînt nemuritoare și au chip frumos, fiind îmbrăcate în alb, cu aripi și putînd să zboare. În folclorul românesc ele mai au și denumirea de „sînziene”, „drăgaice”, „rusalii” și ele (iele). Totodată acestea pricinuesc și boli precum afecțiunile psihice, reumatismul, hemiplegia, epilepsia, holera și ciurma.²⁹⁰ Ioan Petru Culianu va prelua demersul lui Eliade și va căuta să restabilească o imagine corectă a vrăjitoriei, prin intermediul unei analize a fenomenului în timpul Renașterii. Mai exact, acesta va încerca să explice dacă fenomenul vrăjitoriei are un fond real sau este doar o ipoteză fantezistă care circulă de mii de ani și produce ambiguitate la nivelul cercetărilor care privesc acest domeniu. Culianu afirmă că fenomenul vrăjitoriei, deși era regăsit în multe ipoteze, el capătă un fond real în raport cu teroarea dezlănțuită de Biserica creștină între secolele al XVI-lea și al XVIII-lea. Astfel, încercînd să descopere dacă existența vrăjitoarelor este adevărată sau a reprezentat doar o născocire a istoriei, de care s-au folosit, cu precădere instituțiile religioase și cele de la putere, Culianu afirmă că tocmai această imposibilitate de a găsi adevărul, ar reprezenta un argument care să probeze existența lor. Se remarcă faptul că, în viziunea lui Culianu, mărturisirile de vrăjitorie care se făceau sub tortura bisericii și orice act care să le afirme existența, provenind din rîndurile puterii, cîntăresc suficient cît să le considere probe care să susțină acest fenomen.²⁹¹

Cu toate acestea, autorul respinge asocierea dintre vrăjitorie și religie, pe care o precede, cu care există concomitent, și care va deveni, ulterior răspunzătoare de efectele pe care le produce în plan social, prin punerea sub acuzația de vrăjitorie, din motive care vizau propriul interes. Mai exact, în demersul său, Culianu urmărește preponderent să demonstreze falsitatea unor miturilor cotidiene, care se dovedesc de cele mai multe ori responsabile pentru concepțiile greșite asupra acestui subiect. Astfel, argumentarea în ceea ce privește vrăjitoria se va structura pe două direcții: pe de o parte va explica cui se datorează această declanșare de forțe împotriva vrăjitoarelor, așadar va alege cu grijă pe cei răspunzători de acest fenomen complex, iar, pe de altă parte se va concentra asupra punctelor de vedere care atestă faptul că vînătoarea de vrăjitoare ascundea un scop ascuns, nedeclarat în mod oficial.

În primul rînd, se respinge ideea că vînătoarea de vrăjitoare a fost condusă în Europa de Inchiziție, autorul considerînd că, în cele mai multe cazuri atestate de istorie, vina trebuie

²⁸⁹ Mircea Eliade, *Ocultism, vrăjitorie și mode culturale*, București, Humanitas, 1997, p. 103.

²⁹⁰ *Ibidem*, p. 104.

²⁹¹ Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, ediția a treia, Traducere din limba franceză de Dan Petrescu, Iași, Polirom, 2003, p. 362.

atribuită autorităților seculare.²⁹² Prima bulă papală prin care a luat naștere așa – numita vînătoare de vrăjitoare a fost autorizată de papa Grigore al IX-lea, iar pentru mult timp, victimele Inchiziției au fost ereticii și evreii. La 5 decembrie 1484, călugărul dominican Heirich Institoris, îl va convinge pe papa Inocentiu al VII-lea, să dea un decret prin care existența vrăjitoarelor devine oficială, fiind necesară punerea în practică a tuturor mijloacelor posibile pentru a opri practicile vrăjitoarești. Isteria a fost produsă tot la intențiile lui Institoris, cel care coordonează apariția cărții *Malleus maleficarum* (Ciocanul vrăjitoarelor).²⁹³ Erau propuse în carte măsuri extreme împotriva vrăjitoarelor, impunându-se astfel purificarea prin foc a lumii și arderea pe rug a acestora. Vrăjitoarele erau considerate ca fiind niște creaturi diabolice, cărora li se refuza dreptul la viață, pentru că și-ar fi extins influența asupra apropiaților, în încercarea de a-i iniția și pe aceștia în practicile vrăjitoriei, devenind astfel unelte ale Satanei. Culianu preia viziunea lui Johannes Nider, care indica șapte moduri prin care cei care practicau vrăjitoria putea produce efecte la nivel social: inspirînd iubire sau ură, cauzînd impotență, boală, insanitate mentală, fiind răspunzători pentru moartea sau distrugerea bunurilor cuiva.²⁹⁴ Campania dusă de Biserică a avut succes, prin faptul că susținea că luptă împotriva forțelor răului, ceea ce convingea oamenii că fac lucrul corect, demn de morala creștină, condamnînd vrăjitoria și luptînd din toate puterile împotriva forțelor întunericului. Ca atare, imaginea femeii a fost demonizată constant și, invocînd drept motive faptul că reprezintă sursa păcatelor și o permanentă ispită, acest context a implicat mai multe victime; între cinci sute de mii și două milioane.²⁹⁵ Prin intermediul unor torturi atroce, ele au fost silite să recunoască participarea la sabat, zborul pe coada de mătură, întreținerea de relații sexuale cu demoni, transformarea în animale, practicarea de procedee magice și alte asemenea fantezii. Isteria generală, întreținută de Biserică, i-a făcut pe oameni să le considere pe femeile bănuite de vrajitorie că și-ar fi vîndut sufletul lui Satan și că se aflau în slujba acestuia pentru a compromite societatea creștină.²⁹⁶ Cu toate acestea, Culianu afirmă că Inchiziția nu este un factor determinant în acest caz, dacă este să luăm în considerare faptul că cele mai multe procese împotriva vrăjitoarelor vor avea loc în Germania, un secol mai târziu, atunci cînd ducele Ferdinand pune sub acuzație 63 de femei din Schongau, acolo unde exista presupuziția că vrăjitoarele practică sabatul.²⁹⁷ Un alt caz pe care Culianu îl identifică este cel al

²⁹² *Ibidem*, p. 364.

²⁹³ *Ibidem*, p. 362.

²⁹⁴ Johannes Nider, *Formicarius. De Visionibus et revolutionibus*, Conciliul de la Basel, 1435-1437, apud. Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, ediția a treia, Traducere din limba franceză de Dan Petrescu, Iași, Polirom, 2003, p. 196.

²⁹⁵ *Ibidem*, 314.

²⁹⁶ Gabriel Tudor, *Holocaustul vrăjitoarelor*. URL: <<http://www.revistamagazin.ro/>>.

²⁹⁷ Ioan Petru Culianu, *Eros și magie în Renaștere 1484*, ediția a treia, Traducere din limba franceză de Dan Petrescu, Iași, Polirom, 2003, p. 363.

Franței, unde vrăjitoria era contestată și supusă judecății de două instanțe: judecătorii Parlamentului de la Paris și medicii care urmau inițiativa autorităților locale²⁹⁸. Se adaugă la aceste situații faptul că, începînd cu a doua jumătate a secolului al XVI-lea, Inchiziția nu s-a mai implicat în procesele intentate vrăjitoarelor. Așadar, o idee pe care autorul o propune este aceea că vînătoarea de vrăjitoare a luat sfîșit datorită aceleiași forțe bisericești care le-a impulsionat de la început. Se resping punctele de vedere care susțin că progresul și deci istoricitatea ar fi avut vreo influență în acest caz.

În al doilea rînd, Ioan Petru Culianu se îndepărtează și de concepțiile contemporanilor săi care înțeleg aceste procese inițiate de biserică drept o disimulare prin care s-a încercat o mișcare de suprimare a feminismului. Plecînd de la ideea că secolele al XIV-lea și al XV-lea s-au tradus într-o permisivitate considerabilă, fapt ce a determinat biserica să acționeze sub premisa condamnării vrăjitoarelor în scop religios, urmărind să creeze din nou niște bariere religioase în care femeile să se încadreze, Culianu o percepe ca pe *o altă smiteală*, și nu ca pe un instrument de reprimare a femininismului.

Spre exemplu,

Această afirmație vine în contradicție cu un caz al istoriei franceze, cel al Ioanei D'Arc, care devine o figură importantă din Evul Mediu francez. Fecioara din Orléans, așa cum mai este aceasta numită, mobilizează armata franceză în lupta împotriva Angliei, reușind să aducă victoria statului francez, care își cîștigă astfel independența de sub dominația engleză. Tot ea îl va încorona rege pe Carol al VII-lea, la Reims. Ca urmare a respectului și influenței pe care le cîștigase în rîndul oamenilor, Carol va dori să o înlătore, simțînd-o ca un pericol care i-ar putea știrbi autoritatea, în timp ce Biserica o va considera o eretică, ca urmare a faptului că Ioanei D'Arc susținea că aude vocea lui Dumnezeu și, prin faptele ei, încearcă să respecte voia Lui. Astfel, cele două puteri îi vor aduce acuzația de vrăjitorie, considerînd-o „eretică, răzvrătită, vrăjitoare, comunicînd cu diavolul.”²⁹⁹ Se remarcă ușurința cu care se putea înlătura o persoană care reprezintă un posibil pericol pentru formele de putere care existau în secolul al XVI-lea. Acestea se fundamentau tocmai pe acest mit al vrăjitoarei iar, prin faptul că practica de eliminare era arderea pe rug, desfășurată de obicei într-o piață mare, cu cît mai mulți privitori, cît să inspire frică, comunitatea era determinată să se conformeze regulilor care proveau din structurile celor două puteri: religioasă și politică. Nu mai poate funcționa, în acest context, punctul de vedere al

²⁹⁸ *Ibidem*, p. 365.

²⁹⁹ Cătălin Stănculescu, *Ioana D'Arc-Fecioara din Orléans*. URL: <<http://mythologica.ro>>.

lui Culianu, care percepe vânătoare de vrăjitoare ca pe o anomalie sau o insanitate specifică unei perioade istorice, ci, se impune, în acest caz, ideea unui scop perceput drept un motor care a pus în funcțiune un mit prin care s-a încercat o delimitare netă între cei de la conducere și cei aflați sub teroarea conducerii. Faptul că vânătoarea de vrăjitoare reprezenta ambițiile celor de la putere, este susținut și de Claude Rivière, care o înțelege ca pe o modalitate de control a comunității.³⁰⁰ Tot acesta observă că acuzațiile de practicare reveneau cu precădere femeilor, conceptul de vrăjitorie fiind asociat cu nerespectarea valorilor. În condițiile în care istoria Ioanei D'Arc lasă multe semne de întrebare, Roger Caratini, unul dintre cei mai prestigioși istorici din Franța, afirmă că moartea acestui personaj istoric nu are nicio legătură cu o posibilă răzbunare a englezilor, care au dorit să-și reafirme supremația, ci este marcată de practica Inchiziției. Pentru Biserică a fost mai importantă impunerea autorității proprii decât protejarea unui erou național, care a reușit să realizeze cele mai importante victorii din acea perioadă: „Inchiziția și Universitatea din Paris au judecat-o și au condamnat-o... Mi-e teamă că, de fapt, noi înșine ne-am ucis eroul național.”³⁰¹

2.6. Reactualizarea eroului în contexte stereotipizate

Specific universului antic grecesc, statutul de erou este atestat pentru prima dată în jurul anului 620 î.Hr., atunci când Dracon din Atena propune ca într-o societate cei care poartă denumirea de eroi să fie aduși la rangul de zei.³⁰² Înțeles încă din cele mai vechi timpuri ca o reprezentare a unui model care impresionează prin excelența faptelor sale sau a unui comportament care se conturează drept exemplar într-o comunitate, eroul are încă o mare forță de fascinație.

Eroul se află într-un raport continuu cu grupul din care face parte și se instaurează drept un model demn de urmat. La nivel simbolic reprezintă punctul de legătură cu oamenii, care își pun nădejdia în el pentru a-și putea îndeplini dorințele sau a-și face cunoscute credințele. Mădălina Moraru observă că, deși faptele eroului sînt individuale de multe ori, impactul asupra colectivității este mai mare, ca urmare a faptului că acțiunile lui au caracter simbolic.³⁰³ Fiecare individ din mulțime simte nevoia să se identifice cu eroul, pentru că exemplul acestuia îl

³⁰⁰ Claude Rivière, *Socio-antropologia religiilor*, Traducere de Mihaela Zoicaș, Iași, Polirom, 2000, p. 143.

³⁰¹ Răzvan Moceanu, *Portret : Ioana D'Arc – faimoasa eroină franceză și sfîntă a Bisericii Catolice. Este „fecioara din Orléans” un simplu mit?*. URL: <<https://radioromaniacultural.ro>>.

³⁰² Ileana Marin, *Infidelitățile mitului. Repere hermeneutice*, Pitești, Editura Paralela 45, 2002, p. 43.

³⁰³ Mădălina Moraru, *op. cit.*, p. 17.

motivează să acționeze fără frica de responsabilitate. Astfel, eroul devine o proiecție a individului, care își transferă dorințele, credințele și neputințele personale în exemplul acestuia.

Pus sub semnul forțelor binelui, eroul capătă fond doar în opoziție cu răul, care apare reprezentat prin monștri, animale sălbatice, fiare sau bestii. Eroii se remarcă prin latura lor excepțională, dar și prin faptul că se încadrează în anumite tipologii, astfel încât membrii unei comunități să-i poată identifica drept reprezentativi pentru anumite calități pe care ei le consideră relevante. Cele mai multe reprezentări ale eroului se regăsesc în literatură, în personajele de basm, care oferă modele morale, prin faptele și probele pe care adesea trebuie să le depășească pentru a-și confirma poziția de personaj înzestrat.

Spre exemplu,

Dacă eroul tipic al basmului a reprezentat subiectul acestui demers și în alte cazuri anterioare, prezentăm alte două exemple din literatură alți doi eroi, a căror condiție va produce efecte culturale în Europa din secolele al XIX-lea și al XX-lea. Este vorba despre eroul *shakespearian* și cel *donquijotesc*, două personaje care se vor impune ca figuri simbolice în diverse arii culturale și vor conduce la apariția celor două curente literar-culturale: hamletism și, respectiv, donquijotism.³⁰⁴ Cele două personaje au constituit subiectul multiplelor cercetări care își propuneau să verifice similaritățile sau diferențele dintre cei doi protagoniști. Astfel, eroul lui Shakespeare, Hamlet, vine în opoziție cu eroii romantici de până la el și se va impune ca un erou incapabil să înfăptuiască acțiunea, pe care o respinge în favoarea mediației. Eugen Lovinescu îl va percepe pe Hamlet nu numai ca pe un reprezentant al Renașterii engleze, ci, susține faptul că, la nivelul colectiv, acesta însumează o serie de caracteristici care sînt general valabile: „nehotărît, energic, punîndu-și toată viața în slujba unei idei de răzbunare”.³⁰⁵ Este descris ca fiind un personaj antagonist, marcat de sentimente contradictorii; pe de o parte este descris ca o ființă care se află în căutarea unui ideal, faptele sale fiind străbătute de gesturi gingașe, nobile, iar din altă perspectivă, marcate de brutalitate și cruzime. Pe de altă parte, însă, Don Quijote este un eroul activ prin definiție, el se află mereu în căutare de noi aventuri. Astfel, scriitorul rus I. Turgheniev susține că cei doi eroi reprezintă două modele inspirate din mediul în care s-au manifestat, englez, respectiv spaniol, care se vor extinde la nivel general. Mai exact cei doi vor fi percepuți ca două modele antagonice, pe de o parte cel contemplativ, iar pe de altă parte cel

³⁰⁴ Elena Oprea, „Hamletism și Quijotism în contextul cultural european din secolele XIX–XX” în *Revista de etnologie și culturologie*, p. 208.

³⁰⁵ Eugen Lovinescu, *Critice. Volumul VI. Glosse pe marginea cărților*, București: Viața românească, 1921, apud. Elena Oprea, „Tentația hamletiană în critica literară română” în *Philologia*, LII 2010, p. 53.

activ, cu mențiunea că „oamenii aparțin, într-o măsură mai mare sau mai mică, unuia din acele două tipuri”.³⁰⁶

În ceea ce privește România, mitul eroului se regăsește exprimat prin figuri precum Traian și Decebal, ciobanul Bucur, ale voievozilor (Mihai Viteazu, Ștefan cel Mare, Vlad Țepeș, Mircea cel Bătrîn, Iancu de la Hunedoara, Alexandru Ioan Cuza).³⁰⁷ Astfel, se impun ca eroi autohtoni personalitățile istorice care au contribuit la procesul de formare a poporului român și s-au remarcat prin victoriile pe care le-au realizat. Dintre miturile care se remarcă în contextul românesc, Dorina Tudor³⁰⁸ propune:

- mitul domnitorului medieval încărcat cu toate valorile patriotismului, ale victoriilor militare și ale protejării credințelor. O figură aparte care se distinge în această categorie este cea a lui Ștefan cel Mare, al cărui mit relevă interesul poporului pentru protejarea identității etnice, culturale și religioase. Acestui domnitor i se va insufla caracter simbolic în contextul propagandei comuniste alături de Mihai Viteazul, personalitate pe care, Nicolae Ceaușescu o aprecia ca avînd caracteristici care se regăsesc proiectate la nivelul propriei sale puteri și ale propriei sale personalități. În ceea ce privește campaniile de promovare, Sandu Frunză exemplifică prin cazul politicianului Emil Constantinescu, că apelul la mitul domnitorului este reactualizat, în acest caz prin evocarea figurii lui Alexandru Ioan Cuza³⁰⁹. Politicianul va miza pe asemănarea anumitor trăsături fizice între cei doi, și pe un mesaj care promova ideea de dreptate socială, de uniune a națiunii, dar și de revitalizare a spiritului patriotic, astfel încît să convingă alegătorii să-l voteze în decursul campaniei sale de promovare.

- mitul revoluționarului se regăsește ilustrat prin figuri istorice din perioada ultimelor secole, cum este și cazul lui Tudor Vladimirescu sau al lui Avram Iancu. Atunci cînd se apelează la aceste personaje se valorifică sentimentele naționale, exploatate mai mult sau mai puțin în perioada comunismului și preluate apoi în perioada post-comunistă, cînd li se recunoaște caracterul exemplar.

- mitul lui Ceaușescu este descris prin trimiterea la cîteva arhetipuri: eroul, victima, țapul ispășitor, vicleanul, sau cel mai adesea folosită în publicitate, este trimiterea la nostalgia pentru

³⁰⁶ E. Oprea, „Hamletism și Quijotism în contextul cultural european din secolele XIX–XX” în *Revista de etnologie și culturologie*, p. 210.

³⁰⁷ Adriana Ivonne Marinescu, *Tipul eroului în cultura română. De la stereotip la comportament politic*, Iași, Lumen, 2009, p. 16.

³⁰⁸ Dorina Tudor, *Marketing politic și electoral, Curs pentru învățământul la distanță (studii masterale)*, FCRP-SNSPA, apud. Sandu Frunză, *Structurile mitice ale limbajului publicitar*, Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca, Master publicitate, pp. 24-25.

³⁰⁹ Sandu Frunză, *op. cit.*, pp. 24-25.

vremurile în care funcționa regimul comunist. Acest mit evoluează diferit în timp, astfel încât, dacă în timpul revoluției personajul întruhipa răul, execuția care a avut loc în ziua de Crăciun 1989 și, care era menită să stopeze întreaga criză socială și politică vine să propună o nouă variantă, cea a victimei. După înlăturarea ultimului lider comunist și continuând pînă în 2007, orice asociere cu trecutul comunist devine un instrument pentru discreditare publică, motiv pentru care unii politicieni încearcă să construiască, prin opoziție un nou model de politician.³¹⁰ Recent, după aproape 30 de ani de la căderea regimului lui Ceaușescu, s-a observat o tendință de îmblînzire a răului absolut, prin care mitul lui Ceaușescu ia o nouă direcție, printr-o continuă umanizarea a acestuia. În cazul României, ca și în cazul fostelor state socialiste, trecutul comunist devine punctul central al sentimentelor nostalgice resimțite de o parte a populației. Dacă fenomenul nostalgiei postcomuniste inițial a fost limitat în primul rând, la susținătorii partidelor politice care pretind că sînt urmași ai fostului partid comunist, în a doua jumătate a anilor 2000 un număr tot mai mare de cetățeni români a început treptat să privească cu nostalgie la perioada de dinainte de decembrie 1989.³¹¹ Manuela Marin oferă trei explicații pentru această întoarcere către trecutul comunist. Pentru început, aceasta vorbește despre condițiile economice, mai exact despre criza economică de la sfîrșitul anului 2009. O a doua explicație vizează interesul crescut al românilor pentru comunism care a devenit un subiect de cercetare prin crearea de diverse institute de cercetare academică. Și, nu în ultimul rînd, este vorba despre ceea ce cercetătorii numesc memorie selectivă. După aproape 30 de ani, oameni tind să uite anumite detalii despre viața lor din timpul comunismului și, în cele mai multe cazuri aleg să-și amintească doar punctele sale bune. Industria publicitară a fost cea care a exploatat nostalgia românilor față de vîrsta tinereții, și a promovat, în principal, anumite produse care au existat în perioada comunistă și cu care publicul a devenit familiarizat, într-o asemenea măsură încât au devenit embleme sau mărci ale acestei perioade, cum ar fi marca de automobile Dacia, înghețata Napoca și ciocolata Rom.

Adriana Ivonne Marinescu propune la acest categorizare un alt tip de erou relevant pentru societatea noastră, cel al sportivului.³¹² Existînd încă din Antichitate, fie atunci cînd erau organizate Olimpiadele, fie în luptele care aveau loc între gladiatorii imperiului roman, eroul sportiv exprimă putere, forță brută și rezistență. Cele mai multe exemple se găsesc în Grecia antică acolo unde se considera că starea inițială a eroului era cea de descendent al zeilor sau de

³¹⁰ Manuela Marin, „Between Memory and Nostalgia: The Image of Communism in Romanian Popular Culture in *Palimpsest*”, numărul 5, Decembrie, 2013, p. 6.

³¹¹ *Ibidem*, p. 7.

³¹² Adriana Ivonne Marinescu, *Tipul eroului în cultura română. De la stereotip la comportament politic*, Iași, Lumen, 2009, p. 53.

muritor care a căpătat statutul de zeu după ce a trecut în neființă. În acest context, Ileana Marin identifică câteva dovezi prin care susține faptul că eroismul poartă, într-adevăr amprenta imaginii forței fizice, a agilității și a curajului dus la extrem, pînă la sfidarea morții, însă toate aceste caracteristici sînt atestate, în primul rînd prin raportare la divinitate. Acest lucru reiese din multiplele exemple precum cel al lui Apollo care l-a învins pe Python, al lui Zeus care a ieșit învingător în lupta cu Titanii, sau a lui Hercule atunci cînd a trebuit să îndeplinească cele doisprezece munci.³¹³ Astfel, în ceea ce privește eroul modern, acesta se poate impune cu ușurință drept exemplar într-o societate, prin reușitele individuale pe care le realizează în domeniul sportiv, considerat reprezentativ la nivel național. Acesta este și cazul a două figuri sportive importante la nivel internațional și, mai apoi eroificate la nivel național, cum s-a întîmplat cu Ilie Năstase și Nadia Comăneci. În aceeași ordine de idei, făcînd referire la societatea autohtonă, Eugen Negrici afirmă că „dat fiind faptul că avem o țară în care accidentele istorice se țin lanț și momentele de echilibru și certitudine sînt rare, tendința de eroificare este constantă.”³¹⁴ Sportivul devine astfel un nou tip de erou cultural, prin care sînt materializate proiecțiile unei societăți în diverse planuri: atunci cînd se caută notorietate și afirmare, în încercarea de obținere a independenței, fie atunci cînd se pune în discuție crearea unei identități.

Spre exemplu,

Trecînd în altă sferă, cea a publicității, în care vom încerca să redăm valențele pe care le posedă mitul, preluăm pentru început demersul Mădălinei Moraru³¹⁵ care identifică trei modalități de analiză ale mitului eroului, care sînt identificate în modul de construcție a mesajului publicitar.

a) Pentru început, Mădălina Moraru analizează postura eroică a utilizatorului, care reușește să devină un exemplu prin efortul său sau prin degustarea produsului. Acesta este și cazul cidrului de mere *Somersby* (Lord *Somersby* inventează cidrul de mere). Mesajul spotului este orientat spre tradiția și istoria brandului, fiind conceput sub forma unei povestiri care atestă un eveniment istoric important; inventarea cidrului de mere *Somersby*. Este subliniat astfel statutul de erou al lordului *Somersby*, care a folosit fructele în scopul fericirii oamenilor, produsul fiind confirmarea faptei eroice a acestuia. Lord *Somersby* este gentlemanul englez fictiv, excentric,

³¹³ Ileana Marin, *Infidelitățile mitului. Repere hermeneutice*, Pitești, Editura Paralela 45, 2002, p. 44.

³¹⁴ Eugen Negrici, *Iluziile literaturii române*, București, Editura Cartea Românească, 2008, p. 16, apud. Ovidiu Ivancu, *Identitate culturală și mental colectiv românesc în postcomunism (1990-2007)*, Cluj-Napoca, Eikon, 2013, p. 63.

³¹⁵ Mădălina Moraru, *op. cit.*, pp. 30-32.

care este Lordul conacului *Somersby* și creatorul cidrului de mere *Somersby: Asta a făcut Lord Somersby când, pe la 1700, s-a decis să împartă bucuria merelor Somersby cu toată lumea: așa că a creat cidrul răcoritor Somersby. Restul este istorie.*

b) Cea de-a doua situație identificată vizează relația strânsă dintre produs și utilizator, în urma căreia se determină mitizarea celui din urmă. Prin calitățile pe care produsul le promovează și prin valorile pe care le transmite, acesta reușește să insufle omului statutul de erou. Selecția produsului, se dovedește un act important prin care utilizatorul recunoaște calitatea produsului, deci îl delimitează de celelalte produse. Un caz aparte îl reprezintă reclama pentru berea Ciuc Premium. Spotul evidențiază opoziția dintre cei care ignoră calitățile produsul și cei care înțeleg că *doar gustul contează*. Sînt ironizate toate motivele pentru care oamenii beau bere, în situația în care acestea exclud calitățile produsului, așa cum se întîmplă în cazul promoțiilor. Astfel, produsul își propune să crească preferința mărcii în rândul băutorilor de bere și să consolideze poziționarea Ciuc Premium în jurul gustului său distinct. În spotul *Basculanta*, accentul cade asupra promoțiilor, mai ales a celor în spatele cărora stau premii nepotrivite sau false, care induc în eroare consumatorii. Spotul urmărește povestea unui câștigător, al cărui premiu este o mașină de 500 de cai putere. Ulterior, acesta va afla că premiul este de fapt o basculantă, iar concluzia care vine firesc și, care consolidează încă o dată poziția berii Ciuc este: *Deci berea nu se bea pentru promoții, berea se bea pentru gust.*

c) Cel mai întîlnit caz este cel în care produsul este un erou și se impune prin faptul că reușește să rezolve o situație de criză. În mai toate ipostazele, produsul este surprins în acțiune, iar utilizatorul îl percepe ca fiind un salvator, unica soluție potrivită într-o situație dificil de soluționat. Dacă Mădălina Moraru se concentrează asupra analizării de produse care apar personificate sub forma unor eroi deja cunoscuți: Superman, Batman, sau prin valorificarea unor personaje de basme precum: Cenușăreasa, Scufița-Roșie sau Albă-ca-zăpada, mă voi concentra pe analiza situației în care un produs, prin discursul publicitar și prin calitățile pe care le prezintă, se impune ca un erou, și se distinge clar de celelalte produse existente pe piață. Cele mai întîlnite exemple se regăsesc în rîndul detergenților sau a produselor de curățenie așa cum este și cazul *Ace Ultra*. Spotul propune situații din viața de zi cu zi, în care consumatorii se pot identifica, cum ar fi zilele de duminică în care prietenii se reunesc la un meci de fotbal, sau serile în care aceștia sînt invitați la cină și bucătăria *pare o debandadă*, sau în diminețile în care baia devine *un atelier de pictură*, în graba de a aplica machiajul. În fiecare situație, soluția este doar una, *Ace Ultra: Casa se transformă în multe lucruri, de aceea există noul Ace Ultra*, care, fie igienizează, fie înlătură petele, fie degresează. Această tendință de a prezenta aspectele produsului într-o anumită ordine și prin exemplificări care să evidențieze cât mai clar viața de zi

cu zi a indivizilor sau de a prelua realități se regăsesc și în reclama *Vanish Gold Pink*. Spotul reia ideea clasică, deja mult exploatată de publicitate, conform căreia *în fiecare zi riscăm să ne pătăm hainele*, care apare chiar materializată. Mai exact, cadrul redă aceeași situație care se repetă obsesiv în fiecare zi a săptămânii. Se amplifică starea de oboseală, și prin faptul că zilele săptămânii apar expuse pe o plăcuță colorată în roz, culoarea specifică brandului, care induce ideea de evenimente cronologice care continuă să se manifeste fără întrerupere și în care, singura soluție este produsul, în acest caz, *Vanish Gold Pink*. Totodată, în discursul publicitar specific produsului se face apel și la clasică metodă comparatistă, prin care se evidențiază faptul că reușește să îndepărteze peste 100 de pete.

2. 7. „Străinul” lui Eminescu și cel al lui Camus. Aplicații ale reactualizării mitului.

În contextul în care elementul definitiv al acestui secol îl reprezintă diversitatea și eterogenitatea societății, continuă să existe și să se manifeste condiția de străin, prin care se înțelege frica de ceea ce este necunoscut sau diferit. În spațiul românesc acest tip de raportare la alteritate rezidă în atitudinea populară față de evrei, înțelegi drept străinii prin excelență. Mai exact, acest comportament al românilor față de evrei ia naștere odată cu perioada migrațiilor și cu încercările evreilor de a se integra în societatea autohtonă. În acest context, Georg Simmel definește străinul ca fiind „acel pribeag care nu călătorește mai departe, care sosește azi și mâine rămîne aici”³¹⁶. Se înțelege așadar, că în plan social, străinul este definit din punct de vedere a poziției pe care o ocupă în raport cu restul grupului, el fiind exterior acestuia. Din această perspectivă, evreul este înțeles ca reprezentând arhetipul străinului datorită chiar ocupației acestuia, cea de comerciant, care îl obligă să călătorească mereu, fiind mereu activ. Perceperea acestuia s-a făcut din punct de vedere al raportului autohtoni-străini, altfel spus societatea românească și-a legitimat poziția și identitatea națională prin limitarea drepturilor străinilor. Astfel, sub impulsul acestui naționalism, raportarea la celălalt, din interior și din exterior a fost dusă la extrem. Se remarcă astfel modul în care societatea românească a răspuns eforturilor de emancipare ale evreilor, suprimându-le orice încercare care se concretiza într-o amenințare la

³¹⁶ Georg Simmel, *Exkurs über den Fremden* apărut în *Soziologie*, Berlin : Duncker & Humblot, 1908, apud. Margit Feischmidt, *Multiculturalismul: o nouă perspectivă științifică și politică despre cultură și identitate*, URL: <<http://altera.adatbank.transindex.ro>>.

adresa statului. Alfred Schütz³¹⁷ afirmă că pentru ca un străin să poată fi integrat într-o comunitate el trebuie să se detașeze, în primul rând de principalele caracteristici care îi atestă tocmai acest statut. Mai exact, perceperea acestuia de către grupul la care vrea să accedă este coordonată de două aspecte: gradul de apropiere și, respectiv, de depărtare. Din poziția sa exterioară grupului, el se va putea integra doar prin preluarea modelelor culturale ale grupului sau ale societății – gazdă, mod în care dispare și caracterul său de străin. În cazul contrar, în care străinul nu renunță la principiile și modelul său normativ, se va produce expulzarea acestuia din grup, fiind perceput ca un element care produce neîncredere și trezește suspiciuni din partea grupului, așadar trebuie îndepărtat.

În ceea ce privește explicațiile din *Dicționarul Explicativ al Limbii Române* referitoare la termenul străin, ele sînt mai degrabă evazive, ca urmare a faptului că lasă loc unor interpretări variate, care se intersectează și se reiau pe alocuri, fără să reușească să numească pînă la capăt ceea ce se explică prin condiția străinului. Pentru început el apare ca cel „care aparține sau este propriu altui popor decît cel al persoanei despre care este vorba”³¹⁸, așadar înțelegem că A (străinul) este ceea ce nu este B (specificul unui popor), cu mențiunea că A are ca trăsătură dominantă faptul că *se simte stingher*, adică înțelegem că existența străinului este marcată de singurătate, însă ca dominantă rămîne impresia de *neobișnuit* sau de *bizar*. Parvin străinului explicații exterioare și interioare, așa cum este percepută însăși arhitectura sa, însă, la o privire mai atentă în *Cambridge Dictionary*, acolo unde echivalentul termenului din limba română este cel de *outsider*, găsim două explicații care descriu punctual cele două puncte predominante de înțelegere a acestuia și care vor fi sistematizate, în acest demers. Așadar, pe de o parte, străinul este o „persoană care nu face parte dintr-un anumit grup de persoane sau dintr-o comunitate”³¹⁹. În acest caz domină ideea că străinul nu este un membru, prin faptul că nu locuiește într-un loc anume, așadar se conturează esența mitului, exterioritatea, care va influența raporturile cu alte persoane, grupuri, comunități. Pe de altă parte, făcînd referire la aceeași coordonată, faptul că un individ se simte străin pentru că nu face parte dintr-o anumită structură socială, religioasă, politică, etc, accentul cade, în cel de-al doilea caz asupra sentimentului care se detașează în raportul autohtoni (înțelegeți ca membri ai unui grup, care se conformează normelor acestuia) – străini. Astfel, de la condiția de individ marginal, acesta va deveni „un fel de hibrid cultural aflat la frontiera dintre cele două variante ale vieții în grup, și nu va ști nici el, de care dintre acestea

³¹⁷ Alfred Schütz, „Az idegen”, în Hernádi Miklós szerk, *A fenomenológia a társadalomtudományban*, Budapest, Gondolat, 1984, apud. Margit Feischmidt, *Multiculturalismul: o nouă perspectivă științifică și politică despre cultură și identitate*, URL: < <http://altera.adatbank.transindex.ro> >.

³¹⁸ *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, Bucurști, Editura Enciclopedic Gold, 2009.

³¹⁹ Cambridge Dictionary. URL: <dictionary.cambridge.org>.

aparține”.³²⁰ Se înțelege așadar, că termenul integrat în sfera sociologică se va concentra asupra conceptului de conflict. Mai exact, străinul tinde să fie perceput în cele mai multe cazuri ca un dușman care trebuie eliminat pentru că poate produce nenorociri grupului. În peisajul politic contemporan se reînvie mitul străinului de către formele autohtone de putere, care urmăresc astfel să manipuleze. Plecând de la ideea că cele două forme fundamentale care caracterizează relațiile sociale sînt prietenia sau dușmănia, Bauman afirmă că străinul nu se poate afla niciodată la mijloc, ci este fie de o parte a baricadei, fie de alta. Se înțelege așadar că străinul, în sensul său dominant, este înțeles ca un factor care tulbură ordinea lumii: „Nu există anomalie mai mare decît străinul. El se află între prieten și dușman, ordine și haos, afară și înăuntru.”³²¹ Tot Bauman susține că referitor la condiția noastră socială modernă, tot structurile de putere au fost cele care au jucat un rol major. Mai exact, prin faptul că Declarația Drepturilor Omului și Cetățeanului marca trecerea de la termenul generalist om, la cel de cetățean, erau percepuți ca străini toți cei care nu făceau parte din societatea respectivă³²².

Spre exemplu,

Evreul suscită și imaginarul eminescian în care devine un simbol al alterității periculoase, care generează angoase naționale, imaginea acestuia fiind dusă la extern și percepută ca o forță a răului. Acest fapt pornește de la mai multe complexe și frustrări naționale. Astfel mitul străinului trebuie pus în legătură cu mitul cetății aflate sub asediu și sub pericolul cuceririi de către străini, așadar el este dușmanul care vrea să producă pagube, sau chiar conspiratorul din interior țării care trădează patria.³²³ Mitul străinului a fost preluat preluat și de literatură, căpătînd astfel mai multă forță în această trecere, din mediul popular în cel cult, fiind reactivat apoi prin intermediul forței mass-media. S-a ajuns astfel la o formă obsesivă de patriotism și idealuri naționale, așa cum se regăsește și în opera lui Eminescu, care afirmă: „Singura rațiune de a fi a acestui stat, pentru noi, este naționalitatea lui românească”.³²⁴ Astfel, naționalismul lui Eminescu poate fi înțeles, pe de o parte, ca produs al iubirii față de patrie, iar, pe de altă parte vine în întâmpinarea contextului istoric al românilor care au încercat să se identifice și să-și creeze propriu stat, prin acțiuni precum Unirea Principatelor Române sau Războiul de

³²⁰ *Ibidem*.

³²¹ Zygmund Bauman, „Modernity and Ambivalence”, în Featherstone, Mike ed. *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity*, London, Sage, 1990, apud. Margit Feischmidt, *Multiculturalismul: o nouă perspectivă științifică și politică despre cultură și identitate*, URL: < <http://altera.adatbank.transindex.ro>>.

³²² *Ibidem*.

³²³ Adela Dinu, „Străinul” lui Eminescu. URL: <www.lapunkt.ro>.

³²⁴ Mihai Eminescu, „Domnului Dumitru Brătianu”, în „Opere politice”, p. 11, apud. Adela Dinu, „Străinul” lui Eminescu. URL: <www.lapunkt.ro>.

Independență reprezentînd cele mai importante modalități de afirmare pe plan național. Antisemitismul prezent în publicistica eminesciană trebuie înțeles, așadar, din perspectiva încercării de conservare a principiilor naționaliste. În acest fel, imaginea generică a evreului este una încărcată de stereotipuri și clișee specifice cadrului tradițional, care năvălesc și realitatea cotidiană. Un studiu care cercetează imaginea evreului în cultura română este cel al lui Andrei Oișteanu,³²⁵ cel care lansează cîteva tipologii ale evreului: evreul cămătar, evreul negustor și evreul cîrciumar (care otrăvește băutura). Dacă primele două vizează faptul că se mută mereu, deci este mereu străin, cel de-al doilea vizează condiția sa de dușman, care amenință țara.

Un caz care reia structurile arhaice ale mitului străinului în contextul românesc este cel al miliardarului american, George Soros. Omul de afaceri provine dintr-o familie de evrei, reușind să supraviețuiască ocupării naziste, pentru ca mai apoi să folosească documente de identitate false. În prezent, acesta are miliarde de dolari prin intermediul unor firme de investiții. În presă el a devenit cunoscut în urma investițiilor sale, de mai bine de 12 miliarde de dolari, prin care încercară să susțină democrația, corectitudinea și buna-funcționare a organizațiilor politice, care au luat, însă, forma unei propagande, în care Soros este perceput ca principalul inamic public. Unele dintre țările care au manifestat proteste și acțiuni anti-Soros au fost Polonia, Bulgaria, Serbia, Slovacia, precum și România³²⁶. Mitul străinului în acest caz este susținut de șeful PSD, Liviu Dragnea care a afirmat: „Eu nu am nimic cu dl. Soros. Acest om și fundațiile și structurile pe care le-a înființat ani de zile în România cred că, din anii 90, a finanțat răul în România, a finanțat acțiuni care niciuna nu a făcut bine în România.”³²⁷ Omul de afaceri este perceput ca un pericol la adresa independenței statului român, de teamă că România va cădea pe mîinile străinilor, care vor prelua conducerea statului.

Exploatînd din plin mitul dușmanului din exterior, liderul PSD, îl proiectează în figura lui Soros, dorind să inoculeze publicului ideea că investițiile și fondurile pe care le pune la dispoziție omul de afaceri, la care se mai adaugă și originea lui Soros, de evreu-maghiar, conturează imaginea unui personaj public în construcția căruia s-au aglomerat toate motivele care să fundamenteze mitul străinului, al dușmanului care trebuie îndepărtat. Cîteva dintre figurile care s-au remarcat în acest scandal și care nu au conținut să aducă acuzații la adresa acțiunilor întreprinse de Soros și a eventualului scop disimulat pe care îl urmăresc ele, se regăsesc în partidele PSD și PRU. Mai exact este vorba despre Victor Ponta, Bogdan Diaconu,

³²⁵ Andrei Oișteanu, *Imaginea evreului în cultura română*, Iași, Polirom, 2012, pp.14-15, apud. Adela Dinu, „Străinul” lui Eminescu. URL: <www.lapunkt.ro>.

³²⁶ Alexandu Lăzescu, *Titanica luptă a lui Liviu Dragnea cu George Soros și reacțiunea mondială*, URL: <<https://www.ziaruldeiasi.ro>>

³²⁷ George-Andrei Critescu, *Cine este George Soros, miliardarul care agită spiritele în Europa de Est*. URL: <www.adevarul.ro>.

Mirel Palada, Corina Crețu³²⁸, care nu se dau înapoi de la a aduce acuzații contracandidaților lor pe motivul că au relații dubioase și au fost finanțați de către Soros în scopuri evidente care ar putea pricinui prejudicii statului, în condițiile în care ei înșiși au relaționat cu omul de afaceri. Spre exemplu, Victor Ponta s-a întâlnit cu Soros în încercarea de a demara un proiect referitor la exploatarea zăcămintului aurifer de la Roșia Montană. Un alt membru important al PSD care s-a întâlnit cu Soros este Corina Crețu. Întâlnirea avea scopul de a reintegra romii în societate prin accesul la educație, la locuințe, precum și la servicii sociale și de sănătate. Un caz însă mai grăitor în acest context este cel al lui Mirel Palada. În condițiile în care acesta a beneficiat de bursele puse la dispoziție de Soros, el se află în primul rând pe frontul acestei lupte politice cu *sorosiștii*. Printr-o analogie cu opera lui Caragiale, construită cu predilecție pe aceste idei politice, am putea spune că Soros întruchipează „bampirul...unul care sugă sângele poporului”, așa cum apare și la Ștefan Tipătescu, perfectul județului în opera *O scrisoare pierdută*. S-a ajuns în acest punct, pentru că anti-semitismul dă roade întotdeauna în Europa, cu precădere atunci când se invocă motivul maghiar în Slovacia și România, iar dacă mai plusează la acesta și cu faptul că e miliardar, cu o avere datorată multiplelor speculații, atunci se jertfește singur în spațiul public, oferind motive de antipatie. În București isteria cauzată de Soros și multinaționalele sale substituie, de fapt acțiunile explicit anti-occidentale sau anti-Bruxelles (aici se ascunde de fapt invocarea motivului străinului care vine să amenințe ordinea statului). Dacă ar fi să analizăm motivele pentru care Liviu Dragnea încearcă atât de pătimaș să știrbească imaginea publică a omului de afaceri, se observă că ele nu au un fundament sau o direcție anume, ci acuzațiile care apar în spațiul public, sînt strecurate în mentalul colectiv astfel încît să creeze ideea că Soros este o amenințare la adresa statului, a naționalismului.

Continuînd analogia cu moravurile politice expuse de Caragiale se observă că Dragnea este un veritabil Cațavencu, care nu se dă înapoi de la a face uz de putere, dar marcat mai ales de un discurs politic care trădează un personaj semidoct. Principalul argument care a întemeiat această luptă este acela că Soros ar finanța opoziția anti-PSD la nivel social, în cadrul manifestărilor stradale sau în media. Argumentul provine dintr-un punct de vedere pueril și neîntemeiat, mai ales dacă este să analizăm cazurile multiple de finanțări care au fost acordate chiar membrilor partidului în cauză. Așadar, premierul Dragnea acționează cu ipocrizie în spațiul public și ia armura cavalerului îngrijorat de soarta țării.

Prin această nouă paralelă pe care am expus-o se cuvine să aruncăm o privire și în literatură, unde mitul străinului apare evocat în romanul lui Albert Camus cu același nume, *Străinul*.

³²⁸ Ioana Hurdea, „Rețeaua Soros” se află de fapt în PSD și PRU. Soros s-a întâlnit personal cu Ponta, Corina Crețu și alți lideri PSD. Pala, finanțări grele de la Soros. URL: <www.aktual24.ro>.

Acțiunea începe printr-o abolire a timpului și plasarea acesteia într-o context neclar, atât de specific autorului: „Astăzi a murit mama. Sau poate ieri, nu știu”.³²⁹ Acțiunea îl surprinde în prim-plan pe Meursault, care află despre moartea mamei sale și participă la înmormântarea ei, la un azil de bătrâni din Marengo. Se va invoca mitul străinului prin modul în care personajul se va comporta la înmormântare, prin faptul că nu respectă comportamentul tipic al celui căruia tocmai i-a murit mama, ci stârnește neliniște în rîndul celor veniți să o conducă pe ultimul drum pe mama sa. Afișează un calm extrem, fără să fie impresionat de vreo umbră de tristețe, refuză să vadă chipul mamei sale, caută orice motiv cât să plece mai repede de la înmormântare sau fumează și bea cafea în fața sicriului. El însuși va declara ulterior că „pentru prima oară am înțeles că sînt vinovat”, așadar se înțelege că personajul nu reprezenta un străin, prin modul său de a se comporta doar în fața celor prezenți la înmormântare, ci chiar față de el însuși, prin faptul că nu a putut simți nimic, pentru că nu a putut să trădeze nicio ultimă emoție, nici chiar în ultima clipă, cînd mama sa era înmormîntată. Așadar nu respectă nicio convenție socială, nu face gesturi și nu are trăiri care sînt în conformitate cu contextul în care se află, ci pare să fie, așa cum se anunță de la începutul romanului, într-o buclă exterioară, care există în afara timpului.

Un alt punct de vedere este trădat de afirmația „Aveam impresia că această moartă, întinsă în mijlocul lor, nu însemna nimic în ochii lor”³³⁰. Astfel, gesturile celor veniți la înmormîntare sînt privite ca fiind mecanice, absurde, așadar niște automatisme, fapt ce își găsește referința în ceea ce se desemnează prin termenul de ortopraxie. Se face referire la acel cod de practici socio-religioase, care se întîmplă în spații majoritar ortodoxe și care sînt relativ înțelese și practicate de toată lumea. Ortopraxia desemnează doar un cult al suprafețelor, care exclude interiorul, așadar însăși substanța care fundamentează aceste practici. Referitor la acest fapt, André Scrima susține că în acest mod se instaurează formele religioase duse la extern, cum ar fi fanatismul, în universul căruia, cel care nu acționează în același mod și care nu se supune formelor de reglementare, este perceput ca fiind un străin.³³¹ În acest caz, nu mai contează atât de mult semnificația textului biblic, ci trebuie înțeles într-o manieră simplistă, fără a atinge esența celor afirmate. Accentul cade asupra formelor de reglemnetare, care trebuie neapărat respectate. Pornind de aici, lumea modernă și-a pierdut treptat caracterul de lume instaurată și funcționînd pe principii religioase, fapt ce a produs schimbări, nu numai în ceea ce privește organizarea socială, ci și mentalul omului occidental.

Pe parcursul romanului, Meursault se va impune tot mai pregnant drept tipul străinului, în sala

³²⁹ Albert Camus, *Străinul*, Traducere Georgeta Horodincă, București, Editura Albatros, 1992., p. 5.

³³⁰ *Ibidem*, p. 9.

³³¹ André Scrima apud. Anca Manolescu, *Ortopraxie*, Dilema veche, nr.192, 15 Oct 2007. URL: <<http://dilemaveche.ro>>.

de tribunal, acolo unde va fi judecat pentru uciderea unui arab, neputînd fi înțeles pînă la capăt de judecător, nici de avocatul sau de iubita sa. Acesta este examinat și perceput de ceilalți cu frică, ei fiind puși în imposibilitatea de a-l înțelege. Procesul este unul simbolic, care face referire la faptul că este supus judecății celorlalți, care încearcă în acest fel să-l înlăture pentru a restabili armonia acelei lumi, fapt trădat și de sfîrșitul romanului, care se încheie cu moartea protagonistului, care vine, parcă să îndeplinească acest scop, să aducă liniște în această lume.

Concluzii

Demersul de față a plecat de la ideea că limbajul își începe procesul îndelungat al devenirii din primele forme lingvistice care sînt atestate începînd cu ființele din timpuri primordiale (*Homo sapiens*). În acest mod se realizează trecerea de la stadiul animal la cel uman, în care omul dezvoltă gîndirea conștientă, susținută prin comunicarea verbală, în imediata vecinătate a paraverbalului și a nonverbalului. În acest mod, omul dezvoltă sentimentul că aparține unui grup și se raportează la ceilalți membri ca parte a unei comunități.

Așadar, existența omului ca ființă superioară este coordonată prin existența a trei factori: limba, gîndirea și societatea. În demersul de față am urmărit cu precădere surprinderea omului ca ființă socială în care limba își constituie și relevă condiția de fenomen social. Ca dimensiune specifică a omului, limbajul este dependent de societate în aceeași măsură în care societatea este condiționată de limbaj, așadar relația dintre acestea două este una tautologică.

Exemplele folosite au pus în evidență ideea că tot ceea ce se regăsește în capitolele teoretice face referire la rolul culturii, în care individul a trăit sau trăiește în prezent, al percepției pe care el o dezvoltă asupra lumii.

Prin ceea ce am enunțat pe parcursul lucrării am lăsat să se întrevadă descrierea arhetipală a spațiului cultural românesc prin raportare la nivel general, al tuturor oamenilor. Astfel, România anului 2018 este suma unei cosmogonii realizate prin intervenția directă a lui Dumnezeu (cel care exercită autoritatea supremă, motiv pentru care lucrurile fie urmează „voia lui Dumnezeu”, fie sînt făcute cu „frică de Dumnezeu”), a unei existențe în care moartea devine o certitudine, susținută prin cele două posibilități Raiul sau Iadul, a unei forme tradiționaliste de existență, în care se impune nevoia păstrării valorilor, motiv pentru care vor fi străini cei care nu se vor supune normelor societății. Fie este vorba despre evrei, cei considerați dușmanii prin excelență, concepție care rezidă din încercările statului de păstrare a autonomiei, fie este vorba despre manifestări recente: se respinge ideea de homosexualitate, a persoanelor cu o piele închisă, a persoanelor în vîrstă sau obeze.

Rezultatele puse în evidență în lucrarea de față pot fi transformate în instrumente de analiză și interpretare a mentalului colectiv românesc evidențiat și surprins în tonalitățile dominante de către Geert Hofstede atunci cînd vorbește despre teoria variațiilor culturale, de Malcolm Gladwell care vorbește despre asocierile implicite pe care le face o persoană sau atunci cînd sînt puse în discuție miturile inerente oricărei individualități.

S-au adăugat pe parcurs perspective bogate, exemple unitare care vin să justifice fundamentele teoretice. În acest mod, s-au desprins coordonate prin care să se realizeze o comunicare eficientă între indivizi din spații culturale diferite, dar mai ales prin care românii să aibă o imagine mai clară atât ca auto-reprezentare, cât și ca imagine a modului în care sînt reprezentați în spații culturale diverse.

Bibliografie

I. Cărți:

1. Allport, Gordon W., *The Nature of Prejudice*, New York, Garden City, Doubleday Anchor Books, 1958.
2. Barthes, Roland, *Mitologii*, Iași, Institutul European, 1977.
3. Bejan, Petru, *Hermeneutica prejudecăților*, Iași, Editura Fundației AXIS, 2004.
4. Boldea, Iulian, *Literature, Discourses and the Power of Multicultural Dialogue*, Tîrgu Mureș, Arhipelag XXI Press, 2017.
5. Chelcea, Septimiu, Loredana Ivan, Adina Chelcea, *Comunicare nonverbală în spațiul public*, București, Editura Comunicare.ro, 2005.
6. Coman, Mihai, *Mass media, mit și ritual. O perspectivă antropologică*, Iași, Polirom, 2003.
7. Coșeriu, Eugeniu, *Omul și limbajul său*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009.
8. Culianu, Ioan Petru, *Eros și magie în Renaștere 1484*, Iași, Polirom, 2003.
9. Culianu, Ioan Petru, *Gnozele dualiste ale Occidentului*, Iași, Polirom, 2013.
10. Culianu, Ioan Petru, *Jocurile minții. Istoria ideilor, teoria culturii, epistemologie*, Iași, Polirom, 2002.
11. Culianu, Ioan Petru, *Mircea Eliade*, Iași, Polirom, 2004.
12. Dâncu, Vasile Sebastian, *Comunicare simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Cluj-Napoca, Eikon, 2009.
13. Eliade, Mircea, *Eseuri. Mitul eternei reînnoiri. Mituri, vise și mistere*, Traducere Maria Ivănescu și Cezar Ivănescu, București, Editura Științifică, 1991.
14. Eliade, Mircea, *Mituri, vise și mistere*, București, Editura Univers Enciclopedic, 1998.
15. Eliade, Mircea, *Ocultism, vrăjitorie și mode culturale*, București, Humanitas, 1997.
16. Eliade, Mircea - *Sacru și Profanul*, Traducere din franceză de Brândușa Prelipceanu, București, Humanitas, 2005.
17. Georgiu, Grigore, *Comunicarea interculturală. Probleme, abordări, teorii*, București, Editura Comunicare.ro, 2010.
18. Goddard, Angela, *Limbajul publicității*, Iași, Polirom, 2002.

19. Gladwell, Malcolm, *Blink. Decizii bune în două secunde*, Traducere Irina Henegar, București, Publica, 2011.
20. Hall, Edward T., *Beyond Culture*, New York, Editura Doubleday, 1976.
21. Hofstede, Geert, *Managementul structurilor multiculturale. Software-ul gândirii*, București, Editura Economică, 1996.
22. Ivancu, Ovidiu, *Identitate culturală și mental colectiv românesc în postcomunism (1990-2007)*, Cluj-Napoca, Eikon, 2013 .
23. Kernbach, Victor, *Miturile esențiale*, București, Editura științifică și enciclopedică, 1978.
24. Lévi-Strauss, Claude, *Antropologia structurală*, București, Editura Politică, 1978.
25. Libis, Jean, *Mitul androginului*, Traducere din limba franceză de Cristina Muntean, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2005.
26. Marin, Ileana, *Infidelitățile mitului. Repere hermeneutice*, Pitești, Editura Paralela 45, 2002.
27. Marinescu, Adriana Ivonne, *Tipul eroului în cultura română. De la stereotip la comportament politic*, Iași, Lumen, 2009.
28. McNeil, David, *Language and gesture*, Chicago, Cambridge University Press, 2000.
29. Mionois Georges, *Istoria infernurilor*, Traducere Alexandra Cuniță, București, Humanitas, 1998.
30. Moraru, Mădălina, *Mit și publicitate*, București, Nemira, 2009.
31. Moraru, Victor, *Societatea și comunicarea în tranziție*, Chișinău, Editura ULIM, 2008.
32. Panea, Nicolae, *Antropologie socială și culturală*, Craiova, Editura Omniscop, 2000.
33. Păduraru, Carmen, *Eugen Coșeriu, contribuții la pragmatica lingvistică*, Iași, Editura Lumen, 2009.
34. Pop-Curșeu, Ioan, *Magie și vrăjitorie în cultura română: Istorie, literatură, mentalități*, Iași, Polirom, 2013.
35. Rivière, Claude, *Socio-antropologia religiilor*, Traducere de Mihaela Zoicaș, Iași, Polirom, 2000.
36. Sapir, Edward, *Culture, Language and Personality: Selected Essays*, University of California Press, London, 1949.
37. Săvulescu, Silvia, *Retorica și teoria argumentării*, București, Editura Comunicare.ro, 2012.
38. Steiner, George, *După Babel*, Traducere de Valentin Negoită și Ștefan Avădanei, prefață de Ștefan Avădanei, București, Editura Univers.
39. Stoica, Dan S. (ed.), *Arta discursului public și discursul public al artei*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2016.

40. Stoica, Dan S., *Limba, discurs, comunicare. Eseuri la temă*, Iași, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza”, 2015.
41. Stoica, Dan S., *Metode bibliografice de cercetare*, Iași, Editura Universitatii "Al. I. Cuza", 2002.
42. Șerbănescu, Andra, *Cum gîndesc și cum vorbesc ceilalți. Prin labirintul culturilor*, Iași, Editura Polirom, 2007.
43. Walter, Philippe, *Limba păsărilor. Mitologie, filologie și comparatism în mituri, basme și limbi ale Europei*, Traducere din limba franceză de Andreea Hopârtan și Corin Braga, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 2007.

II. Articole științifice:

44. Buzatu, Mihaela, „Teoria contactelor dintre limbi; cu privire specială asupra contactelor între română și engleză”, în *Philologica Jassyensi*, An III, Nr.2, 2007, p. 160.
45. Crăciunescu, Adina, „Imaginarul poetic al coborîrii în Infern”, în *Cicre V*, 2016.
46. Feischmidt, Margit, „Multiculturalismul: o nouă perspectivă științifică și politică despre cultură și identitate”, Traducere de Ida Mária Bálintfi, în *Altera*, nr. 12/1999.
47. Frunză, Sandu, „Structurile mitice ale limbajului publicitar”, Universitatea Babeș-Bolyai Cluj-Napoca, 2015.
48. Hanelor, Neguț, „Aspecte mitice în romanul – Cel mai iubit dintre pământenii de Marin Preda”, în *Proiect Educațional Județean „A fost odată...”*, Brașov, Ediție electronică – online, 2014-2015.
49. Hofstede, Geert, Marieke de Mooij, „The Hofstede Model. Applications to Global Branding and Advertising Strategy and Research”, în *International Journal of Advertising*, 2010.
50. Marin, Manuela, „Between Memory and Nostalgia: The Image of Communism in Romanian Popular Culture”, în *Palimpsest*, numărul 5, Decembrie, 2013.
51. Mead, Margaret, „Sex and Temperature în Three Primitive Societies”, Reprinted by permission of William Morrow & Company, Inc.
52. Oprea, Elena, „Hamletism și Quijotism în contextul cultural european din secolele XIX–XX”, în *Revista de etnologie și culturologie*.
53. Oprea, Elena, „Tentația hamletiană în critica literară română”, în *Philologia*, LII 2010.
54. Repciuc, Ioana, „Avataruri contemporane ale magiei populare”, Iași, România.
55. Sarkisyan, Karina, „Obstacole în calea procesului de comunicare interculturală”, în *Economica*, nr. 2 (2013), Sviștov, Bulgaria.

56. Sperber, Dan, „How do We Communicate?“, in J. Brockman & K. Matson (eds.), *How things are: A science toolkit for the mind* (Morrow).
57. Stoica, Dan S., „Capcane”, în *Studia Universitatis Babeş-Bolyai*. Seria Ephemeredes, Nr. 2/2008.
58. Stoica, Dan S., „Despre dificultatea construirii unui model global al comunicării”, în *Analele Stiintifice ale Universitatii "Al. I. Cuza" din Iasi*, secțiunea Științe ale Comunicării, 4/2011.
59. Stoica, Dan S., „Reading Ferdinand de Saussure. Again!”, în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 2018.
60. Veiss, Sorina Dana, Abrudan Ioan, „Experimental Studies Based on the Model of Hofstede”, în *Acta Tehnica Napocensis – Applied Mathematics, Mechanics and Engineering*, Vol. 55, Issue, 2012.

III. Referințe online pentru exemple:

61. [Fără autor], Campaign, *Case Study: Always #LikeAGirl*, 12 octombrie, 2015. URL: <<https://www.campaignlive.co.uk>>, accesat la 10 iunie 2018.
62. Charlie Hebdo. URL: <www.facebook.com>, accesat la 16 iunie 2018.
63. Cojocaru, Dragoș, *Polanski: #MeToo, o isterie, colectivă*. URL: <<http://suplimentuldecultura.ro>>, accesat la 11 iunie 2018.
64. [Fără autor], Creștin Ortodox, *Preafericitul Părinte Daniel, Patriarh al Bisericii Ortodoxe Române, Patriarhul României îndeamnă la susținerea familiei tradiționale, formată din bărbat și femeie*. URL: <<https://m.crestinortodox.ro>>, accesat la 10 iunie 2018.
65. Critescu, George Andrei, *Cine este George Soros, miliardarul care agită spiritele în Europa de Est*. URL: <www.adevarul.ro>, accesat la 25 mai 2018.
66. [Fără autor], Culture at Work, *Metaphors for "Culture"*. URL: <<http://www.culture-at-work.com>>, accesat la 28 mai 2018.
67. [Fără autor], DIGI 24, *Ce a declarat Codruța Kovesi la prima conferință de presă susținută la DNA*. URL: <<https://www.digi24.ro/>>, accesat la 9 mai 2018.
68. [Fără autor], DIGI 24, *Psihologul Daniel David: Poporul român este unul „colectivist”*. URL: <<https://www.digi24.ro/>>, accesat la 10 iunie 2018.
69. Dinu, Adela, „*Străinul*” lui Eminescu. URL: <www.lapunkt.ro>, accesat la 8 iunie 2018.

70. Donegan, Moira, *How #MeToo revealed the central rift with feminism today*. URL: <<https://www.theguardian.com>>, accesat la 11 iunie 2018.
71. Dumitrescu, Paul, *Dragnea, anunț privind referendumul pentru familie*, URL: <<https://www.cotidianul.ro>>, accesat la 10 iunie 2018.
72. Gabriel, Tudor, *Holocaustul vrăjitoarelor*. URL: <<http://www.revistamagazin.ro/>>, accesat la 4 iunie 2018 .
73. Gladwell, Malcolm, *The Tipping Point*. URL: <www.newyorker.com>, accesat la 11 iunie 2018.
74. [Fără autor], GPS, *Charlie Hebdo a reacționat după criticile românilor: „Descoperim cu oroare că europenii n-au niciun umor. Încă un motiv de discordie?”*. URL: <www.gps.ro>, accesat la 25 iunie 2018.
75. [Fără autor], Hofstede Insight, *The 6 Dimension of National Culture*. URL: <www.hofstede-insights.com>, accesat în perioada 5-20 aprilie.
76. Hofstede Geert, *The 6-D Model of International Culture*. URL: <www.geerthofstede.com>, accesat în perioada 5-20 aprilie 2018 .
77. Hurdea, Ioana, „*Rețeaua Soros*” se află de fapt în PSD și PRU. Soros s-a întâlnit personal cu Ponta, Corina Crețu și alți lideri PSD. Pala, finanțări grele de la Soros. URL: <www.aktual24.ro>, accesat la 12 iunie 2018.
78. Ilincaru, Marius, *Je suis Charlie*. URL: <www.monitorulbt.ro>, accesat la 16 iunie 2018 .
79. Ionescu, Sînziana, *Curtea Europeană de Justiție a decis: cuplurile gay căsătorite au libertatea de a circula ca soți*, URL: <<https://m.adevarul.ro>>, accesat la 11 iunie 2018.
80. Lăzescu, Alexandu, *Titanica luptă a lui Liviu Dragnea cu George Soros și reacțiunea mondială*, URL: <<https://www.ziaruldeiasi.ro>>, accesat la 10 iunie 2018.
84. Lemeni, Adrian, *Ontologia simbolica a cosmologiei lui Platon si Aristotel*. URL: <<https://www.crestinortodox.ro/>>, accesat la 5 iunie 2018.
81. Lixandru, Livia, *Filosoful Mihai Șora explică ce reprezintă caricatura cu Simona Halep din Charlie Hebdo*. URL: <www.libertatea.ro>, accesat la 16 iunie 2018.
82. Manolescu, Anca, *Ortopraxie, Dilema veche*, nr.192, 15 Oct 2007. URL: <<http://dilemaveche.ro>>, accesat la 16 iunie 2018.
83. Mărăcine, Adelina, *#MeToo: Campania prin care milioane de persoane își povestesc online propriile experiențe de hărțuire sexuală. Mișcarea a luat amploare și în România*. URL: <www.adevarul.ro>, accesat la 11 iunie 2018.
84. Mihalache, Daniela, „*Spațiul și timpul în comunicarea interculturală*”. URL: <<http://www.cultura.mai.gov.ro>>, accesat la 10 aprilie 2018.

85. Mihaș, Ioan și Lungescu, Dan, *Dimensiunile culturale în managementul românesc*. URL: <<http://www.managementmarketing.ro>>, accesat la 5 aprilie 2018.
86. Moceanu, Răzvan, *Portret : Ioana D'Arc – faimoasa eroină franceză și sfântă a Bisericii Catolice. Este „fecioara din Orléans” un simplu mit?*. URL: <<https://radioromaniacultural.ro>>, accesat la 4 iunie 2018.
87. Panait, Andrei, *Studiu: Românii se "tratează" contra tehnologiei și se luptă să rămână umani*. URL: <www.wall-street.ro>, accesat la 5 iunie 2018.
88. Popescu, Cristian Tudor, *Hebdoșii au câștigat Roland Garoi*. URL: <www.republica.ro>, accesat la 25 iunie 2018.
89. Radu, Ștefana, *Putin sugerează că mișcarea #MeToo este o conspirație mass-media*. URL: <<https://www.adevarul.ro>>, accesat la 11 iunie 2018.
90. Stănculescu, Cătălin, *Ioana D'Arc-Fecioara din Orléans*. URL: <<http://mythologica.ro>>, accesat la 4 iunie 2018.
91. Senthilingam, Meera, *Sexual Harrassement: How it Stands around the Globe*. URL: <<https://edition.cnn.com>>, accesat la 11 iunie 2018.
92. Stanciu, George, *Gluma rasistă cu Simona Halep îți arată cât sîntem de ipocriți*. URL: <www.playtech.ro>, accesat la 16 iunie 2018.
93. Stoica, Dan S., *Fraze care au fost...*, URL: <<http://www.dstoica.ro>>, accesat la 13 aprilie 2018.
94. Stoica, Dan S., *Comunicarea internă*, URL: <<http://www.dstoica.ro>>, accesat la 13 aprilie 2018.
95. Stoica, Mihnea S., *Geert Hofstede: Internetul ne transformă ca indivizi, dar nu ne schimbă din punct de vedere cultural*. URL: <www.revistasinteza.ro>, accesat la 28 mai 2018.
96. Ștefan, Daniel, *Mitingul PSD s-a încheiat. Momentele halucinante care ne arată cum merge propaganda*. URL: <www.playtech.ro>, accesat la 10 iunie 2018.
97. [Fără autor], *Testul asocierilor implicite*. URL: <<https://implicit.harvard.edu>>, accesat la 5 aprilie 2018.
98. Radu, Dan, *Românii, printre europenii cei mai deranjați de alte rase*. URL: <www.jurnalul.ro>, accesat la 10 iunie 2018.
99. Rheana, Murray, *Massie Williams on self-confidence and what it means to be #LikeAGirl*. URL: <www.today.com>, accesat în perioada 5-20 aprilie 2018.
100. Zacharek, Stephanie, Eliana Dockterman și Haley Sweetland Edwards, *Time. Person of the Year 2017*. URL: <<http://time.com>>, accesat la 11 iunie 2018.

101. [Fără autor], Ziarul de Iași, *Un desen al caricaturistului Jup de la ZDI, dus de Cătălin Ivan la sediul Charlie Hebdo*. URL: <www.ziaruldeiasi.ro>, accesat la 25 iunie 2018.

IV. Alte surse:

102. Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan – Al. Rosetti”, *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediție a II-a revizuită și adăugită, București, Editura Enciclopedic Gold, 2009.

103. ***, *Biblia sau Sfînta Scriptură a Vechiului Testament*, Traducere de Dumitru Cornilescu, Societatea Biblică din România, 1991.

104. Cambridge Dictionary. URL: <dictionary.cambridge.org>.

105. Camus, Albert, *Străinul*, Traducere Georgeta Horodincă, București, Editura Albatros, 1992.

106. Rebreanu, Liviu, *Adam și Eva*, Chișinău, Editura Litera, 2001.

107. Stoica, Dan S., *Cursul de Comunicare publică. Relații publice*, nepublicat. Specializarea Jurnalism, Anul al III-lea.