Sinică VRÂNCEANU Radu Bogdan GHELU

Storytelling

metoda POVESTITORUL

editura
Panta Rhei
2021

Cuprins

Prolog ____ *7*

CONTEXTUL ____ *9*

1.1 Problematica de tineret ____ **9**
1.1.1 Realitățile problematicii de tineret ____ 9
1.1.2 Polarizarea tinerilor și tendințe în problematica de tineret ____ 10

1.2 Ameliorea problematicii de tineret ____ **12**
1.2.1 Nevoia de adaptare la schimbare ____ 12
1.2.2 Importanța creșterii capacității de adaptare la schimbare a tinerilor ____ 14
1.2.3 Cultura ca factor de motivație a tinerilor ____ 15

1.3 Storytelling-ul – soluție pentru ameliorarea problematicii de tineret ____ **18**
1.3.1 Povestea ____ 18
1.3.2 Storytelling-ul și avantajele sale ____ 19
1.3.3 Metoda propusă ____ 22

HOMO SAPIENS RELATOR ____ *24*

2.1 Supraviețuiește cel mai adaptat! ____ **26**
2.1.1 Specii de oameni ____ 26
2.1.2 Istoria New York-ului, a antibioticelor și evoluția omului ____ 28
2.1.3 Cum funcționează evoluția ____ 29
2.1.4 Mecanismele evoluției ____ 34
2.1.5 Suntem copiii glaciației ____ 42

2.2 Neocortexul – Casa poveștilor ____ **45**
2.2.1 Povestea creierului ____ 45
2.2.2 Creierul triunitar ____ 46
2.2.3 Memoria ____ 50

2.2.4 Procese psihice ____ 55
2.2.5 Ierarhia modelelor și Intuiția ____ 56
2.2.6 De la Intuiție la Rațiune ____ 60
2.2.7 Epistemologia poveștii ____ 73

2.3 Povestea Omului ____ 80
2.3.1 De la Australopithecus Afarensis la Homo Erectus ____ 82
2.3.2 De la Homo Erectus la Homo Sapiens Idaltu ____ 92
2.3.3 În Valea Marelui Rift ____ 102

POVESTEA ____ 109

3.1 Începuturile storytelling-ului ____ 109
3.1.1 Ce este storytelling-ul și cum evoluează poveștile? ____ 109
3.1.2 Triunghiul storyteling-ului ____ 112
3.1.3 Primele povești scrise ____ 115

3.2 Cadrul Poveștii ____ 118
3.2.1 Premisa ____ 119
3.2.2 Eroul ____ 122
3.2.3 Falsa Problemă și Dorința ____ 123
3.2.4 Vulnerabilitate și Epifania ____ 124
3.2.5 Perspectiva (POV) ____ 130
3.2.6 Direcția strategică ____ 132

3.3 Structura poveștii ____ 133
3.3.1 Despre structura poveștii ____ 133
3.3.2 Intriga, Conflictul și Arcul Emoțional ____ 138
3.3.3 Subiectul și Ideea fundamentală a poveștii ____ 140

3.4 Personajele ____ 141
3.4.1 Personajele fac povestea ____ 141
3.4.2 Proactiv și Reactiv ____ 144
3.4.3 Motivația personajelor ____ 147
3.4.4 Personajele arhetipale ____ 149

3.5 Lumea poveștii ____ 155
3.5.1 Arena Poveștii ____ 155
3.5.2 Simbolurile ____ 162
3.5.3 Planul moral ____ 169

3.6 Firul poveștii 175
3.6.1 De la conflict la firul poveștii 176
3.6.2 Descrierile și Arcul emoțional 178
3.6.3 Structura narativă 181
3.6.4 Urzeala poveștii și artificiile narative 192
3.6.5 Alte structuri narative 200

POVESTITORUL ***210***

4.1 Povestea păpușii 213
4.1.1 Protocronismul și arta pentru artă 213
4.1.2 Păpușa în istoria storytelling-ului 216

4.2 Emoția 222
4.2.1 Ce sunt emoțiile? 222
4.2.2 Tipuri de emoții 224
4.2.3 Emoțiile fără stimul extern 225
4.2.4 Transferul emoțiilor 227

4.3 Atitudinea 233
4.3.1 Ce este atitudinea? 233
4.3.2 Tipologii de atitudini 235

4.4 Limbajul trupului 238
4.4.1 Expresiile faciale și Gesturile 238
4.4.2 Posturile și mișcările 240

4.5 Vorbirea și Paralimbajul 244
4.5.1 Logica vorbirii 244
4.5.2 Paralimbajul 246

4.6 Povestitorul nonverbal 249
4.6.1. Exprimarea emoțiilor 249
4.6.2. Exprimarea atitudinilor 256

4.7 Scena poveștii 260
4.7.1 Spațiul sacru și zonele de scenă 260
4.7.2 Decorul, recuzita și costumația 263
4.7.3 Păstrarea atenției în scenă 264
4.7.4 Timpul, aliat sau inamic 268

4.8 Autoperfecționarea povestitorului _____ 270
4.8.1 Cunoașterea poveștii _____ 270
4.8.2 Familiarizarea cu locația _____ 272
4.8.3 Autocunoașterea _____ 273
4.8.4 Accidentele _____ 275

METODA „POVESTITORUL" _____ 277

5.1 Introducerea în poveste _____ 278
5.1.1 Prima întâlnire _____ 278
5.1.2 Prima poveste _____ 278
5.1.3 Studioul de filmare _____ 280

5.2 Povestea scrisă _____ 282
5.2.1 Cadrul poveștii _____ 282
5.2.2 Personajele _____ 283
5.2.3 Lumea poveștii _____ 284
5.2.4 Conflictul _____ 285
5.2.5 Firul Narativ _____ 287
5.2.6 Descrierile, Simbolurile și Planul Moral _____ 288
5.2.7 Scrierea poveștii _____ 289
5.2.8 Testarea poveștii _____ 289

5.3 Povestea vorbită _____ 291
5.3.1 Storytelling-ul multiliniar _____ 291
5.3.2 Emoțiile și gesturile _____ 292
5.3.3 Arcul emoțional și „Scenariul" _____ 293
5.3.4 Fixarea emoțiilor _____ 294
5.3.5 Atitudinile _____ 295
5.3.6 Marcarea atitudinilor _____ 296
5.3.7 Consacrarea și marcarea scenei _____ 296
5.3.8 Lucrul în „decor marcat" _____ 297

5.4 Filmul poveștii _____ 299
5.4.1 Povestea în scenă _____ 299
5.4.2 Filmarea poveștii _____ 299
5.4.3 Vizionarea propriei povești _____ 300

5.5 Fișe de lucru _____ 301
F1 Cadrul poveștii _____ 301
F2 Eroul _____ 302
F3 Personajul _____ 303
F4 Lumea poveștii _____ 304
F5 Conflictul _____ 305
F6 Firul Narativ A _____ 306
F7 Firul Narativ B _____ 307
F8 Scenariul _____ 308

Epilog _____ 309

Bibliografie _____ 312

Prolog

Arta storytelling-ului s-a dezvoltat odată cu Homo Sapiens, din nevoia omului de a-și spori capacitatea de adaptare la schimbare, achiziționând experiența altuia. În urma acestei internalizări, ascultătorul ajunge la aceeași înțelegere la care a ajuns povestitorul, trăind totodată aceleași emoții pe care le-a trăit povestitorul când a săvârșit înțelegerea.

Povestea e instrumentul prin care, de-a lungul mileniilor, am învățat să cunoaștem lumea și să înțelegem ce se întâmplă în jurul nostru, dar povestea e totodată și unealta cu care noi înșine dăm sens lumii care ne înconjoară.

Se spune că toți oamenii se nasc povestitori și că povestitul e parte a condiției umane, iar din această perspectivă realizarea unui ghid de storytelling ar putea părea inutilă. De ce ar exista un ghid care să ne învețe să facem ceea ce oricum știm din naștere? Pe de altă parte, toate ființele vii știu instinctiv să se hrănească, dar asta nu a oprit omul să investigheze funcțiile de nutriție ale propriului său corp și să cerceteze apoi chimia alimentară.

Ne naștem cu instinctul de a mânca, dar știința ne-a ajutat să aflăm cum să ne hrănim folositor și sănătos. Ne naștem povestitori, dar cum să facem să eficientizăm procesul? De la această întrebare au pornit autorii acestui ghid.

Demersul nu a fost unul comod pentru că, spre deosebire de nutriție și gastronomie, unde abordarea științifică a stabilit repere clare, în storytelling nu există un sistem de referință general acceptat. Există o artă a storytelling-ului, dar nu există încă o știință distinctă, care să studieze povestea într-o paradigmă definită și general acceptată, și care să-și dezvolte metode în cadrul acelei paradigme. Povestea este studiată, dar cercetările se fac din perspectivele distincte ale mai multor științe. Științele literaturii, psihologia, antropologia, mitografia, retorica și chiar și marketingul știu multe lucruri despre poveste, dar fiecare știe câte ceva din propria perspectivă.

O știință a storytelling-ului ar trebui să fie, cred autorii acest ghid, o știință interdisciplinară care să integreze concepte dezvoltate de alte științe,

cum ar fi: comunicarea, teoria literară, lingvistica, psihologia, sociologia, antropologia și poate și multe altele.

Deși insistă asupra necesității unei abordări științifice a storytelling-ului, acest ghid nu este o lucrare științifică, ci doar o încercare de a identifica „perimetrul" a ceea ce va trebui să fie știința storytelling-ului.

Căutând răspunsuri și pipăind conturul unei posibile și necesare științe a storytelling-ului, autorii acestui ghid au îndrăznit să pășească cu entuziasm în domeniile antropologiei, psihologiei, comunicării, semioticii și chiar și în cel al neuroștiințelor. Și au extras de acolo ceea ce au considerat necesar construirii unei povești ...despre poveste.

Pentru a contura domeniul storytelling-ului, autorii s-au văzut nevoiți a explica concepte și mecanisme complexe din aria științelor amintite mai sus, în termeni adecvați publicului larg. Astfel că ei au trebuit să-și asume uneori o prezentare simplistă a conceptelor și a mecanismelor respective, de dragul fluenței poveștii despre poveste.

Fiind vorba de o carte de popularizare a storytelling-ului, limbajul pe care autorii și l-au asumat în această lucrare a fost unul cât mai apropiat de cel colocvial, iar unele mecanisme sau concepte au fost prezentate în modul în care ele sunt deja popularizate în rândul cititorilor, chiar dacă teoriile științifice care au stat la baza popularizării poate că nu mai sunt pe deplin acceptate.

Ca să exemplificăm, atunci când au vorbit despre emoții, autorii au expus o relație simplistă între frică și amigdala cerebrală, deși în neuroștiințe se cunoaște că în compunerea stărilor emoționale mai sunt implicate și alte structuri corticale. Desigur, în știință se spune că orice simplificare este de fapt o falsificare, dar, după cum am avertizat mai sus, această lucrare nu este o lucrare științifică, ci doar o perimetrare a storytelling-ului științific, făcută pentru a crea în mintea cititorului o imagine de ansamblu asupra interdisciplinarității domeniului. Oricum, pentru cititorul interesat de a înțelege și a-și clarifica mai multe decât a reușit prezenta lucrare, pentru diferitele concepte, mecanisme și teorii, autorii au lăsat în notele de subsol sursa informației.

Cu sentimentul de încredere că acest ghid îi va fi folositor cititorului, fie că e vorba de un tânăr, de un lucrător de tineret sau chiar de un pedagog, autorii ghidului îl invită pe cititor să-l lectureze și să le trimită părerile, obiecțiile și comentariile lor.

Vă mulțumim!

Capitolul 1

CONTEXTUL

1.1 Problematica de tineret

1.1.1 Realitățile problematicii de tineret

Problematica de tineret, atât la nivelul Uniunii Europene cât și în România, pare dificil de definit deoarece tinerii de astăzi, luați ca ansamblu, nu pot fi încadrați ușor în categorII distincte. Există tineri activi, interesați de bunul mers al comunității, dar există și tineri ale căror interese, griji și speranțe sunt greu de deslușit. Există mulți tineri sensibili la atrocitățile istoriei, dar și mai mulți tineri care nu cunosc mare lucru despre ce a fost, de pildă, Holocaustul. Există tineri cu spirit civic, care ies în stradă atunci când autoritatea acționează altfel decât pe placul lor, dar există și mai mulți tineri care nu votează.

Fiind martori ai unor evenimente care au schimbat fața planetei, cum ar fi atacurile din 11 septembrie 2001, apariția crizei economice mondiale din 2008, inventarea telefonului celular, declanșarea pandemiei COVID19 și altele, o parte dintre tinerii de astăzi și-au dezvoltat un simț al pragmatismului superior generațiilor anterioare.

Un studiu[1] al Inter-Parlamentary Union relevă faptul că la nivel mondial, între 2014 și 2018, procentul parlamentarilor cu vârsta sub 30 de ani a crescut de la 1,6% la 1,9%. În același timp, un studiu[2] al Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (UNPD) relevă faptul că prezența procentuală a tinerilor la evenimentele electorale este în continuare mai mică decât cea a populației adulte.

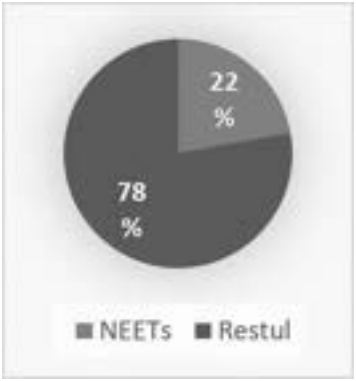
În zona muncii și a antreprenoriatului, observăm ușor că directorii generali (CEO) ai unora dintre cele mai de succes StartUp-uri sunt tineri sub 35 de ani. Evan Spiegel era, la 30 de ani, CEO la Snap Inc (aplicația

[1] https://www.ipu.org/resources/publications/reports/2016-07/youth-participation-in-national-parliaments-2016

[2] https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/democratic-governance/youth-participation-in-electoral-processes-a-handbook-for-embs.html

SnapChat). David Karp, la 34 de ani, CEO la Tumblr. Și chiar și Mark Zuckerberg, deși are 36 de ani, CEO la Facebook, poate fi amintit aici.

Schimbările politice și evoluția tehnologiei din ultimele două decenii au permis multor antreprenori tineri să se ridice. Airbnb a fost înființată în 2008, când Nate Blecharczyk avea doar 25 de ani. Amazon, cea mai mare companie de comerț online din lume, când Jeff Bezos avea doar 30 de ani.



În același timp, un raport[3] al Organizației Națiunilor Unite, citând o cercetare ILOSTAT[4], afirmă că procentul tinerilor încadrați pe piața muncii a scăzut de la 21% în 2000, la 15% în 2018. De asemenea, același raport menționează că 22,20% dintre tinerii planetei sunt încadrabili în categoria NEET.

Mai exact, **fiecare al cincilea tânăr** (cu vârsta între 15 și 24 de ani) de pe planeta noastră **nu este încadrat profesional și nu urmează vreun program educațional sau de formare.**

1.1.2 Polarizarea tinerilor și tendințe în problematica de tineret

Observația care se poate face este clară și evidentă. Epoca în care trăim oferă pentru tineri oportunități de afirmare, implicare și de dezvoltare personală la un nivel neatins până acum în istorie. Însă, de aceste oportunități nu reușesc să beneficieze toți tinerii.

Suntem spectatorii unui **proces de polarizare a tinerilor** în două categorii din ce în ce mai divergente. Pe de o parte, avem tinerii care au beneficiat de un anumit tipar socio-cultural și care posedă cunoștințele, abilitățile și atitudinea necesară ca să se integreze și să prospere în societatea contemporană. Pe de altă parte, avem o masă crescândă de tineri care nu se încadrează în tiparul socio-cultural productiv și nici nu au competențele necesare pentru a se integra în piața muncii și în societate, în general.

Într-o lume plină de oportunități pentru tineri, dar de care, după cum am arătat mai sus, nu beneficiază decât o mică parte a acestora, procesul lor

[3] https://www.un.org/development/desa/youth/wp-content/uploads/sites/21/2020/07/2020-World-YouthReport-FULL-FINAL.pdf

[4] ILOSTAT este un proiect al Departamentului de Statistică al Organizației Internaționale a Muncii (ILO).

de polarizare este potențat de lipsa de disciplină în utilizarea *new media* și *social media.* Acest proces se manifestă vizibil și prin creșterea numărului de analfabeți funcțional.

Tendința evidentă este de micșorare în timp a acelei categorii de tineri care are un anumit tipar socio-cultural și care posedă cunoștințe, abilități și atitudinea necesară integrării și prosperării. Evident, tendința este de creștere treptată a categoriei tinerilor care nu au nici tiparul socio-cultural și nici competențele necesare pentru a se integra în piața muncii și în societate, în general.

Direcțiile din economia mondială fiind oricum definite spre implementarea sistemelor automatizate, a inteligenței artificiale și a muncii robotizate, această categorie din ce în ce mai numeroasă de tineri va tinde să-și piardă în timp utilitatea în societate. Oricum, după cum avertiza și Yuval Harari[5], economiștii consideră de ceva vreme că, în viitor, oamenii lipsiți de competențe vor fi complet inutili.

În timp, incapacitatea de integrare pe piața muncii sau de dezvoltare a unor idei antreprenoriale va face ca această categorie crescândă să se afunde în sărăcie.

Incapabilă a se integra pe piața muncii și incapabilă a înțelege ce se întâmplă în jur, această categorie de tineri va fi mult mai săracă (în comparație cu media) și va ajunge să fie inutilă din punct de vedere economic. În douăzeci de ani, va prinde contur o categorie de adulți frustrați, care poate deveni un izvor de dezechilibre sociale.

Concluzie

Pe întreaga planetă, categoria celor tineri se află într-un proces amplu de polarizare, care o împarte într-o subcategorie a „tinerilor de succes" - cei care se implică în comunitate, buni profesioniști, antreprenori inventivi ori politicieni îndrăzneți, capabili să-și afirme viziunea proprie. O a doua subcategorie este cea a „tinerilor inutili", analfabeți funcțional în mare parte, neîncadrabili în piața muncii și cu perspective extrem de scăzute privind evoluția lor socială și economică ulterioară.

[5] Yuval Noah Harari, Homo Deus, Polirom, București 2018, pag. 254

1.2 Ameliorea problematicii de tineret

1.2.1 Nevoia de adaptare la schimbare

Pentru a se putea integra în piața muncii, tinerii au nevoie să poată aplica cunoștințele teoretice dobândite în școală în circumstanțele noi și concrete determinate de schimbările care apar constant în jurul lor. Într-o societate în care informația crește în ritm exponențial, societate cum este cea în care trăim, tinerii au nevoie nu doar să achiziționeze date noi, ci să se informeze, să înțeleagă, să poată face distincția dintre fapte și opinii, să-și exerseze gândirea critică, să-și exerseze capacitatea de cooperare și să se orienteze pe rezolvarea problemelor concrete cu care se confruntă.

„Singura certitudine este aceea că ziua de mâine ne va surprinde pe toţi" sublinia Alvin Toffler. De altfel, de la Heraclit și până în prezent, s-a tot scris despre constanța și iminența schimbării și despre importanța capacității de adaptare la schimbare în dezvoltarea personală a individului.

Adaptarea la schimbare implică un proces continuu de examinare a situației prezente și de identificare a soluțiilor viabile în noile circumstanțe aduse de schimbare.

Intuiția îl ajută pe individ să facă analogii între situația prezentă și situațiile din trecut, pentru a identifica rapid (pe baza experienței sale) o soluție pentru problema curentă. „Schimbarea" reprezintă însă exact acea diferență dintre situația prezentă și situațiile din trecut.

Dacă individul percepe diferența dintre situația prezentă și situațiile din trecut, el va căuta o soluție specifică situației prezente. Pe de altă parte, dacă individul nu percepe prin analogie diferența dintre situația prezentă și situațiile din trecut, el va aplica pentru situația prezentă aceeași soluție pe care a aplicat-o în trecut pentru situațiile „asemănătoare".

Obișnuim să denumim incapacitatea individului de a identifica diferența dintre situația prezentă și cele din trecut, însumat cu refuzul de a accepta această diferență, drept **rezistență la schimbare**. Prin urmare, adaptarea la schimbare implică o conștientizare a diferențelor dintre situația prezentă concretă și situațiile similare din trecut, precum și o acceptare și asumarea acestor diferențe.

Kurt Lewin, psiholog american din secolul trecut, considera că (în procesul de adaptare la schimbare) individul trece prin trei etape: dezghețarea, schimbarea și reînghețarea[6]. Mai târziu, după moartea sa,

[6] apud Stephen Cummings, Todd Bridgman, Kenneth G Brown,
Unfreezing change as three steps: Rethinking Kurt Lewin's legacy for change management, 2015

aceste etape au ajuns să fie considerate drept „modelul schimbării al lui Lewin".

Dezgheţarea este acea etapă în care individul, nepercepând diferența dintre situația prezentă și cea din trecut, aplică soluțiile care au funcționat în trecut, dar fără să obțină rezultatele dorite. Acest lucru îl face să experimenteze sentimente neplăcute de frustrare și insatisfacție. În timp, persoana ajunge să simtă nesiguranță și teamă.

Abia în acest moment se declanșează rezistența la schimbare. Percepția (conștientă) a diferenței dintre situația prezentă și cele din trecut îi poate trezi individului teama că nu va găsi soluția specifică situației prezente. Adrian Neculau, psiholog român, vorbea chiar de o „nevoie de ordine" și de o „dorință de menținere a echilibrului" care-l conduc pe individ spre refuzul acceptării existenței diferenței dintre situația prezentă și cele din trecut.

Schimbarea reprezintă acea etapă în care individul *identifică* diferența și acceptă că această diferență există, încercând să o *interiorizeze*. Acest proces, pe care Kurt Lewin îl numește interiorizare, implică o asumare a situației prezente ca fiind una total nouă. Adică o nouă experiență de viață, asumare care este urmată de o generare de proceduri și de reguli noi, specifice noii situații. Proceduri și reguli pe care individul și le creează pentru a le utiliza în viitor, atunci când se va reîntâlni cu situația dată.

Înghețarea, sau poate mai degrabă „reînghețarea", este ultima etapă a procesului analizat, și se referă la stadiul în care ajunge individul adaptat deja la schimbare. Vorbim aici despre stadiul în care, asimilând schimbarea drept experiență de viață, persoana ajunge să depășească teama de schimbare și să-și recâștige siguranța și stima de sine.

După cum lesne se poate observa, polarizarea tinerilor - despre care vorbeam mai înainte - este strâns legată de capacitatea acestora de a se adapta schimbărilor tot mai dese și tot mai intense pe care societatea contemporană le experimentează.

Diferența dintre „tinerii de succes" și „tinerii inutili" este în mare măsură cauzată de capacitatea lor de adaptare la schimbare. În România, unde există nenumărate oportunități de dezvoltare pentru tineri, dacă scoatem din calcul cauzele obiective - cum ar fi proveniența din familii sărace ori traiul în mediul rural - faptul că unii tineri aleg să se manifeste ca „tineri de succes", activi în comunitate, se datorează faptului că aceștia sunt dotați cu aptitudini și chiar competențe care-i fac să fie mult mai adaptați la schimbare decât ceilalți. Prin urmare, aplicarea unor măsuri care vor spori

gradul de adaptare la schimbare a tinerilor va conduce direct la creșterea implicării tinerilor în societate!

1.2.2 Importanța creșterii capacității de adaptare la schimbare a tinerilor

Importanța dezvoltării capacității de adaptare la schimbare a tinerilor este remarcată și de Consiliul Uniunii Europene, care prin recomandarea din mai 2018 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, afirmă: „Aptitudinile, cum ar fi soluționarea problemelor, gândirea critică, capacitatea de a coopera, creativitatea, gândirea computațională sau autoreglarea, sunt mai esențiale decât oricând în contextul societății noastre aflate în schimbare rapidă". Orientarea pe rezolvarea creativă a problemelor, încurajarea gândirii critice și implicit a sesizării diferenței dintre două situații, capacitatea de a coopera și autoreglarea, după cum am arătat și noi mai sus, conduc direct la creșterea capacității de adaptare la schimbare a tinerilor.

---

*În storytelling, **povestea abstractă** este: „Un om avea o problemă și a găsit o soluție"*

De asemenea, printre cele opt competențe-cheie stabilite de recomandarea Consiliului, sunt amintite și competențele de alfabetizare, precum și cele de sensibilizare și expresie culturală.

Alfabetizarea, conform recomandării, înseamnă „capacitatea de a identifica, înțelege, exprima, crea și interpreta concepte, sentimente, fapte și opinii, atât la nivel verbal cât și în scris, folosind materiale vizuale, auditive/audio și digitale în diferite discipline și în diferite contexte. Ea implică capacitatea de a comunica și de a stabili conexiuni cu alte persoane, în mod eficient, adecvat și creativ". Adică, din perspectiva Consiliului, alfabetizarea nu se rezumă la capacitatea individului de a citi, ci la ceea ce înțelegem prin **alfabetizatul funcțional**.

Prin urmare, **alfabetizarea**, așa cum o înțelege Consiliul, îl ajută (pe individul care se află în postura de a rezolva o problemă) să discearnă între sentimente, fapte și opinii și să înțeleagă în mod amplu și conceptual „situația prezentă", astfel încât să poată să sesizeze **diferența** dintre „situația prezentă" și situațiile asemănătoare din trecut și să poată să identifice soluția necesară (nouă și specifică) pentru „situația prezentă", fără să mai apeleze

exclusiv la reaplicarea soluțiilor care au funcționat în trecut, în situații asemănătoare.

Altfel spus, alfabetizarea (ca proces, în sensul definit de Consiliu) crește capacitatea de adaptare la schimbare a individului, ducând, în cazul tinerilor, la contracararea polarizării despre care vobeam mai sus și conducând la reducerea analfabetismului funcțional, precum și la integrarea tinerilor în muncă și în societate, în general.

1.2.3 Cultura ca factor de motivație a tinerilor

Încă din anul 2015, în concluziile sale[7] privind interacțiunile culturale și creative pentru stimularea inovării, a sustenabilității economice și a incluziunii sociale, Consiliul atrage atenția asupra faptului că „există o lipsă de conștientizare a potențialului de îmbinare a artelor, a culturii și a creativității cu tehnologia, știința și activitatea economică, precum și un schimb insuficient de bune practici. În special, efectul catalizator al culturii și al artelor asupra inovării în toate sectoarele este încă subestimat și, astfel, prea puțin utilizat".

În raport, Consiliul promovează o viziune holistică, în cadrul căreia acțiunile de dezvoltare economică, acțiunile de sprijin și de incluziune socială și cele de creștere a accesului la cultură nu trebuie realizate segmentat, pe domenii, ci prin **soluții integrate**.

Astfel, Consiliul invită țările membre „să depășească modul de gândire de tip compartimentat din domeniile de politică tradiționale, printr-o mai bună integrare a culturii și a creativității artistice în strategiile vizând creșterea economică, politicile sociale, dezvoltarea urbană și regională, precum și dezvoltarea durabilă" și „să promoveze dezvoltarea competențelor transversale precum creativitatea, sensibilizarea culturală și spiritul întreprinzător în cadrul educației formale și al învățării nonformale".

În același spirit, în recomandarea sa din 2018, Consiliul include printre cele opt competențe cheie, pe cele de sensibilizare și expresie culturală alături de competențele de alfabetizare.

Este cunoscut faptul[8] că motivația este o premisă a oricărei reușite atât în plan educațional cât și în planul dezvoltării personale a individului, în general. Motivul este simplu, și ține de faptul că prin motivație ne referim la cauzele care explică premisele ce conduc la un anumit comportament. Astfel, individul asimilează mai ușor cunoștințe și își însușește mai lesne abilități atunci când este motivat să facă asta.

[7] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=celex%3A52015XG0527%2803%
[8] https://www.researchgate.net/publication/ 340846607_Arta_motivarii_elevului

Motivația poate veni din planul exterior al individului (motivație extrinsecă), și ne referim aici la situația descrisă de recompense, pedepse, spirit de competiție, dorința de a nu dezamăgi familia sau părinții etc. Motivația poate veni, natural, și din interior (motivație intrinsecă), atunci când este aceasta este determinată de valorile personale ale individului. Prin motivație intrinsecă, individul citește pentru că vrea să afle, face sport pentru că vrea să fie sănătos etc.

"Motivația intrinsecă are loc atunci când acționăm fără recompense externe evidente. Ne bucurăm pur și simplu de o activitate sau o vedem ca o oportunitate de a explora, învăța și actualiza potențialul nostru"[9].

Avantajele motivației intrinsece sunt legate de faptul că ea (venind din interior, din cercul valorilor individului) funcționează pe termen lung, pe când motivația extrinsecă funcționează doar câtă vreme este activată cauza motivării.

Prin extensie, un oraș se păstrează curat mult mai ușor dacă cetățenii orașului înțeleg rostul igienei și aleg să se comporte responsabil decât atunci când autoritatea încearcă să le constrângă comportamentul prin amenzi.

Motivația este, până la urmă, determinată de nevoi. Piramida nevoilor, așa cum a structurat-o Maslow, are la bază nevoile fiziologice și de siguranță și conține spre vârf nevoi de apartenență, de stimă și de dezvoltare personală. Nevoile de la baza piramidei lui Maslow determină motivație extrinsecă. Nevoile dinspre vârf (de apartenență, de stimă și de dezvoltare personală) generează nevoi intrinseci. Tânărul care este motivat să muncească pentru că are nevoie de bani să-și cumpere haine sau țigări, va munci până își obține banii sau țigările, dar tânărul care este motivat să învețe din dorința lui de a se dezvolta, nu va înceta niciodată să învețe.

„Cultura[10] îi dă omului capacitatea de reflecţie asupra lui însuşi. Ea este cea care face din noi fiinţe specific umane, raţionale, critice şi etic angajate. Este cea care ne ajută să discernem valorile şi să efectuăm alegeri. Prin ea, omul se exprimă, ia cunoştinţă de el însuşi, se recunoaşte ca un proiect neîncheiat, pune în chestiune propriile sale realizări, caută neîncetat noi semnificaţii şi creează opere care transced."

[9] Coon D, Mitterer J.O., Introducere în psihologie: Căi de acces la minte și comportament cu hărți conceptuale, Wadsworth (Belmont CA) 2010
[10] Declarația din Mexico City, UNESCO, 1982
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505

***Lumea poveștii**, în storytelling, definește cadrul fizic și cultural în care se desfășoară povestea și în care eroul ajunge la înțelegere.*

Cultura începe cu schimburile care se realizează între individ și grup. Individul împărtășește grupului cunoștințele și convingerile sale, iar grupul îi dă individului reguli și norme sociale. Tot ceea ce se realizează la intersecția dintre individ și grup într-un anumit loc – valori, tradiții, cutume – formează cultura locului. Cultura este, prin urmare, atât factor cât și efect al socializării, iar evoluția culturală a omului derivă din socializare, anume din faptul că "omul este o ființă mai socială decât orice albină și orice ființă gregară"[11].

Tânărul care consumă cultură va dori să consume și mai multă cultură[12] pentru că, așa cum se știe din sociologia consumului, schimbul cultural satisface nevoi culturale, iar o nevoie culturală satisfăcută duce la apariția altor nevoi ce vor trebui satisfăcute. Astfel, nivelul aspirațiilor de consum cultural crește.

Concluzie

Achiesând la concluziile și recomandările Consiliului Uniunii Europene, observăm că pentru ameliorarea problematicii de tineret, pentru contracararea polarizării tinerilor și pentru creșterea gradului lor de integrare în muncă și de implicare activă în societate, sunt necesare soluții care să implice dezvoltarea de competențe transversale în ceea ce privește: soluționarea problemelor, gândirea critică, capacitatea de a coopera, creativitatea, și nu în ultimul rând, autoreglarea. Aceste elemente trebuie să contribuie la fixarea competențelor cheie de alfabetizare și de sensibilizare și expresie culturală.

[11] Aristotel, Politica
[12] https://www.studocu.com/ro/document/universitatea-din-bucuresti/comportamentulconsumatorului/rezumate/suport-de-curs-comportamentul-consumatorului/7974476/view

1.3 Storytelling-ul - soluție pentru ameliorarea problematicii de tineret

1.3.1 Povestea

Conceptul de „poveste" nu se limitează la o specie a genului epic, ci este mult mai larg, însemnând și un mijloc de transmitere atât al experienței unor fapte cât și al emoției cauzate de acea experiență.

Structural, povestea începe cu „introducerea" sau „starea de fapt" în care eroul se află într-o stare de echilibru și confort. El trăiește într-un mediu statornic condus de aceleași reguli cunoscute. Apoi apare evenimentul declanșator, care schimbă starea de fapt într-o „situație nouă", îi răstoarnă omului echilibrul și-l forțează să acționeze cumva pentru a se reechilibra.

***Evenimentul declanșator**, în storytelling, este acel eveniment care separă expoziționea de desfășurare acțiunii și care introduce intriga.*

Astfel, cea mai scurtă formulare a poveștii poate suna astfel: „un om avea o problemă și a găsit o soluție", pentru că povestea este un exemplu de soluționare a problemelor.

Inițial, în poveste, eroul acționează în baza experienței anterioare. El face tot ceea ce știe că „se face", adică tot ceea a făcut în trecut într-o situație similară. Dar, „situația prezentă" fiind una nouă, experiența pe care omul o are nu îl ajută. Acțiunea sa nu-l readuce la echilibru, ci îl dezechilibrează și mai mult.

Abia apoi, în punctul culminant, eroul poveștii își exercită gândirea critică și reevaluează situația prezentă ca pe una nouă, dar nu prin asemănare (analogie), ci prin **diferență** (comparare) față de situațiile din trecut. Iar așa apare **epifania** înțelegerii, sau ceea ce Aristotel numea în Poetica „anagnorisis" – adică „o schimbare de la ignoranță la cunoaștere".

În urma înțelegerii, identificând noi cauzalități și reinterpretând faptele și sentimentele, **eroul învață**, adică se îmbogățește cu o nouă experiență, deosebită de celelalte, dobândindu-și un nou echilibru – adică „reîngheță̂nd".

Povestea este despre schimbare și despre încercarea omului de a se adapta schimbării. Cititorul probabil deja a observat similitudinea între

structura poveștii și etapele modelului de adaptare la schimbare atribuit lui Kurt Lewin și amintit de noi mai sus.

Ascultătorul poveștii nu primește doar cunoașterea la care ajunge eroul în epifanie, ci împărtășește totodată (inclusiv emoțional) experiența eroului, pe care și-o asumă ca și cum ar fi a sa. Deseori spunem că ascultătorul „trăiește povestea". Dezvoltându-și el însuși capacitatea de a povesti, omul poate la rândul lui să se exprime, să comunice și să stabilească conexiuni cu alte persoane.

Povestea conține eroi și aliați ai acestora, cu care eroul colaborează și fără ajutorul cărora nu ar fi reușit să găsească soluția problemei, dar are și dușmani, cum poate avea poate avea și falși-aliați, cei care la un moment dat al narațiunii îl abandonează pe erou și trec de partea dușmanului. Astfel, povestea educă și dezvoltă capacitatea de a coopera a individului.

Povestea, fie că este spusă sau ascultată, fie că este scrisă sau citită, operează cu fapte și sentimente pe care povestitorul le exprimă, iar ascultătorul le interpretează. În felul acesta, ea este un exercițiu de exersare a competenței de alfabetizare – așa cum este înțeles acest concept de către Consiliu.

1.3.2 Storytelling-ul și avantajele sale

După cum vom arăta în capitolele următoare, povestea „poveștii" începe în Valea Marelui Rift, acolo unde Homo Erectus, trăind într-un mediu cu schimbări intense și dese și fiind nevoit să se adapteze continuu, a evoluat, trecând de la intuiție la înțelegere conștientă și devenind Homo Sapiens.

Povestea este un model de reprezentare a procesului de înțelegere. Povestea este traseul pe care omul primitiv a observat că-l urmează propria lui minte atunci când trece de la necunoaștere la înțelegere. Povestea a devenit mecanismul nativ prin care oamenii își pot transfera unii altora cunoașterea, înțelegerea și experiența emoțională a cunoașterii și înțelegerii. Povestea, și nu bârfa, este ceea ce a provocat Revoluția Cognitivă despre care vorbește Harari[13], iar storytelling-ul este procesul care le permite în prezent oamenilor să funcționeze în comunități mari.

Povestea nu este doar o sursă de informații și de cunoaștere, ci, descriind traseul prin care cineva ajunge prin înțelegere la cunoaștere, ea este un vehicul de transmitere a experienței complete. A experienței ce conține atât informații și cunoaștere, cât și emoție. De aici mai departe, omul

[13] Yuval Noah Harari, Sapiens, Polirom, București 2017, pag. 29

a ajuns să fie interesat de povești, pentru că fiecare poveste îi aduce o experiență nouă, pe care el o poate asimila. În timp, empiric, omul a dezvoltat storytelling-ul ca artă a povestirii, dar și ca tehnică.

În primii ani de viață, copiii învață limbajul ascultându-i pe adulții care vorbesc. Ei deprind mai întâi înțelesul cuvintelor auzindu-le în dialogurile adulților, iar apoi folosindu-le ei înșiși. Astfel, deprinderea ascultării vorbirii celuilalt este fundament al învățării.

Pe de altă parte, nu toți copiii își dezvoltă la fel capacitatea de a interconecta ideile auzite, după cum nu toți ajung să intuiască elementele de structură ale poveștii[14], cele cum ar fi personajele, intriga ori setting-ul (expoziținea). Iar acest lucru își găsește cauza și în faptul că atenția lor voluntară este destul de limitată.

Astfel, ei de mici trebuie ajutați ca în primul rând să devină buni ascultători de povești. Apoi, pentru că vorbirea s-a dezvoltat în specia umană înaintea scrisului, copiii ar trebui deprinși să spună povești înainte de a învăța să scrie. Iar Modaff și Hopper[15] arată că un copil care știe să spună povești este totodată un bun ascultător de povești.

Deprinderea alfabetului și a scrisului înaintea fixării și dezvoltării abilităților de storytelling se pare că ar fi una dintre principalele cauze ale analfabetismului funcțional, iar Modaff și Hopper[16] subliniază acest lucru când afirmă că „dezvoltarea vorbirii este o precondiție a alfabetizării".

De la inventarea scrisului și până în prezent, scopul cititului a fost întotdeauna înțelegerea sensului textului scris și nu doar decodarea literelor și transformarea lor în sunete. Ori, analfabetul funcțional este acea persoană care, deși poate decoda literele și le poate transforma în sunetele corespunzătoare, nu are capacitatea de a înțelege sensul textului „citit" pentru că, de fapt, el nu are dezvoltată vorbirea orală. Analfabetul funcțional este individul care a învățat alfabetul înainte de a fi devenit „povestitor".

Astfel, așa cum arată și Rita E. McCarthy[17], „ascultând și spunând povești, elevii își dezvoltă atât abilitatea de ascultare activă cât și capacitatea de a se exprima oral. Iar apoi, deprinzând structura poveștii [personaje,

[14] Nancy S Williams, Maureen Brogan, Developinq literacy in at-risk readers, Springfield, Illinois, 1991
[15] John Modaff, Robert Hopper, Why speech is „basic", National Communication Association – Communication Education, vol.32, 1984, pag. 37
[16] ibidem pag.40
[17] Rita E. McCarthy, Student storytelling: A strategy for developing oral literacy in the Student storytelling: A strategy for developing oral literacy in the intermediate grades, California State University, San Bernardino, 1995

intrigă etc.], ei își îmbunătățesc capacitatea de înțelegere. Abia după ce acestea sunt fixate, ei vor putea progresa natural către exprimarea în scris".

Ori, când Goodman[18] spune că „alfabetizarea se dezvoltă de la întreg către parte" el se referă și la faptul că individul trebuie mai întâi să aibă capacitatea de decoda sensul unui enunț verbal înainte de a învăța să decodeze literele. Altfel, el se va deprinde să decodeze literele, dar fără să înțeleagă sensul textului. Și va ajunge să practice „cititul mecanic" ca ceva firesc.

Abia după ce este deja storyteller oral, elevul va fi interesat de poveștile scrise, cu condiția ca acestea să fie relevante și semnificative pentru universul lui cognitiv. Pentru că Goodman[19] arată că doar motivația intrinsecă este cea cu adevărat eficientă în deprinderea elevilor cu cititul. Ori dacă elevului i se dau spre citit povești din afara universului său cognitiv, el nu-și va găsi motivația intrinsecă să le citească, pentru că poveștile de acolo nu vor reprezenta pentru el experiențe pe care să vrea să le asimileze.

Parafrazând-o pe McCarthy, subliniem și noi că esența storytelling-ul nu constă nici în exercițiile de citire cu voce tare a poveștilor, nici în exercițiile de dramatizare creativă, nici în exercițiile de teatru lectură, nici în jocul păpușilor ori în implicarea recuzitei în povestire și nici în alte elemente ce țin de tehnica storytelling-ului și nu de esența sa.

Esența storytelling-ului constă în cele trei elemente enunțate cu mai bine de 40 de ani în urmă de Eileen Colwel[20], anume: povestea, povestitorul și audiența.

*În storytelling, **povestea** este experiența eroului care este împărtășită de către povestitor audienței.*

Sau, cu alte cuvinte, esența storytelling-ului constă în modul în care povestitorul a asimilat experiența furnizată de poveste, pentru ca mai apoi, povestitorul să transmită această experiență cu ajutorul poveștii. Să se refere, făcând acest lucru, la o anumită audiență, în așa fel încât aceasta să trăiască, la rândul ei, aceeași experiență pe care a trăit-o povestitorul.

[18] Kenneth S. Goodman, What's Whole in Whole Language?, Scholastic, Ontario, Canada 1986, pag. 39
[19] Kenneth Goodman, Yetta Goodman, Wendy Hood, Whole Language Evaluation Book, Heinemann, Portsmouth 1989
[20] Eileen Colwell, Storytelling, TheBodley Head, Londra 1980

De aici mai departe, povestitorul este liber să se folosească de orice element de recuzită consideră el că este necesar și, după cum arată și Hamilton și Weiss[21], el este liber să se folosească de orice element de paralimbaj ori de limbaj al trupului pe care-l consideră necesar.

Desigur, înțelegerea structurii poveștii, a rolului și a rostului premisei și a epifaniei, deprinderea elementelor de paralimbaj și de limbajul trupului și buna înțelegere a valorilor morale ale audienței sunt necesare pentru cel care vrea să fie un bun storyteller. Dar acestea nu acționează decât ca tehnici în cadrul metodei storytelling-ului, pentru că, așa cum sublinia și McCarthy, storytelling-ul înseamnă experiență împărtășită.

Storytelling-ul este un instrument prin care omul își poate dezvolta capacitatea de adaptare la schimbare, dezvoltându-și de fapt capacitatea de înțelegere a diferenței dintre „situația prezentă" și celelalte situații asemănătoare din trecut, dar fără să fie nevoit să treacă direct prin experiența schimbării, ci asimilând experiența schimbării așa cum a fost împărtășită de ceilalți.

Învățând să asculte, „elevul" povestitor își antrenează concentrarea și atenția voluntară, iar încercând să cunoască audiența către care va povesti și reperele morale ale acesteia (*planul moral*), el își dezvoltă conștientizarea existenței altor culturi, toleranța și chiar aprecierea pentru acestea. De asemenea, există studii[22] care arată că elevul „povestitor", realizând progrese în procesul de conștientizare a emoțiilor și sentimentelor ascultătorilor (empatie cognitivă), își dezvoltă capacitatea de cooperare, în același timp dezvoltându-și și gândirea critică.

1.3.3 Metoda propusă

Deși storytelling-ul se manifestă de secole ca artă, dezvoltându-și în timp proceduri tehnice, știința storytelling-ului este una relativ nouă și fără o paradigmă bine definită.

Echipa de proiect a construit (în baza unor metode de storytelling folosite în SUA, a experienței sale în elaborarea de ghiduri metodice și a experienței sale în lucrul cu tinerii și în formarea de competențe în general) o metodă de storytelling pe care o propune a fi utilizată atât de către tineri și lucrătorii de tineret – în scopul ameliorării problematicii de tineret amintite mai sus, cât și de către cadrele didactice, traineri și alte persoane interesate.

---

[21] Martha Hamilton, Mitch Weiss, Children tell stories: A teaching guide, Richard C. Owen Publishers, Katonah NY 1990, pag.11

[22] Norma J. Livo, Sandra A. Rietz, Storytelling: Process and practice, Libraries Unlimited, Littleton CO 1986

Documentarea autorilor pentru realizarea metodei de storytelling „Povestitorul" a început în aprilie 2020 și a constat în studierea atât a abordărilor practice și metodologice din storytelling, în special a celui din Statele Unite, cât și prin identificarea și clarificarea premiselor antropologice și din domeniul neuroștiințelor ale storytelling-ului.

În capitolele următoare vor fi prezentate atât premisele metodei cât și metoda în sine, cu fișe de lucru și tot ce este necesar pentru a putea fi aplicată.

Capitolul 2

HOMO SAPIENS RELATOR

Am scris în capitolul anterior despre importanța adaptării la schimbare și despre faptul că întreaga problematică de tineret (care se manifestă concret prin polarizarea tinerilor și apariția categoriei de tineri NEET) își găsește cauza în capacitatea redusă de adaptare la schimbare. Am arătat, de asemenea, că este cunoscut că storytelling-ul este un instrument prin care tânărul își poate dezvolta capacitatea de adaptare la schimbare, dezvoltându-și în consecință și capacitatea de soluționare a problemelor, gândirea critică, precum și capacitatea de a coopera.

Spuneam, de asemenea, în capitolul anterior, că știința storytelling-ului e una relativ nouă, dar că acest lucru nu înseamnă că omul e povestitor de azi, de ieri.

Se știe deja că omul creează povești din neolitic, dar acest capitol încearcă să arate că abilitățile de storytelling ale omului, abilități care au determinat Revoluția Cognitivă despre care vorbește Harari, nu au apărut brusc și din nimic, ci sunt rezultatul unui proces de evoluție al organismelor vii, proces ce s-a întins pe mai mult de 500 de milioane de ani.

De la „explozia cambriană" și până la apariția lui Homo Sapiens, evoluția vieții pe planeta noastră se poate caracteriza ca însumând un șir imens de adaptări la eternele schimbări din mediu. Iar aceste adaptări și-au atins apogeul atunci când din ordinul Primatelor, s-a desprins o specie de maimuțe care, descoperind povestea, au devenit ceea ce astăzi numim Homo Sapiens.

Încercăm să arătăm în acest capitol că storytelling-ul nu este doar „un instrument" prin care omul și-a dezvoltat capacitatea de adaptare la schimbare, ci este cel mai important instrument, sau chiar „Instrumentul" care a făcut ca omul să fie ceea ce este astăzi.

Omul și maimuța au același strămoș. Totuși, modul în care a evoluat omul este diferit de modul în care au evoluat „verișorii" noștri, cimpanzeul, gorila și urangutanul. În paginile care urmează, încercăm să prezentăm succint mecanismele evoluției pentru a vedea până unde evoluția omului se

înscrie pe același traseu cu evoluția celorlalte viețuitoare, și ce anume a fost diferit în evoluția omului față de evoluția celorlalte viețuitoare.

Din ordinul primatelor, printre maimuțe, s-au ridicat mai multe specii de oameni, fiecare cu traseul ei evolutiv. Vom încerca să arătăm sumar traseul evolutiv al maimuțelor din genul Homo și circumstanțele care au făcut ca dintre toate celelalte specii de oameni, doar specia noastră, Homo Sapiens, să fie cea care și-a dezvoltat capacitatea de a construi povești și (drept consecință) să fie singura care a supraviețuit și care a atins nivelul de dezvoltare de astăzi.

2.1 Supraviețuiește cel mai adaptat!

Evenimentul declanșator *(triggering event) în storytelling este evenimentul care determină o schimbare în lumea eroului și care declanșează o serie de acțiuni din partea acestuia în scopul adaptării la schimbare.*

2.1.1 Specii de oameni

Evoluția biologică e un proces care a început pe planeta noastră cu aproximativ 4 miliarde de ani în urmă și prin care s-a dezvoltat viața. Teoria Evoluției încearcă să ne arate cum a fost posibil ca de la materia lipsită de viață să se ajungă la materia vie, apoi cum a fost posibil ca de la bacterii și protozoare să ajungem să avem acum pe planetă această diversitate de forme de viață, care cuprinde reptile, păsări, mamifere, iar între acestea, Omul.

Descrierea în amănunt a procesului evolutiv este un demers destul de complex pe care nu ni-l asumăm în această carte, dar din care intenționăm să prezentăm câteva crâmpeie pentru a putea explica cum s-a întâmplat ca niște maimuțe mai mult sau mai puțin banale să evolueze în ceea ce este omul de astăzi.

Antropologia vorbește de specii de hominini (cimpanzei, australopiteci, parantropi și oameni) pe care le așează pe diferite scheme „de evoluție", încercând să prezinte un fel de traseu care să explice cumva cum s-a făcut că din speciile genului Australopithecus au apărut speciile genului Homo, iar din anumite specii de Homo au apărut alte specii de Homo.

Antropologia vorbește de un traseul evolutiv de la Australopithecus Afarensis la Homo Habilis apoi la Homo Erectus și de la acesta către Homo Neanderthalensis și către Homo Sapiens. Iar, printre aceste „verigi" ale „lanțului evolutiv", antropologii îndeasă tot felul de alte specii ale genului Homo, cum ar fi: Ergaster, Rudolfensism, Heidelbergensis etc. Ba, printre ei mai bagă și un „Om de Denisova" despre care nu s-au hotărât încă dacă să-i

spună Homo Denisovensis sau să-l considere doar un fel de rasă a speciei Homo Neanderthalensis.

Figură 1 „Ion de la Anina"

Tot acest demers pare nebulos și cumva lipsit de credibilitate, dacă ne gândim că totuși antropologii nu au ca suport fizic pentru studiile lor decât niște oase din niște schelete mai mult sau mai puțin complete.

În anul 2004, se anunța cu mare fast că prin februarie 2002 fusese descoperit în România „Ion de la Anina"[23], un homo sapiens care ar fi trăit în Câmpia Dunării în urmă cu vreo 40.000 de ani.

Mintea noastră, populată cu tot felul de poze de prin cărți, ne face să ne imaginăm că „Ion de la Anina" e probabil o mumie sau măcar un schelet de homo sapiens. În fapt, cercetătorii au descoperit doar o mandibulă[24], pe care mai târziu au datat-o cu carbon și a rezultat cumva că aparținea unui homo sapiens care trăise în urmă cu vreo 40.000 de ani.

În aceeași peșteră în care l-au aflat pe „Ion", a fost descoperit și „Vasile de la Anina", iar din „Vasile", s-a găsit un craniu aproape întreg. Interesant este că datarea cu carbon a craniului lui „Vasile" îl fixează pe acesta ca și cum ar fi trăit în urmă cu doar circa 26.000 de ani în urmă, ceea ce-i face pe specialiști să considere că peștera și zona respectivă a fost locuită cel puțin în mai multe rânduri, dacă nu cumva continuu. O cercetare mai complexă asupra ADN-ului recuperat din mandibula lui „Ion" arată că acest homo sapiens avea între 6% și 9% ADN de homo neanderthalensis[25] (Omul de Neanderthal). Adică „Ion" era un fel de hibrid între ceea ce considerăm astăzi a fi homo sapiens și ceea ce credem a fi fost homo neanderthalensis.

Concluzia pertinentă este că atunci când vorbim de specii din trecutul îndepărtat al omului, călcăm pe un teren destul de nesigur. E pur și simplu dificil să stabilești o traiectorie exactă a evoluției omului și să așezi cu grijă „verigile lipsă". Și atunci, privim evoluția omului mai degrabă ca o linie imaginară ce unește niște momente probate științific, decât ca un traseu continuu, cunoscut în amănunt.

[23] http://cronica.cimec.ro/detaliu.asp?k=3235
[24] Cronica Cercetărilor Arheologice din România, Campania 2004. Raportul nr. 210, Steierdorf
[25] „An early modern human from Romania with a recent Neanderthal ancestor", revista Nature, nr. 524(7564) 2015, paginile216–219

2.1.2 Istoria New York-ului, a antibioticelor și evoluția omului

Figură 2 Rockefeller Center.
2 aprilie 1951 versus 1 aprilie, 2019

Am pus în figura alăturată două fotografii ale centrului Rockfeller, una din 1951 și alta din 2019[26].

Nu se pot observa mari diferențe în arhitectura orașului, dar fotografiile surprind de fapt o excepție și nu o situație frecventă întâlnită.

În fapt, arhitecturile New York-ului și ale altor orașe au suferit modificări serioase în cei aproape 70 de ani care au trecut de la prima fotografie până la a doua fotografie.

Unele clădiri ajung să fie dărâmate, iar altele noi să fie construite în locul lor. Uneori liniile de tamvai din fotografiile din anii '50 nu se mai regăsesc în fotografiile de mai târziu pentru simplu motiv că, între timp, rețelele au fost desființate, iar în alte situații, în fotografiile mai noi apar rețele de metrou ușor care nu apar în fotografiile mai vechi, de asemenea pentru simplu motiv că orașul a evolut în timp.

Când vedem o fotografie mai veche, dintr-un oraș pe care-l cunoaștem, nu putem spune întotdeauna cu precizie în ce an a fost făcută, dar putem să găsim în imagine repere care să ne ajute să o poziționăm cât de cât pe axa timpului. Astfel, spunem că această fotografie e „din secolul XIX" sau din perioada „interbelică" ori din „anii '80" etc. Facem această plasare în timp a fotografiei pe baza unor „trăsături" ale orașului care sunt evidente în fotografie. Privind o fotografie cu o anumită clădire, poate vedem în fața clădirii o rețea de tramvai despre care știm că a fost construită în 1923, dar nu vedem în spatele clădirii un turn despre care știm că a fost ridicat în 1931. Astfel, spunem că fotografie e făcută „în anii '20".

Aceeași metodă o aplică cumva și antropologii când clasifică fosilele ca aparținând diferitelor specii. Ei se orientează după dimensiunea craniilor, după poziția dinților ori după cât de proeminente sunt arcadele de deasupra

[26] Sam Falk, The New York Times 1951 / Tony Cenicola, The New York Times 2019

ochilor. În acest fel, fosilele umane cu mai multe caracteristici comune au fost atribuite ca aparținând unei anumite specii.

Dar, la fel ca transformarea în timp a orașelor, și evoluția omului e tot un fel de proces. După cum nici orașele nu s-au schimbat radical de la un an la altul sau nici de la un deceniu la altul, nici omul nu s-a transformat radical de la un mileniu la altul.

În 1928, Alexander Fleming descoperea un mucegai cu proprietăți bactericide, Penicillium notatum. În 1930, Cecil George Paine realizează primele tratamente cu penicilină la nou-născuții bolnavi de conjunctivită.

Însă, în 1932, Gerhard Domagk sintetiza sulfamida, un compus chimic care de asemenea avea proprietăți bactericide, iar pentru asta primește, șapte ani mai târziu, Premiul Nobel.

Structura chimică a penicilinei a fost descoperită de Edward Abraham în 1942 și confirmată de Dorothy Crowfoot Hodgkin după trei ani, în 1945. Tot în același an, Alexander Fleming și Cecil George Paine primesc și ei Premiul Nobel pentru cercetările lor legate de penicilină.

După cel de-al Doilea Război Mondial și până prin anii '70, se fac intense cercetări legate de antibiotice și se obțin o serie de derivați ai penicilinei, cum ar fi oxacilina sau ampicilina, la care se adaugă descoperirea strepromicinei și eritromicinei.

Mai mult, prin 1974 este patentat acidul clavulanic. Acesta nu este un antibiotic în sine, dar dacă este combinat cu antibiotice din clasa penicilinelor, le potențează acestora efectul inhibând rezistența la antibiotice a bacteriilor.

E destul de complicat stabilit dacă antibioticele „au apărut" înainte sau după cel de Al Doilea Război Mondial, pentru că apariția antibioticelor nu e „un moment", ci msi degrabă „un proces". Unele antibiotice au apărut izolat de altele, iar alte antibiotice au evoluat din unele descoperite anterior. De asemenea, în evoluția unor antibiotice au apărut și alți factori care le-au favorizat dezvoltarea și preferința în tratamente față de alte antibiotice.

În același fel, e greu de spus cu precizie când a apărut omul, sau când a apărut o anumită specie umană și când a dispărut aceasta, evoluția omului fiind în esență un proces la care au participat atât speciile în sine cât și foarte mulți alți factori.

2.1.3 Cum funcționează evoluția

O specie se consideră a fi un grup de animale care se pot reproduce între ele și pot crea urmași fertili, care la rândul lor se pot reproduce între ei și pot crea alte animale cu aceleași trăsături fundamentale. Mai multe specii

de animale cu caracteristici foarte asemănătoare formează un gen de animale.

Câinii, fie că e vorba de bichoni sau de dobermani, formează o singură specie – Canis Lupus Familiaris. Câinii, alături de coioți și de șacali, formează genul Canis. Vulpea polară și vulpea obișnuită formează genul Vulpes. Genurile Canis și Vulpes formează familia Canide. Familia Canidelor împreună cu familia Felidelor fac parte din ordinul Carnivorelor, dar familia Felidelor conține genuri cum ar fi Felinele (cu specii cum ar fi pisica) și genul Panterelor (cu specii cum ar fi leul sau tigrul).

Mai departe, ordinul Carnivorelor, alături de ordinul Rodentia (șobolani, veverițe, castori, șoareci etc.), de ordinul Primatelor (din care fac parte gorilele, cimpanzeii, omul etc.) și de alte ordine formează clasa Mamiferelor.

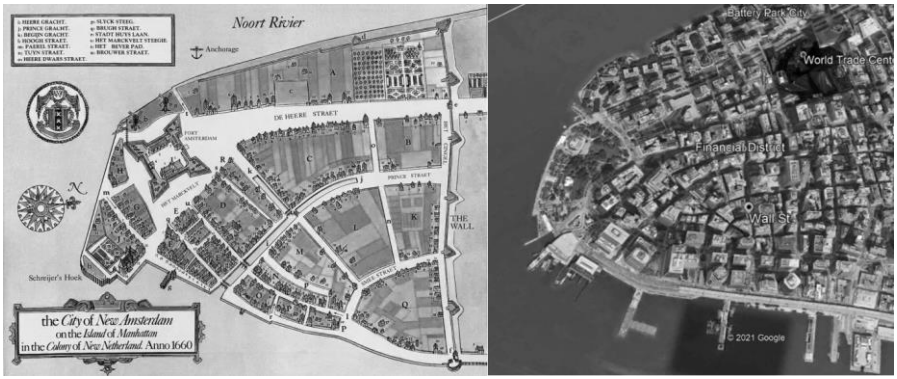
Clasa Mamiferelor, alături de clasa Păsărilor, a Reptilelor și a Amfibienilor (broaște și salamandre) formează împreună regnul Animal. Viața însă mai cunoaște și alte regnuri, cum ar fi cel al Plantelor, cel al Ciupercilor ori cel al Bacteriilor.

În general, se consideră că toate speciile unui gen se trag dintr-o specie mai veche, în prezent dispărută, specie care ar fi putut face parte din același gen cu speciile de acum sau care ar fi făcut parte din alt gen și care a suferit o transformare. În general, se consideră că întreaga clasă a Reptilelor se trage dintr-o specie de Amfibieni, iar clasele Mamiferelor și a Păsărilor se trag din specii dispărute de Reptile.

Astfel, se poate stabili o „genealogie" a omului, ca membru al ordinului Primatelor, care este parte a clasei Mamiferelor, care se trag din Reptile, Reptilele la rândul lor trăgându-se din Amfibieni, iar Amfibienii ...din pești. Astfel, pe linia evoluției, nu e greșit să spunem inclusiv că oamenii se trag din pești. Iar această observație nu are nicio legătură cu semnul zodiacal al peștilor.

Să spui că omul are ca strămoș îndepărtat un pește este destul de ciudat, pentru că diferența dintre oameni și pești este destul de vizibilă. E mult mai ușor de acceptat că omul are ca strămoș îndepărtat o maimuță. Omul și maimuța cel puțin seamnănă cât de cât, la prima vedere. Dar omul și peștele par destul de diferiți.

Să spui că oamenii se trag din pești e ca și cum ai zice că New York-ul se trage dintr-un sat făcut de olandezi pe la 1624 pe coasta Atlanticului.



Figură 3 New York (1660 versus 2021)

Însă, dacă privim mai atent harta New Amsterdamului de la 1660 (New York-ul s-a numit inițial New Amsterdam) și o comparăm cu un fragment din harta de astăzi a metropolei, observăm aceeași linie a țărmului și aceeași curbură a străzilor. Ba, mai mult, acolo unde în urmă cu peste 360 de ani era un zid, acum există o stradă numită Wall Street (strada zidului).

New York-ul de astăzi nu se trage direct din vechiul New Amsterdam-ul de acum aproape 400 de ani. New York-ul de astăzi se trage din cel de ieri, care se trage din cel de alaltăieri, care se trage din cel de anul trecut, care se trage din cel de acum 20 de ani (care avea două turnuri gemene, cele care astăzi nu mai sunt), care se trage din cel de acum 100 de ani (New York-ul care nu avea cele două turnuri gemene pentru că nu fuseseră încă construite), care se trage din cel de acum 200 de ani... care se trage din New Amsterdam. Între timp, orașul a evoluat, au apărut clădiri noi care au existat o vreme, cât timp a fost nevoie de ele, apoi au dispărut, ca în locul lor să apară alte clădiri... și tot așa. Dar, curbura străzilor, linia țărmului și „strada zidului fără niciun zid" de astăzi (Wall Street) ne amintesc cumva de New York-ul de acum 360 de ani, care se numea New Amsterdam.

La fel, dacă privim mai atent, vedem la oameni coloana vertebrală, tubul digestiv și inima cu sistem vascular, care amintesc de viețuitoarele ce trăiau chiar și acum mai bine de 360 de milioane de ani și pe care le numim pești.

Mergând pe traseul filogenetic mai aproape de noi, ajungem la amfibieni. Deja între oameni și broaște sunt mult mai multe asemănări. Atât noi cât și broaștele avem câte patru membre. Dacă ne apropiem mai tare, ajungem la reptile și vedem că reptilele au plămâni, cum avem și noi, oamenii. Mai aproape de noi, ajungem la mamifere. Spre deosebire de

amfibieni, reptile și păsări, care fac și depun ouă, mamiferele nu depun oul ca să-l clocească, ci îl păstrează în trupul femelei și-l elimină abia când transformarea celulei ou în viețuitoare s-a apropiat de final. Celelalte animale nu fac asta. Această procedură e o „invenție" a mamiferelor. Practic, putem spune că mamiferele nasc pui vii. Și nu doar că nasc pui vii, dar îi și hrănesc cu laptele secretat de glandele mamare ale femelelor. Doar mamiferele au glande mamare, reptilele și păsările nu au.

Desigur, dacă plecăm cu raționamentul doar de la asemănări, nu e greșit să ne întrebăm: „De ce să credem că mamiferele se trag din reptile și nu reptilele din mamifere?". În general, când se studiază formele de viață despre care se consideră că se trag unele din celelalte, se studiază modul în care s-au dezvoltat (au evoluat) organele lor, considerându-se că cele care au organe mai complexe s-au dezvoltat din cele cu organe mai simple și nu invers.

De exemplu, inima peștilor este bicameralã, formată dintr-un atriu și un ventricul, astfel că în cazul peștilor nu avem ca la om „marea circulație" și „mica circulație". Inima omului e împărțită în patru camere, două atrii și două ventricule. Sângele cu oxigen de la plămâni vine în atriul stâng. Din atriul stâng trece în ventriculul stâng și astfel începe marea circulație care duce sânge cu oxigen în corp. Tot în cadrul marii circulații, sângele cu dioxid de carbon din corp se întoarce la inimă, în atriul drept. Din atriul drept trece în ventriculul drept și începe mica circulație, sângele cu dioxid de carbon fiind dus la plămâni, de unde e luat sângele cu oxigen care este dus în atriul stâng.

Această separare a traseelor este specifică mamiferelor și păsărilor, ele fiind singurele animale care, beneficiind de oxigen din belșug, pot realiza arderi intense și pot astfel să-și păstreze temperatura corpului constantă. Acest lucru este benefic pentru supraviețuirea mamiferelor și a păsărilor pentru că le ferește de infecțiile fungice[27] (cu ciuperci). În general fungii (ciupercile) nu rezistă la temperaturi de peste 30° - 40°C.

Spre deosebire de pești, care au doar un atriu și un ventricul, amfibienii au tot un singur ventricul, dar au două atrii. Cele două atrii nu sunt, însă, complet separate la toate speciile de amfibieni. La reptile, inima este formată tot din trei camere - ca la amfibieni - dar atriile sunt mai bine separate și deja putem vorbi de două circuite, ca la oameni. Desigur, sângele cu oxigen se amestecă în ventricul cu cel cu dioxid de carbon, astfel că nici reptilele nu-și pot păstra temperatura constantă a corpului.

[27] Vincent A. Robert, Arturo Casadevall , The Journal of Infectious Diseases, vol. 200 2009, pag.1623 – 1626

O categorie specială de reptile este cea a ordinului Crocodilia (crocodilul și aligatorul). Acestea au evoluat din reptile mai vechi și au apărut mai recent, la aproximativ 20 de milioane de ani după dispariția dinozaurilor, într-o perioadă în care pe planetă începuseră deja să domine mamiferele. Deși sunt catalogați ca reptile, crocodilii au totuși inima asemănătoare păsărilor, fiind formată din patru camere. Chiar dacă le este mult mai ușor decât altor reptile să-și mențină temperatura corpului, undeva între 30° și 33° de grade, crocodilii nu sunt animale cu sânge cald.

Aceste aspecte legate de construcția inimii, dar și multe altele, dintre care amintim doar evoluția sistemului nervos și a creierului în special, fac ca specialiștii să considere că linia filogenetică a evoluției este bine stabilită și că mamiferele se trag din reptile și nu invers.

Exemplele date ne îndeamnă să credem că evoluția poate fi înțeleasă drept o transformare prin achiziție de noi abilități, și că organismele „mai evoluate" sunt superioare celor din care au evoluat. Această afirmație este doar pe jumătate adevărată.

Achizițiile (transformările) aduse de evoluție pot conferi o anume superioritate speciei evoluate, dar acest lucru se întâmplă doar dacă ajută la supraviețuirea mai facilă a organismelor. Uneori, însă, achizițiile aduse de evoluție pot zădărnici supraviețuirea speciei, mai ales condițiile de viață se schimbă, iar achizițiile nu mai sunt de folos.

În cazul evoluției inimii sau a creierului, de la pești la mamifere sau păsări, observațiile științifice arată că achizițiile au fost și au rămas multă vreme benefice supraviețuirii, astfel încât ele s-au dezvoltat și s-au perfecționat în timp. Pe de altă parte, în cazul anumitor specii, anumite efecte ale evoluției au ajuns să pună în pericol supraviețuirea speciilor sau chiar să provoace dispariția lor.

Cu vreo 10 milioane de ani după dispariția dinozaurilor, când mamiferele au început să domine pământul, iar păsările să stăpânească cerul, a apărut un strămoș comun al „paricopitatelor" (ordinul Artiodactyla), adică al mamiferelor din care se trag vacile, cerbii și girafele, dar și porcii și hipopotamii. Dintr-o specie care probabil este strămoșul hipopotamilor de astăzi, s-a desprins subordinul Cetaceelor. Strămoșii cetaceelor arătau cel mai probabil cumva asemănător cu porcii sau mai degrabă cu hipopotamii. Erau mamifere de uscat care se deplasau pe cele patru picioare pe care le moșteniseră de la amfibieni.

Nivelul apelor începând să crească lent iar uscatul să se transforme în arhipelaguri de insule, pentru a-și găsi hrană, mulți dintre acești „hipopotami" au fost nevoiți să se avânte mai mult în apă pentru a se putea

deplasa de la o insulă la alta. După alte 15 milioane de ani, acești vechi „hipopotami" au evoluat în ceea ce astăzi numim balene, cașaloți sau delfini.

Practic, cetaceele, întorcându-se în apă, au avut timp, în 15 milioane de ani, să își readapteze corpul, membrele lor transformându-se în înotătoare. Dar cetaceele nu au redevenit pești, ci au rămas în continuare mamifere, respirând prin plămâni, având sânge cald și născând în continuare pui vii.

2.1.4 Mecanismele evoluției

Am vorbit mai sus despre evoluție ca despre un proces de transformare pe care-l suferă membrii unei specii în perioade lungi de timp, pentru a se adapta mai ușor condițiilor de mediu și, în final, pentru a supraviețui.

În general, Teoria Evoluției afirmă că toate formele de viață din prezent, fie că e vorba de animale, plante, ciuperci sau bacterii, au evoluat din alte forme de viață, mai rudimentare. De la forme de viață simple s-a ajuns la forme de viață complexe și variate deoarece mediul în care au evoluat viețuitoarele s-a schimbat permanent, acest lucru făcând ca unele viețuitoare să dobândească organe noi sau funcții noi pentru organele existente, iar alte viețuitoare să-și piardă sau să-și transforme organele sau funcțiile organelor.

Evoluția nu creează forme de viață perfecte și nici măcar forme de viață perfect adaptabile, pentru că **evoluția nu este un scop în sine al ființelor vii, ci este un efect al schimbărilor de mediu**. Astfel, mediul schimbându-se mereu, evoluția determină viețuitoarele ori să se transforme in permanență pentru a supraviețui... ori să dispară.

Lupta pentru supraviețuire nu o câștigă nici viețuitoarea cea mai mare, nici cea mai mică, nici cea mai puternică, nici cea mai slabă, ci viețuitoarea cea mai „potrivită" pentru condițiile de viață de la un moment dat. Iar lupta pentru supraviețuire constă. de fapt, dintr-o serie nesfârșită de bătălii, fiecare dusă cu alte arme, în alte condiții de mediu – pentru că pe planeta noastră mediul se schimbă întruna și, după cum au mai spus și alții, schimbarea este singura constantă.

Astfel, supraviețuirea nu este asigurată neapărat de ceea ce are sau ceea ce este la un moment dat o viețuitoare, ci de capacitatea acesteia de a se transforma, de a se schimba continuu, de a se adapta mereu și mereu.

Dacă acceptăm că „inteligența[28] este facultatea de a descoperi proprietățile obiectelor și fenomenelor înconjurătoare, cât și a relațiilor

[28] https://ro.wikipedia.org/wiki/Inteligen%C8%9B%C4%83

dintre acestea, dublată de posibilitatea de a rezolva probleme noi", atunci trebuie să acceptăm și faptul că șansa de a supraviețui a unei viețăți crește odată cu gradul său de inteligență. Totodată, însă, faptul de a te fi adaptat unei schimbări de mediu nu implică neapărat un efort conștient și inteligent de adaptare, ci poate funcționa și ca o loterie a destinului.

Viețuitoarele cu o oarecare conștiință de sine și cu un grad de inteligență mai mare au, cu siguranță, un avantaj în lupta pentru supraviețuire. Acestea își pot croi planuri de adaptare, dar acest atu nu este neapărat decisiv atunci când organismele „luptă pentru supraviețuire" cu o viețuitoare mai puțin inteligentă, dar care a câștigat la loteria evoluției.

Un om flămând prins într-o încăpere închisă cu un urs la fel de flămând va pierde, cel mai probabil, lupta pentru singurul măr aflat în acea încăpere. Un câine, un șarpe și un pește dintr-un acvariu, aflați împreună pe o barcă care se scufundă, au tras bilete diferite la loteria supraviețuirii. Peștele ar putea supraviețui doar pentru faptul că este adaptat la viața acvatică, iar câinele ar putea supraviețui, cel puțin o vreme, doar pentru că inteligența îi va da soluția să sară pe vreun obiect ce plutește în apropierea bărcii.

La scară micro, odată cu schimbările din mediu, fiecare viețuitoare supraviețuiește sau moare pentru sine. La scară macro, viețuitoarele din aceeași specie supraviețuiesc sau pier dacă caracteristicile lor comune le ajută sau nu să se adapteze schimbărilor de mediu.

Paleontologii consideră că dinozaurii, mai exact anumite specii de dinozauri, au evoluat în ceea ce astăzi numim păsări. Dar evoluția de la dinozaur la pasăre nu s-a întâmplat într-o zi și cu siguranță nu a fost un proces de adaptare realizat intenționat de către dinozauri. E extrem de puțin probabil ca vreun dinozaur să-și fi propus la un moment dat să zboare.

E posibil, mai degrabă, ca grupuri de dinozauri din aceeași specie, să fi fost vânate de alte grupuri de dinozauri din altă specie mai puternică. Instinctiv, pentru a alerga mai repede, e posibil ca dinozaurii vânați să fi încercat să-și facă vânt cu membrele superioare. Nu știm sigur cu ce era acoperit corpul acestor dinozauri vânați, dar să presupunem că era acoperit cu solzi. Unii aveau solzii un pic mai mici, alții aveau solzii un pic mai mari. Dimensiunea solzilor (desigur, împreună cu alți factori) e posibil să fi făcut ca dinozaurii cu solzii un pic mai mari să fi putut bate aerul mai bine încât, alergând, să se îndepărteze cu doi metri înaintea celor cu solzii mai mici.

Acești doi metri e posibil să fi făcut diferența în scara evolutivă! Dinozaurii cu solzii mai mici au rămas în urmă, au fost prinși de răpitori și au fost mâncați, iar cei cu solzii mai mari au supraviețuit și s-au înmulțit doar între ei. După câteva sute de ani, e posibil ca prin această „selecție naturală",

în cadrul speciei de dinozauri vânați să fi supraviețuit doar cei cu solzii mai mari. De-a lungul miilor de ani, în cadrul partidelor de vânătoare, s-au selectat natural doar dinozauri cu solzii din ce în ce mai mari și cu membrele inferioare din ce în ce mai lungi. Desigur că și prădătorii au evoluat. Cei care nu erau în stare să prindă suficient vânat au murit de foame, și astfel, doar cei mai puternici dintre prădători au ajuns, în timp, să se împerecheze și să transmită genele lor mai departe. După milenii, prădătorii au devenit mai buni alergători, astfel încât au început să prindă și mai mulți dinozauri cu solzii mari, până când, dintre aceștia din urmă au ajuns să se selecteze natural doar cei ai căror solzi deveniseră ceva care seamană cu penele păsărilor din prezent.

Așa cum New York-ul de astăzi nu mai seamănă deloc cu New Amsterdam-ul de la 1660, nici dinozaurul cu pene, evoluat după un milion de ani de alergătură, nu mai semăna cu cel din trecut decât prin caracteristici foarte comune - ambii au ochi, brațe și poziție bipedă.

La un moment dat, dând din membrele lor superioare ca să-și facă vânt să alerge mai repede, se pare că unii dinozauri cu pene au câștigat la loteria evoluției și și-au luat zborul. A mai fost necesară doar o schimbare de mediu care să-i determine să-și ia în grup zborul către alte zone unde nefiind și alți dinozauri din specia lor, s-au înmulțit exclusiv între ei. După alte câteva milioane de ani... au devenit păsări.

În general, Teoria Evoluției spune că mecanismele evoluției ar fi următoarele trei: recombinarea genelor, mutația și selecția naturală.

Selecția naturală este ceea ce se întâmplă atunci când schimbările din mediu fac să supraviețuiască doar exemplarele mai adaptate. Apariția unui prădător mai rapid în mediu a făcut să supraviețuiască doar dinozaurii care alergau mai repede, făcându-și vânt cu membrele superioare; erupția unui vulcan a făcut să supraviețuiască doar dinozaurii care puteau să-și ia zborul. Pe la ferme, s-a observat că găinile, unele cel puțin, ar putea zbura, dar nu prea sunt motivate să o facă. Cu câteva sute de vulcani proaspeți, evoluția ar putea determina găinile să zboare sau să se carbonizeze în lavă și n-ar fi necesari probabil mai mult de 1000 de ani ca (din toate zecile de milioane de găini de pe planetă supraviețuind doar cele care zboară bine) găinile să ajungă să zboare la fel de bine ca porumbeii.

Recombinarea genetică este procesul (spontan sau intenționat) prin care din doi indivizi se obține un al treilea individ (diferit de primii) prin rearanjarea materialului genetic al primilor doi. Ca fenomen natural, recombinarea genetică, se întâmplă spontan în procesul de înmulțire (împerechiere) al majorității viețuitoarelor.

Celulele diverselor forme de viață (animale, plante, ciuperci bacterii etc.) conțin o polinucleotidă, un polimer organic numit „acid dezoxiribonucleic" sau ADN. Se consideră că acest ADN conține „rețeta" după care se multiplică celulele organismelor vii.

Celula ou a organismului viu, multiplicându-se și specializându-se conform instrucțiunilor din ADN, formează straturi de celule care ajung să formeze țesuturi, care apoi (tot prin specializare/diferențiere conform instrucțiunilor din ADN) ajung să formeze organe, aparate și sisteme. Astfel, celula ou, pe baza instrucțiunilor din ADN, se multiplică și reclădește organismul speciei căreia îi aparține.

Dar, la majoritatea viețuitoarelor, celula ou se formează prin combinarea gameților (semințelor) a două vietăți mature. Organismul viețuitoarei mature produce gameți, adică celule sămânță, care conțin ADN-ul viețuitoarei. Doi gameți se unesc într-o singură celulă ou, iar în urma unirii, celula ou va ajunge să primească jumătate din ADN-ul uneia dintre cele două viețuitoare și jumătate din ADN-ul celeilalte. Astfel, celula ou nou formată va avea ADN-ul ei unic și, prin multiplicare, va duce la formarea unei viețuitoare cu caracteristici unice. Desigur, procesul în sine e mult mai amplu și mai complex, iar cei interesați se vor putea documenta singuri, citind despre meioză și mitoză.

De dragul poveștii, ne putem imagina ADN-ul unei vietăți ca un formular în care sunt înscrise în rubrici bine definite (numite gene) caracteristicile vietății respective.

Însă, în realitate, „rubricile" sunt extrem de numeroase, ADN-ul uman având peste 20.000 de gene, grupate în 46 de cromozomi. Alte viețuitoare, cum ar fi cimpanzeii, au genele (rubricile) grupate în 48 de cromozomi. Acest lucru face ca, deși ADN-ul omului și cel al cimpanzeului au în proporție de peste 90% aceleași gene, aranjarea și gruparea diferită a acestor gene pe cromozomi face ca omul și cimpanzeul să nu fie compatibili sexual și dintr-un gamet de cimpanzeu și unul de om să nu poată rezulta o celulă ou funcțională.

Însă două viețuitoare membre ale aceleiași specii au același număr de cromozomi cu exact aceeași distribuire a genelor. Acest lucru permite combinarea jumătăților de ADN de la cei doi gameți într-un ADN specific aceleiași specii.

Ca să vedem cum funcționează combinarea genetică („ingineria genetică") în mod natural și cum se tot întâmplă ea spontan de sute de milioane de ani, să ne imaginăm că un agricultor are o sută de oi. Unele dintre ele sunt mari, grase dar cu lâna scurtă, altele sunt mici, pipernicite, dar

cu lâna lungă, iar altele sunt în alt fel. ADN-ul fiecărei oi păstrează în rubricile genetice ale sale zeci de mii de caracteristici, cum ar fi construcția inimii, a creierului, culoarea ochilor, fiziologia aparatului digestiv etc.

Agricultorul nostru dorește să obțină oi mari, grase și cu lâna lungă. El va împerechea fiecare oaie mare și grasă cu lâna scurtă cu câte o oaie mică și cu lâna lungă. În urma împerecherii vor rezulta tot felul de miei, având trăsături moștenite de la fiecare dintre părinți. Unii miei vor avea culoarea ochilor unui părinte, dar forma botului altui părinte etc. Dar, printre acestea, vor fi și unele care vor moșteni lâna lungă sau talia mare a părinților.

Diversitatea obținută va fi mare, dar pe agricultorul nostru însă nu îl interesează toate aceste aspecte, astfel că el va împărți oile obținute în patru categorii, astfel: oi mici și cu lâna lungă, oi mari și grase și cu lână scurtă, oi mici și cu lână scurtă și oi mari și grase și totodată cu lână lungă. Pe cele din primele trei categorii le va sacrifica și le va vinde carnea și blana, iar pe cele din cea de a patra categorie, cele mari și grase și cu lână lungă le va păstra și le va înmulți exclusiv între ele. Iar acest lucru îl va repeta an de an. În câțiva ani, agricultorul nostru va avea o turmă formată exclusiv din oi mari și grase și cu lâna lungă.

Fără să știe, agricultorul nostru a procedat la recombinare genetică și a aplicat selecția asupra mieilor obținuți. Însă, din perspectiva oilor, faptul că dintre ele au supraviețuit și au apucat să se înmulțească doar cele mari, grase și cu lâna lungă, ține de noroc. Practic, oile care s-au nimerit spontan să fie și mari și grase, dar și cu lâna lungă au câștigat la loteria evoluției și au supraviețuit în noile condiții de mediu determinate de voința agricultorului, pentru că pentru oile în cauză acțiunile agricultorului configurează condițiile de mediu.

Mutația[29] **genetică** reprezintă o schimbare în cadrul structurii ADN-ului produsă fie accidental în cadrul meiozei, fie din cauza unui agent extern, precum iradierea, substanțele chimice sau virusurile.

Pe baza recombinării genetice și a selecției naturale se poate explica mecanismul de funcționare al evoluției și supraviețuirea celui mai adaptat, dar nu se poate explica apariția achizițiilor, a însușirilor nemoștenite de vietăți de la părinții lor. În final, prin recombinare genetică se poate atinge numărul maxim de combinații posibile din bazinul genetic al speciei, iar dintre acestea se pot selecta exemplarele cele mai adaptate, dar pentru a dezvolta achiziții/însușiri/gene noi e nevoie de ceva în plus.

[29] Nicolae Botnariuc, "Biologie generală", Editura Didactică și Pedagogică", București 1974

Mutațiile genetice sunt modificări ale ADN-ului, iar acestea pot apare fie după ce celula ou s-a format, fie la nivelul gameților, celula ou rezultată urmând să-și clădească ADN-ul cu părți din ADN-ul afectat deja de mutație genetică.

Modificările ADN-ului la nivelul celulelor somatice (a celulelor diferențiate, rezultate din multiplicarea celulei ou) se păstrează în celulă până la moartea acesteia, dar nu dau viețuitoarei posibilitatea să transmită mutația mai departe urmașilor. Nici mutațiile determinate de cancer nu se moștenesc și nici mutațiile rezultate din iradieri ori accidente chimice. Cercetările întreprinse de Gerry Thomas[30] au arătat că descendenții victimelor accidentului de la Cernobâl, din 1986, nu au transmis mai departe descendenților mutațiile dobândite în urma iradierii.

Însă modificările de ADN care apar în celulele sexuale (gameți, adică ovule sau spermatozoizi) înainte ca gameții să se combine și să formeze celula ou, numite și mutații gametice sau germinale, pot duce la formarea unei celule ou cu ADN mai mult sau mai puțin diferit de cel al speciei de la care au provenit gameții. Aceste mutații gametice se transmit mai departe la descendenți.

În acest punct, răspunsul la întrebarea: „Cine a fost primul, oul sau găina?" e extrem de clar. Primul a fost oul, care s-a format din contopirea unor gameți cu mutații, proveniți de la o specie diferită de specia găinilor!

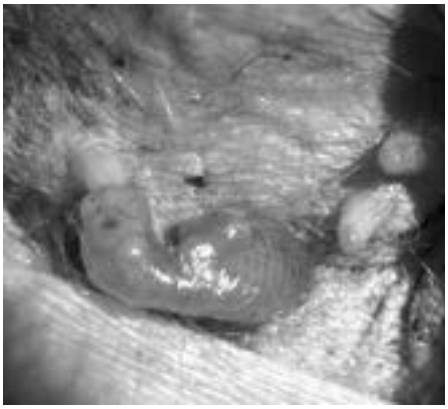
Statistic, cele mai multe dintre celulele ou rezultate din combinarea unor gameți cu mutații nu ajung să dezvolte ființe vii pentru că mutațiile, cel mai des, creează structuri ADN care ar duce la entități incompatibile cu viața. E cunoscut, inclusiv în cazul speciei homo sapiens, că printre cele mai des întâlnite cauze pentru care se pierd sarcinile în primele săptămâni de graviditate se numără faptul că celula ou nu a fost compatibilă cu viața din cauza unor mutații gametice.

Desigur, cel mai des, mutațiile gametice nu generează schimbări profunde în structura ADN-ului și nu duc la apariția unor specii noi, ci determină doar apariția unor „calități" noi în genele din cromozomii speciei respective, adică sporesc diversitatea, lărgesc bazinul genetic al speciei și cresc posibilitatea de apariție de indivizi cu trăsături deosebite în cadrul aceleiași specii.

[30] https://www.agerpres.ro/stiintatehnica/2021/04/23/cernobil35-daunele-asupra-adn-ului-cauzate-de-radiatiile-de-la-cernobil-nu-sunt-transmise-copiilor-studiu--702667

Este cunoscut faptul că culoarea albastră a irisului ochilor homo sapienților e rezultatul unei mutații extrem de recente[31], săvârșite undeva cu 7 – 10.000 de ani în urmă, adică după descoperirea agriculturii. Cele mai vechi fosile ale unui homo sapiens cu ochi albaștri au fost descoperite în Spania și au fost datate ca fiind vechi de circa 7.000 de ani. Se consideră că toate persoanele cu ochi albaștri ar avea ca strămoș comun un homo sapiens care ar fi trăit în urmă cu maximum 10.000 de ani.

Mutația genetică nu este un fenomen atât de rar întâlnit cum ne-am închipui, ci e o caracteristică firească a vieții pe planeta noastră. Fie că este determinată de acțiunea radiațiilor (solare în special), de acțiunea agenților chimici ori chiar de acțiunea unor viruși asupra ADN-ului celulelor, mutația se întâmplă mult mai des decât ne-am închipui noi. Alunițele de pe piele ori pistruii nu sunt altceva decât celule care au suferit cândva mutații genetice, cel mai probabil din cauza acțiunii soarelui. Ori dacă pistruii se și moștenesc, existând în trecutul speciei noastre mutații gametice ale genei „MC1R", alunițele pot încă să apară spontan, ca mutații somatice ale genelor „NRAS" și „BRAF", urmașii posesorilor de aluniță nemoștenind alunițele părinților. Modul concret în care se realizează mutația și probabilitatea ca o mutație somatică, de genul aluniței, să devină melanom (tumoare malignă, cancer de piele) este încă dezbătută de oamenii de știință.



Figură 4 Nou născut de cangur în marsupiu. (Fotocredit: Geoff Shaw, Universitatea din Melbourne, Australia)

Mamiferele, după cum cunoaștem, spre deosebire de reptile și păsări, păstrează oul fecundat (celula ou) în interiorul corpului și-l elimină abia când acesta s-a transformat deja în viețuitoare. Cum s-a ajuns la acest lucru, desigur, printr-o mutație! Dar mamiferele se împart în două subclase: Marsupialia și Placentalia. La marsupiale, fătul nu este pe deplin format la naștere și își continuă dezvoltarea într-un buzunar al corpului mamei, unde se agață de mamelon și se hrănește cu lapte până crește suficient de mult ca să părăsească

[31] https://www.historia.ro/sectiune/general/articol/descoperire-neasteptata-despre-oamenii-cu-ochi-albastri

marsupiul. La placentare, fătul rămâne în uterul femelei mult mai multă vreme, luându-și în continuare substanțele nutritive direct din sângele mamei, prin intermediul placentei. Dar, atât marsupialele cât și placentarele au și unele și celelalte placentă, doar că placentarele rămân „agățate" de placentă pe tot procesul de transformare. Apariția placentei este, de asemenea, o mutație. Nici păsările, nici reptilele nu au dezvoltat așa ceva, placenta apare doar la mamifere.

E bine de reținut că tot mamifere sunt considerate a fi și Monotremele, dintre care cunoaștem ornitorincul. Ornitorincul[32] are blană, își hrănește puii cu lapte și are aproape toate caracteristicile mamiferelor, cu excepția faptului că nu naște pui vii, ci depune ouă ca reptilele și păsările. Ornitorincul este considerat un mamifer arhaic, care se trage dintr-o specie din afara trunchiului celor la care a apărut mutația genetică ce a determinat apariția placentei.

În 2018, Edward B. Chuong, doctor în genetică și profesor universitar în cadrul Universității Colorado din Boulder, a publicat un articol[33] prin care susținea că apariția placentei la mamifere se datorează unei mutații gametice cauzate de un retrovirus.

Choung afirma că evoluția placentei a început cu transformarea cojii oului, dintr-o structură bogată în calciu într-un țesut puternic irigat cu sânge. În cercetările sale, Choung a descoperit prezența în placentă a unei proteine numită sincitină. Această proteină nu mai există în altă parte a corpului mamiferelor, dar apare în structura virușilor și ajută în procesul acestora de a se agăța de celule cumva în același mod în care acționează celebra proteina Spike a coronavirusului SARS-CoV2. Experimentele pe șoareci au dovedit că șoarecii care nu sintetizează sincitină nu au posibilitatea de a duce o sarcină la termen. Teoria lui Choung susține că undeva în trecutul mamiferelor, ovulele unor femele de mamifere arhaice, care depuneau ouă ca ornitorincul, au fost infectate de un retrovirus ce le-a produs o mutație genetică. Ovulele infectate ale femelelor au fost apoi fecundate de spermatozoizii masculilor și mutația genetică s-a perpetuat în celula ou. Această mutație genetică ar fi făcut ca celula ou a mamiferelor să rămână atașată de uterul femelelor mamiferelor și să dezvolte placentă. Acest lucru a dus la situația în care mamiferele nu au mai făcut ouă, ci au ajuns să nască direct pui vii.

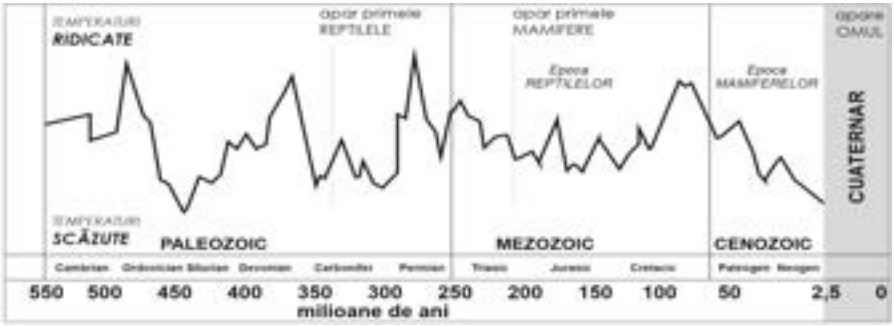
[32] Encyclopaedia Britannica, ediţia a 15-a, 23:354, 1992.
[33] Edward B. Chuong , The placenta goes viral: Retroviruses control gene expression in pregnancy, PLoS Biology, nr.16(10), 2018

2.1.5 Suntem copiii glaciației

Suntem „praf de stele" se zice, dar ne trăim fiecare povestea noastră în fragmente de viață mai mici de 100 de ani, pe o planetă destul de veche, apărută acum aproape 5 miliarde de ani. Suntem praf de stele, dar n-am fi fost ceea ce suntem astăzi dacă planeta n-ar fi trecut prin glaciații. Suntem copiii schimbărilor produse de glaciații! Suntem rezultatul adaptărilor la schimbare!

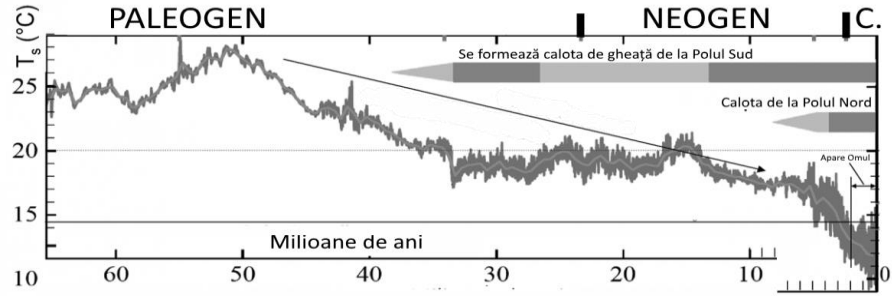
Glaciațiile reprezintă perioade lungi de timp, unele de ordinul milioanelor de ani, în timpul cărora temperaturile medii scad atât în atmosferă cât și la nivelul solului, ceea ce face ca straturile de gheață de la poli să coboare spre ecuator, acoperind munții și bune părți din continente. Perioadele de glaciație nu sunt perioade continue de temperaturi scăzute, ci sunt fragmentate de perioade cu temperaturi sensibil mai ridicate, numite perioade de interglaciație.

Figură 5 Glaciațiile și evoluția temperaturilor medii pe glob



Se pare că excentricitatea orbitei Pământului și unghiul de înclinare a axei polilor în planul orbitei oscilează în timp și duc împreună[34] la schimbări majore și radicale în clima planetei. Pe planeta noastră au fost mai multe glaciații – pe care, în mod obișnuit, le numim epoci de gheață[35]. Geologii le cunosc mai bine pe cele din Fanerozoic, adică pe cele care au părut în ultimele 550 de milioane de ani. Fanerozoicul este un eon geologic, în care trăim și astăzi și în care au început să se dezvolte masiv organismele vii pluricelulare.

[34] http://www.ces.fau.edu/nasa/module-3/temperature-trend-changes/causes-glaciation.php
[35] https://www.britannica.com/science/ice-age-geology



Figură 6 Evoluția temperaturilor medii în Cenozoic[36]

Fanerozoicul se împarte în mai multe ere: Paleozoic, Mezozoic și Cenozoic (Neozoic). În Mezozoic au trăit dinozaurii, noi, în prezent, trăim în Era Cenozoică, care mai e numită și Neozoică, adică era noilor viețuitoare. Era Cenozoică, la rândul ei, se împarte în trei „perioade": Paleogen, Neogen și Cuaternar. Perioada Cuaternar a început în urmă cu mai bine de două milioane de ani și se consideră că nu s-a sfârșit încă.

Spre sfârșitul Cretacicului, după dispariția dinozaurilor, temperatura începe să scadă pe planeta noastră, întreaga perioadă cenozoică fiind caracterizată prin temperaturi care sunt, în medie, mai mici decât cele din Mezozoic. Odată cu intrarea în Cuaternar, pământul accede, totodată, ultima sa perioadă de glaciație, Glaciația Cuaternară. Cele peste două milioane de ani de glaciație cuaternară au fost, la rândul lor, fragmentate în mai multe perioade de interglaciație. De altfel, se consideră că în prezent trăim într-o perioadă de interglaciație ce a început în urmă cu aproximativ 11-12 mii de ani și care se va sfârși la un moment dat, pentru ca apoi, temperatura medie să scadă iarăși, iar ghețurile să coboare din nou.

Perioada de apariție și de evoluție a Omului se suprapune glaciației cuaternare. Omul a apărut în Africa, iar de acolo s-a împrăștiat pe întreaga planetă, dar această răspândire s-a făcut în valuri, de-a lungul perioadelor de interglaciație din cadrul glaciației cuaternare.

De-a lungul milioanelor de ani, trecerile de la perioadele cu temperaturi medii crescute la cele de glaciație, precum și trecerile de la glaciație la interglaciație au constat în sute sau mii de ani de schimbări climatice. Aceste schimbări climatice au modificat mediul în așa fel încât viețuitoarele care nu s-au putut adapta schimbărilor au dispărut, iar cele care au reușit să se adapteze au supraviețuit. Schimbările climatice nu s-au

[36] Imagine prelucrată. Sursa imaginii: James Hansen, Institutul Pământului – Universitatea Columbia.

manifestat în același fel pe întreaga suprafață a Terrei, de-a lungul timpului existând perioade în care (de exemplu) Africa, Europa și celelalte continente au cunoscut condiții climatice diferite. Astfel, anumite specii, care au dispărut din anumite locuri, au supraviețuit în alte locuri și au evoluat relativ diferit. Apoi au migrat dintr-un loc în altul și unele dintre ele s-au încrucișat.

De asemenea, activitatea Soarelui nu a fost una constantă și liniară de-a lungul epocilor. Conform unor cercetări recente[37], exploziile solare coroborate cu temperaturile ridicate de pe planeta noastră și cu cantitățile mari de dioxid de carbon din atmosferă ar fi putut provoca în trecut găuri mari în stratul de ozon, care ar fi dus la creșterea radiației ultraviolete până la nivele extrem de periculoase pentru viețuitoare. Astfel s-ar explica marile schimbări în floră și faună din Carbonifer, Permian și de la începutul Paleogenului.

Concluzie

Radiațiile solare și substanțele chimice ajunse în biosferă fie din exteriorul planetei, prin meteoriți și asteroizi, fie din interior, prin exploziile vulcanice au creat premisele necesare apariției mutațiilor genetice. Perioadele de glaciație au determinat izolarea și consolidarea speciilor iar cele de interglaciație au facilitat migrațiile și recombinarea genetică masivă. Iar schimbările climatice perpetue au dus la tot felul de selecții naturale. Modul în care planeta noastră a reușit „să se descurce" cu radiațiile solare (inclusiv căldura) și modul în care s-au succedat perioadele de glaciație cu cele de interglaciație au condus la apariția pe suprafața pământului a unei mari diversități biologice, iar în cele din urmă la apariția Omului.

[37] John E. A. Marshall, Jon Lakin, Ian Troth, Sarah M. Wallace-Johnson. UV-B radiation was the Devonian-Carboniferous boundary terrestrial extinction kill mechanism. Science Advances, 2020

2.2 Neocortexul - Casa poveștilor

2.2.1 Povestea creierului

După cum s-a văzut în paginile anterioare, Teoria Evoluției ne arată că, pe planeta noastră, unde mediul a fost și este într-o continuă transformare, au reușit să supraviețuiască schimbărilor doar viețuitoarele care (dintr-un motiv sau altul) și-au modificat organismul în așa fel încât acesta să fie compatibil cu transformările din mediu. Evoluția înseamnă "supraviețuirea cel mai adaptat" – a proclamat Herbert Spencer[38], după ce a studiat „Originea speciilor" de Darwin. Expresia a fost apoi preluată și de Charles Darwin în edițiile ulterioare ale cărții amintite.

Această formă de adaptare prin modificarea organismului, astfel încât să se „potrivească" cu schimbările din mediu, este numită adaptare autoplastică. Dar, după cum observa și academicianul român Adrian Restian, această formă de adaptare nu i-a fost suficientă omului, care, observând că schimbările din mediu se desfășoară uneori cu repeziciune, a căutat nu să se adapteze el mediului, ci să-și adapteze mediul nevoilor sale, trecând astfel de la adaptarea autoplastică la adaptarea aloplastică.

Adaptarea aloplastică reprezintă intervenția pe care o face omul asupra mediului schimbător, adică reglajul mai mult sau mai puțin fin pe care omul îl aplică mediului pentru a supraviețui schimbărilor de ansamblu.

Acolo unde, mediul schimbându-se și temperaturile scăzând, au supraviețuit doar animalele al căror corp era acoperit cu blană groasă, omul a modificat mediul, și-a făcut haine din blănurile animalelor și și-a încălzit peștera arzând lemnul copacilor. Acolo unde apele au crescut și nu au mai supraviețuit decât mamiferele care au reușit să învețe din nou cum să înoate, omul a tăiat lemnul copacilor și și-a făcut barcă și locuință lacustră.

Modificări ale mediului produc și castorii, care construiesc baraje, dar când râurile seacă, castorii nu au soluție alternativă. Ca să poată să supraviețuiască adaptând mediul la nevoile sale, „spre deosebire de toate celelalte animale care au mizat pe alte aparate și organe, cum ar fi mușchii, articulațiile, dinții, branhiile și aripile, omul a mizat pe creier"[39].

Ca să înțelegem evoluția omului ar trebui să cunoaștem evoluția creierului său. Ori evoluția creierului, ca organ, nu începe cu omul, ci cu vreo 500 de milioane de ani înainte de apariția omului.

---

[38] Herbert Spencer, Principiile Biologiei, vol.1, pag.444 – „survival of the fittest"
[39] Adrian Restian, Cum a ajuns creierul cel mai performant organ al omului, Practica Medicală, vol.6, nr. 3 (23), 2011.

Primele structuri nervoase care pot fi catalogate drept „creier" au fost descoperite la niște artropode[40] care au trăit în urmă cu peste 520 de milioane de ani, deși „precursorii creierului", ganglionii cerebrali, apar încă de la viermii inelați. La începutul Fanerozoicului, în perioada Cambrian, animalele, dezvoltându-și creier, și-au sporit șansa de a supraviețui, astfel că Era Cambrian a produs o „explozie" de viețuitoare în apele și apoi pe suprafața Terrei.

Atât Paleozoicul cât și Mezozoicul reprezintă ere în care temperatura medie și în general mediul de pe planeta noastră au cunoscut variate schimbări, ceea ce a dus în repetate rânduri la dispariția majorității viețuitoarelor de talie mare, dintre acestea supraviețuind și evoluând cele al căror creier era mai dezvoltat.

Natura a avut nevoie de aproape o jumătate de miliard de ani ca să ducă la capăt evoluția de la creierul simplu, cu masa mai mică de un miligram, la creierul de 400 de grame, cum aveau australopitecii. Apoi, naturii nu i-au mai trebuit decât două milioane de ani ca să perfecționeze creierul de nici jumătate de kilogram al australopitecului, obținând conglomeratul de materie cenușie de aproape 1,5 kilograme al omului de acum.

Creierul n-a evoluat la fel la toate viețuitoarele și nu este la fel de important pentru toate viețuitoarele – unii gândaci putând supraviețui chiar și câteva zile fără cap, adică inclusiv fără creier. Dar, deși creierul artropodelor din prezent (insecte, păianjeni, homari etc.) are altă structură decât creierul nostru, se poate totuși urmări un traseu de evoluție continuă în cazul creierului vertebratelor, de la pești la amfibieni (broaște, salamandre), de la amfibieni la reptile, de la reptile la mamifere și apoi, în cadrul mamiferelor, de la mamiferele simple, la primate și în special la maimuțe, dintre care și omul face parte. Niciuna dintre vertebrate nu supraviețuiește mai mult de câteva minute fără cap, adică fără creier.

2.2.2 Creierul triunitar

De la pești la reptile, creierul a evoluat semnificativ, iar de la reptile la mamifere de asemenea. În cadrul clasei mamiferelor, viețuitoarele din ordinul primatelor (din care fac parte maimuțele) au un creier mult mai evoluat și mai dezvoltat decât celelalte mamifere.

[40] Xiaoya Ma, Xianguang Hou, Gregory D. Edgecombe & Nicholas J. Strausfeld, Nature, nr.490, pag. 258-261, 2012

„Omul are mai multe creiere", după cum observă[41] și Adrian Restian. Evoluția creierului omului „nu s-a făcut prin apariția unui creier nou, ci prin suprapunerea peste creierele vechilor animale, pe care le-a moștenit, a unor formațiuni noi".

Teoria „creierului triun" sau a „creierului triunitar" se bucură în prezent de suficientă notorietate în rândul celor interesați de neuroștiințe. Această teorie îi aparține neurologului Paul MacLean[42] și în esență afirmă că omul nu are un singur creier, ci trei creiere, formate ca straturi evolutive diferite, unul peste cel de dinaintea lui. În viziunea lui Paul MacLean, creierul uman funcționează ca „trei computere biologice interconectate, fiecare având propria formă de inteligență, propria subiectivitate și propriul simț al timpului și al spațiului". Aceste „trei creiere" au fost numite: creier neomamifer (**neocortexul**), creier paleomamifer (**paleocortexul** sau **sistemul limbic**) și **creierul reptilian** (trunchiul cerebral și anumite structuri din cerebel).

Creierul reptilian reprezintă, conform lui MacLean, partea creierului uman care controlează în principal mușchii, echilibrul și funcțiile autonome ale corpului, cum ar fi respirația sau bătăile inimii. El este moștenit de mamifere de la reptile, care la rândul lor l-au moștenit de la amfibieni și este activ chiar și atunci când omul se află în somn profund.

Creierul reptilian a dezvoltat capacitatea de a automatiza procese, de a imita[43] ceea ce percepe din afara ființei și de a repeta ceea ce a imitat, dar fără capacitatea de a învăța din acțiunea săvârșită. Odată fixată o „amintire", la reptile ea declanșează perpetuu aceeași reacție. Servind cu rigiditate funcția supraviețuirii, MacLean cataloga creierul reptilian ca fiind paranoic, obsesiv și ritualic.

Primele reptile au apărut cu 310-320 de milioane de ani în urmă, în perioada Carbonifer din cadrul epocii Paleozoice[44]. Ele s-au diferențiat de celelalte viețuitoare prin faptul că au trecut de la hrana bazată pe pește și insecte la modurile de hrănire ierbivor și carnivor. Această clasă de viețuitoare au ajuns apoi să domine viața de pe planetă în întreaga eră Mezozoică.

[41] ibidem, pag. 189
[42] John D. Newman, James C. Harris, The Scientific Contributions of Paul D. MacLean, The Journal of nervous and mental disease, vol. 197 2009, pag. 3-5
[43] Anna Kis, Ludwig Huber, Anna Wilkinson, Social learning by imitation in a reptile (Pogona vitticeps), Animal Cognition vol.18 2015, pag. 325 – 331
[44] Michel Laurin, Robert R. Reisz. Zoological Journal of the Linnean Society, Volumul 113 din 02.02.1995, paginile 165-223

Sistemul limbic este un set de structuri cerebrale situate deasupra trunchiului cerebral și îngropate sub neocortex, care s-a dezvoltat peste ceea ce MacLean a considerat ca fiind creierul reptilian.

Studiind șopârlele de astăzi, înțelegem că, la apogeul evoluției lor din Mezozoic, unele reptile au dezvoltat totuși rudimente de sistem limbic (hipocamp și amigdală) cu ajutorul cărora și-au dezvoltat capacitatea de a avea percepții și de a memora, prin urmare de a simți frică atunci când informațiile primite de la organele de simț prezentau o *situație prezentă* similară cu una din trecut în care ele au avut de suferit. Cu acest rudiment de sistem limbic adăugat creierului reptilian, în scopul supraviețuirii, reptilele au dezvoltat mecanismul „atacă sau fugi" despre care scrie Walter Bradford Cannon[45] și care a fost ulterior moștenit și de mamifere.

Moștenind, după cum spuneam, sistemul limbic rudimentar al reptilelor din care au evoluat, mamiferele l-au dezvoltat și l-au transformat în „sediu al emoțiilor". Dar, după cum observă MacLean, fiind clădit peste creierul reptilian, tot acest sistem emoțional are la bază raționamentul maniheist, adică „agreabil sau dezagreabil", „supraviețuire sau moarte".

Însă, capacitatea sporită a hipocampului de a fixa și a readuce amintiri îi permit mamiferului un nivel mai amplu al percepției, astfel încât el poate să evalueze diferențiat obiectul senzației cu ajutorul tuturor organelor de simț. Astfel, mamiferul are capacitatea de a avea cumva „amintiri" mai complexe și mai bogate.

Asocierea mai multor percepții distincte îi permit mamiferului să-și reprezinte obiectul sesizat (simțit) și să dezvolte reflexe condiționate, adică să învețe. Conform notițelor lui Pavlov[46], câinele se deprinsese să saliveze nu doar la aprinderea luminii, ci la o serie amplă de stimuli auditivi (fluier, clopoțel) și vizuali diferiți.

Astfel, mamiferele au dezvoltat un mecanism de învățare pe modelul „observare-imitare-repetare", ceea ce a permis puilor de mamifer să deprindă anumite comportamente de la adulți și chiar să-și ajusteze anumite comportamente în funcție de schimbările din mediul extern. Dar, după cum spuneam, întregul proces de învățare de care este capabil mamiferul este subordonat maniheismului sistemului limbic. Supraviețuirea depinde de evitarea durerii și repetarea plăcerii, astfel că prin „observare-imitare-repetare" mamiferul nu învață decât să evite durerea și să-și sporească

[45] Walter Bradford Cannon, „Bodily changes in pain, hunger, fear, and rage", Appleton-Century-Crofts, New York 1915, pag. 211
[46] https://ro.wikipedia.org/wiki/Ivan_Pavlov

plăcerea. Prin urmare, despre această formă de învățare nu se poate spune că este una intenționată ori măcar conștientă.

Neocortexul sau creierul neomamifer este stratul superior al creierului, situat deasupra sistemului limbic. El a apărut pentru prima dată la mamifere și este subțire și neted la rozătoare și alte mamifere mai mici, în timp ce la primate (maimuțe, oameni, etc.) și la alte mamifere mai mari (câini, cetacee)are caneluri și creste.

Neocortexul omului este cel mai mare dintre toate mamiferele și reprezintă peste 75% din volumul întregului creier. Păsările, care au evoluat și ele din reptile ca și mamiferele, nu au dezvoltat neocortex, dar au dezvoltat o structură relativ asemănătoare (hiperpalium) care la păsările răpitoare (vulturi, șoimi, bufnițe) are un volum considerabil în raport cu restul creierului.

Neocortexul este considerat a fi zona creierului uman responsabilă de gândirea logică (rațională), de imaginație și de conștiința de sine. Limbajul articulat, percepția timpului și anticiparea sunt de asemenea procese considerate a fi realizate de către neocortex.

* * *

Dacă până la teoria lui MacLean se considera că neocortexul domină celelalte părți ale creierului, cercetătorul a schimbat paradigma, impunând ideea că sistemul limbic, sursa emoțiilor, are capacitatea de a influența și a deturna funcțiile mentale superioare ale neocortexului în funcție de propriile sale norme[47]. Dar asupra acestui aspect vom reveni mai târziu.

Avertizăm cititorul că modelul creierului triunitar, prezentat în subcapitolul anterior, este doar ...un model, adică este doar un sistem teoretic care împarte creierul în subsisteme și presupune o serie de relații între aceste subsisteme.

Anatomia, fiziologia și neuroștiințele nu au reușit până în prezent să clarifice cu precizie apartenența tuturor zonelor creierului la unul dintre cele trei „creiere" care sunt propuse de către cercetătorul american Paul MacLean. Interdependențele dintre anumite zone ale creierului fac dificilă poziționarea lor în „creierul reptilian" sau în „sistemul limbic", iar o clară definire a zonelor paleocortexului (sistem limbic) de cele ale neocortexului e și mai dificil de realizat.

Însă, modelul este relevant pentru că încearcă să explice evoluția în timp a creierului și încearcă să identifice stadii de dezvoltare ale acestuia, deși știm din paginile anterioare că evoluția este un proces continuu. De

[47] apud Catherine A. McHugh, Way we react the way we do and how to avoid "going reptilian", OLA-WLA Joint Conference, 2013

aceea, stadiile pe care noi le identificăm pe traseul evoluției nu pot fi decât convenționale, iar uneori chiar arbitrare.

2.2.3 Memoria

Luând creierul ca un întreg, psihologia vorbește despre trei feluri de memorie: **memoria senzorială**, **memoria pe termen scurt** (memoria de lucru) și **memoria pe termen lung**. Pentru cei care utilizează computerele, cea mai bună analogie ar fi probabil următoarea: memoria senzorială funcționează ca un fel de memorie buffer a perifericelor de intrare, memoria pe termen scurt funcționează ca memoria RAM, iar memoria pe termen lung funcționează ca un dispozitiv de stocare, cum ar fi hard diskul sau cardul.

Memoria senzorială e formată din zone de memorie cu o persistență extrem de mică, de o zecime de secundă pentru imagini și de maximum un sfert de secundă pentru sunete. Memoria senzorială poate fi văzută mai degrabă ca o colecție de circuite neuronale care colectează informațiile de la organele de simț și le trimite către alte zone ale creierului.

În general, se consideră că memoria senzorială (luată ca întreg) este conectată cu toate cele trei creiere din modelul lui MacLean, transmițând informațiile spre memoria pe termen scurt[48] din neocortex, spre sistemul limbic[49], spre ganglionii bazali și spre cerebel[50] (creierul reptilian).

Cea mai mare parte a informațiilor care ajung în memoria senzorială se pierde, cantitatea de informație care ajunge să fie prelucrată în memoria pe termen scurt depinzând de capacitatea de concentrare a atenției individului.

Memoria pe termen scurt se consideră că este o achiziție recentă a creierului, specifică omului și mamiferelor. Ea este localizată în zona prefrontală a neocortexului. Despre memoria pe termen scurt se cunoaște[51] că nu poate stoca, la oamenii obișnuiți, mai mult de 7 itemi (cuvinte, imagini, idei etc.) și că persistența acesteia durează între 15 și 30 de secunde, conținutul pierzându-se dacă individului i se distrage atenția. Tot la nivelul memoriei pe termen scurt se crede că au loc decodările (interpretările) sunetelor și imaginilor recepționate[52].

---

[48] Richard Chatham Atkinson, Janet Taylor Spence, Human memory: A proposed system and its control processes, Psychology of Learning and Motivation vol 2, New York 1968, pag. 89-195

[49] Daniel Lawrence Schacter , Implicit memory: history and current status, Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, vol 13 1987, pag. 501–518

[50] ibidem

[51] Richard Chatham Atkinson, Janet Taylor Spence, op. cit, ibidem

[52] Alan Baddeley, Graham Hitch , Working memory, Recent Advances in Learning and Motivation vol.8, G.A. Bower New York 1974, pag. 47-90

Memoria pe termen scurt se crede că are trei componente[53]: sistemul de comandă (sau „administratorul central"[54]), modulul vizual și modulul audio-lingvistic.

Sistemul de comandă este cel responsabil de capacitatea individului de a-și concentra atenția, de a-și împărți atenția între două operațiuni pe care le desfășoară simultan și de a-și muta atenția de la o operațiune la alta. Sistemul de comandă este conectat atât la memoria senzitivă cât și la sistemul limbic (hipocamp) de unde își extrage informații din memoria pe termen lung.

Modulul vizual și cel audio-lingvistic se află în subordinea sistemului de comandă, primul procesând imaginile, formele și culorile, iar al doilea analizând sunetele, vorbirea (atât ca fonem cât și ca grafem – fiind responsabil de vocea pe care „o auzim în cap" atunci când citim), ritmul și tonul sunetelor.

Memoria pe termen lung este memoria în care sunt stocate informațiile[55] pentru o perioadă teoretic nelimitată de timp. Psihologia și neuroștiințele consideră că amintirile nu sunt stocate într-o structură unitară a creierului, adică nu există o singură zonă a creierului, clară și bine definită unde să fie stocate pe termen lung informațiile. Pornind de la modelul propus de Atkinson[56], memoria pe termen lung este împărțită în două: **memoria implicită** și **memoria explicită.**

Memoria implicită conține informații stocate pe termen lung în creierul nostru, dar pe care nu le putem exprima în cuvinte. Putem conduce o mașină pe o anumită distanță și să schimbăm viteza la momentul potrivit fără să ne amintim concret că trebuie să schimbăm viteza. O facem „pe pilot automat". Când cineva ne cere să povestim exact etapele schimbării vitezei, uneori ne este greu sau aproape imposibil să relatăm când anume apăsăm ambreiajul, când mișcăm maneta și când eliberăm ambreiajul. Ion Negură[57], psiholog român, descrie memoria implicită astfel: *Unui dansator i s-a cerut să descrie modul în care el a reuşit să execute o figură foarte complicată de dans. După câteva încercări de a exprima prin cuvinte ceea ce el făcea cu multă măiestrie în timpul dansului şi neizbutind mereu, a zis consternat: „Hai mai bine să vă arăt!"*.

---

[53] ibidem
[54] Mielu Zlate, Fundamentele Psihologiei, Pro Humanitate 2000, pag. 130
[55] Folosim aici termenul „informație" în sensul său larg, utilizat în limbajul popular cotidian, și nu cu vreo semnificație strictă, științifică (n.a.)
[56] op. cit.
[57] Ion Negură, Psihologia memoriei, gândirii și imaginației, Universitatea „Ion Creangă", Chișinău 2016

Neuroștiințele consideră că memoria implicită este o formă de memorie pe termen lung care nu implică direct neocortexul și pe care o au toate mamiferele și într-o oarecare măsură chiar și unele reptile. Deprinderile motorii (mersul, înotul) și activitățile automatizate sunt desfășurate de către creier cu ajutorul memoriei implicite.

Modelul de învățare „observare-imitare-repetare", specific mamiferelor și amintit de noi în paginile anterioare se realizează în cea mai mare parte prin intermediul memoriei implicite. Cititorul a întâlnit probabil persoane cărora, încercând să le explice cum să facă o anumită treabă, au primit răspunsul: „Nu-mi mai explica, arată-mi cum să fac!". Modul de învățare al acelor persoane este unul care se bazează prea puțin pe înțelegere conștientă și foarte mult pe memoria implicită.

În funcționarea memoriei implicite sunt implicați ganglionii bazali și cerebelul (creierul reptilian). Se consideră că[58] ganglionii bazali (care sunt puternic conectați la scoarța cerebrală, la talamus, la trunchiul cerebral și la cerebel) recepționează informații din diferite părți ale creierului și decid ce proceduri automatizate trebuie aplicate, iar cerebelul are rolul de a stoca și a executa acele proceduri. Operațiunile stocate în memoria implicită sunt executate inconștient[59], dar neocortexul poate prelua controlul conștient al acelor operațiuni.

Memoria explicită (care poate fi explicată), după cum arată[60] Ion Negură, conține acele informații pe care pe putem povesti sau măcar le putem enunța. Memoria explicită este de două feluri: memorie explicită semantică și memorie explicită episodică.

Memoria explicită semantică conține fapte și idei care exprimă cunoștințele generale despre lume ale unei persoane, cum ar fi: „formula apei este H2O sau capitala Moldovei este Chişinău"[61].

Memoria explicită episodică „face posibilă achiziţionarea şi evocarea informaţiilor despre evenimente şi întâmplări care au loc într-un timp şi loc anume"[62]. Amintirile dintr-o excursie sau de la un anumit eveniment fac parte din memoria explicită episodică.

---

[58] Illana Dew, Roberto Cabeza, The porous boundaries between explicit and implicit memory: behavioral and neural evidence, Annals of the New York Academy of Sciences vol.1224, New York 2011, pag. 174-190

[59] Jeanette J. Norden, Brain Areas involved in Different Types of Memory, Vanderbilt University School of Medicine (suport de curs)

[60] Ion Negură, op. cit. pag. 17

[61] ibidem

[62] ibidem

În general, în neuroștiințe se consideră că[63] în formarea și operarea memoriei explicite sunt implicate hipocampul și amigdala din sistemul limbic și regiunea prefrontală a neocortexului (cortexul prefrontal, adică locul în care rezidă și memoria de lucru).

Aparent, zona creierului în care se face stocarea propriu-zisă a memoriei explicite ar fi hipocampul, dar se pare că acesta funcționează mai degrabă ca un „releu" al memoriei explicite pe termen lung, informațiile achiziționate fiind stocate o vreme acolo, iar ulterior sunt transferate și consolidate în alte zone din neocortex.[64] .

Ca „releu" al memoriei explicite, hipocampul asigură trasferul informațiilor din memoria pe termen scurt (memoria de lucru) în memoria pe termen lung. Decizia hipocampului de a consolida o informație în neocortex depinde de „semnificația" acelei informații și/sau de încărcătura ei emoțională.

Dacă hipocampul primește din memoria de lucru de mai multe ori aceeași informație, atunci el o va considera mai importantă și va decide să o consolideze în alte zone ale neocortexului. În felul acesta, anumite amintiri la care apelăm mai des se fixează mai bine în memoria pe termen lung. O amintire evocată des prin privirea unei fotografii este considerată ca având o semnificație mai mare. O poezie poate fi învățată conștient „pe de rost" prin același mecanism.

De asemenea, dacă o informație este legată semantic de alte informații deja consolidate în neocortex, hipocampul o va considera mai semnificativă.

Rolul amigdalei (din sistemul limbic) în funcționarea memoriei explicite pe termen lung este considerat a fi legat de furnizarea încărcăturii emoționale a informației pe care hipocampul ar putea decide să o stocheze[65]. Fiind interconectată cu hipocampul, amigdala asociază informațiilor ajunse în hipocamp un anumit nivel de încărcătură emoțională[66]. Cu cât încărcătura emoțională este mai mare, cu atât informația respectivă este mai puternic consolidată de către hipocamp în

[63] Jeanette J. Norden, op. cit.
[64] Richard F. Thompson, Jeansok J. Kim, Memory systems in the brain and localization of a memory, Proceedings of the National Academy of Sciences vol.93, Washington D.C. 1996, pag. 13438-13444
[65] Marino Muxfeldt Bianchin, Curt W. Spanis, Involvement of the amygdala in explicit memories, Neurology vol.51, American Academy of Neurology 1998
[66] James L. McGaugh, Larry Cahill, and Benno Roozendaal, Involvement of the amygdala in memory storage: Interaction with other brain systems, Proceedings of the National Academy of Sciences vol.93, Washington D.C. 1996, pag. 13508-13514

neocortex. Practic, deși amigdala nu are o participare directă în mecanismul de consolidare a informațiilor în memoria explicită pe termen lung, ea are o influență asupra deciziei de consolidare în cazul informațiilor cu încărcătură emoțională. Acest lucru explică de ce implicarea emoțională a elevului și a omului în general facilitează procesul de învățare.

Reamintirea, adică apelarea informațiilor din memoria explicită pe termen lung și aducerea lor în memoria de lucru (memoria pe termen scurt) se realizează prin același „releu" al memoriei explicite, adică hipocampul.

Totuși există studii[67] care sugerează implicarea girusului frontal inferior stâng în aducerea spontană în memoria pe termen scurt a unor amintiri din memoria explicită episodică. Girusul frontal inferior stâng face parte din cortexul prefrontal (unde rezidă și memoria pe termen scurt) și conține Zona Broca, responsabilă cu înțelegerea limbajului și vorbirea. Ceea ce ar sugera că, peste structurile specifice mamiferelor și primatelor, creierul uman, capabil de vorbire articulată, creează conexiuni neuronale între amintirile episodice și amintirile semantice (conceptele abstracte etc.) bazate de cuvinte, atât în forma lor rostită cât și în formă scrisă.

* * *

Studiile pe fosilele arată că primele mamifere care au apărut pe pământ erau mici, având creier de dimensiuni reduse, în cadrul cărora neocortexul ocupa un procent nesemnificativ. Scoarța cerebrală era însă dominată de structurile olfactive, astfel că neocortexul a avut la început un rol extrem de limitat în determinarea comportamentului primelor mamifere.

Apariția primatelor a însemnat de fapt apariția unor mamifere al căror neocortex era mai mare decât al celorlalte, dar, în cadrul căruia, ceea ce numim astăzi cortex vizual ocupa încă cea mai mare parte.

Studierea comparată a neuronilor piramidali din creierul mamiferelor din prezent și a celor din creierul reptilelor din prezent arată o direcție comună de evoluție a acestui organ, direcție care s-a manifestat însă mai intens la mamifere. Neuronii piramidali au un singur axon, dar un număr extrem de mare de dendrite, ceea ce permite un număr mare de sinapse, de conexiuni. Din punct de vedere morfologic, neuronii piramidali ai cortexului dorsal reptilian sunt cei mai asemănători cu neuronii hipocampului mamiferelor.

La cele mai inteligente dintre reptilele de astăzi, observăm modele de comportament care sunt mai degrabă specifice mamiferelor. Țestoasele

[67] Bernhard Staresina, James Gray, Lila Davachi, Event congruency enhances episodic memory encoding through semantic elaboration and relational binding, Cerebral Cortex vol.19, New York 2008, pag. 1198–1207

sunt capabile să navigheze și să traverseze oceanul, pitonii și crocodilii dau dovadă de comportament social, păzind ouăle și îngrijindu-și puii. În creierul acestor reptile cu comportament specific mamiferelor, neuronii piramidali din hipocamp creează conexiuni spre cortexul dorsal în același mod în care o fac și neuronii piramidali din hipocampul mamiferelor, când creează conexiuni spre neocortex.

2.2.4 Procese psihice

De asemenea, luând creierul ca un întreg, psihologia vorbește de existența unor procese psihice[68], cum ar fi: senzația, percepția și reprezentarea.

Senzația este procesul prin care un stimul extern (un sunet, o imagine etc.) ajunge întâi în memoria senzorială și de acolo, mai departe, în fiecare dintre cele „trei creiere" ale lui MacLean.

Percepția este procesul psihic superior senzației prin care informația furnizată de senzație (sau semnalul, mai degrabă) este evaluată în funcție de informațiile deja stocate în memoria pe termen lung în fiecare dintre cele „trei creiere" ale lui MacLean. Dacă ar fi să privim cumva filosofic percepția, ea este, după cum sugerează gânditorul american contemporan Jerry Fodor, prima formă de cunoaștere de care sunt capabile organismele vii.

Percepția funcționează prin similarități și aproximări. Asociind senzațiile determinate de stimuli unor experiențe similare din trecut, percepția ne informează despre ceea ce receptăm cu ajutorul organelor de simț. Un om care a mai văzut pisici în viața lui, dar care nu a văzut niciodată o pumă, atunci când stimulii vizuali îi vor aduce în memoria de lucru imaginea unei pume, nu va percepe altceva decât o pisică.[69]

Scriam mai sus despre câinele lui Pavlov că acesta se deprinsese să saliveze nu doar la aprinderea luminii, ci la o serie amplă de stimuli auditivi (fluier, clopoțel) și vizuali diferiți. Atunci când se aprindea lumina, câinele avea altă senzație ca atunci când auzea fluierul sau clopoțelul, dar în toate cele trei cazuri, câinele percepea că urmează să primească hrană.

Dacă privim un tablou sau o machetă cu un animal fioros, e posibil să simțim frică, deși în mod conștient noi cunoaștem că acela nu este un animal real. Dacă suntem undeva pe un pod la înălțime, iar podeaua podului este din sticlă groasă și noi putem vedea hăul de dedesubt, e foarte posibil să ne simțim extrem de inconfortabil, deși noi știm că sticla e suficient de groasă încât să nu se spargă sub greutatea noastră. Senzația este cumva obiectivă,

[68] Dumitru Grigoraș ș.a., Teatru în școala ta, Panta Rhei 2019, pag.44
[69] ibidem

dar percepția este reacția subiectivă la senzație și acționează juxtapus în toate cele trei creiere despre care vorbea MacLean. Fiecare dintre cele trei creiere încearcă să-și ia propria decizie. Amintiți-vă ce se întâmplă atunci când mergem la dentist și cum percep separat creierul nostru reptilian și neocortexul nostru acțiunile dentistului. Amintiți-vă efortul pe care trebuie să-l facă neocortexul ca să țină brațul nemișcat în timp ce medicul ne face un vaccin. Neocortexul știe că vaccinul ne ajută, dar creierul nostru reptilian „știe" și el că de fiecare dacă când am simțit o durere în braț, cea mai bună soluție a fost să plecăm de acolo.

La nivelul creierului reptilian, responsabilitatea percepțiilor o are cerebelul[70]. Informația este adusă de trunchiul cerebral, hipotalamus și ganglionii bazali, iar de acolo este „recunoscută" de cerebel care aplică procedura automatizată corespunzătoare percepției.

Reprezentarea este procesul prin care creierul aduce în memoria de lucru (pe termen scurt) obiecte și concepte stocate în memoria explicită (memorie pe termen lung). Astfel, reprezentarea este un proces de care știm că pot fi capabile doar viețuitoarele care au sistem limbic (cum sunt mamiferele), pentru că acesta este cel care asigură accesul la memoria explicită. Un om care a văzut o dată o pumă și-o poate reprezenta și poate să „o vadă" cu ochii închiși. Tot prin reprezentare auzim în gând melodii care nu se aud în jurul nostru, dar pe care le-am auzit în trecut și pe care le-am stocat în memoria pe termen lung[71].

Concluzie

Așa cum am arătat în capitolul precedent, dezvoltarea neuronilor piramidali din hipocamp a permis creierului mamiferelor să-și dezvolte capacitatea de a memora pe termen lung atât fapte (memorie explicită episodică) cât și idei și concepte (memorie explicită semantică), iar conexiunile realizate de neuronii piramidali cu neocortexul au făcut posibilă apariția „reprezentării" ca proces psihic și au pus bazele dezvoltării capacității de abstractizare a creierului.

2.2.5 Ierarhia modelelor și Intuiția

Percepția, la nivelul creierului reptilian, înseamnă identificarea în memoria implicită a celei mai asemănătoare situații din trecut comparabil cu situația prezentă, iar ulterior aplicarea algoritmului asociat.

[70] Oliver Baumann, Ronald J. Borra, ș.a., Consensus Paper: The Role of the Cerebellum in Perceptual Processes, Cerebellum vol.4, Londra 2015, pag. 197-220
[71] Dumitru Grigoraș op. cit.

La nivelul neocortexului însă, percepția înseamnă recunoașterea în obiectul senzației, prin similarități și aproximări, a unui obiect, a unei idei sau a unei întâmplări stocate deja în memoria explicită. Mecanismul de funcționare al memoriei explicite este, din acest punct devedere, mai complex și mai abstract, hipocampul creând conexiuni între întâmplările, ideile sau obiectele memorate.

Un obiect al percepției din memoria pe termen scurt a neocortexului poate trimite la două sau mai multe amintiri. Gândiți-vă că l-ați văzut pe vecinul dumneavoastră de mai multe ori, astfel încât hipocampul a decis ca vecinul dumneavoastră merită reținut în memorie și l-a consolidat în neocortex asociindu-l și cu culoarea verde a hainelor pe care le poartă cel mai des, precum și cu statura sa impozantă. Atunci când veți vedea de departe un om cu haine verzi, percepția neocortexului ar putea (prin similarități și aproximări) să vă sugereze că este vecinul, chiar dacă nu-i vedeți fața. La fel, când veți vedea de departe un om masiv, l-ați putea percepe ca fiind vecinul dumneavoastră.

Gândiți-vă acum că ați văzut mai mulți cai în viața dumneavoastră. Unii albi, alții cafenii etc. Hipocampul dumneavoastră a memorat în memoria explicită episodică fiecare moment în care ați văzut câte un cal, așa că aveți în minte mai multe amintiri cu cai. Dar, cu fiecare cal nou perceput, hipocampul a adresat în memorie toate celelalte amintiri episodice cu cai, până când, prin **analogie** și **schematizare**, neocortexul a creat (fără să fiți conștient de asta) un obiect abstract „cal", care nu e nici alb, nici cafeniu, dar poate avea atât culoarea albă cât și culoarea cafenie. Iar acest obiect abstract l-a stocat în memoria explicită semantică.

Acum gândiți-vă că într-o zi îl vedeți pe vecinul dumneavoastră călare pe un cal, iar acel moment e primul moment din viața dumneavoastră când ați văzut pe cineva călare pe un cal. Percepția de la nivelul neocortexului va face să-l percepeți atât pe vecinul dumneavoastră cât și pe cal, ca pe două lucruri diferite. Iar hipocampul probabil va stoca în memoria explicită episodică imaginea cu vecinul călare pe cal. Vecinul având o statură impozantă, e posibil să vă gândiți că-i poate rupe spinarea calului, să vă enervați pe vecin, iar amigdala să insiste pe lângă hipocamp să memoreze episodul, sub motiv că v-a creat o emoție, deci e un lucru demn de a fi reținut.

Odată cu a doua percepție a unui om călare pe un cal, printre altele, neocortexul dumneavoastră va servi hipocampului spre stocare în memoria explicită semantică și ideea de „om călare", iar hipocampul va stoca acest concept, **aglutinând** conceptele de om și de cal și creând și o conexiune

între conceptul de om și cel de cal, conexiune care va duce la conceptul de „om călare".

De asemenea, e posibil ca în timpul vieții percepția să vă înșele de câteva ori și, atunci când vedeți de la distanță o vacă sau o zebră, să credeți că ați văzut un cal. Neocortexul va sesiza asemănarea și va crea (tot fără să vă dați seama) un concept abstract „animal", care **schematizat** e ceva cu patru picioare, un corp și un cap.

De aici înainte, nu e exclus ca, fiind undeva unde nu există în câmpul percepțiilor niciun animal, să vă gândiți la cai, să vă reprezentați un cal, apoi datorită conexiunii dintre conceptul de „cal" și cel de „om călare", să vă reprezentați pe dumneavoastră călărind un cal. Iar, mai departe, datorită conexiunii din neocortex dintre „cal" și „animal„ și a celei dintre „vacă" și „animal", e posibil ca neocortexul dumneavoastră să facă o **substituție** și să vă facă să vă imaginați pe dumneavoastră călărind o vacă.

Imaginea din minte cu dumneavoastră călărind o vacă e posibil să vi se pară extrem de amuzantă și să stăruiți asupra ei, până când amigdala, sesizând o emoție, va insista pe lângă hipocamp să stocheze în memoria explicită imaginea cu dumneavoastră călărind o vacă. Iar hipocampul o va stoca în memoria explicită episodică, ca și cum acest lucru s-ar fi întâmplat cu adevărat, pentru că în urmă cu sute de milioane de ani, atunci când s-au format structurile hipocampului, neocortexul nu era capabil de reprezentări imaginative atât de complexe. Ca atare, natura nu a construit o memorie specială pentru falsele amintiri. Ca atare, din când în când, atunci când veți mai vedea vreo vacă, vă veți aminti cum ați călărit imaginar vaca și veți râde singur.

De altfel, în mintea copiilor mici se întâmplă des astfel de întâmplări. E posibil ca un copil să își imagineze că a călărit un porc, imaginea să se stocheze ca amintire în memoria episodică, iar mai târziu, el să o evoce ca fiind o amintire reală și să vă spună ceva de genul: „Eu, când am fost la bunica, am călărit porcul!" Iar dumneavoastră, poate că veți țipa la micuț și îi veți spune: „Minți!".

* * *

Conform volumului „Teoria Minții Bazate pe Recunoaștere" a scriitorului și inventatorului american Ray Kurzweil[72], carte fundamentată pe observațiile "tatălui neuroștiințelor", Vernon Mountcastle[73], unitatea de bază a neocortexului este formată din „recunoscătorul de modele". Acești

[72] Ray Kurzweil, Cum se construiește o minte, Paralela 45, 2013, pag. 38 - 41
[73] Vernon Mountcastle, An Organizing Principle for Cerebral Function: The Unit Model and the Distributed System, MIT Press, Cambridge MA 1978

recunoscători de modele, sau recognizori (cum este tradus termenul în română) sunt plasați unul lângă celălalt în creier și sunt capabili să se interconecteze între ei pe tot parcursul vieții individului. Interconectarea complexă care se realizează la nivelul neocortexului nu este definită în ADN, ci reflectă activitățile de învățare de pe parcursul vieții.

Acești recognizori sunt grupuri sau module de neuroni structurate ierarhic. Există un recognizor pentru modelul „cal" și unul pentru modelul „vacă", dar există și un recognizor situat superior ierarhic pentru modelul „animal", iar modelele „cal" și „vacă" sunt interconectate la modelul „animal". Există un recognizor pentru conceptul de culoare „verde" și unul pentru „albastru", dar există și un recognizor ierarhic superior pentru conceptul de „culoare", după cum există și modele ierarhic inferioare pentru conceptele de culoare „bleu" sau „turcoaz" care sunt ierarhic conectate în subordinea modelului „albastru".

Memoria explicită episodică, adică amintirile pe care le avem despre evenimente și fapte, sunt, de asemenea, stocate în recognizori de modele interconectați la toate conceptele din care este compusă amintirea evenimentului sau faptei respective.

În momentul în care, în câmpul percepției, apare o anume „situație prezentă", ea este percepută prin evaluarea semnalului dat de senzații cu recognizorii de modele din neocortex, până când hipocampul identifică ierarhia de modele cu cel mai mare grad de asemănare cu situația prezentă. Apoi, sistemul de comandă (vezi subcapitolul 2.2.3 Memoria) din cadrul memoriei pe termen scurt activează, dintre modelele de soluții din memoria pe termen lung, modelul ierarhic cu cea mai bună consolidare în neocortex. Ori, în subcapitolul 2.2.3 Memoria, am arătat că amintirile sunt consolidate în neocortex în funcție de semnificația lor, iar această semnificație este dată de repetiție ori este „încurajată" de amigdală, în baza experienței emoționale. Acest întreg mecanism de „gândire ierarhică" descris mai sus este denumit în mod curent **intuiție.**

Prin urmare, atunci când întâlnim o oarecare „situație prezentă", mintea noastră, percepând „situația prezentă", poate avea atât o reacție la nivelul creierului reptilian cât și o reacție intuitivă la nivelul neocortexului. Atât reacția (în general motorie) a creierului reptilian cât și cea intuitivă se desfășoară extrem de rapid. De altfel, am mai scris într-un capitol anterior că „intuiția îl ajută pe individ să facă analogii între situația prezentă și situațiile din trecut, pentru a identifica rapid (pe baza experienței sale) o soluție pentru problema curentă".

Ray Kurzweil afirmă în cartea sa că doar viețuitoarele care au neocortex au capacitatea de a dobândi o minte bazată pe recunoașterea de modele structurate ierarhic, iar asta sugerează că doar mamiferele sunt capabile de intuiție, intuiția fiind, de altfel, după cum se observă, funcția de bază a neocortexului. Dar tot Kurzweil acceptă că și alte animale, nemamifere, ar putea fi capabile de gândire ierarhică[74], dacă au dobândit în creierul lor zone cu funcțiune similară cu cea a neocortexului. Acest punct de vedere este compatibil cu observațiile despre țestoase, pitoni și crocodili, pe care le-am făcut la sfârșitul subcapitolului 2.2.3 Memoria și cu cele despre păsările răpitoare și hiperpaliumul lor, pe care le-am făcut la subcapitolul 2.2.2, Creierul triunitar.

Totuși, faptul că unele păsări și unele reptile, chiar dacă prin mijloace ușor diferite evoluează convergent spre îndeplinirea acelorași funcții pe care le îndeplinește neocortexul la mamifere, nu face decât să confirme importanța majoră în ecuația supraviețuirii a mecanismului format din sistemul limbic (cu funcția sa de memorare explicită) și neocortex (cu modul său de structurare ierarhică și de recunoaștere a modelelor).

Iar, de aici mai departe, rezultă că în ecuația supraviețuirii, orice entitate are nevoie să-și dezvolte capacitatea de memorare, atât faptică cât și conceptuală, adică în esență să-și conserve cumva experiența, precum și să-și structureze ierarhic informațiile memorate, ca să poată ulterior să opereze clasificări.

În capitolele următoare vom arăta că Homo Sapiens a ajuns, la un moment dat, la conștientizarea necesității conservării experienței dobândite, și și-a dezvoltat instrumente în scopul păstrării și transmiterii experienței sale.

Iar povestea este unul dintre aceste instrumente.

2.2.6 De la Intuiție la Rațiune

Daniel Kahneman e un psiholog israelian cunoscut pentru contribuțiile sale în psihologia mecanismelor care stau la baza rațiunii, dar notorietatea sa mondială se datorează mai degrabă Premiului Nobel dobândit pentru aportul adus la fundamentarea științifică a economiei comportamentale.

În cartea sa, „Gândire rapidă, gândire lentă",[75] Kahneman observă că mintea umană e caracterizată de două forme de gândire. Una dintre aceste forme nu se bazează pe un proces coerent de evaluare a „situației prezente",

[74] Ray Kurzweil, op. cit. pag. 270
[75] Daniel Kahneman, Gândire rapidă, gândire lentă, Publica, București 2012

ci e formată mai degrabă dintr-o mulțime de impulsuri care apar spontan în mintea noastră, și prin intermediul cărora ajungem foarte repede la soluție. Cealaltă formă e un proces intenționat și conștient de analiză a „situației prezente" și de comparare a situației prezente cu celelalte situații cunoscute, de identificare a diferențelor și de punere în balanță a eventualelor soluții. Desigur, cea de a doua formă de gândire e una rațională, dar mult mai lentă decât prima.

Kahneman a numit prima formă de gândire „Sistemul 1", iar celei de a doua i-a spus „Sistemul 2".

„Sistemul 1 [gândirea rapidă] operează automat și rapid, cu efort redus sau nul și fără senzația de control voluntar. Sistemul 2 [gândirea lentă] acordă atenția necesară activităților mintale solicitante, printre care se numără calculele complicate. Operațiile Sistemului 2 se asociază frecvent cu experiența subiectivă de activism, alegere și concentrare"[76].

Kaneman spune că atunci când ne gândim la propria noastră persoană, apelăm la Sistemul 2 (gândirea lentă), **eul conștient** fiind rațional, având opinii, luând decizii și alegând el însuși la ce să se gândească. Dar, în realitate, arată Kahneman, eroul vieții noastre nu este eul conștient, ci Sistemul 1, cea mai mare parte a deciziilor pe care le luăm în viață nefiind stabilite de eul conștient prin gândire lentă și rațională, ci fiind selectate rapid de Sistemul 1.

„Capacitățile Sistemului 1 includ abilități înăscute, pe care le avem în comun cu alte animale"[77] susține Kahnemand, precizând că Sistemul 1 e pregătit de la naștere să înregistreze și să recunoască obiecte, iar celelalte activități mintale ale Sistemului devin rapide și automate prin practică îndelungată.

Cititorul probabil deja a înțeles că ceea ce numește Kahneman Sistemul 1 este de fapt **intuiția**, iar ceea ce el identifică ca fiind Sistemul 2 este **gândirea rațională**.

Intuiția, așa cum arată Kurzweil și confirmă Kahneman, e mecanismul care justifică apariția neocortexului la animale, la fel cum justifică hiperpaliumul la păsările răpitoare și formațiunile complexe din cortexul dorsal al unora dintre reptile. Neocortexul s-a dezvoltat la mamifere din nevoia de a furniza soluții rapide pentru „situația prezentă" pe baza situațiilor anterioare stocate în memoria explicită. Practic, funcția care justifică apariția neocortexului este recunoașterea de modele și identificarea de soluții pe baza recunoașterii de modele, adică intuiția.

[76] Daniel Kahneman, op. cit. pag. 39
[77] Daniel Kahneman, op. cit. pag. 41

Când un elev este întrebat cât face 7x5, el probabil va răspunde repede că face 35, iar acest răspuns va fi fost furnizat de Sistemul 1 (intuiție), printr-o extragere rapidă a răspunsului din memoria explicită semantică. Dar dacă elevul nu știe tabla înmulțirii pe de rost, adică nu are răspunsul stocat deja în memoria explicită semantică, el va trebui să apeleze Sistemul 2 (gândirea rațională) și să adune lent „de 7 ori pe 5", adică să calculeze 5+5+5+5+5+5+5, iar la final să obțină 35.

Desigur, hipocampul va memora temporar rezultatul adunării repetate, iar dacă în zilele următoare elevul este iarăși întrebat cât face 7x5 și elevul va calcula din nou, hipocampul va observa repetiția și va decide să consolideze în neocortex, în memoria explicită semantică conceptul „7x5=35".

Sau, dacă doamna învățătoare, văzând că elevul nu știe cât face 7x5, va țipa la el, iar elevul se va speria, amigdala va sesiza încărcătura emoțională și va insista pe lângă hipocamp să consolideze mai repede în neocortex conceptul „7x5=35", și elevul va ști pe de rost că „7x5=35", dar fără să înțeleagă că „7x5" e de fapt „5+5+5+5+5+5+5".

O particularitate a intuiției (Sistemul 1) precizează Kahneman este că reprezintă o formă de gândire involuntară. Dacă știm pe de rost tabla înmulțirii, nu ne putem face mintea să nu ne dea automat răspunsul când cineva întreabă: „Cât face 7x5?".

Cititorul este rugat insistent ca în următoarele momente să nu se gândească la un elefant roz! Prea târziu, nu-i așa? Odată ce ați citit textul, și ați încărcat conceptul de „elefant" și pe cel de „roz" în memoria pe termen scurt, iar recunoscătorii de modele ai intuiției au și explorat memoria explicită semantică și v-au generat în memoria pe termen scurt reprezentarea unui elefant roz.

Colaborarea dintre cele trei creiere ale lui MacLean este destul de complexă. Mestecatul mâncării, care este un proces automat, controlat de cerebel, poate fi oprit atât de intuiție cât și de gândirea rațională. Ne oprim brusc din mestecatul unui măr când limba trimite creierului senzația unei texturi diferite, iar intuiția, explorând modelele din memoria explicită episodică, identifică un moment similar în care am mestecat un măr cu viermi. Dar ne putem opri brusc din mestecat și în urma unei decizii a Sistemului 2 (a gândirii raționale), adică atunci când avem motive raționale să nu mai mestecăm sau atunci când, din diferite motive, decidem rațional să nu mai mestecăm.

Putem reporni mestecatul, atunci când Sistemul 2 decide că nu e niciun vierme în bolul alimentar, dar dacă Sistemul 1 a explorat între timp

memoria explicită și ne-a încărcat memoria pe termen scurt cu reprezentări ale merelor cu viermi mestecate în trecut, vom mesteca cu scârbă. Iar dacă, fără voia noastră, Sistemul 1 și-a dus treaba până la capăt și a activat creierul reptilian, vom mesteca forțat o vreme și apoi vom vomita tot ceea ce am mâncat.

* * *

Am înțeles până aici că mecanismele preponderent motorii și automatizate cum ar fi mestecatul, mersul pe bicicletă, înotul sau cele ce țin de supraviețuire (respirația, bătăile inimii etc.) sunt în grija trunchiului cerebral și a cerebelului, adică a creierului reptilian, cum îi spunea MacLean.

Am înțeles că mamiferele au un sistem limbic, deci pot stoca în memorie amintiri și concepte, pe care le pot evalua inclusiv emoțional și că și-au dezvoltat cu toate (într-o măsură mai mică sau mai mare) neocortex, lucru care înseamnă că au Sistem 1, adică funcționează intuitiv.

Pe de altă parte, din câte se cunoaște până acum, se pare că singurul mamifer care operează și cu Sistemul 2, adică singurul despre care știm cu siguranță că are și gândire rațională, este mamiferul care poartă în nume gândirea rațională, adică Homo Sapiens.

Sapiens, în limba latină, este forma la modul participiu, timpul prezent, a verbului sapiō, care se poate traduce prin „a discerne" sau „a deosebi".

Gândirea rațională este o formă de gândire care folosește raționamentele logice și matematice în încercarea ei de a înțelege relațiile de ordonare[78] și de cauzalitate dintre concepte și, în ansamblu, în încercarea ei de a înțelege realitatea înconjurătoare.

***Cauzalitatea** în storytelling reprezintă o înșiruire de relații de tip cauză-efect între evenimentele din firul narativ, de la evenimentul declanșator și până la epifanie și de la epifanie și până la noul echilibru.*

Gândirea rațională este o **gândire critică**, care încearcă să se asigure că reprezentarea mintală a unui obiect corespunde cu obiectul în sine, iar în felul acesta, gândirea rațională operează cu noțiunea de „adevăr". O reprezentare a unei percepții e „adevărată" dacă ea este identică cu obiectul perceput.

[78] Relațiile de ordine, matematic vorbind (n.a.)

Dar, pentru a stabili valoarea de adevăr, e nevoie de a aplica procedeul comparării. Iar compararea înseamnă să identifici atât asemănările cât și deosebirile. Ori, intuiția, prin mecanismul recunoscătorilor de modele, nu funcționează decât prin asemănare. La nivelul intuiției, ideea de diferență dintre două obiecte asemănătoare nu are sens.

Intuiția poate stabili ierarhii, găsind „cel mai asemănător" obiect cu „situația prezentă", dar intuiția nu poate identifica diferențele dintre „situația prezentă" și „obiectul asemănător" din memoria explicită. Iar aceasta face ca, la nivelul operativ al Sistemului 1, adică al intuiției, să nu se poată face evaluări asupra valorii de adevăr.

De ce a apărut rațiunea?

Desigur, întrebarea de mai sus necesită analize și explicații ample pe care nu ne propunem să le abordăm aici. În schimb, vom încerca, printr-o exemplificare, să sugerăm necesitatea rațiunii pentru mamiferul cu un neocortex dezvoltat și o memorie explicită mare, care stochează o cantitate imensă de fapte și de concepte.

Se cunoaște că Omul de Neanderthal avea un creier mai mare decât îl avem noi, oamenii din prezent. Cel mai probabil, neocortexul lui era mai mare decât al nostru. Totuși, antropologii nu sunt cu toții pe deplin convinși că Omul de Neanderthal era cu adevărat o ființă rațională, în sensul în care sunt raționali oamenii de astăzi, astfel că el este clasificat științific ca *Homo Neanderthalensis* sau ca *Homo Sapiens Neanderthalensis*, în funcție punctul de vedere al celui care face clasificarea.

Este posibil ca diferența de mărime dintre creierul Omului de Neanderthal și creierul nostru să se datoreze faptului că Omul de Neanderthal funcționa intuitiv la un nivel superior modului în care funcționăm noi, iar pentru asta avea nevoie de un neocortex mai mare decât al nostru, cu scopul de a stoca în acesta mai multe fapte și mai multe concepte, pe care ulterior să le evalueze prin asemănare. Adică, este posibil ca Omul de Neanderthal să fi avut o memorie „mai mare" decât cea a omului de astăzi, dar să nu fi funcționat totuși ca animal rațional. Iar asta se pare că nu prea i-a fost de folos.

Să ne gândim că avem o piuliță de o anumită dimensiune și avem la dispoziție trei șuruburi, unul mic, unul mediu și unul mai mare. Fără să privim piulița, doar pipăind-o, dacă în memoria noastră explicită există conceptul de șurub, pe baza percepției mărimii piuliței pe care ne-o dă pipăitul, mintea noastră va reprezenta cumva „șurubul necesar" și tot prin pipăit vom recunoaște dintre cele trei șuruburi pe cel mai asemănător cu „șurubul necesar". După cum spuneam, legați la ochi, intuitiv și fără să facem vreo

măsurătoare, găsim șurubul cel mai asemănător cu cel necesar foarte, foarte repede.

Acum să ne gândim că avem o piuliță de o anumită mărime, de o anumită culoare, făcută dintr-un anumit material și cu un filet de o anumită dimensiune. Și avem mai multe șuruburi, de mărimi diferite, de culori diferite, din materiale diferite și cu filete diferite. Nu legați la ochi, ci cu ochii deschiși, tot avem nevoie de puțin timp ca să identificăm exact șurubul potrivit.

Dacă e prima dată când facem acest exercițiu, intuiția nu ne poate ajuta deloc! Copilul mic, nedeprins cu gândirea rațională, probabil va alege rapid, intuitiv, un șurub de aceeași culoare cu piulița, poate chiar și de aceeași dimensiune, dar cu siguranță nu-l va alege pe cel dintr-același material cu piulița și care să aibă și același filet cu piulița. Va fi însă suficient să repetăm exercițiul de câteva ori și să-i arătăm copilului care este „șurubul corect" și recunoscătorii lui de modele din neocortex se vor rearanja astfel încât să găsească după aceea, în mod constant, șurubul corespunzător.

Totodată, atunci când îi vom arăta șurubul corect, probabil că îi vom explica diferențele dintre șurubul corect și șurubul ales de el. „Iată, acesta este șurubul bun, pentru că, spre deosebire de al tău, are și materialul corespunzător, are și filetul corespunzător." – îi vom spune noi. Exerciții de genul acesta se fac la grădiniță pentru a deprinde copilul cu gândirea rațională.

Necesitatea apariției gândirii raționale ține de limitele intuiției. Într-un mediu în care nu apar schimbări majore, experiența stocată în memoria explicită poate fi apelată și reutilizată de fiecare dată când individul trece prin situații similare. Dar, dacă în mediu apare schimbarea, cu cât schimbarea este mai intensă sau mai amplă, cu atât experiența individului este mai lipsită de valoare.

Dacă schimbările din mediu sunt mici, e posibil ca modelele din memoria explicită să poată conduce la soluții rezonabile și individul să supraviețuiască schimbărilor, dar cu cât ritmul schimbărilor din mediu crește, cu atât intuiția (ca proces de identificare a soluțiilor și de rezolvare a problemelor) este mai puțin folositoare. Necesitatea apariției gândirii raționale ține de nevoia omului de a se adapta la schimbările ample din mediu, atunci când intuiția și întreaga lui experiență anterioară nu-i mai sunt de folos.

Ce este înțelegerea?

Înțelegerea este un proces în cea mai mare parte a lui conștient, iar pentru lămurirea modului de desfășurare a acestui proces, e necesar să vorbim puțin despre conștiință.

Conștiința, așa cum o descrie scriitorul și omul de știință Daniel Dennett[79], nu este o curgere secvențială de gânduri și de raționamente, ci e formată dintr-o serie de canale (fluxuri) paralele de curgere a informației, create de conexiunile neuronale din neocortex. Unele dintre aceste fluxuri se conectează cu zona memoriei pe termen scurt, ajungând să devină pentru o clipă gânduri conștiente, dar și acestea se sting repede dacă individul alege să le ignore. Atenția involuntară, ca proces „mecanic" determinat de încărcările din memoria senzitivă, poate de asemenea să provoace trecerea în memoria pe termen scurt a altor fluxuri.

Secvențialitatea și serialitatea gândurilor este o aparență sau mai degrabă o consecință a prelucrării lor în memoria pe termen scurt.

Specifică lumii mamiferelor intuitive nu este prelucrarea secvențială a gândurilor, ci țesătura de canale (fluxuri) paralele. Altfel spus, modul de lucru „din fabrică" al minții noastre e exact acela în care funcționează ea atunci când nu ne gândim intenționat la nimic și când ne trec prin minte (aparent haotic) tot felul de gânduri.

Utilizarea uneltelor, după cum vom arăta mai târziu, l-a făcut pe om să-și dezvolte atenția voluntară și să poată cumva crea o înlănțuire intenționată de gânduri, dar asta nu înseamnă că în mintea noastră nu apar spontan și alte înlănțuiri sau alte canale (fluxuri) paralele. În măsura în care noi ne-am deprins cu atenția voluntară, ne-am creat și abilitatea de a ignora din conștiință gândurile care nu se înlănțuiesc în secvențialitatea urmărită de noi.

În esență, conștiința noastră e o iluzie colectivă, zice Dennet, dată de tot creierul nostru odată, iar **fluxul conștiinței** pe care „îl urmărim" în propria minte nu este altceva decât un fel de amintire (decalată cu 200 de milisecunde) a gândurilor care ne-au trecut la un moment dat prin memoria pe termen scurt, fie spontan, fie determinate de atenția noastră voluntară.

Conștiința noastră fiind mai degrabă un efect al atenției, "ceea ce se întâmplă în aceasta este pur şi simplu ceea ce ne amintim să se fi întâmplat" - zice Dennet.

Înțelegerea e un proces care se întâmplă în memoria pe termen scurt, dar despre care noi aflăm cumva imediat după ce s-a întâmplat!

Trecerea de la intuiție la **înțelegere** e un proces care implică nu doar recunoașterea cauzelor schimbării și estimarea pavloviană a efectelor generate de schimbare, ci și observarea conștientă și atentă a acestor cauze, comparând critic amintirile similare cu situația prezentă. Intuiția îi spune

[79] Daniel Dennett, Consciousness Explained, Little Brown & Co, Boston MA 1991

animalului superior ce să facă într-o anumită situație. Înțelegerea îi spune omului de ce trebuie să facă ceea ce trebuie să facă.

Procesul înțelegerii este strâns legat de cauzalitate și de sesizarea unei legături dintre vechi și nou, dar și de sesizarea diferențelor dintre acestea două. Desigur, și intuiția îi poate sugera omului o anumită relație de cauzalitate între evenimente, în baza experiențelor anterioare, dar intuiția îi arată omului doar asemănarea, nu și diferențele.

Înlănțuirea raționamentelor procesului înțelegerii se desfășoară conștient până într-un punct, implicând în principal operații săvârșite voluntar și specifice gândirii raționale (analiză, sinteză, comparare, abstractizare, generalizare etc.) Dar, în înlănțuirea voluntară din cadrul procesului înțelegerii se pot strecura și operații specifice imaginației, pe care le-am asociat mai sus cu intuiția (analogie, schematizare, substituție, aglutinare etc.), dar care, de data aceasta, datorită atenției voluntare, se desfășoară tot conștient.

Prin operațiile specifice gândirii raționale, modelele stocate deja în memoria explicită suportă ajustări încât să înglobeze diferențele. În cadrul procesului de înțelegere este analizată critic experiența anterioară astfel încât în ierarhia de modele să fie inegratate diferențele descoperite prin comparare.

Procesul acesta de ajustare se realizează în paralel cu înlănțuirea conștientă și voluntară, dar noi, urmărindu-ne șirul raționamentelor, nu putem urmări toate fluxurile paralele de gânduri pe care le provocăm prin modificarea modelelor din memoria pe termen scurt.

Ceea ce facem ca ființe umane este să comparăm conștient și apoi să determinăm o modificare a unui model, după care, cu ajutorul atenției voluntare, procedăm la încă o comparare conștientă. În final, modificăm un model din memoria explicită. Toate aceste modele sunt interconectate între ele în structura ierarhică a neocortexului și orice modificare pe care o facem noi se propagă în ierarhie. Această propagare noi nu o mai urmărim, însă, pentru că în fluxul conștiinței noastre păstrăm un anumit lanț de raționamente.

În timp ce gândim rațional, provocăm secvențial modificări în conexiunile din neocortex, și asta facem fără să avem imaginea de ansamblu a tuturor modificărilor propagate și a tuturor conexiunilor stabilite.

Atunci când executăm un proces de gândire rațională intenționată, avem impresia că ne auzim gândurile. Asta înseamnă că în prelucrarea conceptelor din memoria explicită intervine și girusul frontal inferior stâng (Zona Broca). Iar participarea în procesul gândirii raționale a zonei

neocortexului responsabilă cu vorbirea, după cum se va vedea mai jos, e extrem de importantă în procesul înțelegerii.

Am văzut la capitolul despre memorie că de fiecare dată când apelăm un model din memoria explicită, îl extragem cu ajutorul hipocampului, care-și păstrează o imagine a modelului livrat către memoria pe termen scurt.

Totuși, modificările produse în neocortex de către raționamentele pe care le facem nu sunt consolidate neapărat tot prin intermediul hipocampului, pentru că, așa cum vom mai aminti și în subcapitolul *2.2.3 Memoria*, se pare că girusul frontal inferior stâng (care conține Zona Broca, responsabilă de limbaj) are și el capacitatea de a accesa zonele de memorie explicită.

Prin urmare, dacă în memoria pe termen scurt sunt aduse de către hipocamp (din memoria explicită) ierarhii de modele, iar aceste ierarhii sunt modificate ulterior și prin intermediul girusului frontal inferior stâng, modificările propagându-se în celelalte modele ierarhice fără ca să mai fim conștienți de acest proces, asta înseamnă că structuri ierarhice masive din neocortex se pot modifica în paralel chiar în timp ce noi gândim rațional.

Asta mai înseamnă că întreg procesul de cunoaștere pe care îl aplicăm asupra unui concept amplu sau asupra unei relații ample dintre concepte se poate modifica datorită gândirii noastre raționale, dar fără ca noi să fim conștienți de amplitudinea modificării.

Iar, la un moment dat, atunci când, în secvențialitatea intenționată a gândurilor noastre, cerem hipocampului să ne readucă în memoria pe termen scurt o structură ierarhică de modele, structura va fi sensibil diferită față de cum era ea prima dată, pentru că de data aceasta ea și-a internalizat și diferențele descoperite de către noi prin comparare cu situația care era cu câteva clipe mai devreme.

Abia acum, în momentul când avem stabilite în memoria pe termen scurt diferențele despre care vorbim și ca atare primim și structura modificată ce înglobează deja diferențele, avem „sentimentul" înțelegerii. Acel moment în care ne trezim cu un gând nou în cap și zicem: "Aaaa, așa stă deci treaba!" Gândul acesta nou a fost generat in mare parte inconștient, pe baza modificărilor conștiente pe care le-am făcut noi asupra modelelor.

Ba mai mult, amigdala, care este intim conectată la hipocamp, s-ar putea să identifice și ea diferența dintre structura ierarhică de modele „așa cum era ea așezată în urmă cu câteva clipe" și structura ierarhică de modele „reapelată cu modificări". Or, identificând schimbarea, amigdala va genera o emoție, pe care o va da spre executare creierului reptilian. Dacă noua ierarhie de modele este evaluată ca benefică supraviețuirii, amigdala ne va

da o emoție pozitivă, dacă e evaluată ca nefavorabilă supraviețuirii, amigdala ne va da o emoție negativă.

***Epifania**, în storytelling, este momentul în care eroul finalizează procesul de adaptare la schimbare și evoluează.*
În cadrul arcului emoțional, epifania este momentul de încărcătură afectivă maximă în care eroul trece de la ignoranță la înțelegere și, în urma înțelegerii dobândite, ia o decizie care va schimba radical cursul poveștii.

Aducerea de către hipocamp în fluxul conștiinței a noii ierarhii ample de modele actualizate cu diferențele se realizează însă spontan și instantaneu, ca o intuiție. Și, pentru că noi atunci când operăm modificări ca să înglobăm diferențele în modele nu avem imaginea de ansamblu, e firesc ca imaginea de ansamblu „să ne vină" ca o intuiție. Împreună cu răspunsul emoțional generat de amigdală, înțelegerea este percepută ca o revelație venită „de sus", ca o **epifanie**.

E drept, orice intuiție pare a fi un fel de „epifanie" pentru că soluția vine brusc din memoria explicită, fără vreun efort de gândire rațională. **Înțelegerea** e o formă specială de intuiție care apare imediat după un proces de gândire rațională și care înglobează diferențele identificate de acel proces de gândire rațională. Prin urmare, deși orice intuiție *pare a fi epifanie*, doar *înțelegerile sunt epifanii*.

Falsa epifanie

În general, se cunoaște că intuiția dă rezultate remarcabile în domeniul profesional de expertiză al individului, dar în afara acestui domeniu, soluțiile furnizate de intuiție sunt rareori validate de realitate.

Kahneman consideră că intuiția generează o „iluzie a validității"[80] care determină oamenii să facă previziuni selectând rezultatul cel mai reprezentativ. Adică, dacă cineva vede un om îmbrăcat în uniformă militară, se va gândi mai degrabă că acesta este cadru militar, și nicidecum la varianta că omul văzut ar putea fi furat niște haine militare cu care s-a îmbrăcat. Or, dacă ar cunoaște în amănunt uniformele militare, observatorul ar putea

[80] Daniel Kahneman, op. cit. pag. 658

determina, eventual, anumite diferențe față de normele legate de uniforme. Ar putea vedea poate că epoletul este specific gradului de ofițer superior, dar tresele sunt de subofițer, de pildă.

Analiza, sinteza, compararea și în general operațiunile specifice gândirii raționale ar trebui să ne apare de iluzia validității. În realitate însă se pare că avem o tendință de a nu aplica de fiecare dată operațiunile gândirii raționale.

Fenomenele de FakeNews și FullNews nu sunt altceva decât o explozie de „false epifanii" realizată în mințile celor care încearcă să găsească soluții pentru „situația prezentă", dar fără să aibă cunoștințele teoretice necesare în domeniul comentat, adică fără să aibă prezente în memoria explicită, episodică ori semantică, ierarhiile de modele potrivite. Astfel, observatorul face analogii între situația prezentă și ceea are în minte, fără să observe toate diferențele care ar invalida informația primită. Sau, o altă situație, concentrându-și atenția pe aspecte (diferențe) lipsite de relevanță.

Altfel spus, diferențele pe care le descoperă observatorul nu sunt suficiente pentru a îngloba schimbarea, iar multe dintre aspectele pe care acesta le înglobează în procesul gândirii nu sunt necesare.

Tot Kahneman amintea de faptul că intuiția este „insensibilă la mărimea eșantionului"[81]. De exemplu, dacă într-o țară de dimensiunile României un grup format din 350 de membri vor semna o petiție prin care vor cere ministrului sănătății să interzică un anumit medicament, oamenii vor crede că „o grămadă de medici" au cerut interzicerea acelui medicament, deși în România există peste 57.000 de medici, iar cei 350 care au semnat petiția reprezintă doar 0,6%. Adică, rațional vorbind, ar fi prea puțini ca să fie relevanți - din punct de vedere numeric -pentru întreaga categorie a medicilor. Iar, dacă e să fim răutăcioși, am continua judecând pur matematic, procentul celor care au cerut ceva s-ar situa în marja incidenței schizofreniei, care oscilează în lume între 0,5% și 0,8% !

Dacă cititorului i-a trecut brusc prin minte că grupurile mici de medici care lansează petiții ar fi formate din schizofrenici, intuiția este cea care i-a dat acest gând! Iar, rațional vorbind, gândul că acei medici ar fi schizofrenici e la fel de greșit ca și gândul că părerea a 350 de medici este reprezentativă pentru toți cei peste 57.000 de medici.

Spuneam, la sfârșitul subcapitolului 2.2.2 Creierul triun, că dacă până la teoria lui MacLean se considera că neocortexul domină celelalte părți ale

[81] Daniel Kahneman, op. cit. pag. 654

creierului, MacLean a schimbat paradigma, impunând ideea că sistemul limbic are capacitatea de a influența și a deturna funcțiile mentale superioare ale neocortexului în funcție de propriile sale norme.

După cum am observat mai sus, nivelul de importanță asociat unui model, astfel încât acesta să ajungă a fi consolidat de hipocamp în neocortex, depinde și de încărcătura emoțională care-l însoțește. O informație validă și utilă nu va fi investită de amigdală cu semnificația necesară, dacă cel care ne-o furnizează ne este antipatic. În felul acesta, după cum am mai arătat, calitatea învățării și a întregului proces intuitiv care aparține individului depinde de modul în care sistemul limbic evaluează informațiile.

Gândirea rațională, după cum am arătat, poate modifica ierarhiile de modele sau poate crea ierarhii de modele noi. Aceste modele noi apar exclusiv în neocortex, nu au investire emoțională. Apoi, am mai arătat faptul că memoria explicită a creierului uman s-a construit astfel încât să permită stocarea de informații. Dar nu oricare fel de informații, ci cele de care să se servească intuiția vieţuitoarelor care au trăit cu sute de milioane de ani în urmă, atunci când deciziile se evaluau emoțional, la nivelul sistemului limbic. Nici memoria noastră, a oamenilor contemporani, nici intuiția pe care o avem nu operează cu noțiunea de „adevăr", „adevărul" fiind o creație intelectuală a gândirii raționale. El nu este păstrat în creier, ci este constatat de fiecare dată când apelăm gândirea rațională. Astfel, în memoria noastră explicită pot fi stocate fără probleme concepte contradictorii.

Din ceea ce cunoaștem de la știința logicii, corectitudinea unui raționament depinde de calitatea premiselor. Iar pentru mintea umană, premisele gândirii raționale sunt constituite din conceptele stocate în memoria explicită. Din această perspectivă, informaticienii au un proverb: „garbage in, garbage out"[82]. Adică, dacă ierarhiile de modele din memorie nu sunt validate de realitate, atunci nici judecățile pe care le-ar face cu ele gândirea rațională nu vor avea un rezultat corect. Or, dacă în memoria explicită a individului există concepte contradictorii, subiectul poate ajunge la concluzii contradictorii chiar prin aplicarea corectă a gândirii raționale.

Cu mai bine de un secol în urmă, psihiatrul elvețian Eugen Bleuler a constatat „ambivalența intelectuală", adică alternarea constantă a ideilor care se exclud reciproc în raționament. Oamenii pot avea în minte idei contradictorii care să apară alternativ în memoria pe termen scurt și în fluxul conștiinței, și care să influențeze diferit raționamentele. Sigmund Freud a

[82] Din limba engleză: „bagi gunoi, obții gunoi"

exploatat apoi mai mult conceptul de ambivalență, enunțând chiar ideea că anumite tulburări psihice, cum ar fi tulburarea obsesiv-compulsivă, și-ar avea cauzele în ambivalență.

Ulterior, psihologul american Leon Festinger a lansat conceptul de „disonanță cognitivă" care ar reprezenta cumva anxietatea (neliniștea, tensiunea) provocată de faptul că în mintea individului există două opinii care, la o analiză rațională, s-ar exclude reciproc. De altfel, este celebru exemplul cu fumătorii care „știu că fumatul e nociv", dar cărora „le place să fumeze".

Nu întâmplător am ales exemplul cu fumătorul și cu verbele „a ști" și „ a plăcea". „Știutul" e o activitate pur cognitivă, din domeniul neocortexului, pe când „plăcutul" e o activitate emoțională, din domeniul sistemului limbic.

L-am amintit mai devreme pe MacLean, medicul neurolog american care spunea că sistemul limbic are capacitatea să deturneze funcțiile mentale superioare ale neocortexului. Chiar așa se întâmplă în cazul fumătorului lui Festinger. Pentru că fumatul produce plăcere, iar „știutul" că e nociv nu produce nimic, sau, printr-un șir de reprezentări, ar putea produce teamă de moarte, sistemul limbic va proteja plăcerea și va consolida în neocortex cu precădere informațiile „plăcute" legate de fumat, ignorându-le pe cele legate de nocivitatea sa.

Vom mai apela la un exemplu. Foarte mulți oameni bătrâni spun: „Înainte, pe vremea mea. era mai bine!" și o spun fără să mintă, în acord cu întreaga lor memorie explicită episodică, pentru că atunci când își rememorează amintirile din tinerețe, cei în vârstă aduc în memoria pe termen scurt modele ale unor întâmplări în care erau sănătoși și puternici. Amigdala investește aceste amintiri cu emoțiile plăcute care au dat semnificație în momentul memorării. Astfel, creierul lor sintetizează ierarhii de modele abstracte legate de conceptul de „trecut", pe care le asociază cu sentimente de bine, de confort, de sănătate.

Dar, dacă un bătrân ar apela gândirea rațională și ar face un calcul matematic, poate că ar vedea că din pensia de acum își permite să cumpere ceva mai multe bunuri de consum decât își permitea cu salariul încasat atunci când era tânăr și „era bine. Cel mai probabil, ansamblul de modele ierarhice nu s-ar modifica în creier, pentru că această informație nu are prea mare încărcătură emoțională, iar de aceea, amigdala nu este motivată să insiste pe lângă hipocamp ca să o consolideze în neocortex.

__Falsa epifanie__, în storytelling, este momentul în care eroul ajunge la o falsă înțelegere.
În general, el ajunge la o falsă credință despre sine, considerând că a înțeles schimbarea și a evoluat, dar falsa epifanie este evidentă pentru ascultătorul poveștii prin faptul că eroul urmărește în continuare aceeași dorință, schimbându-și doar mijloacele de împlinire a acesteia.
Falsa epifanie este un eșec al eroului în demersul său de adaptare la schimbare..

Cititorul este rugat să exploreze acum reacția emoțională pe care a avut-o când a citit mai sus despre petiția medicilor. În funcție de părerea sa despre conspirații, cititorul probabil crede în continuare că cei 350 de medici au dreptate, sau din contră, poate crede că cei 350 de medici sunt schizofrenici. Asta deși ambele gânduri, rațional vorbind, în baza premiselor date, sunt greșite.

De multe ori, individul trăiește false momente epifanice care-l fac să considere că a înțeles schimbarea, altfel spus că a înțeles diferența dintre „situația prezentă" și momentele similare existente deja în experiența sa. În realitate, soluția găsită de către om ca răspuns la „situația prezentă" nu este cu mult diferită față de cele aplicate în trecut în situații asemănătoare. Iar dacă este diferit, răspunsul nu este adaptat corect diferențelor.

Falsele epifanii sunt acele intuiții care apar spontan, în urma unor erori de raționament. Ele, aparent, au forma înțelegerii și dese ori, au chiar și încărcătura emoțională a înțelegerii. Erorile de raționament fac, însă, ca ele să nu înglobeze schimbarea, și prin urmare să nu fie înțelegeri sau epifanii autentice.

2.2.7 Epistemologia poveștii

În măsura în care memoria noastră nu operează cu noțiunea de adevăr, iar mintea noastră, - așa cum am arătat - poate stoca în memoria explicită premise contradictorii, s-ar părea că nu avem nicio garanție că „epifaniile" noastre sunt adevărate sau false. Motivul e simplu: pentru că din premise contradictorii nu pot reieși decât concluzii contradictorii[83].

[83] Gabriel Iliescu, Contrarietate între premisele şi negaţia concluziei în inferenţele clasice, Revista de filosofie vol.206, București 2016, pag.797

Dacă realitatea din jurul nostru este percepută și stocată în memoria noastră explicită „într-un fel", asta înseamnă că noi ne reprezentăm realitatea „într-un fel". Schimbarea, pe de altă parte, aduce o percepție a realității „în alt fel". Dacă nu ar fi așa, percepția schimbării va face ca neocortexul nostru să stocheze reprezentări contradictorii ale realității, o reprezentare „într-un fel" a realității așa cum era ea înainte de schimbare și încă o reprezentare, „în alt fel", a realității, care este schimbarea.

Pentru neocortexul aflat în fața unei asemenea ambivalențe a realității, refularea[84] diferențelor aduse de schimbare și construirea unei false epifanii pare să fie cea mai la îndemână soluție Și atunci, se poate pune întrebarea: este înțelegerea posibilă cu adevărat?

Fenomenologia, ca ramură a filosofiei, și-a propus cumva să înțeleagă mintea umană din perspectiva ideii de conștiință. Din perspectiva fenomenologiei, după cum observă psihologul german Franz Brentano[85], conștiința nu e „ceva în sine", cât e mai degrabă conștiința (sau conștientizarea) a ceva anume. Această perspectivă a dus ulterior la descoperirea metodei matematicianului Edmund Husserl și la înțelegerea conștiinței în modul în modul în care o face Daniel Dennett, despre care am vorbit anterior.

Cu alte cuvinte, omul nu este conștient „în sine", ci întotdeauna este conștient de ceva anume. Conștiința are întotdeauna obiect. În acest sens, marele filosof german Friedrich Hegel[86] susține că realitatea de care poate fi conștient omul la un moment dat (obiectul conștiinței – adică ce dobândește el în memoria explicită) constituie „teza". Această „teză" provoacă în mintea noastră o contradicție care se numește „antiteză", pentru ca în final, prin concilierea tezei cu antiteza, apare o „sinteză".

„Epifania adevărată", sau înțelegerea, așa cum am arătat mai sus, este o „sinteză" dintre două premise contradictorii (teza și antiteza). Dar, din perspectiva logicii formale, dacă teza este teză (principiul identității), iar antiteza este opusul tezei, nu poate exista o sinteză care să fie în același timp și teză și antiteză (principiul terțului exclus). Astfel, înțelegerea (sau epifania „adevărată") din punctul de vedere al rațiunii însăși, nu poate să existe.

Cititorul este rugat să-și amintească că, atunci când vorbim de mintea umană, noi nu vorbim spre realitatea obiectivă a universului, ci ne referim la percepția acestei realități, la reflectarea realității în recunoscătorii de modele

[84] În psihanaliză, refularea înseamnă excluderea unui gând sau a unei idei din câmpul conștienței.
[85] https://ro.wikipedia.org/wiki/Fenomenologie
[86] Hegel, Fenomenologia Spiritului

din neocortex, ori mai bine zis, la modul în care mintea umană conștientizează această realitate. Obiectiv discutând, niciuna dintre reprezentările contradictorii ale realității din mintea umană nu reprezintă corect și complet Realitatea.

Reluând ideea, știm că, din punctul de vedere al logicii formale, sinteza nu este posibilă, pentru că, dacă plecăm de la concluzii contradictorii, nu putem ajunge decât la concluzii contradictorii. Pe de altă parte, însă, logica formală funcționează în cadrul realității obiective, iar realitatea obiectivă este unitară și unică. Or, procesul înțelegerii nu are loc în realitatea obiectivă, ci în mintea umană, adică într-o realitate subiectivă, construită pe recunoscătorii de modele din memoria explicită a persoanei.

„Un singur şi acelaşi nivel de realitate nu poate da naştere decât unor opoziţii antagoniste"[87] confirmă și Basarab Nicolescu. Prin înțelegere, însă, mintea umană evoluează construind mai multe niveluri de realitate[88]. „Realitatea [obiectivă] este Una. [dar noi, ca să putem înțelege *înțelegerea*] trebuie să luăm în considerare în mod simultan toate nivelurile de Realitate"[89] care se dezvoltă în conștiința omului.

Prin urmare, *înțelegerea* este un proces care se realizează în realitatea subiectivă din mintea fiecăruia dintre noi, într-un proces dialectic de conciliere dintre teză și antiteză, în urma căruia, conștiința (realitatea sa subiectivă) accede spre un nivel superior al Realității obiective.

Fiziologic vorbind, accederea minții omului la un nou nivel al Realității implică consolidarea în neocortex de noi conexiuni între ierarhiile de modele și abandonarea vechilor conexiuni care nu corespund noii realități. Acest proces de reconfigurare a creierului poate fi asociat cu cuvântul „sens". În urma noului sens adus de înțelegere, omul își schimbă apoi principiile și metodele de lucru.

Rezumându-l cumva pe Daniel Dennett[90], putem spune că în mintea omului nu există „din fabrică" un sens al vieții sau un sens, în general. Sensul, în general, evoluează împreună cu neocortexul, iar pe măsură ce omul experimentează înțelegeri, viața lui începe (pentru el însuși) să capete sens. Înțelegerea este procesul care dă sensuri noi, iar prin aceasta dă Sens.

---

[87] Basarab Nicolescu, Ce este Realitatea? – reflecţii în jurul operei lui Stephane Lupasco, Junimea, Iași 2009, pag. 81

[88] Basarab Nicolescu, op. cit.

[89] Basarab Nicolescu , Discurs de recepţie a titlului de Doctor Honoris Causa, Universitatea din Craiova 2015.

[90] Daniel Dennett, Darwin's dangerous idea: evolution and the meanings of life, Simon & Schuster 1996

Daniel Dennett nu doar că acceptă ideea lui Jean-Paul Sartre (și a existențialiștilor, în general), și anume aceea că nu există un sens prestabilit și că fiecare individ construiește pentru sine un sens începând „de la zero". Dennett ne lasă să înțelegem că acest sens se recreează de la zero de fiecare dată când mintea umană experimentează o nouă înțelegere și accede la o nouă Realitate.

De altfel, această perspectivă a înțelegerii își găsește o abordare similară la Thomas Kuhn. Omul de știință și filosoful american nu tratează înțelegerea individuală a omului, ci mai degrabă se ocupă de cunoașterea științifică în ansamblu. Conform viziunii lui Kuhn, procesul cunoașterii științifice nu este unul liniar, cumulativ de informații. Este un proces care se petrece în salturi, perioadele de creștere liniară alternând cu perioade de criză urmate de „revoluții științifice". Aceste revoluții științifice, spune Kuhn, aduc schimbări de „paradigmă". Paradigma despre care vorbește filosoful citat este similară cu „sensul" despre care am vorbit noi mai sus, fiecare schimbare de paradigmă fiind similară cu reconfigurarea sensului din neocortexul uman, în urma înțelegerii.

Conform lui Kuhn[91], o paradigmă este constituită din regulile, normele și metodele pe care le folosește o comunitate științifică în procesul de cercetare. În cadrul paradigmei, cercetătorii acumulează cunoaștere până când întâlnesc fenomene noi care nu mai pot fi explicate și cercetate prin normele și metodele paradigmei. Atunci comunitatea intră în criză, iar, în final, intervine schimbarea de paradigmă, adică o altă înțelegere a Realității, în urma căreia este explicată din nou întreaga cunoaștere acumulată, dar în care, prin explicații nou date, înglobează și fenomenele pe care paradigma anterioară nu le putea explica.

Am pornit de la întrebarea este înțelegerea posibilă cu adevărat? Am văzut că înțelegerea este posibilă ca rezultat dialectic de conciliere a contrariilor în realitatea subiectivă, iar prin această conciliere a contrariilor, reprezentarea realității devine mai apropiată, din perspectiva neocortexului, de Realitatea obiectivă.

Se pune, însă, o întrebare: dacă procesul înțelegerii este unul strict subiectiv, presupunând că avem doi oameni care au aproximativ aceeași experiență de viață, ce se întâmplă atunci când cei doi se confruntă cu aceeași schimbare din mediul lor de viață ? Avem vreun motiv să credem că vor ajunge la aceeași înțelegere?

[91] https://ro.wikipedia.org/wiki/Thomas_Kuhn#Contribu%C8%9Bie_epistemologic%C4%83

Nimic din cele scrise până acum nu ne sugerează că ei ar ajunge la aceeași înțelegere! Fiecare dintre acești oameni va ajunge la *câte o înțelegere*, în funcție de modul în care fiecare și-a format o reprezentare a sensului vieții. Adică, fiecare dintre cei doi indivizi va internaliza schimbarea, cu siguranță că va ajunge la o înțelegere în funcție de propria lui paradigmă.

Asta înseamnă că dacă un om îi expune unui alt om o serie de evenimente prin care primul a trecut și care implică o serie de schimbări ale mediului, evenimente care l-au dus la o anume înțelegere, celălalt ar putea, urmărind seria de evenimente și internalizând schimbările, să ajungă la altă înțelegere, la altă concluzie, în funcție de propria lui paradigmă. Iar, în măsura în care fiecare a identificat corect diferențele, aceste înțelegeri diferite nu sunt false epifanii. Înțelegerea este un proces subiectiv de apropiere a realității reprezentate în neocortex de ceea ce numim Realitate Obiectivă. Apropierea se poate face din direcții diferite, în funcție de paradigmă.

__Planul Moral__, în storytelling, însumează credințele comune ale unui grup de oameni despre ceea ce este bine și ceea ce este rău.

Prin faptele sale, Eroul poate evolua individual, acceptând Planul Moral al __Lumii Poveștii__ sau poate provoca o revoluție, schimbând Planul Moral al Lumii Poveștii și astfel determinându-i pe ceilalți să evolueze.

De asemenea, __Epifania Eroului__ poate fi percepută de ascultători ca o __Epifanie Înfăptuită__ sau o __Epifanie Ratată__ în funcție de propriul lor Plan Moral.

Lumea Poveștii e percepută de ascultător ca bună sau rea în funcție de congruența dintre Planul Moral al Lumii Poveștii și propriul său Plan Moral.

Antropologia a observat că oamenii, trăind în grupuri și împărtășindu-și unul celuilalt experiența, ajung ca la nivel de grup să dezvolte caracteristici distincte în plan material, spiritual, intelectual și emoțional. Adică, fiecare grup își dezvoltă o cultură proprie.

După cum o să vedem în capitolele următoare, relația dintre cultură și storytelling este una de strânsă interdependență.

Storytelling-ul, după cum vom vedea în continuare, nu înseamnă doar o simplă expunere a unor fapte. Storytelling-ul se folosește de mecanismele narațiunii, dar storytelling-ul este mai mult decât narațiune. Storytelling-ul expune fapte, narate într-un cadru emoțional atent administrat, în așa fel încât să-i provoace ascultătorului o anumită epifanie, adică să-l aducă la o anumită înțelegere. În storytelling, provocarea epifaniei este un act intenționat.

Cultura creează un cadru pentru storytelling, iar storytelling-ul se înscrie în acel cadru, utilizând temele și motivele specifice acelui cadru în strânsă legătură cu reperele și valorile materiale, spirituale, intelectuale și emoționale specifice acelui cadru.

Cultura grupului determină în storytelling Lumea Poveștii, dar totodată storytelling-ul schimbă cultura grupului, de la o poveste la alta.

Concluzie

Neocortexul este Casa Poveștilor, dar este și regatul intuiției. E drept, în neocortex se săvârșesc atât intuițiile cât și gândirea rațională, dar gândirea rațională nu e altceva decât un instrument lent și la care omul apelează doar atunci când intuiția nu-i dă singură niciun răspuns sau atunci când eșuează experimentând toate soluțiile intuitive. Altfel spus, în regatul intuiției, gândirea rațională e un imigrant tolerat pentru că e dispus să spele toaletele sau să facă lucruri pe care intuiția nu e capabilă să le facă.

Omul a construit unelte, iar pentru construcția și utilizarea acestora a fost nevoie ca omul să-și exerseze atenția voluntară. Într-o măsură sau alta, se crede despre toate mamiferele că au un anumit nivel de conștiință, dar capacitatea de mobilizare a atenției voluntare i-a dezvoltat omului conștiința la acel nivel în care a putut să dobîndească capacitatea de a face operații specifice gândirii raționale și să ajungă, astfel, la înțelegere.

Înțelegerea e o formă specială de intuiție care apare imediat după un proces de gândire rațională și care înglobează diferențele identificate de acel proces de gândire rațională. Înțelegerea este un proces subiectiv, dar, prin storytelling, oamenii își sincronizează înțelegerile, construind culturi.

Ajungând la înțelegere, la un moment dat omul a conștientizat importanța înțelegerii și și-a construit chiar un model prin care să-și reprezinte această înțelegere. Iar acest model este „povestea".

Cum a ajuns omul, construind unelte, descoperind focul și dezvoltând limbaj vorbit, să descopere povestea și să devină povestitor, vom arăta în subcapitolul care urmează.

2.3 Povestea Omului

Evoluția înseamnă adaptare, iar adaptarea înseamnă înțelegerea, acceptarea și internalizarea schimbării. Ori, cine nu se schimbă pe sine, nu evoluează. De altfel, „măsura inteligenței individului e dată de abilitatea sa de a se schimba"[92], spunea Stephen Hawking în discursul său de absolvire al Universității Oxford.

E drept, Teoria Evoluției este totuși o teorie. Ea se bazează pe observațiile privind selecția naturală, făcute de zoologul Edward Blyth[93] și de către antropologul Alfred Russel Wallace[94], ca și pe sistematizarea lui Charles Darwin, expusă în celebra lui carte despre originea speciilor[95].

În esență, Teoria Evoluției afirmă că primele forme de viață au apărut pe pământ în urmă cu 3,5-3,8 miliarde de ani, iar toate celelalte viețuitoare au evoluat din acestea până la diversitatea de forme de viață din prezent, proces desfășurat prin cele trei mecanisme amintite mai sus: recombinarea genetică, mutația gametică și selecția naturală.

Inițial, Teoria Evoluției a fost vehement contestată de pe poziții teiste, dar în prezent, ea este aproape general acceptată ca un fapt. Toate descoperirile științifice din ultimii 160 de ani, de la paleontologie la microbiologie și până la neuroștiințe au confirmat această teorie.

De altfel, în ultimii ani, însăși Biserica Catolică a început un proces de asimilare doctrinară a Teoriei Evoluției, fiind cunoscută declarația din 2014 a Papei Francisc, care spunea[96] că nici Teoria Big Bangului, nici Teoria Evoluție nu sunt incompatibile cu doctrina catolică.

Evoluția umană este, totuși, un fragment din evoluția vieții în ansamblu. Pe de altă parte, evoluția umană implică achiziții și adaptări pe care nu le mai întâlnim la celelalte specii de viețuitoare. Utilizarea conștientă a uneltelor, stăpânirea focului și limbajul articulat au dus omul la un nivel de adaptare mult mai avansat decât în cazul celorlalte viețuitoare.

Dezvoltarea neocortexului, așa cum am arătat în paginile anterioare, i-a adus omului **înțelegerea**. Iar înțelegerea i-a sporit **inteligența**, această

[92]http://www.washingtonpost.com/news/answer-sheet/wp/2018/03/29/stephen-hawking-famously-said-intelligence-is-the-ability-to-adapt-to-change-but-did-he-really-say-it/
[93] Diverse articole publicate în „The Magazine of Natural History" între 1835 și 1837
[94] Alfred Russel Wallace , On The Tendency of Varieties to Depart Indefinitely from the Original Type, Linnean Society of London, 1858
[95] Charles Darwin , On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life, Londra,1859
[96]https://www.vatican.va/content/francesco/en/speeches/2014/october/documents/papa-francesco_20141027_plenaria-accademia-scienze.html

„meta-unealtă" cu ajutorul căreia omul își făurește, la nevoie, toate celelalte unelte necesare supraviețuirii.

După cum vom vedea în paginile următoare, pe parcursul a două milioane de ani, în amplul proces de transformare a maimuței în om, există un „moment" de cotitură definitoriu; un „moment" care a schimbat radical genul homo și care a dus la apariția a ceea ce numim astăzi om. Acel „moment" se întinde desigur pe câteva mii de ani, dar fără el nimic din ceea ce înțelegem astăzi ca fiind om nu ar fi fost posibil.

Gloriosul moment de transformare a animalului în om s-a săvârșit atunci când omul și-a format abilitatea de a identifica povești, de a spune povești și de a-și transmite cunoștințele mai departe - prin povești. Este, însă, evident, că așa cum dinozaurii n-au ajuns să zboare pentru că și-ar fi propus să zboare, nici omul nu a devenit povestitor pentru că și-ar fi propus acest lucru.

Abilitatea de a face povești este cel mai mare premiu pe care specia umană l-a câștigat la loteria evoluției și singurul fără de care nu ar fi putut ajunge acolo unde este acum. Denumirile pe care oamenii de știință le-au dat strămoșilor omului s-au format de la abilitățile dobândite de acesta în scopul supraviețuirii. Homo Habilis – omul îndemânatec; Homo Erectus – omul care stă în picioare; Homo Ergaster – omul care muncește; Homo Sapiens – omul înțelept, omul care și-a dezvoltat această meta-unealtă numită inteligență.

Specia din care facem parte noi în prezent este numită de oamenii de știință Homo Sapiens Sapiens. Adică, de două ori înțelept, ca și cum limbajul articulat ar fi dus lipsă de cuvinte descriptive și ar fi fost nevoie să-l dublăm pe „sapiens".

Jonah Goldberg e un scriitor și un analist politic american. În toamna lui 2014, Goldberg a publicat în National Review articolul „The Enduring Power of Story". În acest articol, el face geniala observație: „We evolved to learn through stories. We may as well be called homo relator, or storytelling man." (Am evoluat învățând prin povești. Ar trebui să ne numim Homo Relator, omul povestitor).

În paginile următoare, vom încerca să vorbim despre specia de oameni din care facem noi parte, Homo Sapiens Relator, și să arătăm cum am ajuns să fim povestitori sau storytelleri și să întărim ideea că această cale ne-a fost singura la îndemână în lupta noastră pentru supraviețuire.

Vom încerca să arătăm că suntem Homo Sapiens Relator pentru că nu puteam supraviețui altfel. Vom încerca să arătăm că am atins nivelul de

dezvoltare de astăzi datorită faptului că suntem povestitori, iar fără a fi povestitori nu am fi fost ceea ce suntem astăzi.

2.3.1 De la Australopithecus Afarensis la Homo Erectus

Am scris în subcapitolele anterioare, și, de altfel, am învățat cu toții la școală că omul a apărut în Cuaternar. Cuaternarul este a treia perioadă a Erei Cenozoice, a început în urmă cu 2,6 milioane de ani și durează până în prezent. Pe scara timpului geologic, noi încă trăim în Cuaternar.

După cum am arătat în subcapitolul *2.1.5 Suntem copiii glaciației*, privită în ansamblu, pe întreaga perioadă de 2,6 milioane de ani a Cuaternarului, clima planetei a fost extrem de instabilă, oscilând[97] de cel puțin 40 de ori între perioade de glaciație și momente de interglaciație, acestea durând între 10.000 și 15.000 de ani[98], iar perioadele de îngheț fiind mai mari, unele depășind chiar și 80.000 de ani.

În prezent, trăim în Holocen, ultima epocă din perioada Cuaternarului, care este o perioadă de interglaciație ce a început aproximativ în urmă cu 12.000 mii de ani și probabil se va sfârși în următoarele secole sau milenii, pământul urmând să intre apoi într-o nouă epocă de glaciație ce va dura probabil câteva zeci de mii de ani[99]. Istoric vorbind, Neoliticul a început odată cu Holocenul, iar întreaga noastră istorie (consemnată arheologic) s-a desfășurat în Holocen. Perioada de timp de dinainte de Holocen este denumită de știința cronologiei drept „preistorie".

„Momentul" în care omul a devenit povestitor s-a săvârșit, după cum vom arăta, în preistorie și a fost efectul eforturilor însumate de adaptare ale omului la schimbările de climă și de mediu din Cuaternar.

Omul, alături de maimuțe și de alte câteva specii, face parte din ordinul biologic al Primatelor. De-a lungul erelor, în ultimele 80 de milioane de ani, pe planeta noastră au trăit aproximativ 9.000 de specii de primate[100], dintre care mai trăiesc astăzi mai puțin de 450 de specii[101], adică mai puțin de 5% dintre câte au existat vreodată. Printre acestea, cele mai evoluate și cele mai inteligente sunt considerate a fi urangutanul, gorila, cimpanzeul și omul.

---

[97] William Ruddiman, Plows, Plagues and Petroleum: How Humans Took Control of Climate, Princeton University Press, New Jersey 2005

[98] Jamie Woodward, The Ice Age: A Very Short Introduction, Oxford University Press 2014, pag.111

[99] Lewis Dartnell, Origini – Cum a modelat Pământul istoria omenirii, Litera, București 2020, pag.39

[100] https://www.scientificamerican.com/article/study-suggests-primates-a/

[101] https://en.wikipedia.org/wiki/Primate

De-a lungul milioanelor de ani, primatele s-au răspândit atât în Europa și Asia cât și în pe continentul american, dar, cu excepția omului, cele mai evoluate au reușit să supraviețuiască doar în zonele calde: urangutanul în zonele cu climă ecuatorială din Indonezia și Malaiezia, iar gorilele și cimpanzeii în pădurile tropicale și subtropicale ale Africii, adică acolo unde efectele glaciațiilor au fost mult mai reduse.

O singură specie de primate a reușit să străbată Cuaternarul, supraviețuind glaciațiilor și adaptându-se la schimbări într-un mod în care nicio altă specie cunoscută nu a făcut-o. Aceasta este specia noastră.

În 1974, la Hadar, în regiunea Afar din Etiopia, s-au găsit fragmentele unei maimuțe despre care se crede că ar fi trăit în urmă cu mai bine de 3 milioane de ani, în Pliocen, adică cu aproape un milion de ani înainte de perioada Cuaternarului.

Climatul din epoca Pliocenului era unul destul de asemănător cu cel de astăzi, cu temperaturi în medie cu 3^{O} mai mari decât cele de astăzi și cu un nivel al oceanului planetar mai înalt cu circa 25 de metri.

Maimuța descoperită, ce trăise înaintea perioadei glaciațiilor Cuaternare, a fost numită „Lucy", iar specia în care a fost încadrată a fost botezată Australopithecus Afarensis - adică „maimuța sudică de la Afar". Lucy era o maimuță bipedă, cu o dentiție asemănătoare cu a oamenilor de astăzi, despre care se crede că se hrănea atât cu plante cât și cu carnea animalelor. Folosea ocazional unelte de piatră pentru a sparge oasele animalelor consumate sau pentru a desprinde carnea de pe oase[102]. Volumul creierului ei era de până la 500 cm^3, adică comparabil cu cel al cimpanzeilor de astăzi.

Cu 14 ani înainte de această descoperire, la sud de Etiopia, în Tanzania, fuseseră găsite fragmente fosile dintr-un schelet asemănător celui al lui „Lucy". Era vorba despre un exemplar care trăise ceva mai recent, mai apropiat de cel al oamenilor moderni. Descoperirea fusese clasificată drept „Homo Habilis" (omul îndemânatic). Cercetătorii au dezbătut vreme îndelungată dacă să considere că fosilele aparțin unui reprezentant al genului Homo ori unui australopitec.

Săa stabilit, însă, că Homo Habilis avea, totuși, creierul cu până la 50% mai mare, fiind cert faptul că folosea unelte de piatră pentru a măcelări și a

[102] Shannon McPherron, Zeresenay Alemseged ș.a., Evidence for stone-tool-assisted consumption of animal tissues before 3.39 million years ago at Dikika, Ethiopia, Nature vol.466 2010, pag.857–860

lua pielea animalelor[103]. De altfel, uneltele de piatră considerate a fi fost create de Homo Habilis sunt asociate culturii Oldowan, una dintre primele culturi de la a cărei apariție se consideră că începe Paleoliticul sau Epoca de Piatră.

Homo Habilis și utilizarea uneltelor

În general, se consideră că genul Homo începe cu specia Homo Habilis, care a apărut evoluând din Australopithecus Afarensis la începutul Cuaternarului, în urmă cu aproximativ 2,3 milioane de ani[104].

Figură 7- Cimpanzeu vânând termite
Foto: Mike R, Wikipedia

Utilizarea uneltelor, într-un fel sau altul, este întâlnită nu doar la primate, ci și la alte mamifere, ba chiar și la reptile ori la păsările de pradă – care, după cum am arătat, au hiperpalium, o structură cerebrală relativ similară funcțional neocortexului.

În 1966, au fost consemnați vulturi care, atunci când vor să spargă un ou, iau o piatră în cioc și o aruncă cu forță spre ou până îi crapă coaja[105]. S-a documentat, de asemenea, comportamentul crocodililor, care, în perioada în care egretele caută bețe să-și facă cuib, vânează ridicând din apă cu capul câte un băț, iar când pasărea coboară să ia bățul, o atacă[106]. De asemenea, faptul că cimpanzeii folosesc bețele într-un mod similar cu cel pe care-l facem și noi, oamenii, astăzi, este un lucru deja destul de cunoscut.

În general, animalele al căror creier are capacitatea de a stoca în memoria explicită structuri ierarhice de modele dezvoltă capacitatea de a utiliza obiecte întru atingerea scopurilor lor.

În fiziologia creierului, se cunoaște că emisfera stângă controlează partea dreaptă a corpului, iar emisfera dreaptă partea stângă a corpului, iar

[103] Elizabeth Pollard, Clifford Rosenberg ș.a., Worlds Together, Worlds Apart, New York 2014, pag.11
[104] Mark Maslin, Chris Brierleya ș.a., East African climate pulses and early human evolution, Quaternary Science Reviews vol 101, Elsevier 2014, pag. 1-17
[105] Jane Van Lawick-Goodall, Hugo Van Lawick-Goodall, Use of Tools by the Egyptian Vulture, Neophron percnopterus, Nature vol.212 1966, pag. 1468-1469
[106] https://www.sciencedaily.com/releases/2013/12/131204182433.htm

acest lucru pare să fie valabil de cel puțin 500 de milioane de ani, atât la reptile cât și la mamifere și păsări.

Lateralitatea este considerată a fi dominanţa funcţională a unei laturi a corpului uman asupra celeilalte, dominanţă care se manifestă la om în special în preferinţa utilizării unei anumite mâini.

Specializarea emisferelor este considerată de către unii specialişti[107] ca fiind un proces început, de asemenea, în urmă cu circa 500 de milioane de ani. Emisfera stângă este specializată în derularea procedurilor standardizate, iar emisfera dreaptă în detectarea și reacția la stimuli neașteptați, în general în reacția la imprevizibil, adică la schimbare.

Se crede că[108] în creierul uman, emisfera stângă controlează abilitatea limbajului articulat, dexteritatea mâinii drepte, abilitatea de a clasifica (gândire logică), precum și activitățile standardizate în general. Emisfera dreaptă este responsabilă de reacția noastră la situații neprevăzute și de procesarea emoțiilor. Această specializare a emisferelor pare a fi cauza lateralității, adică a preferințelor individului de a utiliza mai degrabă o mână decât cealaltă. Lateralitatea nu e un proces exclusiv uman, fiind întâlnită și la urangutani și cimpanzei și chiar și la alte animale, dar efectele ei au dus la om la o și mai strictă specializare a emisferelor.

Utilizarea uneltelor în activități cum ar fi cioplitul sau spartul nucilor înseamnă aplicarea atentă a unei proceduri clare. Partea ascuțită a pietrei trebuie de fiecare dată să lovească același loc al viitoarei sulițe pentru a o ascuți, iar nuca trebuie lovită cu precizie în anumite locuri pentru a fi crăpată.

Într-un mediu nesigur, mânuirea uneltelor la Homo Habilis s-a făcut sub controlul acelei emisfere a creierului care era deja capabilă să desfășoare o procedură previzibilă și standardizată, timp în care emisfera mai capabilă să proceseze imprevizibilul trebuia să fie liberă pentru a comanda rapid reacția la schimbare.

Preferința pentru mâna dreaptă la oameni în mânuirea uneltelor probabil a început să se dezvolte încă din vremea lui Homo Habilis, când omul încă nu vorbea și încă nu gândea rațional.

Utilizarea uneltelor cerea concentrarea atenției, adică păstrarea în fluxul conștiinței a unei curgeri secvențiale de gânduri (ierarhii de modele) pentru ca procedura să fie executată corect. Reacția la schimbare, adică la imprevizibil, cerea, dimpotrivă, o accesare masivă în fluxuri paralele a

[107] Peter MacNeilage, Lesley Rogers, Giorgio Vallotigara, Left and Right Brain,Scientific American 2009, pag.60
[108] ibidem

modelelor ierarhice din memoria explicită pentru a identifica extrem de rapid un răspuns potrivit la schimbarea din mediu.

Astfel, utilizarea uneltelor a determinat antrenarea și specializarea emisferei drepte în exercitarea cât mai eficientă a proceselor intuitive, punând premisele dezvoltării în emisfera stângă a gândirii raționale, prin utilizarea uneltelor emisfera stângă devenind mult mai capabilă să exercite atenția voluntară necesară rațiunii.

Dezvoltarea ulterioară a limbajului articulat în emisfera stângă sugerează, de asemenea, o specializare a emisferelor din perspectiva accesării și operării cu modelele ierarhice din memoria explicită, emisfera stângă dobândind o capacitate sporită de operare cu modelele din memoria explicită semantică, iar emisfera dreaptă cu accesarea modelelor din memoria explicită episodică.

De altfel, împărțirea memoriei explicite în două componente - semantică și episodică - fost făcută de către psihologul canadian Endel Tulving încă din anul 1972, în baza observațiilor efectuate pe modul de funcționare al minții omului contemporan. În ecuația evoluției, memoria episodică, ca formă de modelare în recunoscătorii de modele din neocortex a amintirilor trebuie să fi apărut înaintea conceptualizării și rafinării de modele ierarhice semantice. Adică, memoria explicită a mamiferelor a început să funcționeze preponderent ca memorie explicită episodică, înregistrând amintiri, iar ulterior neocortexul a extras conceptele din amintiri, pe baza acestora constituind memoria explicită semantică.

Memorie explicită semantică și capacitate de abstractizare au până la un anumit nivel și celelalte mamifere, iar acest lucru este probat de către Pavlov cu al său câine care saliva atât la aprinderea luminii, cât și la sunetul soneriei ori a clopoțelului, ceea ce ne arată că neocortexul câinelui are cumva capacitatea de a sintetiza conceptul de „hrană". Utilizarea uneltelor a dus, însă, la sporirea capacității de concentrare a atenției voluntare, la păstrarea (pentru o perioadă mai lungă de timp) în câmpul conștiinței a unei secvențialități intenționate de gânduri. În acest fel, a fost posibilă dezvoltarea gândirii raționale, care, mai târziu a dus la limbajul articulat.

În timp, emisfera dreaptă, rămasă responsabilă cu reacția la schimbare, și-a exercitat preponderent funcția de extragere de modele din memoria explicită episodică, extracție ce se realizează prin intermediul sistemului limbic, astfel că operațiunile desfășurate în emisfera dreaptă au rămas mult mai conectate la componenta emoțională decât cele din emisfera stângă.

Ca rezultat al acestei specializări, în prezent se consideră că emisfera stângă este mai degrabă specializată în operațiuni ce țin de analiza și sinteza, gândirea rațională, urmărirea secvențială a unui algoritm, abilitățile matematice și gândirea „în cuvinte", iar emisfera dreaptă de operațiuni ce țin de intuiție, imaginație, comunicare non-verbală, brainstorming și o capacitate holistică de identificare a arhetipurilor.

Limbajul trupului și paralimbajul

„Vreme de peste un milion de ani, copiii le-au cerut mamelor mâncare, vânătorii au cooperat pentru a ucide animale de pradă, iar cândva un om i-a arătat prietenului său cum să facă focul – toate acestea s-au întâmplat fără ca un singur cuvânt să fie rostit"[109]

Până la Homo Erectus, nu cunoaștem o altă specie care să fi dezvoltat un limbaj articulat, dar asta nu înseamnă că ființele vii nu au comunicat între ele până atunci.

În general, comunicarea în regnul animal implică transmiterea unui „semnal" și receptarea acestuia cu ajutorul organelor de simț. Am ales să spunem „semnal" și nu informații sau date pentru că prin „semnal" putem înțelege orice stimul senzorial care declanșează o reacție, fie că e una conștientă și intenționată, fie că e una făcută din reflex. Comunicarea nu reprezintă întotdeauna un proces intenționat și nu întotdeauna ceea ce „primește" receptorul corespunde cu ceea ce a vrut - sau nu - să transmită emițătorul.

Comunicarea implică un emițător care lansează un semnal într-un anumit mediu și un receptor care captează acel semnal. În funcție de natura mediului de comunicare, comunicarea în regnul animal poate fi vizuală, auditivă, tactilă ori chimică.

Mecanismele comunicării chimice intenționate se bazează pe „feromoni", adică substanțe chimice prin care viețuitoarele lansează semnale în scopul marcării teritoriului, găsirii hranei sau pentru identificarea partenerilor necesari în procesul de reproducere.

Comunicarea tactilă reprezintă atingeri prin care mamiferele își arată afecțiunea, confortul, frica etc. Este cunoscut faptul că tigrii și felinele în general își ling puii fără ca această operațiune să aibă întotdeauna vreo funcție igienică, la fel cum puii de urs simulează lupte, iar cimpanzeii practică atingeri pentru a-și arăta grija sau compasiunea.

Lătratul, mârâitul, torsul (la pisici) sunt forme ale comunicării auditive. Având neocortex care memorează ierarhii de modele și având capacitatea

[109] Tonya Reiman, Limbajul trupului, Curtea Veche, București 2007, pag.27

de a învăța prin mecanismul observare-imitare-repetare, mamiferele deprind modalități de emitere de semnale auditive pe care le practică pentru atingerea diferitelor scopuri.

Se cunoaște că lătratul puilor de câine este mai mult o reacție la anxietatea creată de apariția unor animale străine în preajmă. Apoi, observând că în urma lătratului celelalte animale se îndepărtează, câinii latră intenționat ca să le îndepărteze, atunci când vor asta.

În general, datorită dimensiunilor laringelui, sunetele scoase de animale au o tonalitate mai înaltă și un volum mai mic atunci când animalele sunt mici și o tonalitate mai joasă și un volum mai puternic atunci când animalele sunt mari. Astfel, la nivelul întregii clase a mamiferelor, sunetele joase emise cu volum puternic sunt percepute ca semnale emise de entități puternice ori masive. Un sunet gros și puternic sperie mai mult decât un sunet subțire și slab, iar acest lucru este valabil în cazul tuturor mamiferelor.

Comunicarea vizuală este forma de comunicare cu cel mai mare potențial la nivelul clasei mamiferelor. Comunicarea vizuală înseamnă decodarea de mișcări, posturi ale corpului sau gesturi.

Cunoașterea vizuală a unui obiect se poate realiza privind obiectul din toate unghiurile posibile. Mamiferele curioase se învârt în jurul obiectului pe care-l privesc ca să-l poată vedea din toate unghiurile, iar mișcarea în cerc în jurul unui obiect semnifică curiozitate și interes la nivelul întregii clase a mamiferelor.

Locomoția la mamifere implică o anumită postură fizică. Mamiferele care stau răsucite pe spate ori culcate pe burtă nu se pot deplasa din poziția aceea la fel de ușor ca cele care stau drepte pe toate cele patru picioare. O astfel de postură este percepută de toate mamiferele ca mult mai lipsită de agresivitate decât postura în care mamiferul stă în picioare, gata de a se mișca.

La toate mamiferele, zona viscerelor este o zonă vulnerabilă la lovituri. Un mamifer care își protejează viscerele va expune o zonă mai rezistentă, dar un mamifer care se simte în siguranță va putea să-și expună și zona viscerelor.

Orificiile bucale ale mamiferelor sunt acoperite de buze, iar în momentul în care mamiferul dorește să muște, el trebuie să-și deschidă gura și să-și dezvelească dinții. Dezvelirea dinților este un mesaj agresiv transmis și recepționat la fel de aproape toate mamiferele.

Posturile corpului și gesturile amintite mai sus fac parte din „comunicarea naturală" a mamiferelor.

Mecanismul intuitiv, care se sprijină pe sistemul limbic și neocortex face ca aceste semnale să fie înregistrate în memoria explicită episodică din perioada primelor experiențe de viață ale mamiferelor, încât acestea sunt decodate identic și intuitiv de către toate mamiferele.

Spuneam într-un capitol anterior că interconectarea complexă care se realizează la nivelul neocortexului între recunoscătorii de modele nu este definită în ADN, ci reflectă activitățile de învățare de pe parcursul vieții. Dar, de-a lungul milioanelor de ani la mamifere și a sutelor de mii de ani la om, datorită mutațiilor genetice, o parte dintre aceste mecanisme de recunoaștere au fost preluate direct de către sistemul limbic și chiar automatizate în creierul reptilian. Apoi, recombinarea genetică și selecția naturală (determinată la om de cadrul social) au făcut ca aceste mutații să se perpetueze în generațiile următoare. Astfel, o bună parte din mecanismele de comunicare naturală au devenit automate și cumva autonome față de neocortex.

Antropologul austriac Irenäus Eibl-Eibesfeldt a observat[110] că anumite expresii faciale, cum ar fi zâmbetul, apar inclusiv la copiii născuți surzi sau orbi, fără ca aceștia să le fi învățat de undeva. De asemenea, opinia lui Charles Darwin că anumite gesturi ar fi înnăscute și nu învățate a fost confirmată prin studii[111] realizate pe cinci culturi diferite.

Comunicarea naturală este o formă de comunicare ce se bazează pe decodarea intuitivă a mesajelor, în afara oricărui context specific. Comunicarea culturală implică existența unui context specific de decodare a mesajelor. Comunicarea nonverbală naturală realizată de recunoscătorii de modele din neocortex se bazează pe mecanisme localizate în principal în sistemul limbic fără un context bine definit în memoria explicită, comunicarea nonverbală culturală se bazează pe interpretarea dată de recunoscătorii de modele din neocortex în baza contextului definit de memoria explicită.

Comunicarea nonverbală naturală se face la un anumit nivel într-un „limbaj" (cod) comun tuturor mamiferelor, iar la un nivel superior într-un „limbaj" comun tuturor oamenilor. Comunicarea nonverbală culturală se face pe baza unor „limbaje" (coduri) învățate intuitiv de-a lungul vieții din mediul apropiat (de la mamă, din familie ori din grupul social).

[110] apud Alan Pease, Barbara Pease, Body Language, Pease International 2004
[111] Paul Ekman, Richard Sorenson, Wallace Friesen, Pan-cultural elements in facial displays of emotion, Science vol. 164 1969, pag.86–88

De la semnul clasic de salut cu palma deschisă, până la „le salut roumain" al lui Jonathan Lambert, palma desfăcută spre celălalt este în general un semn lipsit de orice formă de agresivitate.

Figură 8 - Gestul „fasceloma" sau „muța"

Se consideră că arătarea interiorului palmei este un semn comun în specia umană, moștenit de Homo Sapiens tocmai de la Homo Habilis, prin arătarea interiorului palmei individul comunicând că nu are nicio armă cu care l-ar putea răni pe celălalt.

Politicienii sunt des sfătuiți să pozeze cu palmele deschise, pentru a nu se arăta agresivi pe afișe.

Palma deschisă mai semnifică solicitarea umilă de a primi ceva și este un gest pe care-l practică în prezent atât oamenii (cerșetorii, de exemplu) cât și cimpanzeii.

Am putea astfel spune că acest gest face parte din comunicarea naturală umană, moștenită de la speciile anterioare, și că este decodat intuitiv în același fel oriunde în lume. Oriunde în lume, mai puțin în Grecia! În Grecia, gestul „fasceloma" sau „muța", adică prezentarea printr-o mișcare înainte a palmei deschise cu toate degetele întinse direct către fața celuilalt este un gest tradițional de insultă. Se crede că e un gest care se practica și în antichitate și care, în perioada Misterelor Eleusine, completa teatral aruncarea unui blestem. Gestul fasceloma e un mijloc de comunicare nonverbală, e drept, dar reprezintă „comunicare culturală".

Se pare că nu doar la om comunicarea nonverbală include atât o componentă naturală cât și una culturală. Jane Goodall a descoperit la triburile de cimpanzei diferențe sensibile în modelul comportamental[112], diferențe ce țin atât de modul în care mânuiau uneltele ori construiau diferite lucruri, cât și de modul în care practicau anumite „dansuri" sau ritualuri de împerechere. Aceste diferențe „culturale" se formaseră de-a lungul generațiilor, iar puii le deprindeau de la mamele lor.

Homo Habilis avea cu siguranță abilități de comunicare naturală cel puțin la fel cum au cimpanzeii din zilele noastre. Dar Homo Habilis, mânuind uneltele, a început să-și dezvolte capacitatea de gândire rațională și capacitatea de stocare în memoria semantică a conceptelor abstracte, iar

[112] Matt Brunette, Do Chimpanzees Have Culture?, Jane Goodall Institute of Canada, Toronto

astfel nu doar că a devenit capabil de „comunicare culturală", dar a început să producă cultură pur și simplu.

Limbajul trupului, gesturile și expresiile faciale au atât o componentă de comunicare naturală cât și una de comunicare culturală.

Limbajul trupului, în componenta sa de comunicare naturală, manifestându-se la om cu mult timp înainte de limbajul vorbirii articulate, și făcând parte cumva din moștenirea pe care maimuțele au primit-o de la mamiferele de dinaintea lor, face ca noi, oamenii prezentului, să-l putem decoda intuitiv și să-i recepționăm corect mesajul în plan emoțional, chiar dacă în planul cognitiv rațional nu suntem conștienți de această decodare.

Componenta culturală a limbajului trupului, adică gesturile și posturile cu semnificație culturală, în storytelling, se consideră că face parte din ***Lumea Poveștii.***

Componenta naturală a limbajului trupului și a paralimbajului se stabilește în cadrul ***Arcului Emoțional.***

Actul de a minți este un act rațional deliberat. După setările noastre „din fabrică", noi suntem programați să spunem adevărul. Atunci când comunicăm ceva ce nu corespunde informațiilor din memoria noastră explicită, limbajul vorbit, controlat de emisfera stângă a creierului nostru, va emite mesajul pe care voim să să-l transmitem, adică minciuna, dar limbajul trupului nostru, controlat de emisfera intuitivă (dreaptă) va transmite un altfel de mesaj decât cel transmis de noi verbal. Atunci când suntem mințiți, de cele mai multe ori simțim că suntem mințiți sau simțim că ceva nu este în regulă, iar acest lucru se datorează faptului că creierul nostru identifică lipsa de congruență dintre limbajul vorbit și limbajul natural al corpului celui care ne vorbește.

Componenta culturală a limbajului trupului conține gesturi și poziții ale corpului specifice culturii locului, cum ar fi „salutul militar", „semnul victoriei" al lui Winston Churchill etc., pe când componenta naturală a limbajului trupului exprimă mai degrabă emoții.

2.3.2 De la Homo Erectus la Homo Sapiens Idaltu

Perioada Cuaternarului a debutat cu Glaciația Biber, a urmat cu perioada de interglaciație Biber-Danube și a fost continuată de Glaciația Danube. Deși cele două prime glaciații cuaternare au afectat atât emisfera nordică cât și sudul Americii de Sud, efectele lor climatice au fost mult mai puțin evidente în Africa, cu excepția zonelor montane înalte din Kenya[113]. În general, antropologii consideră că pe o lungă perioadă de timp de aproximativ 500.000 de mii de ani, Homo Habilis și-a dezvoltat abilitățile, s-a adaptat din ce în ce mai bine la mediul de viață din Africa și a devenit Homo Erectus.

De la Homo Habilis la Homo Erectus, volumul creierului se dublează până la aproximativ 1.200 cm^3, iar înălțimea corpului ajunge să depășească 180 de centimetri.

Homo Erectus a apărut în Africa[114] în urmă cu aproximativ două milioane de ani[115] și a evoluat pe întreg continentul african în cadrul subspeciei Homo Erectus Ergaster[116].

În urmă cu două milioane de ani se sfârșește, însă, perioada de glaciație Danube și începe Interglaciația Danube-Günz. Europa și Asia încep a se dezgheța și, după ce s-a răspândit în întreaga Africă, Homo Erectus este astfel prima specie de oameni care iese din Africa și ajunge în Europa și în Asia Mică.

Migrația din Africa s-a făcut în valuri succesive care și-au atins apogeul aproximativ în urmă cu 1,8 milioane de ani[117]. Explorarea continentului african și cea din afara Africii i-au permis lui Homo Erectus să aibă acces la o hrană bogată și diversificată[118], care a dus, în timp, la creșterea volumului creierului. Dezvoltarea neocortexului a generat, pe de altă parte, apariția unei compasiuni sporite pentru semeni și a dus la dezvoltarea unor modele culturale de creștere în comun a copiilor[119].

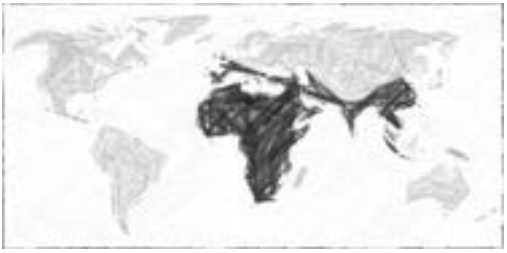
---

[113] Wiliam Mahaney, Quaternary glacial chronology of Mount Kenya massif, Developments in Quaternary Science vol.2, Elsevier, Amsterdam 2004, pag.227-231
[114] Yuval Noah Harari, Sapiens, Polirom, București 2017
[115] Agustin Fuentes, Scânteia Creativă, Publica 2017
[116] Ian Tattersall, Homo Ergaster and its Contemporaries, Handbook of Paleoanthropology, Springer 2013, pag.5-14
[117] Lewis Dartnell, op. cit.
[118] Agustin Fuentes,op.cit.
[119] ibidem

***Aliații**, în storytelling, sunt personaje proactive care îl sprijină pe Erou în demersul său de rezolvarea Problemei.*
***Mama, Mentorul** și **Expertul** (preotul, vrăjitorul, inginerul, IT-stul etc.) sunt, în storytelling, modele arhetipale de aliați.*

În urmă cu un milion de ani, planeta intră într-o nouă epocă de gheață, Glaciația Günz. Homo Erectus Ergaster din Africa ajunge să fie izolat de ceilalți homo erectuși din Europa, iar Homo Erectus din Europa înghețată încearcă să supraviețuiască căutând zonele mai calde.

Din cauza condițiilor mai aspre, pentru a supraviețui în grup, Homo Erectus din Europa începe să își extindă capacitatea de învățare prin mecanismul mamifer de „observare-imitare-repetare", ajungând să dezvolte mecanisme culturale de învățare prin ucenicie[120].



Figură 9 - Răspândirea lui Homo Erectus
Foto: Bradshaw Foundation

În urmă cu aproximativ 700.000 de ani, clima devine mai blândă și pentru o sută de milenii, planeta intră în perioada de interglaciație Günz-Mindel. În această perioadă, vânătoarea organizată devine activitate de grup specifică tuturor specimenelor de Homo Erectus, iar homo erectușii, atât cei din Africa cât și cei din Europa, își încep migrațiile spre estul Asiei[121].

Pentru încă 240.000 de ani, clima se răcește din nou, în cadrul glaciației Mindel. Deși, în diferite locuri de pe planetă, există dovezi ale utilizării intenționate a focului - datând chiar și din urmă el un milion de ani - majoritatea specialiștilor înclină să accepte datarea lui John Gowlett[122], care a arătat că undeva în urmă cu aproximativ 400.000 de ani, adică spre sfârșitul

[120] ibidem
[121] ibidem
[122] John Gowlett, The discovery of fire by humans: a long and convoluted process, Philosophical Transactions B vol.371 ,Royal Society, London 2016

glaciației Mindel, utilizarea intenționată a focului era un procedeu comun și generalizat la Homo Erectus.

Glaciația Mindel a izolat iarăși grupurile de oameni, forțându-le să evolueze separat, în condiții relativ distincte, în funcție de mediul în care trăiau. Sutele de milenii de izolare au creat variații rasiale în cadrul speciei Homo Erectus, care au dus la apariția Omului din Pekin în China (Homo Erectus Pekinensis), a Omului din Heidelberg (Homo Erectus Heidelbergensis) în Germania și a Omului din Java (Homo Erectus Erectus) în Indonezia.

Antropologia ne arată că Homo Erectus este un reper clar și definitoriu în evoluția omului, de la australopitec la omul din prezent. Totuși, Homo Erectus nu a fost singura linie de evoluție umană, ci singura care a condus spre Homo Sapiens, toate celelalte linii stingându-se în timp.

După cum australopitecul a trăit în paralel cu un alt hominid, parantropul, Homo Habilis a evoluat din australopitec, iar parantropii nu au reușit să se adapteze schimbărilor. Ca atare, aceștia au dispărut, la fel se crede că au existat și alte specii care s-au ridicat din Homo Habilis și care au trăit o vreme în paralel cu Homo Erectus, dar care nu au reușit să se adapteze în felul în care a făcut-o Homo Erectus. Din acest motiv, au dispărut, la rândul lor. La fel s-a întâmplat și cu alt „frate" al australopitecului, pitecantropul Rudolfensis, lucru care s-a întâmplat, probabil, îm cazul multor alte specii umane.

În anul 2003, în peștera Liang Bua din Insula indoneziană Flores, a fost descoperit Homo Floresiensis. Deși sunt cercetări care sugerează că „Oamenii din Flores" ar fi specimene de Homo Erectus (bolnave de ceva similar cu Sindromul Down[123]) mai degrabă decât o specie distinctă, se consideră că Homo Floresiensis ar fi un urmaș distinct al lui Homo Habilis, adică un frate al lui Homo Erectus, care ar fi migrat în paralel cu Erectus din Africa în Indonezia, ori ar fi migrat chiar cu un milion de ani mai devreme. Despre Homo Floresiensis se crede că ar fi fost eliminat în urmă cu peste 50.000 de ani de către specia noastră, Homo Sapiens, la venirea noastră în Indonezia. Oricum ar fi, se pare că sutele de milenii în care Homo Floresiensis a trăit în condițiile de viață prielnice și oarecum stabile din Indonezia ecuatorială nu l-au forțat să se adapteze unor schimbări dramatice, adică nu l-au făcut să evolueze, iar asta l-a făcut o pradă facilă pentru Homo Sapiens.

[123] Maciej Henneberg, Robert Eckhardt ș.a., Evolved developmental homeostasis disturbed in LB1 from Flores, Indonesia, denotes Down syndrome and not diagnostic traits of the invalid species Homo floresiensis, Proceedings of the National Academy of Sciences vol.111, Washington D.C. 2014, pag. 11967-11972

Nu există nicio dovadă[124], de exemplu, că Homo Floresiensis ar fi cunoscut focul.

Un alt presupus frate sau urmaș al lui Homo Habilis, care a trăit în paralel cu Homo Erectus și chiar cu Homo Sapiens Idaltu, a fost și Homo Naledi[125], descoperit în 2015 în Africa de Sud. Dimensiunile acestuia sunt mai degrabă comparabile cu ale lui Homo Floresiensis, iar cutia craniană nu se apropie nici pe departe de dimensiunile la care a ajuns la Homo Erectus. Forma mâinilor, precum și dentiția, îl apropie pe Homo Naledi mai degrabă de omul modern decât de australopiteci. Homo Naledi locuia în peșteri, astfel că necesitatea utilizării focului pare evidentă, dar (ca și în cazul lui Homo Floresiensis) nu există semne că Homo Naledi ar fi utilizat focul. Fără să existe dovezi evidente, se speculează că Homo Naledi ar fi fost eliminat de Homo Sapiens, la fel cum au fost eliminați Homo Floresiensis și urmașii lui Homo Erectus, Omul de Neanderthal și Omul de Denisova.

Descoperirea focului a adus omenirii avantaje evidente, cum ar fi încălzirea locuinței – ceea ce a dus la sporirea capacității de a supraviețui temperaturilor scăzute, ori gătirea alimentelor și creșterea calității hranei – ceea ce a dus la creșterea masei creierului.

Antropologul Michael Chazan consideră că socializarea în jurul focului a fost esențială în evoluția omului ca animal social. „Pentru om, focul este o tehnologie, dar el este atât de adânc încorporat în societatea umană încât are și o dimensiune spirituală"[126].

Focul l-a ajutat pe Homo Erectus să se apere de prădători, creând o demarcație în spațiu și delimitând „spații sigure". Așezate în jurul propriilor focuri, grupurile de homo erectus se separau unele de celelalte. În jurul „focului tău" erau părinții tăi, copiii tăi, prietenii tăi – în jurul celorlalte focuri erau „ceilalți". Focul arzând captează atenția, iar funcția socială a focului a început a se manifesta atunci când neocortexul lui Homo Erectus, aflat într-un proces de dezvoltare a stării de conștiință și începând a se deosebi prin gândirea rațională și identificarea diferențelor, l-a descoperit pe „celălalt".

[124] Mike Morley, Journal of Archaeological Science, apud https://www.sciencedaily.com/releases/2016/06/160629165910.htm
[125] Lee R Berger, John Hawks ș.a., Homo naledi, a new species of the genus Homo, eLife 2015
[126] Michael Chazan, Toward a Long Prehistory of Fire, Current Anthropology vol.6, University of Chicago Press 2017

***Antagonistul**, în storytelling, este „celălalt", care este asemănătorul Eroului în faptul că urmărește să-și îndeplinească aceeași dorință cu eroul, dar este opus eroului pentru că urmărește să-și îndeplinească dorința pentru sine și nu pentru Erou, cum fac aliații.*

Intuiția, specifică mamiferelor, îi spunea omului că atât el cât și „celălalt" sunt asemănători, dar împărțirea grupurilor „pe focuri" îl ajuta pe om să vadă diferența. Antropologic vorbind, în cadrul dezvoltării omului, „noi" a apărut înainte de „eu". Focul a avut, probabil, un rol esențial în consolidarea - în rândul recunoscătorilor de modele ierarhice din neocortex - a conceptului abstract de „noi", în contrarietate cu „ceilalți". Și „noi" și „ceilalți" suntem oameni, dar fiecare dintre noi stăm grupați la focul nostru. Și „noi" și „ceilalți" avem nevoie de mâncare, dar ne preparăm mâncarea, fiecare la focul lui. Focul delimitează grupurile de homo erectus și creează relaționări antagonice între acestea, care ulterior duc la conflict, pentru că descoperirea focului, social vorbind, a dus la împărțirea conștientă a oamenilor în aliați și dușmani.

Societatea se consolidează prin activități realizate în grup de către toți membrii societății respective. Dar nici confecționarea uneltelor, nici vânătoarea și nici mâncatul nu adunau mai eficient la un loc oamenii așa cum o făcea focul.

Figura 10 Răspândirea Omului de Neanderthal
Foto: Nicolas Perrault (Wikipedia)

Sfârșitul glaciației Mindel de acum aproximativ 380.000 de ani și intrarea în perioada de interglaciației Mindel-Riss duce la o dezvoltare sporită a societății erectușilor, oamenii primitivi dezvoltându-și abilitățile de vânătoare coordonată. Focul începe să aibă o utilizare frecventă, iar carnea începe să se consume mai des. Astfel, unii urmași ai subspeciilor de Homo

Erectus încep să aibă creierul de o dimensiune comparabilă cu cea a oamenilor de astăzi[127].

În Europa, ca urmași ai lui Homo Erectus Heidelbergensis, apar mult mai evoluatul Om de Neanderthal (Homo Neanderthalensis) și fratele acestuia, Omul de Denisova (Homo denisovensis) – care se va îndrepta spre Asia, unde l-a întâlnit probabil pe urmașul lui Homo Erectus Pekinensis.

Nici în Africa, care era ferită de gerurile glaciației, evoluția omului nu s-a oprit. Undeva pe la sfârșitul glaciației Mindel, Homo Erectus Ergaster a evoluat înspre ceea ce antropologii au numit Omul Rhodesian (Homo Erectus Rhodesiensis) din Zambia, adică un Homo Erectus superior, a cărui cutie craniană crescuse spre dimensiuni comparabile cu cea a omului de astăzi. Același lucru nu s-a întâmplat, însă, în Indonezia, unde climatul ecuatorial nu l-a forțat pe Omul din Java (Homo Erectus Erectus) să evolueze, iar cutia lui craniană nu a atins nivelul de dezvoltare al „fraților" săi.

Figură 11 Omul de Neanderthal reconstituire de John Gurche și Chip Clark bazată pe fosilele „Shanidar 1" din custodia Institutului Smithsonian.

Cu aproximativ 280.000 de ani în urmă, planeta intră în glaciația cuaternară Riss. În lupta pentru supraviețuire, în Asia, Omul de Denisova îl înlocuiește pe Omul de Pekin, sau îl asimilează – cum sugerează unii cercetători chinezi. În Europa începe „epoca de aur" a Omului de Neanderthal, care gătea hrană cu ajutorul focului și prelucra lemnul și pielea cu unelte din piatră.

Neanderthalienii erau deja excelenți prădători, vânând căprioare, reni, mistreți, bivoli și ocazional, mamuți. Se hrăneau ocazional și cu vegetalele ce puteau fi găsite în condițiile climatice ale glaciației, adică mușchi de pădure și semințe de pin. Există semne că ocazional practicau și canibalismul, fără ca oamenii de știință să poată stabili dacă o făceau din considerente sociale, ritualice ori pur și simplu de foame.

[127] Agustin Fuentes,op.cit.

Există cercetători care afirmă că neanderthalienii și-ar fi îngropat morții, dar această opinie nu este general acceptată.

Se consideră, în general, că neanderthalienii erau fiziologic capabili să vorbească, moștenind o astfel de predispoziție de la Homo Erectus, și că este posibil să fi prezentat o anumită formă de vorbire, dar că această formă de vorbire nu ar fi avut un nivel de abstractizare deosebit de crescut și că ar aceștia ar fi fost capabili doar să transmită, prin vorbire, informații simple.

În același timp în care, în Europa, Omul de Neanderthal (urmașul lui Homo Erectus Heidelbergensis) domina continentul, în Africa de Est apărea Homo Sapiens Idaltu (urmașul lui Homo Erectus Rhodesiensis).

Figură 12 - Homo Sapiens Idaltu reprezentare artistică ipotetică Muzeul Național din Addis Abeba

Ironic sau nu, primele fosile ale Omului Idaltu, strămoșul nostru direct, au fost găsite în aceeași regiune Afar din Etiopia unde au fost găsite și fosilele Australopitecului Afarensis, cel din care se pare că se trage întreaga linie biologică a omului.

Homo Sapiens Idaltu este primul Homo Sapiens, adică este o subspecie sau rasă a speciei Homo Sapiens, cea din care facem și noi parte, și care a apărut în urmă cu 200.000 de ani[128]. Omului Idaltu i s-a spus Sapiens (înțelept) deoarece era reprezentantul unei specii biologice din care, abia câteva zeci de mii de ani mai târziu, a apărut „omul înțelept". Pe baza analizelor ADN, se pare că absolut toți oamenii de pe planeta noastră provin din strămoși comuni care au trăit în Africa de Est în urmă cu aproximativ 150.000 de ani[129].

Omul Idaltu era perfect compatibil biologic cu omul de astăzi, ba chiar mai mult, era compatibil sexual și cu Omul de Neanderthal și probabil, chiar și cu Omul de Denisova. Dar Omul Idaltu nu era încă „omul înțelept" de astăzi, despre acest aspect urmând a vorbi mai jos.

Dezvoltarea vorbirii umane, ca proces, a început de la Homo Erectus în urmă cu un milion de ani, și s-a finalizat în urmă cu o sută de mii de ani, la

[128] Yuval Harari, op. cit.
[129] Lewis Dartnell, op. cit.

Homo Sapiens Idaltu – care este primul despre care specialiștii spun că deținea o vorbire articulată asemănătoare omului contemporan.

O serie de studii[130] de imagistică a creierului (RMN) efectuate de către Dietrich Stout, arheolog la Universitatea Emory din Atlanta, și de Thierry Chaminade, specialist în neuroștiințe la Universitatea Aix-Marseille din Franța, au arătat că fabricarea uneltelor și limbajul folosesc aceleași părți ale creierului. Această constatare duce la concluzia existenței unei strânse legături, dacă nu chiar a unei relații de cauzalitate între apariția și evoluția vorbirii umane în nivelul de conștiință sporit pe de o parte, și atenția voluntară augmentată ca urmare a dezvoltării uneltelor, pe de altă parte.

Cercetătorii au cerut unor subiecți umani să reproducă o serie de unelte de silex preistorice, aplicând tehnologiile Oldowan și Acheulean, adică realizându-le în același mod în care le meșterea Homo Erectus în urmă cu mai bine de un milion de ani. În timp ce subiecții construiau uneltele, s-a observat o activare intensă a zonelor creierului despre care se cunoaște că au legătură cu vorbirea (zona Broca etc.).

Paleoantropologul britanic Ian Tattersall, custode la American Museum of Natural History, studiind diferite părți ale unor laringe fosilizate provenite de la Homo Erectus, afirmă că a observat că un lucru interesant, și anume că treptat, laringelele Homo Erectus începe să se așeze în poziția pe care o are în prezent la Homo Sapiens, specia noastră.

Pentru a dezvolta vorbirea de astăzi, omului îi era mai întâi necesară capacitatea fiziologică a articulării cuvintelor. Opinia specialiștilor este că omul ar fi avut nevoie de gâtlej, limbă și de cavitate bucală potrivite pentru vorbire, lucru care se întâmpla deja în urmă cu un milion de ani, atunci când vorbirea umană a debutat prin asa-numitul „protolimbaj".

Tattersall consideră[131] că la Homo Erectus, protolimbajul a însemnat inițial doar un pic mai mult decât modul de comunicare al animalelor, cel care constă în sunete legate de atac, de „prietenie", de copulație şi de supunere. Britanicul crede că procesul de trecere de la protolimbaj la vorbire a durat sute de mii de ani și că această evoluție s-a desfășurat în paralel cu dezvoltarea capacității menținerii voluntare a atenției, a capacității de gândire rațională și cu dezvoltarea memoriei explicite semantice.

[130] Dietrich Stout, Thierry Chaminade ș.a., Neural correlates of Early Stone Age toolmaking: technology, language and cognition in human evolution, Philosophical Transactions of the Royal Society B, The Royal Society 2008, pag1939-1949

[131] Eric Delson, Ian Tattersall, John Van Couvering, Alison S. Brooks, Encyclopedia of Human Evolution and Prehistory, Routledge 2000.

Regretatul lingvist american Derek Bickerton[132] susține că limbajul uman nu este o simplă continuare a limbajului întâlnit la animale, ci constituie un sistem de comunicare calitativ diferit. Dacă, la animale, „cuvintele" nu sunt decât mesaje care transmit informații circumstanțiale imediate, cum ar fi:„mâncare" sau „leu" sau „pericol", limbajul uman are capacitatea de a face descrieri spațiale și temporale. Omul poate vorbi și despre alte locuri decât cel în care se află și, de asemenea, poate relata evenimente din trecut, ori poate face proiecții în viitor: „după ce mâncăm, dormim și apoi mergem în locul acela". Pentru a putea procesa o astfel de vorbire, omul avea nevoie să dețină deja o memorie explicită semantică dezvoltată și un neocortex capabil de operațiuni specifice gândirii raționale.

Bickerton arată că, la început, strămoșii omului (Homo Erectus) au imitat sunetele emise de anumite animale și, prin repetarea acelor sunete, au început să facă referire la acel animal, semnalizându-i prezența. În timp, însă, sunetele respective au suferit o „deplasare" de la mesaj iconic (care semnaliza prezența animalului) la mesaj simbolic (care reprezenta ideea de animal, care simboliza genul respectiv de animal) – iar în memoria explicită a avut loc o deplasare a modelului ierarhic din memoria episodică în memoria semantică.

Această „deplasare" consideră Bickerton este o caracteristică distinctă a limbajului uman și semnifică saltul calitativ pe care l-a făcut față de „limbajul" întâlnit și la animale, de exemplu la maimuțele din zilele noastre. După cum am arătat mai sus, girusul frontal inferior stâng poate aduce în memoria pe termen scurt unele amintiri preluate din memoria explicită episodică, ceea ce pune premisele creării în neocortex de conexiuni neuronale, bazate de secvențe de sunete, și care leagă amintirile episodice și cele semantice (conceptele abstracte etc.).

În viziunea lui Bickerton, aceste secvențe de sunete (sunete-simbol, după cum le numește el) nu au mai fost doar „ancore" ale obiectelor concrete din jur, ci au început să definească categorii - în sensul filosofic de categorie, devenind primele cuvinte „adevărate" rostite de reprezentanții speciei umane, cuvinte cu care acesta a început formarea protolimbajelor.

Observăm că, de fapt, viziunea lui Bickerton descrie un model de dezvoltare a memoriei explicite semantice pe baza memoriei explicite episodice, prin realizarea de conexiuni, restructurări și consolidări în cadrul recunoscătorilor ierarhici de modele, aproape exclusiv în neocortex, fără implicarea profundă a sistemului limbic.

[132] Derek Bickerton. Adam's Tongue. Hill and Wang 2009.

O viziune aparte în această privință o are celebrul lingvist american Noam Chomsky[133], care afirmă că nu există motive să considerăm apariția vorbirii la Homo Sapiens ca un proces evolutiv continuu, ci mai degrabă ar trebui să vedem vorbirea ca rezultat al unei mutații genetice apărută în ADN-ul omului, care a adus cu sine capacitatea de limbaj articulat. Chomsky consideră că vorbirea umană este o capacitate înnăscută a omului, în ADN-ul fiecărui om existând premisele dezvoltării unei „gramaticii universale".

În sprijinul celor susținute de Chomsky vine și o cercetare[134] din 2001 care leagă o mutație pe gena FOXP2 de o formă moștenită de dizabilitate de vorbire. Studiile asupra genei FOXP2 au arătat că versiunea umană a genei are în structura sa doi aminoacizi diferiți față de versiunea genei întâlnită la cimpanzei, iar această diferență ar putea fi explicația pentru faptul că între primate și chiar între hominizi, doar Homo Sapiens este capabil de vorbire articulată.

Mai mult de atât, de curând, o echipă internațională de oameni de știință coordonată de către biologul american Tecumseh Fitch, fondatorul departamentului de Biologie Cognitivă din cadrul Universității din Viena și de Asif Ghazanfar, de la Universitatea Princeton, au reluat cercetările[135] cu privire la laringele maimuțelor și au ajuns la concluzia că principalul motiv pentru care maimuțele nu pot vorbi este legat de structura creierului, și nu de anatomia vocală.

Desigur, cele două teorii nu se contrazic neapărat, capacitatea înnăscută observată (sau presupusă) de către Chomsky și susținută de observațiile pe gena FOXP2 putând constitui premisa care a dus la transformările ulterioare din neocortex.

Coroborând cele două teorii, putem presupune că învățarea limbajului este, la copiii omului de astăzi, o activitate premergătoare procesului de dezvoltare al gândirii raționale.

Din cele prezentate mai sus, putem concluziona că două aspecte sunt la baza vorbirii articulate umane: anatomia laringelui și o anumită transformare a creierului, determinată probabil de o mutație genetică. E drept, au fost necesare sute de mii de ani ca laringele lui Homo Erectus să evolueze la forma pe care o întâlnim la Homo Sapiens. Fără această evoluție, vocea umană nu ar fi sunat așa cum sună în prezent. A fost, de asemenea,

[133] Noam Chomsky, Robert Berwick . Why Only Us: Language and Evolution. MIT Press, 2016
[134] Cecilia S. L. Lai, Simon E. Fisher, Jane A. Hurst, Faraneh Vargha-Khadem & Anthony P. Monaco. A forkhead-domain gene is mutated in a severe speech and language disorder, Nature 413, 519–523 (2001)
[135] W. T. Fitch, B. de Boer, N. Mathur, A. A. Ghazanfar, Monkey vocal tracts are speechready. Science Advances Vol. 2 Nr. 12, 2016

necesară acea mutație genetică despre care Chomsky vorbea, lucru care a determinat dezvoltarea capacității de abstractizare a limbajului și producerea unui limbaj articulat, structurat gramatical. Desigur, dacă aceeași mutație ar fi apărut și la cimpanzei, poate că și aceștia ar fi putut dezvolta darul vorbirii, dar dată fiind diferența structurală a laringelui, cimpanzeii ar fi avut o manifestare sonoră mult diferită de cea umană.

2.3.3 În Valea Marelui Rift

Figură 13 - Valea Marelui Rift

Circulă o legendă urbană care spune că Marele Zid Chinezesc ar fi vizibil din spațiu, lucru care nu este adevărat. Există, însă, pe planeta noastră un șanț uriaș, o crăpătură atât de mare încât e vizibilă din spațiu și care a fost fotografiată de mai multe ori de pe Stația Orbitală Internațională[136].

Această fisură a scoarței terestre se întinde din Valea Beqaa din Liban, trece prin Marea Galileei, prin Marea Moartă, ajunge în Golful Arabiei, mai apo traversează Marea Roșie și intră în continentul african prin Regiunea Afar (la capătul golfului Aden), coborând treptat spre ecuator prin Etiopia, Kenya, Uganda și Tanzania (prin lacul Tanganica) până în sud-estul marelui continent, în Mozambic. Aceasta este Valea Marelui Rift.

„Clima uscată și sistemul Riftului, cu mozaicul său de caracteristici variate, [...], au fost esențiale pentru asigurarea condițiilor de mediu care ne-au determinat evoluția."[137] O afirmație curajoasă, care aparține profesorului britanic Lewis Dartnell, autorul unui best-seller mondial, *Origini*, carte care tratează subiectul implicației factorului geologic în evoluția speciei umane.

Mergând pe această linie, remarcăm faptul că în Mezozoic, clima a fost mult mai caldă decât cea din prezent. Chiar și clima de dinaintea Cuaternarului a fost mai caldă cu circa 3^{O} față de cea de astăzi. Tendința

[136] https://visibleearth.nasa.gov/images/77566/east-african-rift-valley-kenya
[137] Lewis Dartnell, op. cit., pag. 25

generală de răcire (vezi Fig.5 din subcapitolul 2.1.5 Suntem copiii glaciației) din ultimele 50 de milioane de ani a determinat oscilații și instabilități climatice, și a dus la succesiunea perioadelor de glaciație și de interglaciație din Cuaternar.

Africa de Est (zona Văii Marelui Rift) se află departe de poli. De aceea, calotele glaciare propriu-zise nu au avansat până aici, ghețurile instalându-se, pe continentul african, doar în vârfurile munților foarte înalți, cum ar fi Kilimanjaro – munte care, conform observațiilor matematicianului antic Ptolemeu, avea, în urmă cu numai două milenii, ghețari în zona superioară a masivului muntos. Răcirea generală apărută pe plan mondial a dus la apariția, în Valea Marelui Rift, a unei clime extrem de variabile cu o plajă de oscilație extrem de mare. Relieful tectonic înalt, care delimitează Riftul, creează un contrast între condițiile de pe fundul văii și cele din munți și zonele înalte. „Ploaia cade peste pereții înalți ai Riftului și peste vârfurile vulcanice, de unde se revarsă apoi în lacuri presărate pe fundul văii, un mediu mult mai cald, cu rate ridicate de evaporare"[138]. După cum observă Lewis Dartnell, dar și alți specialiști[139], în toată istoria omului, perioadele când apar specii noi, cu creier mai mare, ca și perioadele în care unele dintre speciile de oameni dispar, sunt cele caracterizate prin condiții extreme de instabilitate climatică.

După cum am arătat în întregul subcapitol „2.1 Supraviețuiește cel mai adaptat!", schimbările de mediu creează premisele adaptării și evoluției speciilor sau determină dispariția acestora. Însă schimbările de mediu se realizează în perioade extrem de lungi, de sute, mii sau sute de mii de ori mai lungi decât viața unei viețuitoare, astfel că adaptarea este un proces amplu și continuu, de la o generație la alta selectându-se doar exemplarele cele mai potrivite noului mediu.

Atunci când schimbările de mediu sunt bruște, intense și se realizează în sensuri contrare de mai multe ori în timpul vieții aceluiași individ, adaptarea autoplastică nu mai este posibilă.

Cu aproximativ 115.000 de ani în urmă, planeta intra în ultima perioadă de glaciațiune cunoscută, perioada glaciară Würm-Wisconsin. În timpul acestui interval, ghețarii au coborât către tropice până în Taiwan în Asia, până în vârfurile Anzilor Cordilieri din Venezuela, iar în Africa, până pe Atakor în sudul Algeriei și până pe Kilimanjaro, în estul continentului.

---

[138] Lewis Dartnell, op. cit., pag. 27

[139] Richard Potts, Tyler Faith, Alternating high and low climate variability: The context of natural selection and speciation in Plio-Pleistocene hominin evolution, Journal of Human Evolution vol.87, Elsevier 2015, pag. 5-20

Odată cu glaciațiunea, în Valea Marelui Rift schimbările climatice au devenit extreme, zona experimentând perioade de răcire și precipitații care alternau foarte repede cu perioade călduroase și uscate.

Homo Sapiens Idaltu era deja, în acea perioadă, printre cei mai evoluați urmași ai lui Homo Erectus, stăpânind focul și având, probabil, limbajul articulat definit. Utilizarea intensă a uneltelor a făcut ca neocortexul său să fie deja capabil de gândire rațională și planificare strategică. Aflat în Valea Marelui Rift, Homo Sapiens Idaltu a trebuit să se adapteze acestor schimbări intense, iar cel mai la îndemână mijloc de adaptare i-a fost **inteligența**[140].

În general, se consideră că inteligența este capacitatea de a rezolva o problemă identificând proprietățile obiectelor și fenomenelor implicate, precum și relațiile dintre acestea[141]. Evident, inteligența implică capacitatea de înțelegere pe care Homo Sapiens Idaltu începuse să o aibă, dar nu se limitează doar la înțelegere, care poate fi pur spontană.

Inteligența e capacitatea omului de a practica înțelegerea și de a apela *intenționat* la înțelegere în scopul rezolvării unor probleme, adică în scopul adaptării la situațiile noi. Exercitarea inteligenței se manifestă prin creativitate, gândire critică și adaptarea la schimbare.

Intuiția singură, fiind bazată exclusiv pe experiența anterioară, nu-i poate fi de folos omului atunci când experimentează schimbarea. Pe de altă parte, inteligența, prelucrând informațiile din memoria explicită a omului, nu se poate dezvolta într-un context lipsit de informații. Experiența este o sursă importantă de informații, în acest context, iar exercițiul inteligenței nu respinge intuiția, ci evaluează (prin operațiuni de gândire rațională) modelele aduse în fluxul conștiinței de intuiție, în contextul și scopul înțelegerii.

În Valea Marelui Rift, omul a devenit „înțelept" dezvoltându-și inteligența ca instrument de adaptare la schimbare, ca instrument în serviciul supraviețuirii.

Revoluția Cognitivă

În Valea Marelui Rift, omul a devenit conștient de propria sa capacitate de înțelegere și mai ales de importanța înțelegerii în ecuația supraviețuirii. El a conștientizat că această înțelegere îi aduce ceva în plus, îi aduce ceea ce astăzi numim **cunoaștere**. Iar cunoașterea îl ajută să supraviețuiască mai mult decât l-ar ajuta intuiția.

[140] Lewis Dartnell, op. cit., pag.26
[141] https://ro.wikipedia.org/wiki/Inteligen%C8%9B%C4%83

El și-a privit critic experiența trăită și a înțeles că propria lui experiență nu îi este suficientă pentru putea înțelege lumea din jurul lui. Atunci, omul a început să fie interesat de experiența celuilalt, spre a putea astfel să înglobeze în bagajul său de cunoștințe experiențele celuilalt.

Prin anii '90, antropologul britanic Robin Dunbar, plecând de la observațiile sale legate de mărimea creierului primatelor și dimensiunea grupului social în care trăiesc acestea, a ajuns la concluzia că există un număr care definește limita cognitivă până la care o primată poate stabili relații cu alte primate. Astfel, el a concluzionat că omul este capabil să stabilească relații și să schimbe informații cu un număr maxim de aproximativ 150 de alți oameni. Adică 150 ar fi numărul maxim de persoane alături de care nu ne-am simți jenați să ne așezăm la o masă într-un bar, chiar dacă am ajuns din întâmplare acolo[142]. Observația lui a fost utilizată inițial ca reper pentru numărul maxim de „prietenii" posibile în social media și se pare că rămâne în continuare valabil.

Notorietatea teoriilor lui Dunbar s-a construit mai degrabă pe baza cărții sale „Grooming, Gossip and the Evolution of Language"[143]. Analizând tabloidul „The Sun", Dumbar observa că peste 78% din conținut era ocupat cu povești despre oameni și doar 22% cu știri și analize politice, iar „Times", cel mai serios și mai prestigios ziar britanic, deși acorda peste 57% din spațiu știrilor și comentariilor politice, aloca 43% din spațiu poveștilor despre oameni. De aici, Dunbar a încercat să argumenteze că omul și-a dezvoltat limbajul ca un mijloc pentru a putea bârfi. Iar această observație a fost preluată apoi de Yuval Harari, în cartea Sapiens.

Interesul oamenilor pentru povești este cert, dar acest interes nu vine dintr-o dorință frivolă de a bârfi, ci mai degrabă din interesul de a afla informații despre trăirile semenilor. Experiența, analizată cu ajutorul gândirii raționale, se face prin observarea diferențelor dintre nou și vechi. Ea duce la înțelegere, iar oamenii care sunt interesați de poveștile altora o fac tocmai ca să internalizeze experiența semenilor și **să înțeleagă ceea ce au înțeles ceilalți deja.**

Interesul oamenilor pentru povești ține de dorința lor de adaptare la schimbare. Acest interes nu este pentru orice fel de povești și nici pentru orice fel de oameni, ci este pentru acele povești despre acei oameni a căror schimbare îi interesează. Povestea Cenușăresei nu stârnește interesul fetelor

[142] https://www.bbc.com/future/article/20191001-dunbars-number-why-we-can-only-maintain-150-relationships

[143] Robin Dunbar, Grooming, Gossip and the Evolution of Language, Faber and Faber, Londra 1996

de condiție modestă, care și-au acceptat condiția, și nici interesul prințeselor curtate de prinți. Povestea Cenușăresei stârnește curiozitatea fetelor de condiție modestă, care doresc să-și schimbe condiția și să devină prințese. Cititorul este invitat să caute în anturajul său oameni care nu-l admiră și care nu-l consideră un model și să încerce să le povestească experiența sa de viață pentru a le testa interesul!

Spuneam în primul capitol că, structural, povestea începe cu „introducerea" sau „starea de fapt" în care eroul se află într-o stare de echilibru și confort. El trăiește într-un mediu statornic în care experiența sa e valoroasă, iar el poate acționa preponderent intuitiv. Apoi apare schimbarea, care îi răstoarnă eroului echilibrul și-l forțează să acționeze cumva pentru a se reechilibra.

Neînțelegând, însă, schimbarea, nepricepând prin ce este diferită noua situație de situația anterioară, eroul acționează tot pe baza experienței sale anterioare, adică apelând la intuiție . Eroul își dorește recâștigarea echilibrului de dinainte de schimbare, iar în atingerea acestei dorințe, principalul personaj al poveștii este sprijinit de „mentor", de „expert" și de alți aliați, pentru că omul este un animal social care trăiește în grupuri.

Focul împarte oamenii pe grupuri, fiecare grup stând în jurul propriului foc. Cei care stau în jurul aceluiași foc cu eroul sunt aliați, pe când în jurul celorlalte focuri sunt „ceilalți".

Eroul dorește recâștigarea echilibrului, iar acțiunilor acestuia i se opun reacțiunile „antagonicului", care este un „celălalt", și astfel se construiește desfășurarea acțiunii poveștii.

Firul narativ al poveștii întruchipează lanțul cauzal și înșiruirea de operațiuni raționale pe care le face mintea omului spre a se apropia de înțelegere, iar epifania este momentul în care eroul a ajuns la înțelegere. Epifania nu anulează importanța experienței anterioare a eroului, ci conciliază experiența anterioară cu diferențele aduse de schimbare, transformându-l pe erou și ducându-l astfel la un nivel superior de realitate. Traseul oricărei povești este un traseu inițiatic care culminează cu o naștere din nou.

Prin urmare, povestea nu doar furnizează informații și cunoaștere, ci descrie și traseul prin care cineva anume ajunge - prin înțelegere - la cunoaștere. Astfel, **povestea este un model de reprezentare a procesului înțelegerii.**

Povestea a apărut deci ca mod în care omul primitiv din Valea Marelui Rift și-a înțeles și și-a reprezentat sieși propria capacitate de înțelegere. Iar

interesul omului pentru povești este similar cu cel al omului de a internaliza experiența altuia și de a înțelege și el ceea ce a înțeles semenul său..

Descoperirea poveștii este „momentul" care a provocat ceea ce Harari și alții amintesc ca fiind **Revoluția Cognitivă**, treaptă care odată depășită, a dus la dezvoltarea memoriei și gândirii raționale, ba chiar ne-a dat abilități extraordinare de comunicare și de învățare. Povestea i-a dat omului posibilitatea să construiască **ficțiunile** despre care Harari spune că au permis imaginația în grup[144], și implicit constituirea de grupuri din ce în ce mai numeroase.

Devenit povestitor, omul a început să-și împrăștie experiența, mai întâi prin vorbe și mult mai târziu, în scris, dar și vizual (inițial în figurine de lut și picturi rupestre, iar mai târziu apoi prin tablouri și sculpturi), precum și melodic. Arta paleoliticului și arta în general în specia umană încep după Revoluția Cognitivă, adică după descoperirea poveștii.

Glaciația Würm-Wisconsin era în plină desfășurare în timpul în care Homo Sapiens Idaltu, prizonier în Valea Marelui Rift, ca să supraviețuiască, a devenit Homo Sapiens Relator, adică „Omul Povestitor".

După descoperirea poveștii, în plină glaciație, Homo Sapiens s-a împrăștiat prin Africa și i-a eliminat pe toți urmașii lui Homo Erectus, ajungând până în sudul Africii și eliminându-l de acolo pe Homo Naledi.

Apoi a ieșit din Africa, a trecut în Europa și-n Asia, iar 25 de mii de ani mai târziu, adică aproximativ cu 45.000 de ani în urmă, ajunge până în Australia, ca după încă 30 de mii de ani, adică aproximativ cu 15.000 de ani în urmă, să traverseze ghețurile Polului Nord și să treacă din Siberia, prin Alaska, pe continentul american.

Sosirea în Europa a fost o grea încercare pentru Homo Sapiens Idaltu. Condițiile de viață extreme și probabil competiția pentru resurse cu Omul de Neanderthal, care se pare că deținea o tehnologie mai avansată[145], l-au supus unui intens proces de selecție naturală. În circa 20.000 de ani de acomodare la viața din Europa, Homo Sapiens Idaltu devine ceea ce astăzi numim Omul de Cro-Magnon (Homo Sapiens Fossilis), adică un om ușor mai robust decât Idaltu, cu o înălțime medie de circa 1,7 metri și un volum al creierului de aproximativ 1.600cm^3, adică mai mare decât a omului modern. Modificările morfologice sunt prea puțin însemnate, însă, pentru a considera că Omul de Cro-Magnon ar fi o specie diferită de Idaltu, Homo Sapiens Idaltu

[144] Yuval Harari, Sapiens, op.cit. pag. 31-37
[145] Metin Eren ș.a., Are Upper Paleolithic blade cores more productive than Middle Paleolithic discoidal cores? A replication experiment, Journal of Human Evolution vol.55, Elsevier 2008

și Homo Sapiens Fossilis fiind considerați ca făcând parte din aceeași specie.

Avantajul lui Homo Sapiens față de Homo Neanderthalensis nu a constat în altceva decât în interesul său față de experiența celorlalți și în capacitatea lui de a învăța din experiența celorlalți. Idaltu nu doar că asimilează toate inovațiile tehnologice ale Omului de Neanderthal, dar le și îmbunătățește. Dacă inițial pumnalele în formă de disc ale lui Sapiens erau mult mai puțin eficiente decât cele ale Omului de Neanderthal, Sapiens descoperă pumnalul rectangular[146], iar cu ajutorul acestei descoperiri își îmbunătățește sulițele, montându-le în vârf lame tăioase lungi.

***Bătălia**, în storytelling, este unul dintre elementele care, împreună cu epifania și planul moral, construiesc punctul culminant al poveștii.*

După o milenară perioadă de coabitare oarecum pașnică, Homo Sapiens îl elimină cu aproximativ 30.000 de ani în urmă pe Omul de Neanderthal, îl elimină apoi și pe Omul de Denisova, iar, în final, pe la sfârșitul perioadei glaciare, îl găsește prin insulele Indoneziei pe Homo Floriensis, care dispare și el.

La finele perioadei glaciare, Homo Sapiens - singura specie umană care a supraviețuit - a ajuns în vârful lanțului trofic al vieții planetare și a început să-l caute pe "celălalt" în el însuși. De aici mai departe, începe o lungă perioadă de războaie între oameni.

[146] Metin Enen op. cit.

Capitolul 3

POVESTEA

3.1 Începuturile storytelling-ului

3.1.1 Ce este storytelling-ul și cum evoluează poveștile?

Storytellingul era considerat[147] până de curând o artă antică și o formă de exprimare umană. Privit doar din perspectivă artistică, storytellingul era văzut ca o artă interactivă prin care un povestitor, folosind cuvinte sau imagini și implicând intuiția și imaginația ascultătorului, îi dezvăluie acestuia niște întâmplări.

Abordarea științifică a storytelling-ului este destul de recentă și ține de domeniul științelor cognitive, aflându-se cumva la intersecția dintre neuroștiințe, antropologie, lingvistică, psihologie și teoria literară.

Studii recente din domeniul neuroștiințelor au arătat că, dacă e practicat corect, storytelling-ul îl ajută pe ascultătorul poveștii să înțeleagă idei și concepte complexe „in meaningful and often personal ways"[148], adică îl ajută să internalizeze experiența înțelegerii, aspect pe care l-am abordat deja, în capitolul 2. De altfel, importanța storytelling-ului în activitățile didactice și în cele de învățare e o realitate general acceptată, storytelling-ul mărind semnificativ interesul elevilor și studenților, precum și implicarea lor activă în activitățile educaționale[149].

Prezentul ghid tratează storytelling-ul din perspectiva viziunii științifice conform căreia **storytelling-ul este un proces dezvoltat de oameni pentru a-și putea transmite eficient atât cunoașterea cât și experiența cunoașterii, în scopul creșterii capacității de adaptare la schimbare.**

Storytelling-ul nu se realizează doar cu ajutorul cuvintelor și a vorbirii articulate, ci cu întregul arsenal disponibil de comunicare. Astfel, putem

[147] https://storynet.org/what-is-storytelling/
[148] Wendy Suzuki, Jean Mary Zarate ș.a., The Science and Power of Storytelling, Journal of Neuroscience vol.38, Society for Neuroscience, Washington 2018, pag.9468-9470
[149] Michele Davidson, A phenomenological evaluation: using storytelling as a primary teaching method, Nurse Education in Practice vol.4 ,Elsevier 2004, pag.184-189

vorbi nu doar despre storytelling vorbit, ci și despre storytelling vizual. De altfel, în buna realizare a procesului de storytelling, povestitorul se folosește de întregul spectru al senzațiilor, implicând nu doar cuvintele, ci și sunetele, imaginile și uneori chiar și mirosurile[150].

Figură 14 - Bizonii de la Altamira
Foto: Thom Quine/Wikipedia/creative commons

Ceea ce astăzi numim „artă vizuală" a fost întâi storytelling[151] apărut din dorința oamenilor de a-și transmite unii altora, cât mai facil, cunoașterea și experiența. În general, picturile rupestre arată ce considerau oamenii preistorici ca fiind important în procesul de supraviețuire. „Probabil una dintre funcțiile acestor imagini a fost să ofere informații despre diferite specii de animale și instrucțiuni de genul: Vânează-le pe acestea și fugi de acestea!"[152]

Storytelling-ul vorbit a început probabil, așa cum se crede în general, în jurul focului, iar poveștile orale au ajuns să fie apoi înglobate în cultura tribului. Astfel au ajuns să fie transmise mai departe. Cunoașterea, după cum spune Kuhn, nu e un proces liniar, ci se realizează în paradigme.

Aminteam într-un subcapitol anterior că o poveste este transmisă mai departe cât timp ea este compatibilă cu ceea ce știința storyteling-ului denumește ca fiind „plan moral". Dacă tribul evoluează și își restructurează cunoașterea într-o nouă paradigmă, atunci poveștile orale care nu mai corespund noii paradigme ori evoluează și ele – transformându-se, ori sunt abandonate.

În general, în procesul de evoluție al poveștii, ceea ce se păstrează este legat de cunoașterea ce trebuie transmisă mai departe, iar ceea ce se pierde este legat de cadrul poveștii, de lumea în care se desfășoară povestea (*arena poveștii*) ori de *planul moral* – adică de paradigmă. Paradigma se schimbă, dar cunoașterea se acumulează mai departe.

---

[150] Vezi „madlenele lui Proust" n.a.
[151] https://www.artshelp.net/why-cave-art-still-matters-for-artists-today/ („It is also believed to have held storytelling and entertainment purposes")
[152] https://medium.com/signifier/prehistoric-graffiti-1772fe141c77

Apariția unei supernove pe cerul neoliticului nu era un eveniment curent, o stea extrem de strălucitoare putea apărea extrem de rar. Astfel, pentru omul primitiv, diferența dintre cerul fără steaua strălucitoare și firmamentul obișnuit trebuia explicată printr-un lanț cauzal de evenimente, de raționamente coerente logic.

O poveste egipteană spunea că nașterea zeului Horus de către zeița Isis a fost precedată de apariția unei stele extrem de strălucitoare, asociată ulterior cu Sirius. Atunci când lumea antică a îmbrățișat creștinismul, cadrul poveștii nu mai era compatibil cu paradigma epocii, Isis și Horus nu mai aveau loc în noua paradigmă. Astfel, această poveste putea să evolueze sau să dispară. Evangheliile povestesc că la nașterea lui Iisus a apărut o stea foarte strălucitoare. Povestea a evoluat, abandonând cadrul vechi și îmbrățișând cadrul nou, dar cunoașterea s-a păstrat. Povestea a abandonat lumea zeilor egipteni Isis, Horus, Osiris și Seth, și a îmbrățișat lumea nou inventată a creștinismului ce ținea de Iisus, Petru, Pavel și Iuda, păstrând, totuși, informația primordială, și anume aceea că o naștere importantă trebuie să fie anunțată prin apariția pe firmament a unei stele strălucitoare.

De altfel, acest proces se desfășoară și astăzi, sub ochii noștri. Poveștile Evului Mediu, care s-au tot adaptat până ce au văzut lumina tiparului în perioada modernă, încearcă acum să supraviețuiască schimbărilor de paradigmă din societatea contemporană. Evoluția poveștii Albei ca Zăpada tocmai se desfășoară, de exemplu, în consonanță cu noile cerințe ake corectitudinii politice. Compania Disney pregătește un film în care eroina Alba ca Zăpada va fi jucată de o actriță mulatră[153].

Inventarea scrisului a adus probleme reale procesului de evoluție al poveștilor, iar, după cum se vede în prezent, cinematografia și internetul, de asemenea. Dacă, în trecut, poveștile care nu se adaptau noii paradigme puteau fi pur și simplu eliminate prin arderea pergamentelor, această procedură brutală de eliminare nu mai este la fel de facilă.

Scrisul a fixat și a dat permanență unor povești, le-a investit cu putere paradigmatică. Unele povești, cum ar fi cele religioase, ajunse în formă scrisă, s-au pliat pe fundamentul unor credințe, iar astfel nu au mai putut evolua odată cu societatea. Atunci când cunoașterea la care ajunge societatea în ansamblu ajunge să fie în contradicție cu cunoașterea oferită de aceste povești religioase, practicantul credinței riscă să experimenteze ambivalență și disonanță cognitivă.

[153] https://www.imdb.com/title/tt6208148/

El află de la școală despre Big Bang și despre faptul că planeta pământ are vreo 4,5 miliarde de ani, dar citește în Biblie că Dumnezeu a făcut lumea în 6 zile, iar în a 7-a s-a odihnit. El află din școală despre evoluție, despre rase și despre faptul că oamenii ajung să aibă o anumită culoare a pielii în urma unui proces amplu de adaptare la condițiile de mediu, dar află din Biblie că Noe a avut trei fii, unul fiind negru,altul alb, iar al treilea un pic mai spre gălbui.

Uneori, religiile încearcă să-și sincronizeze poveștile cu cunoașterea paradigmei contemporane, ducând informațiile din povești într-un cadru simbolic. De pildă, nu mai e vorba de șapte zile propriu-zise, ci de șapte etape, fiecare etapă putând avea sute de milioane de ani. Nu e vorba că Noe ar fi născut un copil negru, unul alb și unul galben cu aceeași femeie, ci e vorba că el a născut trei copii de aceeași rasă, dar ulterior urmașii lor s-au adaptat la mediu și au evoluat, unii devenind negri, alții albi etc.

Modul de supraviețuire pe care-l găsesc poveștile în acest caz nu mai este unul firesc în știința storytelling-ului, pentru că se pierde funcția de bază a poveștii, transmiterea cunoașterii. Ori, prin trecerea în simbolic, povestea religioasă renunță la cunoașterea pe care o aducea și acceptă cunoașterea paradigmei contemporane.

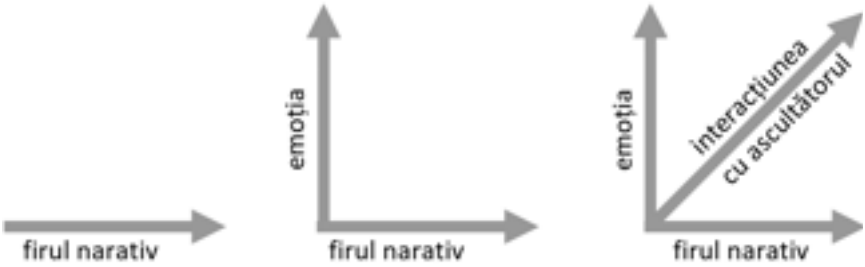
3.1.2 Triunghiul storyteling-ului

Modul în care evoluează sau mor poveștile este susținut și de unul dintre cei mai apreciați povestitori ai timpurilor noastre, doctor Hannah Harvey[154], care consideră storytelling-ul ca fiind un „fenomen cultural adaptiv", poveștile supraviețuind atât timp cât există o legătură între poveste, povestitor și ascultător. Asta pentru că povestitorul nu transmite ascultătorului povestea așa cum este ea, ci o filtrează prin propria sa experiență, iar ascultătorul o internalizează, de asemenea, prin propria experiență.

Figură 15 - The Storytelling Triangle Hannah Harvey, op.cit., pag.11

[154] Hannah Harvey, The Art of Storytelling: From Parents to Professionals, The Teaching Company, Chantilly VA 2013, pag. 12-14

Procesul storytelling-ului nu este unul de livrare mecanică a înțelegerii, ci, după cum sugerează Hannah Harvey, implică o mulare a poveștii pe capacitatea de percepție a ascultătorilor și de acordare a poveștii pe ideile și credințele ascultătorilor. „Storytelling-ul este o relație tripartită între poveste, povestitor și ascultător, cu toate cele trei elemente ale triunghiului conectate"[155]. Poveștile specifice unei culturi, poveștile naționale ale unui popor sau poveștile care circulă în circuit restrâns printre angajații unei firme, chiar dacă (la nivelul narațiunii) prezintă fapte care nu s-au întâmplat în realitate, dezvăluie amănunte despre acea cultură.



Figură 16 - Dimensiunile poveștii (interpretare după Terence Lee)

De asemenea, Terence Lee, designer de jocuri în cadrul HitboxTeam, încercând să prezinte particularitățile storytelling-ului în domeniul interactiv al jocurilor pentru calculator[156], prezenta pe blogul companiei sale ideea că poveștile scrise reprezintă o formă de storytelling unidimensional, poveștile prezentate pe scenă ori la cinematograf reprezintă o formă de storytelling bidimensional, iar poveștile în care „auditoriul" interacționează cu povestitorul, adică poveștile interactive (cum sunt jocurile pentru calculator) sunt povești tridimensionale. Din aceste observații, înțelegem că există trei planuri ale poveștii.

Planul cauzal

Pe direcția firului narativ (firul poveștii), povestea evoluează rațional, ca o înșiruire de relații cauzale dintre evenimente. Elementul declanșator (schimbarea) cauzează o acțiune din partea eroului, iar acțiunea sa provoacă o reacțiune din partea antagonistului. Reacțiunea antagonistului duce la o nouă acțiune a eroului care provoacă o nouă reacțiune a antagonistului, iar

[155] Hannah Harvey, op. cit., pag. 11
[156] Terence Lee, Designing game narrative, Dustforce developer, Hitbox Team 2013

ciclul acțiune-reacțiune se repetă până când eroul ajunge la epifanie. Antiteza dintre acțiune și reacțiune e oglindirea în realitatea obiectivă a contrariilor din realitatea subiectivă a eroului care nu a internalizat schimbarea. Epifania, ducându-l pe erou la înțelegere, conciliază dialectic acțiunea cu reacțiunea și îi permite eroului să evolueze la un nivel superior al realității.

Planul emoțional

În paralel cu desfășurarea rațională (cauzală) a firului narativ, reacția emoțională a auditoriului la întâmplările prin care trec eroul și celelalte personaje începe să crească, ceea ce fiziologic provoacă o implicare mai intensă a sistemului limbic în consolidarea lor în neocortex. Acțiunile eroului fie intuitive, fie raționale, sunt stabilite în neocortex, dar reacțiunile antagonistului sunt percepute cu ajutorul organelor de simț și sunt evaluate inclusiv în sistemul limbic. Acest lucru produce o reacție emoțională din partea sistemului precizat. Furia, frica dezgustul și tristețea, adică răspunsurile sistemului limbic la reacțiunile antagonistului se manifestă organic în fiziologia eroului. Eroul își dorește să recâștige echilibrul, dar frustrarea generată de neîmplinirea dorinței crește „starea de pericol" din corp și cantitatea de hormoni de stres (cortizol și adrenalină). În plan emoțional, epifania se manifestă ca o eliberare. Starea de pericol a trecut, endorfinele sunt eliberate pentru a calma durerea și a permite organismului să se vindece, ca și pentru reactivarea sistemului imunitar.

Planul moral

Terence Lee, și nu numai el, sugerează că este necesar să facem distincție între **povestea explicită** (adică înșiruirea cauzală a faptelor) și **povestea implicită** (modul în care povestitorul și ascultătorii internalizează povestea). Lipsa de congruență dintre povestea explicită și povestea implicită își găsește cauza în slaba cunoaștere a cadrului moral. Povestea explicită trebuie pliată pe ideile și credințele ascultătorilor. În caz contrar, povestea implicită (pe care o vor percepe ascultătorii) va fi diferită față de povestea spusă de povestitor. Povestea explicită conține epifania eroului, adică aceea înțelegere la care ajunge eroul și pe care urmează să și-o internalizeze ascultătorul. Epifania eroului este o *epifanie explicită*. Internalizând povestea explicită, ascultătorul creează în el însuși povestea implicită și trăiește în el însuși *epifania implicită*.

În storytelling, ideile și credințele ascultătorilor despre ce este bine și ce este rău sunt denumite **plan moral**. Dacă povestea explicită nu este pliată pe planul moral al ascultătorului, există riscul ca ascultătorul să trăiască o

epifanie implicită diferită de epifania explicită, adică să înțeleagă din poveste altceva decât ceea ce s-a intenționat prin procesul de storytelling.

* * *

Aristotel, în Arta Retoricii, a arătat că pentru a fi convingător, un discurs sau o poveste ar trebui să conțină **etos, patos** și **logos.** Etosul funcționează ca un apel la autoritate. Ceva este adevărat pentru că cineva pe care-l considerăm important (zeul, strămoșii etc.) consideră că este adevărat. Patosul reprezintă un apel la emoția ascultătorului prin trezirea empatiei, iar logosul înseamnă un apel la rațiunea ascultătorului.

Știința storytelling-ului a înglobat această observație în conceptul de „triunghi al storyteling-ului" din care rezultă cele trei planuri: moral (etos), emoțional (patos) și cauzal (logos).

3.1.3 Primele povești scrise

Având memorie explicită, prin grafică, omul a încercat să transfere conținutul memoriei sale. A pictat evenimentele așa cum și le-a reprezentat el din memorie explicită episodică și a definit semne pentru conceptele din memoria sa explicită semantică. Pentru ideea sau conceptul de pasăre, a desenat o pasăre. Pentru ideea sau conceptul de „cap de om", a desenat un cap de om. Iar acest mod de a consemna, în care fiecărui concept sau idee îi corespundea un semn, a fost numit scriere ideografică.

Scrierea cuneiformă a apărut în Sumer în urmă cu peste 5.000 de ani și a reprezentat, în evoluția ei, o trecere de la scrierea ideografică la scrierea silabică.

Figură 17 - Evoluția semnului „cap" în alfabetul cuneiform, de la varianta 1 (acum 5.000 de ani) până la varianta 7 (acum 3.000 de ani).

O scriere ideografică ar fi cerut câte un semn pentru fiecare idee, o scriere silabică (prin care fiecare silabă e simbolizată printr-un semn) poate funcționa cu doar câteva sute de semne. Trecerea ulterioară de la scrierea silabică la scrierea alfabetică a eficientizat procesul de scriere, reducând numărul de semne de la câteva sute la câteva zeci – câte unul pentru fiecare sunet.

Enheduana, probabil fiica regelui Sargon I, a trăit cu aproximativ 2.300 de ani înainte de Hristos și se consideră a fi prima creatoare atestată de literatură. Primele poeme ale umanității au fost scrise, folosind

cuneiforme sumeriene, în limba akkadiană - prima limbă semitică atestată, din care se crede că au evoluat atât babiloniana cât și aramaica de mai târziu.

Poemul „Înălțarea Innanei", scris la persoana a II-a, prezintă cu peste două mii de ani înainte de Hristos, coborârea Innanei în iad, moartea și învierea acesteia după trei zile. Poemul este considerat în prezent un exercițiu desăvârșit de strategie retorică, îmbinând coerența logică cu elemente de înaltă încărcare emoțională.

Epopeea lui Ghilgameș este cea mai veche scriere literară păstrată a umanității. Povestea lui Ghilgameș[157], despre care se consideră că ar fi putut trăi între 2.800 și 2.500 înainte de Hristos, este contribuția mai multor autori necunoscuți, și probabil că a circulat inițial în variantă orală, după care a fost inscripționată pe tăblițe de lut. Povestea, ca orice poveste, a suportat adaptări în timp, construcția eroului Ghilgameș considerându-se a fi fost influențată și de imaginea regelui Gudea, care a condus orașul Lagaș din Sumer cu 2.100 de ani înainte de Hristos. Prin faptele și epifaniile la care ajunge Ghilgameș, scrierea este o sursă de învățături cu privire la rolul femeii, la prietenia dintre oameni și la condiția omului, ca ființă muritoare.

Aristotel din Stagira a fost discipol al lui Platon, mentorul lui Alexandru Macedon și unul dintre cei mai importanți filosofi ai antichității. Preocupările lui Aristotel au fost extrem de vaste, scrierile sale acoperind domenii diverse, cum ar fi logica, teologia, politica, economia, estetica, fizica, matematica, astronomia, zoologie, literatura, etica etc.

Aristotel este primul om despre care există dovezi scrise că a studiat arta storytelling-ului și a încercat să-i înțeleagă știința. Astfel, prima abordare în scris a storytelling-ului apare în Poetica, opera lui Aristotel, lucrare pierdută și recuperată prin traducerea în latină făcută în perioada Renașterii, după o traducere în arabă aparținând lui Ibn Rushd (Averroes) prin secolul al XII-lea.

În observațiile sale, Aristotel spunea că povestea trebuie să aibă următoarele ingrediente: milă, frică și catarsis (eliberare, purificare, transformare). Prin „milă și frică", el sugera că o poveste trebuie să-l implice emoțional pe ascultător, să-l facă să dezvolte simpatie și antipatie pentru personaje. Iar pentru ca acest lucru să se realizeze, povestitorul trebuie să-și cunoască ascultătorul, să-i intuiască măcar psihologia și valorile. Prin catarsis, Aristotel sugera că eroul poveștii trebuie să sufere o transformare, o schimbare, o purificare de-a lungul poveștii. El trebuie să devină „mai bun".

[157] Stephanie Dalley, Myths from Mesopotamia, Oxford University Press 2000, pag.40

Aristotel, după cum vom vedea în paginile următoare, este primul care a încercat să identifice structural elementele poveștii. De asemenea, tot Aristotel este primul care a făcut distincție între ceea ce noi numim în această carte „poveste scrisă" și respectiv „poveste spusă", distingând practic între elementele de structură ale poveștii și elementele ce țin de povestitor. Aristotel a prezentat recomandări pertinente chiar și astăzi cu privire la dicția vorbitorului, ritmul vorbirii, recuzită etc.

3.2 Cadrul Poveștii

Prin narațiune înțelegem în general o expunere a unor fapte sau o prezentare gradată a desfășurării unui eveniment. Prin poveste înțelegem o întâmplare sau un eveniment care, prin modul în care s-a desfășurat, ne atrage atenția. De altfel, în limba română, termenul poveste este legat etimologic de proto-slavicul „vesti", care s-ar traduce prin mesaj sau veste și care se referă la o noutate sau la o faptă care este importantă și trebuie „vestită". Atât narațiunea cât și povestea fiind legate de evenimente pe care le descriu, relația dintre ele rămâne o chestiune ce trebuie dezlegată.

Cunoaștem că un text narativ mai amplu poate „nara" nu doar o poveste, ci chiar mai multe, păstrând eventual un cadru unitar. De asemenea, o poveste, atunci când este expusă altuia, devine narațiune, dar aceeași poveste poate fi scrisă sau spusă de către trei povestitori diferiți, și atunci vom avea o singură poveste prezentată în trei narațiuni.

„Ion a ajuns în fața ușii, a apăsat pe clanță și a intrat în casă. S-a descălțat și s-a așezat pe canapea, pornind în același timp televizorul. Apoi, s-a ridicat de pe canapea și a deschis fereastra."

Textul din paragraful anterior este o narațiune. Dar, unde-i povestea? Să presupunem că mai adăugăm paragrafului anterior o propoziție: „Ion a plonjat în gol!" În acest caz am putea avea o poveste în mintea ascultătorului, căruia intuiția e posibil să-i sugereze că Ion a văzut ceva la televizor, iar ceea ce a văzut l-a determinat să se sinucidă. Adică, din narațiunea prezentată de către noi, cititorul sau ascultătorul și-a construit o poveste implicită din care a tras învățăminte că uitatul la televizor ar putea genera tendințe suicidale. Totuși, în mod explicit, noi nu am prezentat această poveste, ci doar o narațiune.

În storytelling-ul științific, povestea este o narațiune construită cu scopul de a conduce ascultătorul sau cititorul la o anumită înțelegere.

Am arătat că oamenii sunt atrași de povești pentru că acestea îi ajută să asimileze experiența legată de schimbare a celorlalți. Nu toate experiențele ni se par, însă, la fel de relevante. Cu cât schimbarea este mai amplă sau mai inedită, cu atât experiența e mai relevantă pentru ascultătorul poveștii, iar povestea este mai interesantă.

O poveste despre un cutremur care devastează un oraș stârnește un anumit nivel de interes, dar un cutremur care devastează un continent e mai interesantă. Povestea unui om care a câștigat la loto 1000 de euro poate stârni un anumit interes, dar povestea unuia care a câștigat 1.000.000 de euro este cu siguranță mai interesantă. Și, tot așa, povestea unui om care se luptă cu un urs în pădure e mai puțin interesantă decât cea a unui om care

se luptă cu un urs în mijlocul orașului, ori care se luptă în pădure cu un extraterestru.

În storytelling-ul științific, crearea poveștii este un act intenționat, iar definirea **cadrului poveștii** implică o anumită disciplină și o anumită rigurozitate pentru creatorul poveștii, care trebuie să-și stabilească de la început **înțelegerea** către care vrea să-l conducă pe ascultătorul poveștii, precum și modul în care îl va duce la acea înțelegere.

În literatura de limbă engleză, există cumva o opinie general acceptată cu privire la existența unui cadru științific de dezvoltare a poveștii.

Paula Munier în „Plot Perfect: How to Build Unforgettable Stories Scene by Scene"; Peter Rubie în „The Elements of Storytelling: How to Write Compelling Fiction"; Ronald Tobias în „20 Master Plots" și Larry Brooks în „Story Engineering" alături de mult mai cunoscuții Will Storr în „The Science of Storytelling"; Joseph Campbell în „The Hero with a Thousand Faces" și John Truby în „The Anatomy of Story", cu toții vorbesc despre importanța stabilirii unei strategii a poveștii, a unui cadru și a unei structuri. Dar, neexistând până în prezent o știință consolidată a storytelling-ului, care să impună o anumită paradigmă sau măcar un tratat de storytelling care să impună o anumită convenție de limbaj, pe care apoi să o adopte toți ceilalți cercetători, lucrările amintite, deși vorbesc întrucâtva despre aceleași concepte, nu le numesc la fel și nu le structurează la fel.

De exemplu, ceea ce Larry Brooks numește „narrative strategy", apare la Peter Rubie cu denumirea de „structure" (termen pe care noi aici îl folosim pentru alt concept), la Ronald Tobias apare pur și simplu ca „strategy", la Paula Munnier ca „framework" iar la John Truby ca „designing principle". Și tot așa.

În perioada de documentare a acestei lucrări, pentru conceptele pe care noi le-am reunit în subcapitolul „cadrul poveștii" am observat o afinitate mai mare între observațiile noastre și modul de structurare a conținutului practicat de John Truby în , The Anatomy of Story" și am încercat să păstrăm o compatibilitate cât mai mare între observațiile noastre și cele ale lui John Truby.

3.2.1 Premisa

În „Anatomia Poveștii"[158], scriitorul și scenaristul John Truby sugerează că „premisa poveștii reprezintă toată povestea spusă într-o singură propoziție", adică **premisa** este cea mai scurtă expunere a subiectului narațiunii. Ea nu include și nici nu sugerează *înțelegerea* la care

[158] John Truby, The Anatomy of Story, Farrar Straus and Giroux 2007

urmează să ajungă ascultătorul sau cititorul poveștii, ci asigură ineditul poveștii și stimulează interesul pentru urmărirea narațiunii.

Definirea premizei, în storytellingul științific, este un act asumat și săvârșit deja încă înainte de a scrie prima frază a poveștii. Definirea premisei încă de la început ne permite să ne putem dezvolta povestea într-un cadru coerent. De-a lungul scrierii poveștii, în momentele în care ne vom căuta inspirația, intuiția ne va sugera tot felul de idei, de căi și de soluții. Dar intuiția, după cum am arătat, nu e un proces rațional și nici măcar secvențial. Intuițiile noastre sunt crâmpeie de fluxuri de gânduri care apar spontan în memoria noastră pe termen scurt.

Nu e niciun fel de coerență în șirul intuițiilor noastre, așa că dacă, în momentele de inspirație, ne-am lăsa conduși doar de intuițiile care ne apar spontan în câmpul conștiinței, povestea s-ar dezlâna și și-ar pierde sensul și coerența. Definirea premisei încă de la început ne oferă un reper după care să putem apoi alege sau respinge inspirațiile sugerate de intuiție. Dacă „ideea genială" care ne vine brusc în mine e congruentă cu premisa pe care am ales-o, atunci inspirația e bună, iar dacă nu se înscrie în cadrul premisei, atunci respingem acea inspirație, oricât de genială ne-ar părea, ori o notăm pe un carnețel pentru a o folosi altădată, pentru altă poveste.

De asemenea, după opinia lui John Truby[159] „ceea ce vrem să scriem" este mai important decât „cum vrem să scriem", iar concluzia sa este că 9 din 10 scriitori eșuează pentru că se concentrează la începutul poveștii mai degrabă pe stilul în care vor scrie povestea decât pe premisă.

Truby recomandă ca pentru definirea premisei, a ideii de bază, să nu alocăm doar ore sau zile, ci să dedicăm acestei activități, dacă e nevoie, săptămâni întregi, ca să ajungem la acea premisă în cadrul căreia să ne fie lesne să scriem, pentru că, într-un fel sau altul, premisa va deveni un fel de temniță a intuițiilor noastre, de după gratiile căreia nu vor mai ieși decât ideile care corespund premisei.

Atunci când povestitorul alege să povestească despre propria lui viață, despre întâmplări prin care a trecut el însuși, el trebuie să identifice în propria sa experiență elementul cel mai inedit în raport cu experiențele celorlalți, pentru ca povestea lui să stârnească interes. Dacă vrea să scrie despre trecutul lui, ar trebui să se gândească la acele experiențe care i-au schimbat viața într-un mod radical, sau despre acele fapte ale sale care au influențat decisiv destinul altor persoane.

[159] ibidem

Instrumentul „What If?" este una dintre cele mai bune soluții pentru definirea ideii de bază, cu precădere atunci când povestitorul trebuie să scrie o poveste imaginată, care nu are legătură cu experiența sa. Ca și în cadrul „analizei what if?" din brainstorming, vom începe prin a lansa întrebări ipotetice.

O întrebare „What If?" este potrivită dacă implică o schimbare majoră, care afectează cât mai mulți oameni și față de care oamenii nu sunt pregătiți. Momentul săvârșirii evenimentului care aduce schimbarea ar trebui să fie impredictibil, să vină pe neașteptate și să stârnească o emoție puternică.

Pentru a putea construi întrebări de genul „What If?" se poate porni de la o stare de fapt, iar prin întrebare se va provoca o schimbare în starea de fapt.

De exemplu, pe plan mondial, starea de fapt este că toți oamenii trec prin suferințe și nimeni nu face sau nu are puterea să facă ceva semnificativ care să schimbe această stare de fapt. Dar dacă ar exisa o entitate care să poată face schimbarea? Ce s-ar întâmpla dacă acea entitate ar face ceva semnificativ pentru a schimba starea de fapt? „Dumnezeu și-a sacrificat Fiul pentru a-i salva pe oameni de păcat și a-i duce într-o lume nouă fără suferință (Împărăția Cerurilor)", iată o premisă bună pe baza căreia s-au scris patru evanghelii.

Alt exemplu ar putea fi legat de faptul că mediul urban e diferit de mediul rural și că experiențele de viață ale celor din oraș sunt diferite de cele ale copiilor de la țară. Dar dacă cineva le-ar povesti copiilor de la oraș cum este sau cum era cândva viața copiilor de la țară? "Un țăran le prezintă orășenilor copilăria sa", iată premisa Amintirilor din copilărie ale lui Ion Creangă.

Prin instrumentul „What If?" se pot lansa tot felul de întrebări, dar din fiecare întrebare se pot extrage tot felul de premise.

Întrebarea „Ce-ar fi dacă în România nu ar mai exista corupție?" ne poate duce la premisa „Eradicarea corupției a suprapopulat pușcăriile din România și a provocat cheltuieli enorme la buget", dar și la premisa „Adoptarea legislației aspre anticorupție a dus la un dezinteres total al românilor pentru funcțiile publice încât românii se roagă de vecinii lor maghiari să vină să populeze guvernul". Desigur, această premisă e un pic cam lungă, dar ar putea sta la baza unei povești amuzante.

De asemenea, întrebarea „Ce-ar fi dacă fotoliul din sufragerie ar începe să vorbească cu oamenii?" ar putea duce la premisa „Un tâmplar a devenit terapeut pentru piesele de mobilier" dar și la premisa „Extratereștrii invadează planeta deghizați în piese de mobilier".

Odată stabilită premisa, e nevoie de o direcție strategică prin care aceasta să devină poveste. Din premisa „Dumnezeu și-a sacrificat Fiul pentru a-i salva pe oameni și a-i duce într-o lume nouă fără suferință (Împărăția Cerurilor)" a derivat direcția strategică care spune că „Dumnezeu l-a trimis pe Fiul Său (eroul poveștii) să se nască ca om printre oameni și să moară răstignit pe o cruce, iar despre această întâmplare vă povestesc eu, evanghelistul, pentru ca voi, cei care credeți ce zic, să scăpați de suferință și să primiți un loc în Rai". Dar despre direcția strategică vom aminti mai multe într-un subcapitol separat.

3.2.2 Eroul

După cum am arătat în capitolul anterior, inventarea și utilizarea uneltelor l-a ajutat pe omul preistoric să își concentreze atenția, ceea ce a condus la percepția unei serialități și a unei secvențialități a gândurilor care ajung în memoria pe termen scurt. Acest proces a avut o consecință extrem de importantă - apariția conștiinței. Acest eveniment se traduce prin nașterea acelei instanțe interne care se ocupă cu investigarea realității și adaptarea la realitate, instanță pe care Sigmund Freud a numit-o „eu".

Prin urmare, Eroul, alături de Povestitor, întruchipează „eu"-l poveștii. Despre relația dintre Erou și Povestitor vom vorbi într-un subcapitol următor, aici este suficient să reținem că povestea nu poate exista fără Erou.

În povestea care are ca premisă: „Dumnezeu și-a sacrificat Fiul pentru a-i salva pe oameni de păcat și a-i duce într-o lume nouă fără suferință (Împărăția Cerurilor)", în spiritul revelației Sfintei Treimi care ne spune că Tatăl și Fiul împreună sunt același Dumnezeu[160], eroul poveștii este acest Dumnezeu unic în ființă. În povestea construită pe premisa că: "Un țăran le prezintă orășenilor copilăria sa", eroul poveștii este însuși naratorul, Ion Creangă.

Însă, în cazul poveștii căreia noi i-am fixat premisa: „Adoptarea legislației aspre anticorupție a dus la un dezinteres total al românilor pentru funcțiile publice, astfel încât românii se roagă de vecinii lor maghiari să vină să populeze guvernul", povestea nefiind încă scrisă, ea nu are încă un erou. Eroul ar putea fi, după alegerea noastră, un om de afaceri care este îngrijorat că în lipsa unui guvern nu va mai repara nimeni drumurile. Eroul poate fi, de asemenea, un maghiar care decide, la un moment dat, să ocupe funcția indezirabilă de prim-ministru. La fel, în cazul poveștii a cărei premisă este: „Un tâmplar a devenit terapeut pentru piesele de mobilier", eroul poate fi tâmplarul sau poate fi un fotoliu ori un scaun.

[160] Biblia, Evanghelia după Ioan 10:30

După cum s-a observat, premisa este importantă pentru contribuția sa la stabilirea unui cadru al schimbării despre care vorbește povestea, dar eroul este cel care se confruntă direct cu schimbarea, iar epifania (adică înțelegerea sau învățătura adusă de poveste) depinde de erou, de modul în care acesta reacționează la schimbare și de modul în care el se adaptează schimbării. Astfel, din aceeași premisă, în funcție de construcția eroului și de modul în care el reacționează la schimbare, putem avea povești diferite, cu epifanii diferite. Intriga poveștii se naște la confluența dintre premisă și erou.

3.2.3 Falsa Problemă și Dorința

Albert Einstein este des invocat prin citatul: „Dacă am o oră la dispoziție ca să rezolv o problemă, voi petrece 55 de minute gândindu-mă la problemă și 5 minute gândindu-mă la soluție. Se poate spune că mai toate tehnicile de consolidare a abilităților de gândire critică și de rezolvare a problemelor pornesc de la observația că soluționarea unei probleme începe întotdeauna cu identificarea problemei.

Spuneam, într-un capitol anterior, că formularea abstractă a poveștii este ceva de felul: „Un om avea o problemă și a găsit o soluție". **Problema** poveștii este întotdeauna cauzată de schimbare, mai exact de evenimentul care provoacă schimbarea. Pe de altă parte, însă, eroul, necunoscând diferența dintre situația prezentă pe care o aduce schimbarea față de celelalte situații din trecut, nu poate identifica cu adevărat problema, iar ceea ce consideră el că este **problema** este, de fapt, o reprezentare inexactă a acesteia, o dilemă neînțeleasă. Atunci când vorbim despre definirea problemei în „cadrul poveștii", ne referim la ceea ce crede eroul că este problema, adică la **falsa problemă**.

Eroul nu înțelege schimbarea, dar observă că aceasta i-a generat „o problemă". Provocarea, așa cum și-o reprezintă eroul la începutul poveștii, este o problemă falsă, neînțeleasă cu adevărat. Prin urmare, spectatorul va găsi intuitiv „o soluție", care desigur că nu este soluția corectă pentru problema reală, dar pe care el o va considera drept soluție potrivită.

Această rezolvare înglobează o serie de acțiuni pe care ar trebui să le facă eroul în scopul de a ajunge iarăși în starea de echilibru de dinainte de schimbare. Putem spune că, intuitiv, eroul își dorește să realizeze ceva anume pentru că el știe că în trecut, în situații similare, atunci când a realizat acel lucru, și-a recâștigat echilibrul.

Dorința, spune John Truby[161], este ceea ce vrea eroul în poveste. Dorința, spunem noi, este soluția la problemă, așa cum ea îi este furnizată

[161] John Truby, op. cit.

eroului de intuiție. Dorința este o soluție greșită, iar eroul va înțelege acest lucru abia în momentul epifaniei.

Dar faptul că **dorința** este o soluție greșită în raport cu problema reală care a cauzat povestea nu o face mai puțin importantă în mecanismul poveștii, ci dimpotrivă! Povestea începe cu o stare de fapt și devine interesantă pentru ascultător (sau cititor) abia când apare „elementul declanșator" care aduce schimbarea, pentru că „elementul declanșator" este cel care trezește reacția emoțională a ascultătorului. Dorința eroului este ceea ce-l ține pe ascultător, emoțional vorbind, alături de erou, fie pentru că ascultătorul intuiește și el aceeași dorință și atunci empatizează cu eroul, fie că, dimpotrivă, respinge dorința.

De asemenea, așa cum vom arăta în paginile următoare, eroul și opozantul (antagonistul) împărtășesc aceeași dorință, iar lupta dintre ei nu este una personală, ci una exclusiv în planul dorinței. Dacă, în firul narativ al poveștii, eroul își „corectează" dorința, relația antagonică dintre el și opozant dispare, iar ei pot deveni aliați.

3.2.4 Vulnerabilitate și Epifania

Dorința pe care și-o proiectează eroul reprezintă o stare în care el vrea să ajungă, un obiect pe care el vrea să-l obțină sau o persoană pe care vrea să și-o apropie, crezând că prin aceasta el își va recâștiga echilibrul de dinainte de schimbare. Dar abia atunci când eroul înțelege cu adevărat „situația prezentă", el poate să identifice o soluție corectă pentru problemă, iar această înțelegere este provocată de **epifanie**.

După cum am arătat în subcapitolul *3.1.2 Triunghiul storyteling-ului*, povestea evoluează simultan în cele trei planuri: cauzal, emoțional și moral. În plan cauzal, **dorința**, pe care și-o fixează eroul și care-i justifică acțiunile din poveste, nu-l poate duce la recâștigarea echilibrului, pentru că nu cuprinde înțelegerea. Iar înțelegerea apare abia în epifanie. În plan moral însă, eroul nu poate ajunge la înțelegere pentru că poziția sa morală este nepotrivită. Epifania reprezintă nu doar o înțelegere cauzală a Realității, ci totodată și o „înțelegere morală".

Spuneam, într-un subcapitol anterior că, fiziologic vorbind, accederea minții omului la un nou nivel al Realității implică consolidarea în neocortex de noi conexiuni între ierarhiile de modele și abandonarea vechilor conexiuni care nu corespund noii realități. Acest proces de reconfigurare a creierului poate fi numit „sens". În urma noului sens adus de înțelegere, omul își schimbă apoi principiile și metodele de lucru.

Astfel, este necesar ca odată cu epifania să se realizeze și o schimbare în planul moral. În plan cauzal, epifania îi aduce eroului înțelegerea cauzelor schimbării. În plan moral, epifania îi schimbă eroului poziția sa morală, îl face mai bun!

Dacă în plan cauzal lipsa unor informații despre adevărata natură a schimbării îl fac pe erou să-și proiecteze o dorință greșită, în plan moral trebuie să existe cel puțin o slăbiciune morală a eroului care-l împiedică să ajungă la „înțelegerea morală", adică să devină mai bun.

În poveștile care urmăresc dezvoltarea personală a eroului, încă de la începutul poveștii, eroul are una sau mai multe slăbiciuni de care nu este conștient și care nu-i permit să se adapteze la schimbare.

Așa cum sugerează și John Truby[162], el are cel puțin o **vulnerabilitate** (weakness) care-i generează o nevoie de împlinire, de completare. Eroului îi mai trebuie ceva! Dar eroul nu este conștient de această vulnerabilitate a sa, de această lipsă, și își proiectează o **dorință** fără să țină cont de această vulnerabilitate. Vulnerabilitatea este cumva „hamartia" despre care vorbește Aristotel în „Poetica".

În plan cauzal, eroul face erori de raționament, iar aceste erori sunt cauzate de faptul că el nu a înțeles cu adevărat natura schimbării, nu a înțeles cu adevărat cu ce este diferită „situația prezentă" adusă de schimbare de celelalte situații similare din trecut. În plan cauzal, **vulnerabilitatea** sa este legată tocmai de aceste erori de raționament și de necunoașterea săvârșirii acestor erori.

În plan moral, **vulnerabilitatea** eroului vine dintr-o slăbiciune morală a acestuia, dintr-un defect moral. Sau poate veni chiar dintr-un defect fizic, care-i generează frustrări, iar frustrările îi clădesc vulnerabilitatea sa morală. Eroul poate fi lăudăros, leneș etc. Dar eroul poate fi șchiop sau cocoșat și (în urma acestor defecte fizice) el să acumuleze frustrări care să-l ducă spre invidie, ură etc. și să-i consolideze o poziție morală incompatibilă cu saltul calitativ.

Esop a fost un fabulist și-un storyteller care a trăit cu aproximativ 600 de ani înainte de Hristos și care, printre multe altele, a scris și povestea „Ciobănașul care striga că vine lupul". Povestea e cumva cunoscută, un băiat care păzea niște oi strigă în mai multe seri la rând că a venit lupul și astfel îi alarmează pe săteni care vin să-l salveze, deși nu venise niciun lup. Într-una dintre seri însă lupul chiar a venit, ciobănașul a strigat, dar niciun sătean nu a mai venit să-l salveze, astfel că lupul mănâncă o oaie. În unele

[162] ibidem

adaptări ulterioare, ciobănașul însuși este mâncat de lup, astfel că el nu mai apucă probabil să săvârșească epifania, dar epifania se realizează în mințile cititorilor care înțeleg că dacă abuzezi de ajutorul celorlalți, aceștia s-ar putea să nu mai fie dispuși să te ajute fix atunci când chiar ai cea mai mare nevoie de ajutorul lor.

O poveste scurtă și simplă probabil că poate fi scrisă și expusă rezonabil și fără a se insista pe planul moral, epifania urmând a fi săvârșită doar cauzal și emoțional. Dar asta nu înseamnă că nu există un plan moral. Ciobănașul era un mincinos, aceasta era slăbiciunea sa. Slăbiciunea sa nu a devenit vulnerabilitate evidentă până când nu a fost desemnat să stea singur și să păzească oile. Plictisindu-se sau fiindu-i urât pentru prima dată în viață, ciobănașul nu știe ce să facă. Așa că intuiția îi sugerează o soluție care a mai funcționat și-n alte situații – să spună o minciună.

Planul moral este important în storytelling pentru că el este cadrul de dezvoltare al relației dintre poveste, povestitor și ascultător. Fără plan moral, triunghiul storytelling-ului este incomplet. Atât pentru buna construcție a personajului eroului, cât și pentru facilitarea realizării epifaniei, în storytelling-ul științific se consideră că încă de la definirea cadrului poveștii, eroului trebuie să i se atribuie cel puțin o **vulnerabilitate**.

De asemenea, vulnerabilitatea eroului trebuie să-i fie evidentă auditoriului încă de la începutul poveștii, ba chiar ar fi bine să-i fie evidentă și antagonistului (oponentului), care ar putea să profite de ea. Într-o poveste care se desăvârșește și în plan moral, eroul are o vulnerabilitate atât de intensă încât nu doar adaptarea la schimbare, dar însăși viața lui nu poate decurge firesc din cauza ei.

Vulnerabilitatea atribuită eroului este cu atât mai bine aleasă cu cât ea nu-l afectează doar pe erou, ci și pe apropiații acestuia. Pentru a găsi cea mai bună vulnerabilitate, John Truby sugerează să ne gândim la o nevoie materială pe care ar putea să o aibă eroul și să deducem de aici vulnerabilitățile morale care ar putea rezulta. Sau să ne gândim la o valoare morală pozitivă și apreciată de auditoriu și să-i atribuim eroului ca vulnerabilitate exact opusul acestei valori. Sau, tot Truby de sugerează, putem să pornind e la o valoare morală pozitivă, de la o calitate morală a eroului, de la niște principii morale pe care acesta le urmărește și să exagerăm interesul eroului pe împlinirea principiilor morale până acest interes devine un defect și o vilnerabilitate. De exemplu, Vlad Țepeș era atât de preocupat de cinste și de corectitudine încât acest interes al lui a degenerat și a devenit un defect, ajungându-se ca voievodul să-i ucidă inclusiv pe cei care furau lucruri mărunte. Sau, de exemplu, o persoană este

atât de preocupată de igienă încât petrece 10 ore pe zi cu dezinfectarea hainelor și a mobilierului.

Epifania este un moment din arhitectura poveștii în care în plan cauzal eroul înțelege cauzele schimbării, în plan moral suportă o îmbunătățire a poziției sale morale, iar în plan emoțional trece de la emoțiile de stres la emoțiile de relaxare. O poveste simplă poate avea o singură epifanie, eroul ajungând la o singură înțelegere. Narațiunile mai ample, de genul nuvelelor, după cum vom vedea în paginile următoare, pot include mai multe momente epifanice, adică mai multe epifanii minore. Dar, o poveste trebuie să aibă o epifanie majoră, care trebuie să livreze înțelegerea sau învățătura principală a poveștii.

Epifania majoră a poveștii este acea înțelegere majoră la care trebuie să ajungă auditoriul urmărind faptele eroului. Epifania majoră este morala sau concluzia poveștii și săvârșirea epifaniei majore în mintea auditoriului este scopul urmărit de storytelling-ul științific.

De-a lungul firului narativ, eroul poate avea mai multe epifanii minore, care „din aproape în aproape" îl ajută să ajungă la epifania majoră și care construiesc lanțul cauzal. Transformările pe care epifaniile minore le aduc eroului în plan moral îl dezvoltă de asemenea.

Și celelalte personaje pot avea propriile lor epifanii. Oponentul (antagonistul), așa cum arată și John Truby, poate avea și el propria lui epifanie pe firul narativ al poveștii, după cum și aliații pot avea propriile lor epifanii, în urma cărora să decidă să i se alăture eroului sau să-l părăsească.

Dar storytelling-ul este un proces care-l implică și pe cititorul sau ascultătorul poveștii. Astfel, ascultătorul sau cititorul, pe firul narativ, vor avea propriile lor epifanii – care pot să coincidă sau nu cu epifaniile personajelor, în funcție de priceperea celui care a făcut povestea. După cum observa și Terence Lee, dacă planul moral al poveștii nu este congruent cu planul moral al auditoriului, atunci povestea implicită realizată în mintea auditoriului poate ajunge să fie diferită de povestea explicită. Prin urmare, epifania ascultătorului sau a cititorului poveștii poate fi diferită de cea a eroului sau a celorlalte personaje.

În storytelling-ul științific, după cum vom vedea în paginile următoare, se insistă pe cunoașterea planului moral al auditoriului poveștii, ca povestea explicită (pe care o spunem) să coincidă cu povestea implicită (pe care o înțelege ascultătorul).

În general, epifania se desfășoară în același moment pe firul narativ, atât explicit cât și implicit. Dar, în construcția firului narativ, scriitorul poveștii poate alege să livreze epifania implicită înaintea epifaniei explicite. Adică el

poate crea o *epifanie a ascultătorului sau a cititorului* înainte ca eroul să săvârșească epifania explicită. Adică, în storytelling-ul științific, se poate construi un fir narativ în care auditoriul poate să ajungă la o **înțelegere** înaintea eroului. Auditoriul având deja înțelegerea, el se așteaptă ca eroul să ajungă, de asemenea, la aceeași înțelegere, iar acest lucru îl face să se implice și mai mult emoțional alături de erou. În filmele de dragoste, de regulă, se utilizează această tehnică, spectatorul filmului înțelegând înaintea eroilor că aceștia trebuie să formeze un cuplu.

Atunci când în firul narativ se fixează o *epifanie a auditoriului* înaintea celei a eroului, cele trei planuri (cauzal, moral și emoțional) ajung să fie desincronizate, epifania din planurile cauzal și moral realizându-se odată cu epifania auditoriului, iar epifania din planul emoțional realizându-se (uneori mult mai intens) odată cu epifania eroului.

În storytelling-ul științific, scopul urmărit este să se realizeze epifania auditoriului, adică cititorii sau ascultătorii poveștii sunt cei care trebuie să ajungă la o anumită înțelegere, și nu neapărat eroul. În fabula „Ciobănașul care striga că vine lupul", prin repetiția obstinată a momentelor în care băiatul cheamă ajutoarele, auditoriul poveștii poate să ajungă la înțelegere înainte ca lupul să vină cu adevărat. Astfel, înțelegerea sau învățătura poveștii este deja livrată, auditoriul rămânând doar emoțional alături de ciobănaș, ca să vadă dacă și el ajunge sau nu la aceeași înțelegere. De altfel, mecanismul acesta îl întâlnim în majoritatea fabulelor – morala fabulei fiind anticipată de către ascultător.

Dacă se optează pentru livrarea epifaniei auditoriului înaintea epifaniei eroului, aceasta din urmă nu mai este necesar să se realizeze în plan cauzal!

Învățătura sau înțelegerea poveștii din romanul „Ion" de Liviu Rebreanu se poate rezuma printr-un proverb românesc: „Cine aleargă două doi iepuri, nu prinde niciunul". În conformitate cu planul moral al epocii, „glasul iubirii" și „glasul pământului" nu puteau cânta împreună. Căsătoria din dragoste și dragostea de avere nu se puteau concilia în planul moral al societății ghidate după zicerea biblică „Nimeni nu poate să slujească la doi domni". Formula abstractă a poveștii fiind „Un om avea o problemă și a găsit o soluție", în mod optim s-ar translata aici în „Un om care dorea două lucruri contradictorii a ales să obțină doar unul dintre ele." Dar Ion nu ajunge la această înțelegere.

Eroul Ion, după ce-i moare nevasta și rămâne proprietar pe întreaga moștenire a acesteia, are o falsă epifanie conform căreia el se va căsători cu Florica. Această falsă epifanie sau falsă înțelegere este un eșec din

perspectiva evoluției lui Ion. Ion nu înțelege că situația prezentă, în care Florica e măritată cu George e diferită de situația în care era liberă și el se putea căsători cu ea. Prin urmare, Ion nu poate anticipa pe deplin acțiunile lui George. Firul narativ construit de Rebreanu adaugă în planul cauzal al poveștii o grămadă de temeiuri că finalul nu va fi cel dorit de erou. Ion semnează actul că dacă moare fără urmași, averea să rămână bisericii. Ion îl ignoră pe Titu când acesta îl avertizează să se astâmpere. Ion ignoră faptul că Savista îl vede când o vizitează pe Florica în lipsa lui George. Pentru cititorul poveștii situația este evidentă, astfel că epifania poveștii se săvârșește deja în mintea cititorului înainte ca Ion să-și dea întâlnire cu sapa lui George și să moară. Dar, în plan cauzal, Ion ratează epifania. Planul emoțional însă își găsește punctul culminant atunci când Ion își trăiește falsa epifanie și ajunge să fie omorât de George.

Incapacitatea lui Ion de a ajunge la epifanie, după cum prezentam și mai devreme, este legată de planul moral, de vulnerabilitățile personajului principal din romanul lui Rebreanu. Deși este harnic, Ion este un personaj imoral, lacom și lipsit de empatie. El este viclean și o seduce pe Ana, dar fiind lipsit de empatie, el este iresponsabil cu familia sa, copilul său murind în consecință. Lăcomia îl face să-și dorească pământ, dar tot lăcomia îl face să și-o dorească pe Florica. Momentul morții Anei sau momentul morții propriului copil nu-i provoacă o transformare morală, prin urmare el nu este capabil să săvârșească epifania majoră.

Să încercăm alt exemplu. Avem un tânăr orfan care a trăit din mila bisericii până a învățat o meserie, iar acum locuiește undeva într-un sat. La un moment dat, el află cine este ucigașul părinților săi și își croiește un plan de răzbunare. Avem deja „problema" (cineva i-a ucis părinții) și soluția (răzbunarea). În acel sat locuiește o fată care se pare că îl place pe tânărul orfan, dar pe care el o consideră doar prietenă. Vulnerabilitatea lui este aceea că nu are încredere în oameni, că este tot timpul suspicios etc.

Persoana despre care află că i-a ucis părinții este fostul lui maestru, cel de la care a învățat tâmplărie. Dorința lui de răzbunare, așa cum și-o conștientizează el, ține de faptul că ucigașul l-a privat de familie. Pe de altă parte, până la aflarea secretului, maestrul lui (devenit acum antagonist) nu s-a purtat deloc rău cu el, l-a crescut cumva cu grijă părintească. Nu există un conflict personal între erou și antagonist, altul decât cel din planul dorinței. În cazul de față, eroul are interesul să-și atingă dorința, iar antagonistul să-i zădărnicească eroului răzbunarea.

Relația eroului cu fata apare în cadrul narațiunii ca element secundar, dar fata se comportă ca și aliat. De-a lungul firului narativ, povestitorul poate

livra o epifanie auditoriului din care să rezulte că fata îl iubește pe erou și că acesta, fără să știe, o iubește și el pe fată. Eroul nu ia, însă, în calcul o relație cu fata, dat fiind că nu este pregătit să aibă încredere în cineva.

Momentul conștientizării propriei vulnerabilități este momentul care-i declanșează eroului epifania. Acest lucru se întâmplă atunci când eroul acceptă că are „un defect", o slăbiciune care-l face vulnerabil - lipsa de încredere. El înțelege că indisponibilitatea lui de a avea încredere în cineva e legată de frica de a nu pierde acea persoană, așa cum și-a pierdut familia în trecut. Prin urmare, atunci când își cunoaște și-și acceptă vulnerabilitatea, el înțelege că, de fapt, problema lui nu este că fostul maestru i-a ucis familia, ci faptul că nu are familie. Astfel, epifania duce la o schimbare a dorinței, eroul încetând să mai aibă nevoie de răzbunare, intenționând, în loc, să întemeieze o familie cu fata care-l iubește și pe care o place și el. Înțelegerea sau învățătura pe care o aduce această poveste este aceea că cel care și-a pierdut familia și-o poate „recâștiga" construindu-și o nouă familie.

3.2.5 Perspectiva (POV)

Perspectiva (point of view) arată punctul din care privește povestitorul. Povestitorul poate povesti o poveste proprie sau poate povesti povestea altei persoane.

Persoana I reprezintă perspectiva din care povestitorul își povestește propria poveste sau o poveste prin care a trecut în mod direct. Povestirea la persoana I poate fi simplă sau multiplă.

Persoana I simplă este perspectiva în care povestitorul și eroul reprezintă una și aceeași persoană, pronumele „eu" identificându-l atât pe povestitor cât și pe erou. Atunci când se scrie la „persoana I simplă", de regulă, faptele din firul narativ sunt prezentate strict cronologic, în ordinea în care eroul le-a întâmpinat. De asemenea, faptele aliaților și ale antagoniștilor sunt prezentate nu în ordinea în care s-au desfășurat, ci în ordinea în care eroul a aflat despre ele.

Uneori, deși și-a propus să scrie din perspectiva persoanei I simple, povestitorul mai strecoară explicații, cum ar fi: „eu nu știam atunci, dar în timpul acela oponentul ...". Nu recomandăm o astfel de abordare deoarece **persoana I simplă** reprezintă experiența directă, nemijlocită a eroului, iar orice încercare de ieșire din acest cadru duce la diluarea emoției și a transferului de experiență.

Mai mult de atât, nararea la persoana I simplă se face în modul cel mai eficient cu timpul verbelor la prezent. Timpul trecut nu-și are rostul decât atunci când se face referire la fapte deja narate, dar chiar și atunci, când este

necesară prezentarea succesiunii evenimentelor, este de preferat utilizarea perfectului simplu în locul perfectului compus. „Îmi pune în față o farfurie cu mâncare. Terminai de mâncat și-i zic: ...".

Persoana I periferică este perspectiva din care povestitorul povestește fapte la care a fost prezent sau măcar despre care are știință directă, dar al căror erou (protagonist) nu a fost el însuși. Pronumele „eu" se referă la povestitor, pronumele „el" se referă la erou, iar pronumele „noi" identifică în acest caz un grup de protagoniști printre care povestitorul și eroul pot să facă parte sau nu. Persoana I periferică este utilizată și atunci când se repovestește o poveste pe care povestitorul a aflat-o direct de la erou.

Persoana a II-a reprezintă perspectiva din care povestitorul i se adresează direct ascultătorului sau cititorului. Iar ascultătorul sau cititorul devine astfel eroul poveștii. Este o perspectivă mai rar utilizată în storytelling și mai dificil de administrat, în care pronumele „tu" îl desemnează pe erou, iar „eu" pe povestitor. Este perspectiva din care sunt narate etapele unei proceduri tehnice, de exemplu: „Desfaceți cutia și scoateți șurubelnița în cruce. Prindeți piesa A de piesa B cu 2 șuruburi.". De asemenea, este perspectiva din care sunt scrise bune părți ale psalmilor bilbici, ale imnurilor și ale literaturii bisericești. „Dumnezeul duhurilor şi a tot trupul, Care ai călcat moartea şi pe diavol l-ai surpat şi ai dăruit viaţă lumii Tale, însuţi, Doamne, odihneşte sufletul adormitului robului Tău ..."

Tot la persoana a II-a este și perspectiva din care Tudor Arghezi a scris pamfletul „Baroane": „Ce semeț erai odinioară, dragul meu, de n-ai mai fi fost. Şi ce mojic! Ce mitocan! Ce bădăran! Nu te mai recunosc. Parcă în hainele tale a intrat alt om şi parcă celălalt a plecat în pielea goală, pe undeva, prin ceruri ori iad.".

Persoana a III-a este perspectiva din care sunt scrie atât lucrările științifice cât și marea majoritate a lucrărilor literare. Beletristica și mai ales ficțiunea sunt scrise în general la persoana a III-a. Pronumele „eu" nu apare în această perspectivă decât eventual în replicile din dialoguri, și nu-l identifică niciodată pe povestitor.

Persoana a III-a simplă (third person limited POV) este perspectiva din care povestitorul descrie doar faptele și acțiunile eroului pe măsură ce ele se petrec, fără ca el să cunoască ceva în plus față de ceea ce află eroul și fără ca el să-și exprime în vreun fel un punct de vedere propriu. O variantă a persoanei a III-a simple o putem întâlni în narațiunile ample (nuvele, romane etc.), atunci când povestitorul, de la un capitol la altul, schimbă personajul din perspectiva căruia scrie. În felul acesta, anumite evenimente pot fi narate

de două sau de trei ori în cadrul unui text, fiecare expunere prezentând perspectiva unui dintre personajele implicate în eveniment.

Persoana a III-a omniscientă este perspectiva din care povestitorul știe ce fac, ce simt și ce gândesc toate personajele din poveste și știe, de asemenea, ce urmează să i se întâmple fiecărui personaj. Se consideră că este cea mai lejeră perspectivă din care se poate expune. Spre deosebire de persoana a III-a simplă, persoana a III-a omniscientă permite naratorului să oscileze rapid de la un personaj la altul și să construiască astfel mult mai bine interacțiunea dintre personaje.

O variantă a persoanei a III-a omniscientă este aceea în care omniscienta este absolută, iar naratorul nu doar că știe ce simte și ce gândește fiecare personaj, dar exprimă și poziții morale față de acțiunile personajelor. „Un dușman de lup - și-apoi știți care ? - chiar cumătrul caprei, care de mult pândea vreme cu prilej ca să pape iezii, trăgea cu urechea la păretele din dosul casei, când vorbea capra cu dânșii."[163]

3.2.6 Direcția strategică

După cum spuneam la începutul acestui subcapitol, definirea cadrului poveștii aduce o anumită disciplină în dezvoltarea ulterioară a narațiunii și o anumită rigurozitate, care îi permit să păstreze coerența și să-l conducă pe cititor sau pe ascultător mult mai ușor spre înțelegere.

Premisa, eroul, problema, dorința, vulnerabilitate și epifania fac parte din cadrul poveștii. Împreună cu perspectiva (POV) formează un „framework" (Paula Munier) sau un „concept al poveștii" (Larry Brooks) ce determină o **direcție strategică** pe care povestitorul o va urma apoi în construirea poveștii.

De asemenea, derivată fiind din cadrul poveștii (care conține premisa), direcția strategică se apropie de ceea ce John Truby numește „designing principle". „Principiul de design este ceea ce organizează povestea în ansamblu. Este logica internă a poveștii, este acel ceva care face ca părțile să stea împreună astfel încât povestea întreagă să fie mai mult decât suma părților sale."[164]

Stabilită de la început, cu mult înainte de a scrie prima frază a poveștii, direcția strategică, sau „strategia" cum o numește Ronald Tobias, „devine rețeta de scriere și ghidul pe care îl urmează povestitorul ca să poată să obțină îmbinarea optimă între intriga poveștii, caracterizarea personajelor, descrierea lumii poveștii și firul narativ în sine"[165].

---

[163] Ion Creangă, Capra cu trei iezi
[164] John Truby, op. cit., capitolul 2 „Premisa"
[165] Ronald Tobias, Theme & Strategy (The Elements of Fiction Writing), Writer's Digest Books 1989, pag.2

3.3 Structura poveștii

3.3.1 Despre structura poveștii

Referitor la faptul că omul s-a născut povestitor, vorbește și Gerald Prince, când afirmă că „fiecare dintre noi am putea să fim niște povestitori mai buni sau mai puțin buni, dar orice om, din toate civilizațiile cunoscute în istorie și antropologie, a știut să povestească"[166]. Iar acest lucru, crede Prince, se întâmplă pentru că fiecare dintre noi avem instrumente intuitive prin care putem distinge între narațiune și non-narațiune. Mai mult de atât, „se pare că, într-o extrem de mare măsură, fiecare dintre noi avem aceleași intuiții și cu privire la structura și regulile poveștii"[167].

În structura tragediei, Aristotel identifică șase părți: mythos, ethos, dianoia, lexis, melos, opsis[168]. Prin aceste șase părți, el încearcă să acopere atât structura poveștii cât și elementele ei de punere în scenă.

Mythos-ul se referă la modul în care sunt aranjate evenimentele care construiesc acțiunea. Aristotel face distincție între mythos și praxis, cel de-al doilea reprezentând acțiunile în sine, iar mythosul însemnând mai degrabă semnificația pe care o dăm acestor acțiuni. În general, în prezent, în limba română, mithos-ul se traduce cel mai adesea prin „subiectul operei" sau prin „intrigă", iar în engleză prin „plot".

Ethos-ul semnifică obiceiurile, ideile, credințele și idealurile care descriu o anumită comunitate de oameni. Din cuvântul ethos s-a derivat (în greacă) termenul etică.

Dianoia se referă la cauzalitatea dintre evenimente și reprezintă rațiunea, firul logic, din spatele acțiunilor personajelor. Termenul dianoia apare inițial la Platon, în opoziție cu noesis, dianoia însemnând mai degrabă ce înțelegem astăzi prin gândirea rațională (gândirea lentă, după Kahneman), iar noesis însemnând mai degrabă ce înțelegem astăzi prin intuiție (gândire rapidă, după Kahneman).

Lexis-ul reprezintă „limbajul" sau mai degrabă ceea ce în comunicare înțelegem prin cod și canal împreună. Aceeași poveste poate fi spusă prin cuvinte, ori prin pantomimă ori chiar prin imagini sau dans.

Melos-ul și **Opsis**-ul se referă la muzica folosită în teatru și la elementele de spectacol, cum ar fi costumele.

---

[166] Gerald Prince, Narratology: The Form and Functioning of Narrative, Mounton Publishers 1982, pag.79
[167] Gerald Prince, op. cit., pag. 80-83
[168] Aristotel, Poetica

Este important să facem și noi distincția pe care însuși Aristotel a făcut-o între **structura poveștii** și **structura narativă**. În Poetica, analizând tragediile, Aristotel identifică cele șase elemente structurale amintite mai sus. Știința storytelling-ului le asimilează și le poziționează în ceea ce numim **structura poveștii.**

Dar, tot în Poetica, Aristotel vorbește despre o anumită structură a Mythos-ului. „Mythos-ul trebuie să fie întreg [...] "Întreg e ceva ce are început, mijloc şi sfârşit."[169] De aici, teoria literară a dezvoltat **structura narativă** de bază, care conține trei elemente: început, cuprins, încheiere.

Prin urmare, structura poveștii se referă la elementele care constituie povestea în ansamblul ei, iar structura narativă este doar o parte a structurii poveștii și se referă la modul în care sunt ordonate evenimentele pe firul narativ.

După cum vom vedea în paginile următoare, în storytelling-ul științific, se consideră că structura poveștii, în esență, este unică și cuprinde o serie de elemente bine definite și indispensabile. Pe de altă parte, o poveste poate fi narată în mai multe feluri, pe mai multe structuri narative, iar la acestea ne vom referi, de asemenea, în subcapitolele următoare.

Larry Brooks consideră că structura poveștii este compusă din patru elemente: conceptul, personajele, tema și structura narativă[170]. Conceptul coincide cu ceea ce am prezentat noi în subcapitolul anterior ca fiind „cadrul poveștii" și este cel din care rezultă „narrative strategy", sau direcția strategică, cum am ales noi să o numim. Astfel, mai departe, ne-ar rămâne să clarificăm ce sunt personajele, tema și structura narativă.

John Truby consideră că în structura poveștii intră: premisa, personajele, argumentul moral, arena poveștii, simbolurile și plot-ul, premisa fiind cea din care rezultă „principiul de design". Plot-ul, așa cum îl descrie Truby, este mai degrabă ceea ce noi am numit structură narativă decât ceea ce Aristotel înțelege prin Mythos. Sau, cu alte cuvinte, plot-ul la John Truby e mai degrabă extinderea mythosului în praxis, pe când mythos-ul s-ar regăsi mai degrabă în descrierea premisei. Argumentul moral și simbolurile de la John Truby, luate însumat, formează ceea ce Aristotel descria prin ethos, iar arena poveștii cuprinde descrierile referitoare la spațiul fizic (real sau imaginar) în care se desfășoară povestea.

* * *

Neînțelegerea deosebirii dintre poveste și narațiune duce de multe ori, în literatura despre storytelling, la confuzia între structura poveștii și

[169] Aristotel, Poetica (traducere de D.M. Pippidi, 1970)
[170] Larry Brooks, Story Engineering, Writer's Digest Books 2011

structura narativă. Realitatea din jurul nostru este în continuă schimbare, iar elementele din structura poveștii nu sunt altceva decât elementele de structură ale schimbărilor din Realitate.

Dacă există ființă și există devenire, atunci ființa și devenirea sunt elemente structurale ale poveștii. Dacă cunoașterea Realității nu este un proces liniar, ci este unul care (așa cum arată Kuhn) se realizează în salturi, de la o paradigmă la alta, atunci paradigma este de asemenea element de structură al poveștii.

Din perspectiva aceasta, în structura poveștii intră ființa, devenirea și paradigma:

Ființa	Devenirea	Paradigma
personajele povestitorul	dianoia, firul narativ anagnorisisul, peripeteea structura narativă (Larry Brooks)	lumea fizică („arena" lui Truby) ethos-ul (argumentul moral și simbolurile lui Truby) tema (Larry Brooks)

Aceleași elemente de structură le găsim atât în științele fizice cât și în studiul filosofiei. Ori, dacă fizica studiază deja materia și transformările din materie, iar filosofia studiază în felurite direcții relațiile ultime dintre ființă și devenire, ce este și ce face povestea?

Dacă ar fi să-l credem pe Hegel[171], Spiritul se înstrăinează de sine, coboară în materie unde se cunoaște și se înțelege pe sine și apoi se întoarce în sine conștient de propria devenire. Astfel, fizica și filosofia nu fac altceva decât să urmărească acest proces de autocunoaștere pe care-l desfășoară Spiritul.

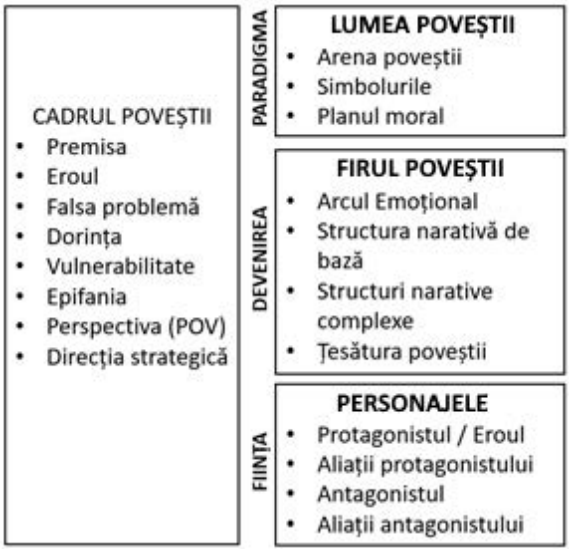
Povestea transmite fapte, întâmplări – această observație este acceptată de toată lumea. Adică povestea este cunoaștere, ea este o reflectare a devenirii în ființă. Să nu uităm, însă, faptul că povestea, așa cum am arătat în primele capitole, este un model de reprezentare a procesului de înțelegere. Adică povestea e modul prin care omul a observat că ajunge la înțelegere, la *episteme*. Adică, dacă ar fi să-l credem pe Hegel, povestea e vehiculul prin care Spiritul (înstrăinat de sine și coborât în materie) se cunoaște pe sine, prin om. Iar structura narativă descrie etapele acestui proces.

Dacă ar fi să-l credem pe Hegel, povestea nu putea fi altceva decât ceea ce am descris mai sus. Dacă însă ar fi să-i credem pe specialiștii din neuroștiințe și pe cei din științele cognitive, mai degrabă am putea spune că

[171] G.W.F. Hegel, Fenomenologia spiritului

întregul eșafodaj al dialecticii nu e altceva decât efectul faptului că omul e povestitor și că în urmă cu câteva zeci de mii de ani el și-a conștientizat propria înțelegere și și-a format chiar un model de reprezentare a procesului de înțelegere. Acest model s-a perpetuat apoi de la o generație la alta, până s-a fixat deplin atât în cultura umană – poate și în structurile neocortexului, iar întreaga filosofie dialectică de la Heraclit la Fichte și Hegel nu e altceva decât un model derivat din modelul poveștii. Adică, întreaga filosofie dialectică și în general capacitatea noastră de a înțelege filosofic lumea derivă și sunt cumva încartiruite de acest model de reprezentare al înțelegerii pe care ni l-am dezvoltat în urmă cu câteva zeci de mii de ani.

Așa cum am prezentat-o mai sus, structura poveștii cuprinde ființa, devenirea și paradigma. Mai exact, în structura poveștii intră personajele, firul narativ al întâmplărilor prin care personajele evoluează (devin) și paradigma în cadrul căreia are loc această evoluție. În cadrul paradigmei intră ethosul, despre care vorbea Aristotel, adică toate acele cutume, credințe și idei care ajung să definească „argumentul moral" despre care vorbește Truby. Tot în cadrul paradigmei intră simbolurile care caracterizează lumea poveștii, precum și descrierile lumii fizice.



Figură 18 Structura poveștii

Dar, după cum am tot amintit, în storytelling-ul științific crearea poveștii este un act intenționat. În storytelling-ul științific, devenirea personajelor, adică reacția lor la schimbare și evoluția acestora, nu le duce la înțelegeri spontane, ci la anumite înțelegeri (epifanii) de dinainte stabilite în ceea ce am numit mai sus cadrul poveștii.

Atât Aristotel, prin lexis, melos și opsis, cât și alții care au scris despre storytelling, au identificat și alte elemente ce țin cumva de poveste – mai

degrabă de modul în care se spune sau se transmite povestea. De altfel, din subcapitolul *3.1.2 Triunghiul storyteling-ului,* cunoaștem faptul că storytelling-ul e o relație tripartită între poveste, povestitor și auditoriu. Totuși, în cadrul acestei cărți, am ales să tratăm separat construcția poveștii de prezentarea acesteia. Am ales să expunem în capitolul următor, intitulat Povestitorul, elementele ce țin de prezentarea poveștii în fața auditoriului.

* * *

Diferența fundamentală dintre știința storytelling-ului și teoria literară este una de proces. Știința storytelling-ului construiește povestea. Storyteller-ul e arhitect și inginer de structură totodată. El trebuie să știe de la început cum va fi fundația, unde vor fi stâlpii de rezistență ai poveștii și spre ce puncte cardinale se vor deschide ferestrele. Pe de altă parte, criticul literar face o cercetare istorică a poveștilor clădite. el le vede gata construite, vede că au ferestre, vede că toate sunt așezate pe o fundație și vede, de asemenea, că majoritatea poveștilor au ferestrele deschise spre sud. Pornind de la ceea ce vede, criticul literar poate împărți poveștile în povești cu un singur nivel și povești cu mai multe etaje sau în povești acoperite cu țiglă ori povești învelite cu tablă. El poate să observe și preferința storytellerilor de a orienta ferestrele spre sud și de aici el poate induce faptul că poveștile „trebuie" să aibă ferestrele orientate spre sud.

Einstein făcea distincție[172] între teoriile științifice principiale, pe care le considera seturi de generalizări empirice bine confirmate de fenomenele pe care le studiază - pe de o parte - și teoriile științifice constructive, care oferă modele constructive pentru fenomenele pe care le studiază, pe de altă parte.

Știința literaturii s-a dezvoltat ca o știință descriptivă și principială, pe când știința storytelling-ului, pe care o propune această carte, este o știință constructivă.

Totuși, tot despre o triadă se vorbește în general și în teoria literară, atunci când se fac referiri la structura unei narațiuni. Astfel, cele trei elemente identificate în teoria literară sunt tema, subiectul și personajele.

Tema literară este cadrul de ansamblu în care se desfășoară opera literară în general și narațiunea în particular. Prin observații, teoria literară operează generalizări și abstractizări, dezvoltând concepte cum ar fi iubirea, natura, condiția umană etc., iar aceste concepte le numește teme. Elementele de construcție ale temei, fie că sunt din spectrul ideilor, a

[172] apud Nicolae Sfetcu, Epistemologia gravitației experimentale. Raționalitatea științifică, MultiMedia Publishing 2019, pag. 55-56

imaginilor ori a simbolurilor, în teoria literară sunt numite motive. Într-un fel sau altul, putem spune că tema literară și motivele construiesc paradigma în care urmează să se dezvolte povestea.

În storytelling-ul științific elementele ce țin de ceea ce teoria literară numește a fi „tema" se regăsesc în paradigma poveștii, adică în „Lumea poveștii".

În teoria literară, subiectul narațiunii e construit din suita întâmplărilor relatate, astfel că el se dezvoltă în mai multe „momente" succesive: expoziționea, intriga, desfășurarea acțiunii, punctul culminant și deznodământul.

În storytelling-ul științific, „subiectul" este stabilit încă din etapa de definire a cadrului poveștii, adică este stabilit din premisă. Apoi, el este dezvoltat în firul narativ al poveștii în conformitate cu restricțiile autoimpuse în cadrul poveștii. Astfel, pe firul narativ al poveștii apare un moment în care eroul încă nu s-a întâlnit cu schimbarea, prin urmare se află încă în echilibru. În cadrul acestui moment (denumit în general ca „setting" în lucrările de peste ocean) se prezintă eroul și de asemenea începe să se expună elemente din *lumea poveștii*. Ceea ce teoria literară definește ca momentul de start al intrigii se regăsește în storytelling-ul științific sub denumirea de „element declanșator" (trigger).

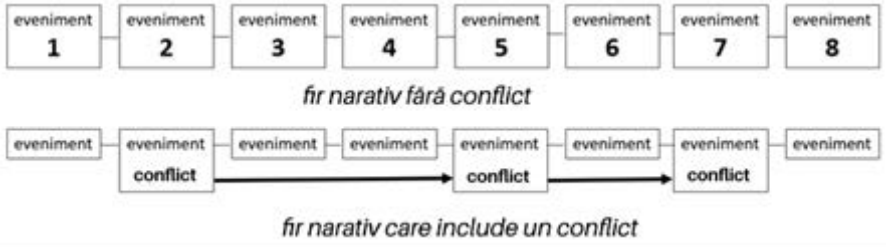
Punctul culminant observat de teoria literară este momentul în care eroul are epifania majoră, iar în urma acestei epifanii ia o anumită „decizie morală". Ceea ce teoria literară obișnuiește să numească ca deznodământ este acel moment din care eroul, dacă a înfăptuit epifania, ajunge la noul echilibru, adică ajunge la un nivel superior al Realității, unde schimbarea este asimilată și conciliată.

3.3.2 Intriga, Conflictul și Arcul Emoțional

Intriga unei narațiuni, așa cum se consideră în teoria literară, reprezintă evenimentul sau evenimentele care determină cursul acțiunii. Intriga este fundamentală în planul cauzal al poveștii. Motivul ? Intriga reprezintă schimbarea, iar toate celelalte întâmplări nu sunt altceva decât acțiuni și reacțiuni determinate de nevoia personajelor de a reajunge la echilibru.

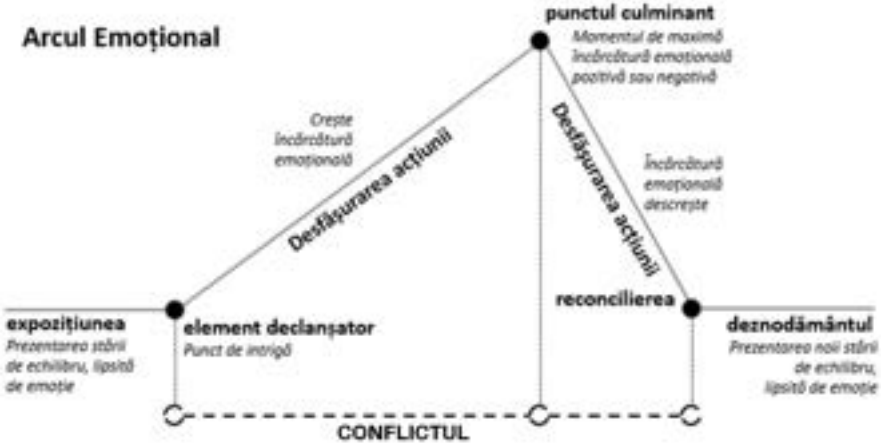
Într-o povestire scurtă, intriga poate fi un singur moment, dar într-o narațiune mai amplă pot apărea mai multe momente ale intrigii, adică mai multe momente care împreună să construiască intriga. În limba engleză există un termen care reunește toate momentele de intrigă dintr-o narațiune, alături de punctul culminant și de deznodământ, iar acel termen este „plot".

În această lucrare, am ales să traducem substantivul „plot" prin „conflict".



Figură 19 Conflictul

Conflictul, în storytelling, este o înșiruire de evenimente care sintetizează planul cauzal al poveștii și care asigură livrarea epifaniei și a efectelor acesteia. Orice narațiune are un fir narativ, adică o succesiune de evenimente, dar nu toate narațiunile sunt povești, ci doar acele care au în firul lor narativ un conflict.Încercând să explice structura dramelor teatrului antic grecesc, scriitorul german Gustav Freytag, a observat[173] că piesele încep dintr-un moment de echilibru, apare apoi evenimentul declanșator care provoacă o creștere a acțiunii și a emoției până în punctul culminant. De acolo, acțiunea este „în cădere", intensitatea emoțională se disipează și spre deznodământ se ajunge iarăși la echilibru. El a exprimat plastic această observație prin ceea ce este numit în mod curent a fi „Piramida Freytag".



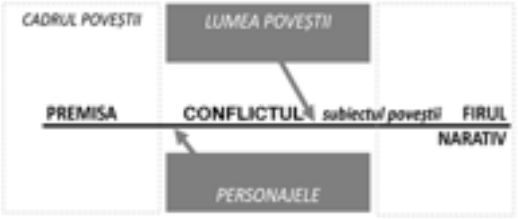
Figură 20 Arcul Emoțional

[173] Gustav Freytag, Technique of The Drama, Scott & Foresman, New York 1894

Arcul Emoțional, în storytelling, este un concept care reunește *planul cauzal* și *planul emoțional* al poveștii. Punctele de inflexiune ale arcului emoțional sunt constituite din acele evenimente din firul narativ care constituie *conflictul*. În capitolul intitulat Povestitorul vom dezvolta importanța arcului emoțional în relația tripartită dintre poveste, povestitor și auditoriu.

3.3.3 Subiectul și Ideea fundamentală a poveștii

În procesul de construcție al poveștii, **subiectul** narațiunii începe a se defini în *premisă*, se consolidează în cadrul *conflictului* și se desăvârșește în *firul narativ al poveștii*, cu contribuțiile aduse de *personaje* și de *lumea poveștii.* Astfel, nucleul poveștii aflându-se în *cadrul poveștii*, aceeași poveste poate fi spusă în *lumi* diferite ori cu *personaje* diferite.



Figură 21 Dezvoltarea subiectului poveștii

Pornind de la premisa „un individ dintr-o cultură este adoptat de o altă cultură și devine susținătorul acesteia", filmul „Avatar", regizat de James Cameron, prezintă exact aceeași poveste pe care au prezentat-o Arno Schmidt și John Esten Cooke în scrierile lor despre prințesa Pocahontes. Atât Pocahontes cât și Jake Sully trec prin aceeași epifanie și înțeleg astfel că noua cultură este valoroasă.

În folclorul american circulă o poveste despre George Washington, care la vârsta de șase ani a primit o secure cu care, jucându-se, a tăiat un cireș. Fiind întrebat de tatăl lui cine a tăiat cireșul, viitorul mare om politic are epifania faptului că minciuna e rea și recunoaște fapta. Ciobănașul, care mințea strigând: „lupul!", a ratat însă această epifanie și probabil a murit mâncat de lup. Între cele două povești avem premise diferite, avem lumi diferite și personaje diferite. Dar ele se intersectează în aceeași epifanie și cumva ne învață același lucru.

În teoria literară se consideră că **ideea fundamentală a unei narațiuni** reprezintă o semnificație profundă a textului, cum ar fi „binele învinge răul" sau „nu trebuie să mințim" – ca în cele două povești de mai sus. În storytelling-ul științific, ideea fundamentală a poveștii este însăși epifania majoră a poveștii, iar dacă auditoriul poveștii desprinde din poveste o altă idee decât înțelegerea ce trebuia furnizată de epifanie, atunci putem spune că auditoriul a ratat epifania, iar asta nu înseamnă altceva decât că povestea a fost prost construită sau a fost prost spusă.

3.4 Personajele

3.4.1 Personajele fac povestea

Așa cum am arătat până aici, ideea fundamentală a unei povești sau înțelegerea pe care o poveste ar trebui să o aducă auditoriului depinde de *epifania majoră* pe care ne-am asumat să o livrăm încă de când ne-am definit *cadrul poveștii*. Astfel, personajele (vezi exemplul cu filmul Avatar și prințesa Pocahontes) par a fi elemente secundare în construcția poveștii.

Creatorul de povești ar putea fi tentat să creadă că, după ce și-a definit *cadrul poveștii*, ar trebui să se concentreze pe *conflict* înainte de a-și defini *personajele*, urmând ca apoi să construiască niște personaje care să săvârșească faptele din conflict. Această concluzie intră în contradicție cu observația empirică a multora conform căreia „personajele fac povestea".

Aproape toate lucrările pe care le-am studiat noi pentru fundamentarea acestei cărți ne sugerează să începem cu definirea personajului înainte de a ne stabili conflictul. Unii autori susțin inocent că oamenii citesc povești nu pentru subiectul poveștii, ci pentru portretul personajului, dar alții explică argumentat acest lucru.

În fapt, după cum am arătat, *povestea* rezidă în *cadrul poveștii*, acolo unde avem *premisa* și *epifania*, iar aceeași poveste poate fi spusă în variante diferite de conflict. Pe de altă parte, construcția personajului e un proces complex pentru că omul însuși e complex. Iar a construi un personaj complex de la zero, după cum vom arăta mai jos, e aproape imposibil.

„O scriere bună e ca un scaun cu trei picioare care se sprijină pe personaje, întâmplări și scenă, dar personajele sunt cele mai importante pentru că ele ne conduc spre celelalte două."[174] Observația îi aparține lui Jack Hart, un jurnalist american care a fost mentorul mai multor câștigători ai premiului Pulitzer și care, de asemenea, a fost mulți ani în echipa de conducere a ziarului „The Oregonian", probabil cel mai mare ziar din nordul coastei pacifice a Statelor Unite. Cartea lui, Storycraft, este un ghid pentru povești „nonficționale", adică, mai degrabă pentru reportaje. Abordarea sa este una disciplinată și canonică în domeniul storytelling-ului, „personajele", „întâmplările" și „scena" neînsemnând altceva decât elementele de structură ale poveștii, pe care noi le-am enunțat ca „personaje", „lumea poveștii" și „firul poveștii".

Observația sa că personajele sunt cele mai importante în scrierea unei povești vine desigur din experiența jurnalistului care vrea să nareze povești

[174] Jack Hart, Storycraft, The University of Chicago Press 2011, pag. 75

autentice. Personajul poveștii, dacă nu este imaginat, ci este extras din lumea reală, poate deveni o sursă inepuizabilă de inspirație pentru scriitor, având totodată avantajul coerenței. Scrierea poveștii trebuie să fie un proces organic și coerent. Un personaj odată definit și caracterizat într-un anumit fel nu poate acționa într-un moment al poveștii în alt fel decât a fost el definit. Iar diavolul, se zice, rezidă în detalii.

În momentul în care începem povestea definind conflictul, iar apoi încercăm să construim un personaj în mod artificial, de la zero, neavând o imagine de ansamblu, adică un model cât mai complet al personajului în minte, personajul ne poate scăpa de sub control. Iar în storytelling-ul științific asta nu e bine! Adică putem ajunge să-i atribuim „din mers" și din neglijență caracteristici care apoi să nu mai fie compatibile cu conflictul pe care deja l-am definit. Se zice că atunci când scria piesa „O scrisoare pierdută", Caragiale ar fi intrat în blocaj, iar ieșirea din impas s-ar fi realizat prin construirea (artificială) a unui personaj care să se potrivească conflictului. Și așa ar fi apărut Agamiță Dandanache, personajul „mai prost decât Farfuridi și mai canalie decât Cațavencu". Nu e la îndemâna oricui să procedeze așa.

Avantajul procedurii de a porni de la personaj și de a construi apoi conflictul este legată de faptul că ne putem lua modele de personaje din viața reală. Odată definit cadrul poveștii cu premisa și cu epifania fixate, noi avem deja povestea! Mai trebuie să găsim doar modul în care să o spunem. „Toate poveștile au fost spuse, dar nu în toate modurile posibile" spunea Flannery O'Connor, o prozatoare din SUA.

Astfel, dacă ne-am fixat cadrul poveștii, pentru a putea dezvolta un conflict și un fir narativ al poveștii organic și coerent, putem să construim personajele pornind de la persoane reale, din jurul nostru. În felul acesta, avem mereu la îndemână modelul complet al personajului, din care putem extrage descrieri fizice și sufletești. În felul acesta, nu personajul va fi cel care va trebui să se înscrie în conflict, ci conflictul se va dezvolta în modul specific al personajului.

Când eroul poveștii îl are ca model pe un om din viața reală, iar epifania e deja stabilită, scriitorul nu are de făcut decât să studieze mai atent modelul din viața reală și să se întrebe cum ar putea acel om real să ajungă la epifania stabilită. Răspunsul la întrebare îi va livra deja întregul conflict, iar eroul se va „comporta" în cadrul firului narativ coerent și firesc. Să-ți scape personajul de sub control nu e bine, dar să lași personajul să-și scrie povestea e bine!

Arhetipurile sunt modele abstracte care întruchipează caracteristicile fundamentale ale unor lucruri. Arătam în *subcapitolul 2.2 Neocortexul* că în memoria noastră explicită, din modelele ierarhice episodice s-au sintetizat modele ierarhice semantice. Spuneam în paginile anterioare că, adunând în mintea noastră amintiri cu cai, creierul nostru (prin analogie și schematizare) a dezvoltat un model abstract de „cal" care nu e nici alb, nici cafeniu, dar poate avea atât culoarea albă cât și culoarea cafenie, iar acest obiect abstract l-a stocat în memoria explicită semantică. Cu alte cuvinte, creierul nostru și-a fixat un arhetip al calului. Ideile abstracte despre care vorbește Platon și formele transcedentale, cum ar fi pătratul sau cercul, sunt, de asemenea, idei arhetipale.

Cu mai bine de 100 de ani în urmă, Carl Gustav Jung considera deja arhetipurile[175] ca fiind forme ale unei ordini apriorice a minții noastre. Aceste „forme" sau modele simbolice ne condiționează mintea și comportamentul. Aceste arhetipuri s-au format în mințile noastre de-a lungul dezvoltării noastre ca specie, ele constituind un fel de substrat dinamic comun al întregii omeniri. După cum observa Levi-Strauss, „structura gândirii omului primitiv se mai află încă în mințile noastre"[176]. Fiind prezente în mințile fiecăruia dintre noi, aceste arhetipuri stau la baza a ceea ce Jung numea „inconștient colectiv". Noi nu putem „vedea" arhetipurile, ci reprezentările acestora în cultură, pentru că arhetipurile sunt, după cum spune Jung[177], „stratul germinal creator" al culturii umane.

Ideea de *mamă*, care își crește și își protejează copiii, s-a fixat în mintea noastră ca arhetip, iar de aici mai departe, cultura umană proiectează acest arhetip și asupra altor elemente. Universitatea în care ne-am format a devenit „alma mater", iar țara în care am crescut a devenit „patria mamă".

În general, după cum se va vedea în rândurile următoare, în povești întâlnim des personaje arhetipale, iar utilizarea personajelor arhetipale e benefică în storytelling-ul științific pentru că auditoriul, recunoscând arhetipul, poate intuitiv să anticipeze o parte dintre faptele sau intențiile personajului. Acest lucru îl va apropia mai mult de poveste și îl va face să se implice și mai mult emoțional. Astfel, ne întristează mai mult când aflăm că o mamă a fost ucisă decât atunci când aflăm că a fost ucisă o femeie oarecare.

[175] apud Ulrich Hoerni .a., The Art of C. G. Jung, The Foundation of the Works of C.G. Jung, Zurich 2019, pag.260

[176] apud Thomas Stark, The Starway of Consciousnes: The Birth of Self Awareness from Unconscious Archetypes, The Ontological Mathematics Foundation 2018

[177] apud Vasile Dem. Zamfirescu, Filosofia inconștientului, Editura Trei, București 2012, pag. 433

3.4.2 Proactiv și Reactiv

Proactivii și Reactivii reprezintă cele două categorii de personaje din cadrul oricărei povești. Vorbeam în subcapitolul *2.3.2 De la Homo Erectus la Homo Sapiens Idaltu* despre importanța descoperirii focului și despre nașterea „celuilalt".

Ideea de separație sau mai degrabă modelul abstract al împărțirii în două se află în creierul uman cu mult înainte de descoperirea focului. Deoarece, după cum observa MacLean, sistemul nostru limbic, fiind clădit peste creierul reptilian, are la bază raționamentul maniheist, adică „agreabil sau dezagreabil", „supraviețuire sau moarte". De aici putem înțelege că, în momentul descoperirii focului, ideea dualului era deja fixată în așa-zisul inconștient colectiv.

Mai mult chiar, în filogeneza regnului animal, creierul apare pentru prima dată la ființele bilaterale. Astfel, istoria creierului curge pe același traseu cu istoria simetriei corpurilor noastre. Indiferent când și la ce nivel a apărut starea de conștiință la ființele vii, dacă această stare este determinată de creier, ea cu siguranță că a apărut prima dată la o ființă cu structura bilaterală – doi ochi, două mâini, două picioare. Omul, de asemenea, când s-a văzut prima dată conștient pe sine, s-a văzut cu două mâini relativ identice și două picioare relativ identice - legate împreună. Astfel, modelul „unității dualului" e model fundamental al gândirii noastre.

Întreaga filosofie ermetică a lui Hermes Trismegistul gravitează în jurul unității dualului. „Tot ce e sus este și jos, dar nimic nu este în repaos, ci totul se mișcă, astfel că deși totul e dublu, toate au doi poli, fiecare dintre poli are ceva din celălalt."

Credința într-o unitate a dualului o întâlnim și la Heraclit și la Giordano Bruno și la mulți alții. Sub denumirea de „coincidentia oppositorum", unitatea dualului, ca mit ori concept filosofic, e observată în gândirea umană și de Carl Gustav Jung și de Mircea Eliade, dar și de alții. „Nu există energie decât dacă există o tensiune a contrariilor" observa Jung.

Momentul descoperirii focului a fost acela în care specia umană a cunoscut instrumentul unirii și al separării, este evenimentul când mintea omului și-a construit un model (un arhetip) al instrumentului unirii și al separării. Focul separă omul primitiv de animalele periculoase, dar îi unește în jurul său pe cei din același grup. Grupurile diferite stau, însă, în jurul unor focuri diferite. În momentul în care două grupuri se unesc, vor face un singur foc și vor sta cu toții în jurul aceluiași foc. Focul separă metalul de steril în procesul metalurgic de topire a minereului, dar tot focul unește bucățile

diferite de metal. Două bucăți de metal își unesc destinele după ce sunt arse în același foc.

Este o practică fundamentală a minții noastre să ne împărțim în două și să ne unim, iar în storytelling, **dorința** este cea care îndeplinește funcția focului. De altfel, descrierea dorinței ca „arzătoare" o întâlnim în majoritatea limbilor lumii, după cum și intensitatea emoțională în sine este descrisă oriunde pe glob prin metafora focului. Povestea este declanșată de schimbare, iar **dorința** eroului de a-și recâștiga echilibrul de dinaintea schimbării reprezintă „focul" care împarte personajele în *proactive* și *reactive.*

Lupta dialectică dintre contrarii, model arhetipal al minții noastre, face ca eroul să se numească **protagonist**, ceea ce în greacă înseamnă „primul luptător". Acela care urmărește aceeași dorință ca și eroul, ori are interesul ca eroul să nu își împlinească dorința, este numit **antagonist** – ceea ce în greacă înseamnă „împotriva luptătorului".

Întreaga desfășurare a acțiunii poveștii (vezi imaginea „Arcul Emoțional" din paginile anterioare) e o luptă dintre protagonist și antagonist. Conflictul este un model arhetipal al minții noastre, fără conflict neputând exista concilierea contrariilor. Iar fără concilierea contrariilor nu există progres, adică nu există adaptare la schimbare.

Protagonistul sau **eroul** este definit ca personaj încă din premisă, iar **antagonistul** sau **oponentul** este un personaj fără de care povestea nu poate exista. Desigur, antagonistul nu trebuie să fie neapărat o ființă umană. El poate fi întruchipat de un animal sau de un fenomen al naturii, iar la fel, nici protagonistul nu trebuie să fie neapărat un om. Dar, atât protagonistul cât și antagonistul sunt elemente personificate. Indiferent ce alege scriitorul poveștii să fie, ele vor avea trăsături umane. Iar dacă aceste trăsături nu pot exista în plan fizic, ele trebuie neapărat să existe în plan moral. Fie că e vorba de animale, extratereștri sau obiecte neînsuflețite (scaune), pentru a deveni personaje ale poveștii, ele trebuie personificate, iar, după cum arătam mai sus, cea mai la îndemână manieră este aceea de a le raporta la o persoană reală, pe care o cunoaștem din viața noastră de zi cu zi.

Când, din diferite motive, povestea trebuie să aibă un singur personaj la vedere, acesta va fi eroul. Antagonistul nu poate, totuși, să lipsească. Într-o astfel de situație, în procesul de construcție al personajelor, după apariția momentului declanșator, adică după apariția schimbării, personajul eroului va cliva și din el se va desprinde antagonistul ca un alter ego. Deși firul narativ va expune faptele unei singure persoane, scriitorul poveștii va avea ca reper două persoane distincte din viața lui reală și, pentru fiecare faptă

din conflict, scriitorul va ști de fiecare dată dacă este săvârșită de protagonist ori de antagonist. Protagonistul va rămâne acea ipostază a eroului care săvârșește epifania.

În general, în storytelling-ul științific, funcționează un principiu al economicității care ar cere ca cel mai bun rezultat posibil să se obțină cu cele mai mici costuri. În spiritul acestui principiu al economicității, în cadrul poveștii nu au ce căuta alte personaje decât cele care influențează într-un fel conflictul și sprijină ori împiedică săvârșirea epifaniei de către erou.

Tot o manifestare a acestui principiu al economicității este și „pistolul lui Cehov". Într-o scrisoare a sa către un amic, dramaturgul rus recomandă: „Elimină tot ce nu are relevanță pentru poveste. Dacă în primul act al piesei spui că există un pistol agățat pe o panoplie, în al doilea sau al treilea act al piesei, cineva trebuie să tragă cu acel pistol. Altfel, pistolul nu are ce căuta acolo.". Referitor la această recomandare a lui Cehov, prozatorul Ernest Hemingway amintește că în „Fifty Grand", el însuși a introdus la un moment dat două personaje pe care apoi nu le-a mai menționat niciodată în povestire. Dar Hemingway își justifică introducerea personajelor prin faptul că ele completau ceea ce noi am numit în această carte *lumea poveștii*. În fapt, personajele despre care amintește Hemingway nu sunt personaje propriu-zise, ci false personaje. În lucrările de limbă engleză despre storytelling aceste false personaje mai sunt denumite „extraneous".

Eliminarea lor din poveste nu schimbă cu nimic conflictul ori povestea în sine, dar ele au rolul de a descrie mai bine lumea poveștii și au aceeași funcție pe care o au descrierile văilor, a râurilor sau a obiectelor dintr-o cameră. Distincția dintre personajele adevărate și aceste false personaje se face prin faptul că falsele personaje nu se poziționează nici proactiv, dar nici reactiv, față de împlinirea dorinței eroului. Totuși, la început, unele personaje pot părea neutre, pentru ca la un moment dat pe firul narativ, ele să treacă de o parte sau de alta, devenind proactive sau reactive.[178] Aceste momente în care personajele neutre devin proactive sau reactive sunt cele ce fac parte din conflict. Niciun personaj proactiv sau reactiv nu poate deveni ulterior neutru!

În paginile următoare, atunci când vom vorbi despre povestitor și despre „spunerea poveștii", în subcapitolul *4.4.4 Timpul, aliat sau inamic* vom face o distincție între esențialul poveștii și elementele secundare. Astfel, vom arăta că, dacă e nevoie ca - din diferite motive - să lungim la un moment dat durata de prezentare în public a unei povești peste perioada de timp în

[178] Dumitru Grigoraș ș.a., Teatru în școala ta, Panta Rhei 2019, pag.83

care s-ar încadra ea în mod firesc, atunci putem inventa pe loc false personaje care să facă sau să spună anumite lucruri, cu condiția ca acestea să întărească descrierea lumii poveștii și, mai ales, să nu interfereze cu planul cauzal al poveștii.

Aliații protagonistului sunt personaje proactive care, prin acțiunilor lor, îl sprijină pe erou în împlinirea dorinței.

Antagoniștii sunt personaje reactive care, prin acțiunile lor, îl împiedică pe erou în împlinirea dorinței. Povestea poate avea un antagonist principal (**oponentul**) și alți antagoniști secundari, aceștia neacționând împreună, ci separat, fie secvențial, fie în același timp pe firul narativ al poveștii. Sau, se poate ca povestea să conțină un oponent și **aliați ai oponentului**, în acest caz, aliații oponentului acționând în sprijinul acțiunilor oponentului (antagonistul principal).

În cazul poveștilor scurte, cu o singură epifanie, rolul aliaților este redus, dar în cadrul narațiunilor mai ample, care conțin mai multe epifanii minore, fiecare dintre acești aliați are o poveste proprie și o motivație proprie pentru care acționează în poveste. În acest caz, storytelling-ul științific cere ca înainte de realizarea conflictului să se facă o descriere cât mai amănunțită a fiecăruia dintre aliați.

3.4.3 Motivația personajelor

Motivația personajelor reprezintă în storytelling acele elemente care le justifică acțiunile. Prin *evenimentul declanșator*, apare schimbarea, iar motivația eroului este legată de schimbare și de adaptarea sa la schimbare. Prin urmare, evenimentul declanșator îi motivează eroului împlinirea dorinței. Antagonistul, de obicei, urmărește împlinirea aceleași dorințe cu eroul, iar dacă dorințele lor au același obiect concret, ele nu se pot împlini simultan. Dacă eroul dorește să mănânce un măr, antagonistul nu poate și el să mănânce în același timp acel măr. Atunci când nu urmărește aceeași dorință cu eroul, antagonistul urmărește ca eroul să nu-și poată împlini dorința. Eroul ar putea dori ca o anumită clădire să fie declarată monument istoric, pentru că acolo a locuit un anumit pictor, dar antagonistul ar putea urmări ca acea clădire să nu fie declarată monument istoric, pentru că el vrea să o cumpere și să o dărâme și să construiască pe locul respectiv un bloc cu 20 de etaje.

Prin urmare, motivația antagonistului nu are neapărat legătură cu motivația eroului, iar cel mai adesea nu are nicio legătură cu aceasta. Ei se află în conflict doar în planul împlinirii **dorinței**.

În același fel, motivațiile aliaților cel mai adesea nu au nicio legătură cu motivația eroului sau cea a antagonistului. Un aliat al antagonistului ar putea veni alături de antagonist, împotriva dorinței eroului, din simplul motiv că el l-a urât pe acel pictor și vrea să i se șteargă amintirea.

Descoperind sau stabilind câte o motivație pentru fiecare personaj, scriitorul poveștii va putea chiar construi câte o poveste secundară distinctă pentru fiecare personaj, în cadrul căreia fiecare personaj să aibă la un moment dat propria lui epifanie. Aceste epifanii secundare reprezintă momente distincte ale conflictului și, de regulă, transformă personajele reactive în personaje proactive, iar pe cele proactive în personaje reactive. Schimbând tabăra, personajele creează tensiune și emoție.

În cazul narațiunilor cu întindere mai mare, personajele importante pot avea mai multe epifanii secundare de-a lungul firului narativ și chiar și o epifanie majoră fiecare dintre ele. Pentru păstrarea coerenței poveștii, epifaniile majore ale personajelor principale ar trebui să se săvârșească în același moment al conflictului cu epifania majoră a eroului, care de altfel este chiar epifania majoră a poveștii și face parte din punctul culminant al arcului emoțional principal al poveștii. Atunci când narațiunea are întindere mare și unele personaje au și ele propriile lor epifanii majore, acestea vor fi fixate în conflict întotdeauna înaintea epifaniei majore a eroului. După epifania majoră a eroului, adică a însăși poveștii, și ne referim aici la cea care livrează înțelegerea și învățătura povestirii, toate celelalte eventuale epifanii vor fi neapărat secundare și corolare ale epifaniei majore (în sensul învățăturii și al înțelegerii).

După cum spuneam, înainte de a construi conflictul, lista personajelor trebuie definitivată, fiecare dintre personaje urmând a fi construit după modelul unei persoane reale din viața de zi cu zi a scriitorului. Astfel, fiecare personaj va putea fi caracterizat fizic și moral cu atributele persoanei reale, iar motivația fiecărui personaj va fi justificată de felul de a fi al persoanei reale. Dacă persoana reală, așa cum o cunoaște scriitorul poveștii, nu poate avea o anumită motivație, atunci nici personajul care o întruchipează nu va putea avea acea motivație.

În procesul de construire a conflictului se vor trece în revistă fișele personajelor, cu descrierile și motivațiile acestora, și se vor identifica sau stabili mai întâi eventualele epifanii ale personajelor, urmărindu-se cu atenție dacă persoana reală, cea care inspiră și întruchipează personajul, este sau nu capabilă să săvârșească acea epifanie. În funcție de aceste epifanii ale personajelor se vor fixa momentele conflictului.

3.4.4 Personajele arhetipale

După cum spuneam, personajele se împart în proactive și reactive, primele fiind reprezentate de erou și aliații acestuia, personajele reactive fiind oponentul principal, aliații oponentului și eventuali alți oponenți independenți. Știința storytelling-ului a sintetizat o serie de personaje arhetipale care, într-o formă sau alta, apar în majoritatea narațiunilor. Aceste personaje arhetipale nu poartă în narațiuni neapărat denumirea arhetipului, dar îndeplinesc funcțiile acestuia, astfel că auditoriul poate cumva intui și anticipa influența lor de-a lungul firului narativ. Dintre acestea, în rândurile de mai jos, amintim câteva.

Mama este un personaj arhetipal din lumea reală a eroului, care îndeplinește o funcție maternă sau protectoare pentru erou sau pentru oponent, pentru că atât eroul cât și oponentul pot avea „mamă". Acest personaj arhetipal mobilizează resurse pentru a-l proteja pe erou sau pe oponent, iar efectele faptelor sale sunt evidente în planul cauzal al poveștii. Mama îl sprijină pe erou sau pe oponent în planul dorinței, dar cel mai adesea motivația sa nu este legată de împlinirea dorinței, ci de fericirea ori de starea de bine a eroului sau a oponentului. „Mama" nu e neapărat mama biologică a eroului - poate fi bunica, mătușa, doica sau orice persoană motivată să investească emoțional în erou sau în oponent. La un moment dat, pe firul narativ al poveștii, mama poate avea o epifanie proprie din care înțelege că urmărirea dorinței de către erou sau de către oponent nu este spre fericirea acestuia, ci dimpotrivă. Astfel, ea poate decide să-și retragă sprijinul, ceea ce crește tensiunea poveștii, crește emoția și îl dezechilibrează pe erou sau pe oponent atât de mult încât îl pregătește de epifania majoră. De asemenea, la începutul firului narativ, personajul arhetipal mama se poate manifesta neutru. Ea nu va fi împotriva dorinței, dar motivat de faptul că vrea să-l protejeze pe erou ori pe oponent, ea nici nu va sprijini dorința acestuia. Însă, un anumit eveniment de pe firul narativ o va determina să acționeze și să sprijine dorința eroului sau respectiv a oponentului, și să devină astfel personaj proactiv ori reactiv.

Falsul aliat este un personaj care se manifestă la început ca un personaj proactiv și care aparent sprijină împlinirea dorinței eroului, ca la un moment dat să se arate ca fiind de fapt antagonist. Momentul în care falsul aliat se arată a fi antagonist este un moment al conflictului. În funcție de întinderea narațiunii, printre acțiunile falsului aliat se pot introduce intenționat fapte cu semnificație vagă, care să-i sugereze auditoriului că acesta ar putea fi un fals aliat, sau se poate ca la un moment dat să se creeze chiar o epifanie secundară a auditoriului, din care acesta să înțeleagă că e

un fals aliat. Introducerea unei perioade de timp pe firul narativ între momentul în care auditoriul a înțeles că personajul e un fals aliat și momentul epifanic în care eroul înțelege la rândul lui că are un fals aliat e o practică bună pentru că sporește tensiunea și încărcătura emoțională.

Trădătorul este un personaj arhetipal cu o funcție similară cu cea a **falsului aliat**, doar că el este un autentic personaj proactiv până în momentul în care are o falsă epifanie, iar în urma acestei erori de înțelegere a anumitor evenimente, devine antagonist. Trădătorul este un personaj arhetipal mai ofertant decât falsul aliat, pentru că motivația lui primară a fost aceea de a-l susține pe erou, astfel încât, într-un alt moment al conflictului, el poate avea o reală epifanie care să-l aducă din nou alături de erou.

Falsul antagonist este personajul arhetipal opus ca funcțiune falsului aliat. El se manifestă inițial ca personaj reactiv, urmând ca la un moment dat să se arate că de fapt este alături de erou. Acest aspect este mai rar întâlnit în povești și, de asemenea, mult mai puțin ofertant. Tensiunea și emoția vin din ineditul schimbării și din amenințarea potențială pe care o poate aduce schimbarea. Or, faptul că un antagonist devine aliat produce o scădere a tensiunii pe arcul emoțional și în economia poveștii el nu poate servi decât dacă, după momentul în care se arată că el este de fapt aliat, apare imediat în conflict un alt moment, cu mult mai dramatic, care să ducă tensiunea și intensitatea emoțională a auditoriului la un nivel superior celui în care era în momentul trecerii falsului antagonist alături de erou.

Convertitul sau **Pocăitul** este un personaj arhetipal cu aceiași funcțiune cu falsul antagonist, doar că acesta trece de partea eroului în urma unei proprii epifanii. De asemenea, și convertirea sa duce la o scădere a tensiunii ce trebuie neapărat recuperată printr-o întâmplare mult mai dramatică.

Umbra eroului este un personaj arhetipal de intrigă secundară. El apare de regulă doar în narațiunile de mai mare întindere și are particularitatea că este motivat de același eveniment declanșator ca și eroul. Pe firul narativ el poate trece prin experiențe similare cu ale eroului, poate avea dileme și epifanii secundare identice cu ale eroului, dar el nu este un aliat al eroului! Dacă obiectul dorinței nu este indivizibil, el poate împărtăși aceeași dorință cu eroul și poate deveni aliat al acestuia. Sau, urmărind aceeași dorință cu eroul, el poate deveni antagonist al eroului, fie aliindu-se cu oponentul, fie independent de acesta.

Umbra oponentului este tot un personaj arhetipal de intrigă secundară care apare doar în narațiunile de mai mare întindere. Pe firul narativ, **umbra oponentului** se arată întotdeauna înaintea adevăratului

oponent în scopul de a fi identificat de auditoriu ca antagonistul principal al poveștii. El poate dispărea din poveste fiind înfrânt sau convertit de către erou.

În Epopeea lui Ghilgameș, Enkidu apare ca un om gigantic, păros și sălbatic, creat din argilă și din saliva zeilor, și care trăia departe de așezările umane. El apare inițial în epopee ca fiind opusul a tot ceea ce însemna regele Ghilgameș, adică omul instruit și civilizat. El a fost creat de zei pentru a-l distruge pe Ghilgameș, dar regele după ce îl înfrânge pe Enkidu în luptă, cei doi se împrietenesc și devin aliați.

De asemenea, umbra oponentului poate fi livrată auditorului cu aparența antagonistului principal, ca ulterior să se arate că de fapt el nu era decât un aliat sau un instrument al antagonistului principal. În seria de filme Războiul Stelelor, în primul film în ordinea cronologică a firului narativ, Darth Maul apare ca antagonist principal al cavalerilor Jedi, ca apoi să se arate că el era instrumentul lordului Sith-ului, Darth Sidious.

Înfrângerea sau convertirea umbrei oponentului creează de asemenea o relaxare a tensiunii și o scădere a intensității emoției, astfel că, în cadrul conflictului, neutralizarea sa ca antagonist trebuie să fie urmată de arătarea adevăratului oponent, cel care e mai amenințător decât umbra sa.

Personajul absent este un personaj arhetipal care, până într-un anumit punct din firul narativ, nu este cunoscut decât prin faptele sale. El poate fi de la început proactiv sau reactiv, dar caracterul său de aliat sau de antagonist al eroului este de dedus atât de erou cât și de auditoriul poveștii doar din efectele faptelor sale. Personajul absent își arată identitatea într-un anumit moment al conflictului și poate atunci să se contopească cu falsul aliat ori cu falsul antagonist. În măsura în care, în firul narativ se optează ca la început să existe **umbra oponentului**, personajul absent se poate arăta ulterior ca fiind însuși antagonistul principal (oponentul).

Regele Lumii este un personaj arhetipal care deține o funcție ordonatoare și regulatoare, rolul său fiind acela de a asigura echilibrul și armonia „lumii așa cum este" (adică a nivelului curent al Realității). Regele Lumii este „regele dogmei". Regele lumii apără de schimbare lumea „așa cum este", dar nu prin adaptarea la schimbare, ci prin ignorarea sau refuzarea schimbării.

Ca și împăratul Romei ori califul musulman, regele lumii unește în el însuși atât funcția de imperator cât și pe cea de pontifex maximus. Simbolic, el este păzitorul lumii create și al dharmei sau eusebiei. Orice opoziție față de regele lumii e o nelegiuire și o impietate. Toată înțelepciunea lumii acesteia

vine de la regele lumii și toate speranțele oamenilor pot fi împlinite de către el.

Fără schimbare, creația lumii și distrugerea acesteia se desfășoară ciclic, întotdeauna după același model cunoscut de regele lumii. Fără schimbare, tot ceea ce a fost va mai fi, iar ceea ce este a mai fost cândva. În scrierile vechi din mai toate culturile lumii, regele lumii își are tronul undeva sub pământ. Agartha, Shambala, peștera lui Zamolxe, toate sunt paradisuri telurice. Pentru că ieșirea din teluric înseamnă trecerea la un nivel superior al Realității, iar trecerea la un nivel superior al Realității, adică progresul, nu înseamnă altceva decât distrugerea ireversibilă a lumii „așa cum este" și trecerea în neant a tuturor ciclurilor de existență posibile ale lumii „așa cum este". Atunci când regele lumii nu-și are tronul sub pământ, îl are undeva pe un vârf de munte, adică în cel mai înalt loc al lumii, de unde poate stăpâni lumea, pentru că mai sus, nu se poate.

În unele narațiuni, regele lumii nici nu există ca personaj concret, ci ca întruchipare a tradiției sapiențiale a lumii „așa cum este". „Gura lumii" este de fapt gura regelui lumii. Iar când apare, totuși, ca personaj concret al poveștii, regele lumii e avatar al Tradiției.

Reacția la schimbare a regelui lumii este intuitivă, el face ceea ce se face în mod firesc, pentru că ceea ce s-a făcut e ceea ce trebuie să se facă. Orice încercare de înțelegere a schimbării este nelegiuire și impietate în fața regelui lumii, pentru că presupune că lumea ar putea cumva să fie și altfel decât așa cum este. Intuiția și Tradiția sunt una.

În „Amintiri din copilărie" de Ion Creangă, regele lumii este „Ștefan a Petrei". El asigură liniștea și bunăstarea familiei, adică pacea și dreptatea. El proclamă dharma, ordinea lumii, spunând: „dacă e copil, să se joace; dacă-i cal, să tragă, dacă-i popă, să cetească". Copiii săi sunt sănătoși, nu le lipsește nimic, iar el este mulțumit. Din partea lui, Nică poate sa rămână fără știință de carte, dar să fie "om de treaba si gospodar in Humulești".

În serialul Vikingii, realizat de History Channel după un scenariu scris de Michael Hirst, eroul Ragnar Lothbrok este un agricultor care-și duce viața undeva în Scandinavia, până când apare schimbarea, iar evenimentul declanșator este constituit de niște viziuni pe care eroul le primește de la zeul Odin. Ragnar își fixează dorința de naviga spre vest spre a jefui Anglia, dar se izbește de opoziția „regelui lumii", manifestat prin personajul Earl Haraldson.

Ca personaj arhetipal, regele lumii se poate manifesta conjunctural prin mai multe personaje concrete ale poveștii, de fiecare dată când este nevoie în economia poveștii ca cineva să se opună eroului revoluționar, fără

să fie neapărat antagonist principal sau oponentul. Pentru a fi recunoscut prin intuiție de către auditoriu, regele lumii trebuie să poarte semnele puterii, adică să aibă o funcție importantă în comunitate sau să dețină resurse materiale ori informaționale copleșitoare. În plus, trebuie să aibă ceva de pierdut în eventualitatea în care eroul schimbă ordinea de fapt, adică dacă schimbă lumea așa cum este.

Există și povești unde regele lumii este personaj proactiv, dar despre aceasta vom vorbi în subcapitolul *3.5.3 Planul moral*.

Mentorul este un personaj arhetipal care funcționează ca aliat principal al eroului și care, de regulă, este alături de erou de la început până la sfârșit. Epifania majoră a eroului, care este de altfel epifania majoră a poveștii, reprezintă o înțelegere de un înalt nivel și o cunoaștere a Realității la un nivel superior. Epifania majoră a eroului se desăvârșește neapărat în toate cele trei planuri ale poveștii, cauzal, emoțional și moral. Epifania majoră a poveștii produce eroului (și auditoriului) o emoție puternică, o înțelegere superioară a lumii (plan cauzal) dar și o transformare morală. Eroul și auditoriul devin mai buni în urma săvârșirii epifaniei.

În urma săvârșirii epifaniei majore, transformarea eroului este atât de amplă și de evidentă îmcât în ultimii 5000 de ani de istorie scrisă a omenirii, aceasta a fost înfățișată ca o „naștere din nou". Desigur - cu excepția unor texte mistice de mică importanță - cultura umană ne arată că eroul nu se naște din nou decât spiritual, el rămânând aceeași ființă din punct de vedere material. În lumea materială, eroul are mamă și tată, adică părinți biologici.

În lumea spirituală, în urma epifaniei, eroul se naște direct din Cunoaștere – adică, în plan spiritual, mama eroului e însăși Sophia gnosticilor. În lumea materială, mama (ca arhetip) este protectoare și izvor de resurse materiale pentru erou, iar tatăl este principiu teluric. În poveste, tatăl din lumea materială este regele lumii materiale a eroului, este cel de la care eroul învață despre regulile lumii materiale așa cum este, despre tradiții și norme. Iar dacă nu este regele lumii, atunci e un fals personaj, un *extraneous* fără valoare în economia poveștii, cum este Iosif Dulgherul, soțul Mariei, mama lui Iisus.

Prin urmare, tatăl lumii materiale nu are vocația de a se înălța spiritual; vocație pe care o primește eroul în momentul evenimentului declanșator, adică al schimbării. Tatăl lumii materiale, cu alte cuvinte, nu-l poate ajuta pe erou să săvârșească epifania majoră a poveștii. Astfel, eroul are nevoie de un tată spiritual, iar acesta este personajul arhetipal numit **mentorul**.

Există narațiuni în care totuși personajul arhetipal al mentorului este asumat de către personajul care e și tată biologic al eroului. De obicei, în

acest caz, tatăl biologic este el însuși un inițiat, care la rândul lui a interacționat cu schimbarea și și-a formulat o dorință pe care nu a reușit să și-o împlinească, alegând, astfel, să-și pregătească fiul pentru a împlini dorința în locul lui. Dar, în această situație, ori epifania majoră a eroului îl separă de tată, ori tatăl are și el aceeași epifanie majoră și evoluează odată cu eroul.

Vrăjitorul, **Expertul** și **Călăuza** sunt titulaturi ale personajului arhetipal care-i furnizează eroului sau oponentului (în maniera „deus ex machina") o soluție într-un moment de criză. El poate fi mecanicul auto care apare din neant și repară mașina bunicii care era defectă de ani buni, iar astfel eroul poate să facă o călătorie importantă. El poate fi IT-stul care scanează o fotografie deteriorată, aplică niște algoritmi minune și afișează pe ecran o imagine în detaliu a fotografiei, atât de clară încât eroul poate citi un text care-i aduce o informație prețioasă. El poate fi o persoană care să-l învețe pe erou ceva anume ori să-l ajute să facă sau să ajungă undeva anume. Această tipologie de personaj arhetipal este, de cele mai multe ori, un aliat conjunctural, motivația lui fiind legată de bani sau de o resursă pe care eroul i-o poate oferi pe moment. Astfel, personajul arhetipal este extrem de volatil, el având potențialul de a se transforma la nevoie din proactiv în reactiv și invers.

3.5 Lumea poveștii

Descrierile lumii fizice în care se desfășoară povestea, ethosul despre care vorbea Aristotel sau „argumentul moral" despre care vorbea Truby, precum și toate motivele literare și simbolurile utilizate în poveste, toate luate împreună formează **lumea poveștii**.

Povestea are patru elemente de structură: cadrul, lumea poveștii, personajele și firul poveștii. Metodic, în construcția firului narativ al poveștii, primul pas înseamnă definirea cadrului, iar, după recomandările majorității celor care au scris despre storytelling, al doilea pas îl constituie definirea personajelor. Abia după ce cadrul poveștii e definit, iar personajele sunt construite, se poate trece la schițarea conflictului, conflictul fiind element al firului narativ al poveștii. Vezi *figura 21 – Dezvoltarea subiectului poveștii*.

„Pentru înotul delfinului îți trebuie o mare!"[179] Personajele determină conflictul, iar elementele din lumea poveștii îl susțin și-l întăresc. O imagine vagă a lumii poveștii există în mintea făcătorului de povești încă de la enunțarea premisei, dar construirea în amănunt a lumii poveștii își găsește locul după ce cadrul poveștii și personajele au interacționat și au schițat conflictul. Abia atunci făcătorul poveștii are imaginea de ansamblu și poate cumva intui lumea necesară a poveștii. De altfel, croitorul înțelept face hainele pe măsura celui ce urmează să le îmbrace și în funcție de activitățile pe care acesta le va presta fiind îmbrăcat cu acele haine.

Așa cum am arătat și în *figura 18 – Structura poveștii*, lumea poveștii se compune din **arena poveștii**, **simboluri** și **planul moral** al poveștii.

3.5.1 Arena Poveștii

Arena poveștii, după cum arată profesorul, scenaristul și regizorul american John Truby și nu numai el, este spațiul în care se desfășoară povestea. „Tot ceea ce se află în arenă face parte din poveste, iar tot ce e în afara arenei este și în afara poveștii"[180].

Pornind de la Aristotel, care descrie în Poetica „principiul triunitar" al dramei, putem deduce un principiu al unității arenei, care să includă unitatea spațiului, timpului și acțiunii.

Unitatea spațiului arenei semnifică faptul că e necesar să existe un singur „loc" fizic al poveștii. Desfășurarea poveștii în mai multe locații[181] fundamental diferite fragmentează povestea și împiedică atât sincronizarea

[179] Tudor Negoiță, Când zeii conspiră, Editura Dragon, București 1991
[180] John Truby, op. cit., pag.168 (kindle edition)
[181] Aici „locație" s-a folosit cu sensul de amplasament.

emoției auditoriului cu arcul emoțional al poveștii, cât și urmărirea lanțului cauzal al poveștii. Desigur, acest lucru nu înseamnă că întreaga poveste trebuie să se desfășoare într-un singur loc fizic. Există și această practică în teatru ori în sitcom-uri (vezi Seinfield ori Friends), dar nu e neapărat necesar să se procedeze așa. Important este să se proiecteze un „spațiu umbrelă" care să fie unitar.

În „Prostia omenească", de Ion Creangă, eroul pornește într-o călătorie unde întâlnește mai multe personaje neutre, cum ar fi „omul care ducea lumina în casă cu obrocul", „omul care arunca nucile în pod cu țăpoiul" și „omul care voia să urce vaca în pod". Deși acțiunile eroului se desfășoară pe mai multe scene, arena în sine este unitară pentru că ea descrie același „loc", satul. Lumea fizică a poveștii este „lumea satului", iar elementele de decor (obrocul, țăpoiul, podul cu fân etc.), deși apar fiecare în câte un alt loc, ele există în oricare gospodărie sătească. Astfel, deși călătorește, eroul poveștii nu iese niciodată din „lumea satului".

În sitcom-ul „The Big Bang Theory", acțiunea se desfășoară în orașul universitar Pasadena, dar pe mai multe scene diferite. Există unele părți ale acțiunii care se desfășoară în laboratoarele politehnicii din Pasadena (lângă Los Angeles), altele care se desfășoară într-o cantină fast-food, iar altele în câteva apartamente închiriate. Toate aceste scene, luate împreună, creează un „spațiu unitar" al profesorului universitar care a venit la Los Angeles din provincie, lucrează la universitate, mănâncă la fast-food și locuiește într-un apartament închiriat. Și, pentru că în sitcom există și personajul Penny, care nu este cadru universitar, ci doar o tânără modestă sosită din provincie pentru a deveni actriță, spre păstrarea unității arenei, apartamentul în care locuiește Penny are exact aceeași structură și aceeași distribuire a mobilierului ca apartamentul în care locuiesc personajele principale. Pe de altă parte, este de sesizat faptul că apartamentul lui Penny este structurat „în oglindă" față de cele ale cadrelor universitare ce sunt personaje principale ale sitcom-ului. Asta și pentru că între povestea lui Penny și cea a eroilor masculini din serial există o oglindire, există o unitate – atât Penny cât și cei patru geniali rezidenți ai Universității au venit la Los Angeles pentru a reuși în carieră.

John Truby recomandă proiectarea arenei ca un concept abstract, ca o „umbrelă largă" care să acopere „un spațiu" ce poate fi apoi traversat și descris în amănunt. Arena poveștii poate fi un oraș anume sau un concept care descrie un anumit tip de oraș, „orașul de munte". Arena poveștii poate fi o țară, poate fi un fluviu cu malurile sale (ca în „Trei într-o barcă" de Jerome K. Jerome) sau poate fi un simplu han.

În romanul polițist „Orașul din câmpie" de Ion Tipsie, acțiunea romanului se desfășoară în municipiul Slobozia din județul Ialomița. Dar, deși cititorul român poate lesne identifica orașul după suma de repere fizice pe care autorul le introduce atunci când definește arena poveștii, în roman numele municipiului nu apare menționat. Astfel, într-o eventuală traducere a romanului într-o altă limbă, cititorul din altă țară ar putea citi o poveste desfășurată într-un spațiu fizic coerent, deși locația geografică în sine i-ar rămâne necunoscută.

Unitatea timpului arenei se referă la faptul că toate acțiunile din poveste trebuie să se desfășoare într-o perioadă bine determinată cronologic. Indiferent când începe povestea și când se sfârșește ea, trebuie ca în mintea autorului poveștii să existe o perioadă de timp bine determinată, cu repere clare, care să fie livrate auditoriului, astfel încât acesta să-și poată reprezenta timpul arenei.

Perioada de timp poate fi fixată în timpul istoric ori în timpul mitic. Atunci când perioada de timp este fixată în timpul istoric, în definirea arenei e necesar a se da repere cronologice.

„Iam primum omnium satis constat Troia capta in ceteros saevitum esse Troianos [...]", adică „Povestea începe din Troia, când troienii au fost cu toții masacrați, cu excepția [...][182]" – așa alege Titus Livius să fixeze limita de început a timpului istoric în care urmează să se desfășoare poveștile sale despre Roma. Timpul istoric poate fi sugerat prin plasarea în arenă a unor elemente despre care se știe că au existat într-o anumită perioadă de timp. O poveste a cărei acțiune se desfășoară în New York și care face o cât de vagă referire la existența în arenă a celor două turnuri gemene, fixează acțiunea în intervalul 1973 – 2001. Un tablou al unui președinte pe peretele unei instituții publice din SUA sau Franța, de asemenea poate fixa timpul istoric.

Timpul mitic e un timp al originii, un timp aflat de regulă într-un trecut extrem de îndepărtat și care este timpul creerii arhetipurilor. „Ab illo tempore" sau „A fost odată ca niciodată".

În povestea „Ivan Turbincă", Ion Creangă face descrierea arenei poveștii începând cu detalii concrete, fizice (Ivan se deplasează pe un drum oarecare, împleticindu-și mersul din cauza băuturii) și continuă cu fixarea arenei în timpul mitic („puțin mai înaintea lui mergeau din întâmplare, pe-o cărare lăuntrică, Dumnezeu și cu Sfântul Petre, vorbind ei știu ce").

[182] Titus Livius, Ab Urbe Condita, primul paragraf din primul capitol de după introducere.

Universul ficțional din seria de filme „Star Wars" este fixat încă de la început în timpul mitic prin textul care apare la începutul fiecărui film: „A long time ago in a galaxy far, far away [...]", dar corelarea dintre evenimentele din filme este asigurată prin detalii cronologice: „War! The Republic is crumbling under attacks by the ruthless Sith Lord, Count Dooku [...]",[183].

În general, se consideră că timpul poveștii poate fi ori cronologic ori mitic, și că nu reprezintă o bună practică încercarea de a avea evenimente fixate în timpul mitic și alte evenimente fixate în timpul cronologic. De altfel, inclusiv miturile religioase, definite în perioade greu sau imposibil de identificat cronologic, se străduiesc să-și acordeze poveștile cu timpul cronologic în întregul lor ansamblu, dacă, în cadrul mitului, apar momente care se intersectează cu repere din timpul cronologic.

Unitatea acțiunii din arenă înseamnă că, indiferent cât de amplu și de complex este firul narativ al poveștii, trebuie să existe o acțiune principală a acesteia, adică o înșiruire cronologică și cauzală care, indiferent de celelalte evenimente, să definească *arcul emoțional principal* al poveștii. Creatorul poveștii și-a stabilit încă din cadrul acesteia cine este eroul, care este premisa și care este epifania. Odată stabilit conflictul, autorul va urmări care sunt locurile din arena poveștii în care se desfășoară acele evenimente din conflict la care participă eroul și care fac parte din acțiunea principală. Descrierea acelor locuri din arenă se va face cu mai multă atenție în etapa de proiectare a arenei.

Respectarea principiului triunitar asigură, după cum spuneam, coerența poveștii și facilitează epifania auditoriului. Dar, uneori, se pare că creatorii poveștilor aleg să desfășoare povestea în două sau trei arene diferite. În filmele științifico-fantastice, se întâmplă ca la început spectatorul să aibă senzația că povestea se desfășoară „pe două planuri", adică în două arene diferite.

Se poate ca anumite acțiuni să se întâmple pe o navă spațială super tehnologizată, iar alte acțiuni să se desfășoare undeva pe o planetă, într-un mediu diferit de cel de pe navă și aparent chiar și într-un alt timp cronologic – dacă e să privim după tehnologia utilizată de cei de pe planetă.

În romanul „Maestrul și Margareta", scriitorul rus Mihail Bulgakov dezvoltă prima parte a narațiunii aparent în două arene atât de diferite, ca și cum ar fi vorba de două narațiuni distincte. O serie de evenimente se desfășoară în Rusia Sovietică a anilor '20, iar alte evenimente se desfășoară în Palestina anului 33 era noastră, în vremea lui Pilat din Pont.

[183] Textul de deschidere al filmului „Răzbunarea Sith-ului", al treilea din serie, în ordinea cronologică a evenimentelor.

Atât în filmele SF care își desfășoară la început acțiunea aparent în două arene, cât și în romanul lui Bulgakov, la un moment dat firele narative din cele două arene se intersectează și cele două arene ajung să formeze o singură arenă. Pentru a utiliza o asemenea tehnică, creatorul poveștii trebuie de la momentul proiectării arenei să știe care sunt elementele comune ale celor două arene, pentru că exact acele elemente comune constituie de fapt fundamentul arenei poveștii.

Devoalarea arenei poveștii este procesul prin care auditoriului i se prezintă arena de-a lungul firului narativ. Creatorul poveștii și-a planificat și știe de la început care este arena și care sunt reperele spațiale și temporale în care este ea definită. Dar cititorul poveștii sau ascultătorul acesteia primește detaliile pe măsură ce se dezvoltă firul narativ. Se poate vorbi de existența mai multor tehnici de prezentare a arenei.

Tehnica scheletului înseamnă că încă de la începutul poveștii sunt prezentate reperele principale și limitele arenei. Dacă acțiunea se întâmplă într-o anumită țară, încă de la început se va vorbi sumar despre caracteristicile fizice ale acelei țări, mai exact ale regiunii concrete în care se desfășoară toate acțiunile poveștii, dar fără să ofere foarte multe amănunte. Încă de la început se va prezenta un schelet sau o hartă vagă a arenei fizice în care auditoriul să cunoască în linii mari amplasamentul. Apoi, pe măsură ce se dezvoltă firul narativ, se prezintă elemente de amănunt ale fiecărui loc concret din arenă în care se întâmplă ceva anume. Aceea tehnică se va aplica și la încadrarea în timp a arenei, dându-se la început detalii cronologice vagi pentru o eventuală fixare în timpul istoric, urmând ca o corelare în amănunt cu evenimentele cronologice cunoscute din istorie să se facă de-a lungul firului narativ. Se consideră că aceasta este cea mai lejeră manieră de a descrie coerent arena poveștii.

Tehnica drumețului este o tehnică mult mai dificilă pentru că prezintă riscul fragmentării arenei. Eroul poveștii săvârșește o călătorie, iar arena poveștii este prezentată succesiv pe măsură ce eroul ajunge într-un loc fizic anume. Dacă descrierile nu păstrează un cadru comun, auditoriul va percepe acțiunile din poveste ca episoade diferite din lumi diferite. În povestea „Prostia omenească", Ion Creangă devoalează arena prin tehnica drumețului. Dar, deși ajunge în locuri geografice diferite, eroul nu iese din arena poveștii, pentru că el nu părăsește lumea satului. El nu ajunge la curți boierești, nu ajunge în târguri ca să interacționeze cu târgoveții. Călătoria sa prin lume e ca și cum el s-ar fi preumblat în satul său, de la un vecin la altul, trecând pe la casa unuia și a altuia.

Tehnica vehiculului este o tehnică care asigură coerența arenei atunci când eroul trebuie să ajungă în locații geografice sau temporale extrem de diferite. „Vehiculul" poate reprezenta un vehicul pur și simplu sau poate fi constituit dintr-o serie de elemente care se plimbă odată cu eroul prin locațiile prin care acesta călătorește. Cu cât construcția „vehiculului" este mai amplă și mai detaliată, cu atât mai mult riscul fragmentării poveștii este mai mic.

În serialul de ficțiune Star Trek, echipajul navei Enterprise face o călătorie amplă în întregul univers cunoscut, descoperind civilizații care de care mai diverse. Faptul însă că ei călătoresc cu această navă spațială permite aplicarea tehnicii vehiculului. Nava este elementul cunoscut și constant în toate episoadele și structura fizică a acesteia, împreună cu uniformele echipajului, construiesc vehiculul.

În filmele de ficțiune s-a tratat și călătoria în timp. În acest caz, obiectul fizic „mașina timpului" este elementul care slujește ca vehicul pentru păstrarea coerenței arenei. În serialul de ficțiune „Doctor Who" eroul este un „lord al timpului" care poate călători în univers nu doar în spațiu, ci și în timp. Mai mult de atât, ca actorul care-l întruchipează să poată fi schimbat, creatorii serialului au introdus ideea că, din când în când, eroul se regenerează și dobândește alt corp. Însă, în toate episoadele serialului, eroul călătorește cu ajutorul „Tardis"-ului, un dispozitiv care asigură călătoria în timp. Descrierea Tardisului este extrem de amănunțită. E o cabină telefonică paradoxală, care la exterior arată ca orice cabină telefonică, cu baza de un metru pe un metru. Dar, la interior spațiul este mult mai mare, putând include pupitru de comandă, dormitoare și în general ce ar avea nevoie creatorii poveștii. Indiferent de momentul din spațiu-timp în care călătorește eroul și indiferent de ce îl așteaptă în afara Tardis-ului, pe interior mașina timpului este mereu aceasta, iar, ca vehicul, ea asigură coerența și nefragmentarea serialului în mai multe povești diferite.

Dar, „vehiculul" nu trebuie neapărat să fie un vehicul propriu-zis. Celebrul și iscusitul hidalgo Don Quijote de La Mancha încearcă o primă călătorie, ajunge la un han unde este bătut de niște săteni și astfel se întoarce acasă. În a doua sa încercare de a călători, îl ia cu dânsul pe Sancho Panza, pe post de scutier. Critica literară a dezbătut intens relația dintre Don Quijote și Sancho Panza, observațiile fiind făcute pe relația antagonică între hidalgo și slujitorul său. Există chiar un model care se repetă în toate întâmplările (luate separat) de pe firul narativ al poveștii. Don Quijote este temerar și exaltat, pe când Sancho este banal și lipsit de imaginație. Acest

antagonism manifestându-se în aproape toate aventurile lui Don Quijote, constituie de fapt „vehiculul" călătoriei.

Tehnica falsei arene se poate utiliza în poveștile de întindere redusă sau medie, ca o soluție mai simplă decât cea a drumețului, când eroul va face doar o singură călătorie, iar această călătorie îl duce într-o altă lume, adică în alt mediu – noul mediu constituind schimbarea. La începutul poveștii eroul este plasat într-o anumită arenă (fizică și temporală), iar această arenă este descrisă schematic, ca în tehnica scheletului. Apoi, evenimentul declanșator îl aruncă pe erou într-o arenă radical diferită.

Fie că e vorba de Nică din „Amintiri din copilărie" care pleacă din sat la „fabrica de popi" de la Fălticeni, ori la seminarul din Socola, fie că e vorba de o persoană care nimerește într-un portal temporal și călătorește în timp, ori că e vorba de un film american în care un băiat din Middle West se mută la New York, a doua arenă, la prima vedere, e radical diferită de prima. Eroul nostru însă va săvârși în a doua arena aceleași fapte pe care le săvârșea și în prima arenă, dar efectele vor fi de data aceasta altele. Dacă în orășelul lui din Middle West, tânărul american mergea la un bar, în New York va merge tot la un bar. Dacă acasă se îmbăta și făcea scandal la bar, la New York va face același lucru. Desigur, în cea de a doua arenă, efectele faptelor sale vor fi altele decât cele din prima arenă, pentru că a doua arenă va fi adus schimbarea față de care eroul nu este încă adaptat. Dacă, în urma scandalului din bar, în prima arenă polițistul îl ține o noapte la poliție și apoi îl eliberează, în New York, eroul este dus la judecător și este condamnat la 10 zile de muncă în folosul comunității.

Prima arenă este o arenă falsă, pentru că epifania nu se va săvârși acolo, ci în cea de a doua arenă. Descrierea celei de a doua arene se va face, însă, pe baza scheletului primei arene. Dacă - până la apariția evenimentului declanșator - eroul mergea într-un bar, în a doua arenă va exista un bar care va fi mai profund descris în amănunte. Dacă în prima arenă avea un fel de mentor în șeful lui de la atelierul auto unde lucra, în cea de a doua arenă va trebui să existe de asemenea un mentor. În tehnica falsei arene, prima arenă o descrie și anunță pe cea de a doua, iar toate elementele structurale fundamentale ale celei de a doua arene trebuie să fie fost întrucâtva sugerate în descrierea schematică a primei arene.

3.5.2 Simbolurile

Percepția, aminteam în subcapitolul *2.2.4 Procese psihice*, este procesul prin care „informația" furnizată de senzație (semnalul, de fapt) este evaluată în funcție de informațiile deja stocate în memoria pe termen lung. Iar reprezentarea este procesul prin care sunt aduse în memoria pe termen scurt modele ierarhice stocate în memoria explicită, adică stocate în memoria pe termen lung.

Astfel, reprezentarea se bazează pe percepții anterioare și se poate realiza și în lipsa unui obiect al percepției. Știința psihologiei face distincție între percepție și reprezentare, și precizează că reprezentarea se poate realiza și în lipsa obiectului perceput, dar, pe fluxul conștienței, de cele mai multe ori, o percepție este urmată aproape instantaneu de o serie de reprezentări.

Figură 22
Simbolul alchimic al planetei Marte

În imaginea alăturată (figura 22) este desenat un cerc cu o săgeată în partea din dreapta-sus. Un om care știe ce este un cerc și care știe ce este o săgeată, la vederea imaginii alăturate, va percepe instantaneu un cerc cu o săgeată în partea din dreapta-sus, pentru că cercul și săgeata sunt cele mai asemănătoare modele ierarhice stocate în memoria lui explicită. Dar, un om care a mai văzut imaginea în lucrări de biologie, va identifica imaginea ca reprezentând „genul masculin". Identificarea cu „genul masculin" se va face probabil tot spontan, dar ea, psihologic vorbind, este o reprezentare a conceptului de „gen masculin". Omul acela nu a perceput „ideea de gen masculin", ci și-a reprezentat-o atunci când a perceput cercul cu o săgeată în partea din dreapta-sus. Și omul acela ar putea gândi sau ar putea spune: „Este **semnul** pentru genul masculin!".

Știința semioticii spune că un **semn** este orice obiect al percepției umane care poate genera o reprezentare diferită de obiectul perceput. Când noi percepem obiectul X, în fapt se identifică în memoria noastră explicită un concept X sau o amintire care corespunde direct obiectului X. Dar, atunci când percepția ne aduce în fluxul conștiinței și o reprezentare a conceptului Y din memoria explicită, atunci obiectul X este un semn pentru obiectul Y. Această reprezentare depinde însă de „informațiile" din mintea omului care percepe. Astfel, semiotica numește obiectul X ca fiind „semn" sau „semnificant al obiectului Y", obiectul Y ca fiind „obiect" sau „semnificat".

Charles Peirce, matematician și filosof american, considera că semnele se pot încadra în trei categorii[184]: indicii, iconuri și simboluri.

Indiciile sunt semne aflate în relație directă și fizică cu obiectul semnificat, cum ar fi o urmă lăsată de picior în noroi sau fumul văzut de la depărtare și care este un semn că acolo există un foc. Într-o poveste, putem avea un personaj absent, căruia i se spune „Șchiopul" și despre ale cărui fapte aflăm din replicile celorlalte personaje. Atunci când personajul își face în sfârșit intrarea în scenă, povestitorul ne poate sugera că ar putea fi vorba de „Șchiopul" introducând indicii în descriere. „Ofițerul a intrat calm în cameră, târâindu-și ușor piciorul drept".

Iconurile sunt semne într-o relație de asemănare cu obiectul semnificat, cum ar fi o hartă, o machetă, o statuie sau o fotografie. Când un om vede o fotografie cu un leu, obiectul perceput este o bucată de carton cu diferite pete de culoare pe el. Când un om vede o fotografie cu un leu, el percepe... o fotografie. Dar, instantaneu, în mintea lui se produce și reprezentarea mamiferului numit leu. În acest caz, fotografia cu leu este un semn iconic pentru mamiferul leu. Dacă arătăm unui grup format din cinci oameni o planșă cu litera P mare de tipar și le cerem să o reproducă pe o foaie de hârtie, reproducerile lor vor fi iconuri ale literei P mare de tipar de pe planșa noastră.

Simbolurile sunt acele semne care sunt în relație cu obiectul semnificat în urma unei convenții. Atât litera P mare de tipar de pe planșă cât și cele cinci reproduceri sunt simboluri ale consoanei „p".

Faptul că ele sunt simboluri ale consoanei „p" nu își are originea în vreo asemănare dintre semnul P mare de tipar și sunetul obținut de noi atunci când împingem afară aerul din plămâni pe deasupra limbii și îl blocăm cu buzele. Semnul P mare de tipar de asemenea, nu apare spontan pe foaie sau altundeva când noi emitem sunetul „p". Asocierea dintre sunetul „p" și semnul P mare de tipar este o convenție – este rezultatul acceptării asocierii de către noi înșine. Iar această convenție funcționează doar între persoanele care achiesează la ea. Ceea ce numim noi „semnul P mare de tipar" pentru un rus sau pentru un bulgar ar putea simboliza sunetul „r" – pentru că litera R mare de tipar din alfabetul chirilic arată identic cu litera P din alfabetul latin.

De altfel, Charles Peirce consideră că relația autentică de semnificare se realizează doar în cazul simbolurilor, pentru că doar simbolurile sunt convenționale. În cazul indiciilor și a iconurilor, „decodarea" semnificației

[184] apud Cristian Radu, Corina Rotar ș.a., Teorii ale limbajului - suport de curs, Universitatea Babeș-Bolyai pag.22

neavând nevoie de cunoașterea convenției, relația de semnificare este considerată de către Peirce ca fiind „degenerată".

În storytelling, în general, prin **simbol** mulți autori înțeleg mai degrabă conceptul de **semn**. Astfel, în construirea poveștilor, autorul va utiliza și indicii și iconuri și simboluri propriu-zise. Simbolurile propriu-zise însă sunt mai dificil de administrat pentru că, fiind convenționale, ele nu au neapărat aceeași semnificație pentru toată lumea.

În cadrul acestei lucrări, pentru a asigura cumva compatibilitatea cu limbajul utilizat în alte lucrări despre storytelling, vom folosi cuvântul simbol cu sensul de semn, iar unde vom voi a ne referi la simboluri, așa cum sunt definite de Peirce, vom scrie „simboluri propriu-zise".

La subcapitolul *2.3.1 De la Australopithecus Afarensis la Homo Erectus*, în cadrul expunerii despre limbajul trupului, am amintit despre semnul grecesc „fasceloma" sau „mușa". Fasceloma este un simbol propriu-zis, deoarece, așa cum am arătat, el nu poate fi decodat corect în afara convenției culturale grecești.

În capitolul următor, anume în subcapitolul *4.4.3 Păstrarea atenției în scenă*, vom vorbi despre „cârlige" ca fiind instrumente de impact, care captează și menține atenția în scenă. Aceste cârlige sunt indicii – în sensul dat de Peirce indiciilor în clasificarea semnelor. De asemenea, după cum se va observa tot în capitolul următor, în subcapitolul *4.4.2. Tipologii de atitudini*, „atitudinile arhetipale" fiind interpretate în contextul definit de lumea poveștii, au tot o funcție simbolică.

În subcapitolul anterior, am amintit despre personajele arhetipale. În „Star Wars", în primele filme, personajul Obi-Wan Kenobi îl instruiește pe eroul (de fapt, antagonistul) Anakin Skywalker. Între Obi-Wan Kenobi și personajul arhetipal al mentorului există o relație simbolică - Obi-Wan Kenobi funcționând ca simbol propriu-zis pentru conceptul de mentor. Relația simbolică funcționează pentru că „mentorul", ca semnificat, este bine definit în mentalul colectiv al omenirii, iar fiecare om îi decodează (interpretează) corect funcția de mentor a lui Obi-Wan Kenobi.

Când Ion Luca Caragiale a scris comedia „O scrisoare pierdută", cuvântul „trahana" exista în vorbirea curentă a românilor și însemna un fel de aluat moale, cu ou și iaurt, care se trecea printr-un ciur spre a face un fel de tăiței în ciorbe. Astfel, numele de Zaharia Trahanache, în epoca lui Caragiale, se afla într-o relație simbolică cu conceptul de slăbiciune, de lipsă de autoritate, pentru că atunci când auditoriul percepea sunetele care compun numele „Trahanache", intuiția îi sugera instantaneu o legătură cu „trahanaua". În felul acesta, intenția lui Caragiale de a-i trasa lui Trahanache

un caracter de om slab și lipsit de autoritate era sprijinită și de relația simbolică. În prezent, când majoritatea românilor nu folosesc și nu știu cuvântul, relația simbolică nu mai există.

Prin urmare, funcționarea relației simbolice depinde de auditoriul poveștii. Dacă auditoriul poveștii nu interpretează simbolul propriu-zis în același fel în care îl interpretează creatorul poveștii, relația simbolică eșuează. Simbolurile în general, iar cele propriu-zise în special, fac parte din lumea poveștii și ele au o interpretare specifică în lumea poveștii. Însă, dacă „în lumea auditoriului" nu mai există această interpretare, ori au o interpretare contrară, simbolurile nu mai ajută.

Pe de altă parte, lumea poveștii poate crea simboluri care apoi să transceadă în lumea reală. În seria de cărți intitulată „A Song of Ice and Fire" a autorului american George R. R. Martin există o replică pe care personajul feminin Ygritte i-o dă personajului masculin Jon Snow atunci când acesta pare a nu sesiza avansurile sexuale pe care Ygritte i le face: „You know nothing, Jon Snow!" Apoi, ea îi tot servește această replică de-a lungul cărții, de fiecare dată atunci când vrea să sublinieze că Jon Snow e un ignorant, când de fapt, în felul acesta autorul subliniază inocența personajului Snow. Urban Dictionary înregistrează[185] această replică ca fiind utilizată acum de oameni când vor să atenționeze pe cineva că ratează o oportunitate senzuală.

Când simbolul nu există în lumea reală și el urmează să fie creat direct în lumea poveștii, înainte de utilizarea sa, este necesară prezentarea modului corect de decodare. În legendele legate de Zorro se explică, de regulă o dată sau de două ori, faptul că eroul Zorro tăia un „z" cu vârful sabiei de fiecare dată când acționa într-un loc anume. Apoi „z"-ul devine simbol care-l identifică pe erou pe tot firul narativ.

Biblia povestește cum „Iisus, luând pâine şi binecuvântând, a frânt-o şi, dând-o ucenicilor, a zis: Luaţi, mâncaţi, acesta este trupul meu!"[186]. Frângerea pâinii devine simbol, după înviere, pe drumul către Emmaus, apostolii recunoscându-l pe Iisus după gestul frângerii[187]. După dispariția lui Iisus, ucenicii săi păstrează practica simbolică a frângerii pâinii. „Şi în fiecare zi, stăruiau într-un cuget în templu şi, frângând pâinea în casă, luau împreună hrana întru bucurie şi întru curăţia inimii"[188]. Mai târziu, simbolul fiind deja cunoscut de întreaga lume a poveștii, personajul Pavel îl apelează și el când

[185] http://you-know-nothing-john-snow.urbanup.com
[186] Biblia, Matei 26:26
[187] Biblia, Luca 24:30
[188] Biblia, Faptele Apostolilor 2:46

spune: „Pâinea pe care o frângem nu este, oare, împărtășirea cu trupul lui Hristos?"[189]. Practica frângerii pâinii a ieșit din carte și a devenit comună tuturor creștinilor, Martorii lui Iehova amintind-o ca „împărtășire din simboluri"[190].

În concluzie, utilizarea simbolurilor în storytelling este o practică comună și utilă pentru că permite identificarea rapidă a unui personaj, a unei întâmplări sau a oricărui alt obiect ce poate fi simbolizat. Dacă se alege a se utiliza simboluri din lumea reală, este extrem de important ca povestitorul să se asigure că auditoriul va interpreta simbolul în sensul de interpretare din lumea poveștii, iar acest lucru necesită o cunoaștere atentă a auditoriului și a culturii acestuia.

O practică mai la îndemână este aceea de a crea un simbol distinct pentru un obiect anume direct în lumea poveștii. În acest caz, povestitorul trebuie întâi să ofere auditoriului codul de interpretare al simbolului, adică, pe firul narativ, să prezinte întâi atât simbolul cât și obiectul simbolizat. „Marinică era șchiop de piciorul drept". Eventual, poate să mai ofere o confirmare a codului. „-Vasile, nu l-ai văzut pe șchiopul ăla de Marinică?". După ce a fixat interpretarea, povestitorul poate utiliza direct simbolul: „Sub lumina lunii, o umbră se prelingea de-a lungul zidului. Târâindu-și ușor piciorul drept, umbra încetini pasul în dreptul porții lui Vasile".

În exemplu din paragraful precedent am utilizat simbolizarea pentru a-l prezenta pe Marinică. Simbolul poate servi și în descrierea personajelor, dar el rămâne un element al lumii poveștii, pentru că interpretarea sa nu depinde de personaj, ci de lumea poveștii și de congruența dintre lumea poveștii și lumea reală. Voievodul Ștefan cel Mare poate fi descris ca purtând coroană, iar coroana este un simbol. Totuși, coroana nu ține de construcția personajului Ștefan cel Mare, ci de construcția lumii poveștii – Moldova secolului al XV-lea. Ștefan cel Mare poartă coroană pentru ca cei din jurul său (din lumea poveștii) să-l identifice prin aceasta ca domnitor. Personajul Ștefan cel Mare și firul narativ în cadrul căruia el este erou pot fi translatate pe planeta imaginară a scobienilor, unde Ștefan să nu fie voievod, ci arhonte. Iar ca semn al puterii, el poate să poarte în loc de coroană un coif de carton. Chiar și așa, dacă epifania este aceeași, esențialul poveștii nu se schimbă în niciun fel.

John Truby are câteva recomandări[191] legate de utilizarea simbolurilor. El propune ca atunci când i se asociază eroului un simbol, să i

[189] Biblia, Corinteni 1 10:16
[190] https://www.jw.org/ro/martorii-lui-iehova/intrebari-frecvente/cina-domnului/
[191] John Truby, op. cit.

se asocieze și oponentului un simbol în același plan de referință, pentru a întări antiteza. Dacă eroul fredonează din când în când o anumită o melodie, nu ar fi rău să fredoneze și oponentul o melodie. Antiteza dintre erou și oponent se poate întări prin antiteza dintre liniile melodice ori textele melodiilor.

Dacă se vor simboliza aspecte ce țin de trăirile emoționale ale personajelor, atunci este bine ca pentru fiecare personaj să se identifice o singură emoție definitorie, și doar aceea să fie simbolizată. Dacă Marinică bate cu pumnul în masă și țipă atunci când este nervos,e bine. Dar, dacă Marinică bate cu pumnul în masă atunci când este nervos, bate din picior când este nerăbdător și bate din palme când este vesel, auditoriului i-ar putea fi mai greu să interpreteze simbolurile.

Un simbol, odată creat, trebuie repetat de-a lungul firului narativ. Dar, de fiecare dată când simbolul este reapelat, el trebuie modificat puțin. Cu cât simbolul este mai abstract sau mai puțin specific, cu atât e mai ușor de administrat. Dacă Marinică bate de fiecare dată cu pumnul în masă când este nervos, e banal. Dar dacă odată bate cu pumnul în masă, altă dată bate cu pumnul în perete, iar altă dată lovește cu lingura în masă, simbolul abstract este același - lovitura, dar modul de prezentare diferă.

Simbolurile, mai recomandă John Truby, trebuie sincronizate cu schimbările prin care trece eroul și, mai ales, cu epifania sa majoră. După momentul epifaniei majore, cel puțin în cazul eroului, este necesară o evidentă modificare a simbolurilor care i se asociază.

Personajele se descriu fizic și moral. Lumea poveștii, de asemenea, poate fi descrisă fizic în „arena poveștii" și poate fi descrisă moral, în ceea ce numim „planul moral al poveștii".

Simbolurile consolidează lumea poveștii și creează legături între personaje și lumea poveștii. Simbolizarea personajelor înseamnă introducerea de semne și simboluri care (prin interpretare) să trimită la personaj.

Coroana e un simbol al conducătorului, dar același lucru îl simbolizează și laurii pe care-i purtau împărații romani. Alegerea simbolurilor pentru descrierea personajelor se face în strânsă legătură cu simbolurile alese în descrierea arenei poveștii. Astfel, putem observa că simbolurile se leagă între ele într-un fel de rețea de simboluri, care consolidează în ansamblu lumea poveștii.

În arhitectura simbolurilor, zgârcenia unui personaj o putem simboliza prin descrierea fizică a personajului sau a locuinței sale. „Fum pe coșul Hagiului nu s-a pomenit" scrie Delavrancea când vorbește despre casa lui

Hagi Tudose. „Jupân Hagiul purta pe umeri o scurteică de elastic, galbenă, spălăcită, pătată de untdelemn și picată cu ceară" povestește Delavrancea când ni-l descrie fizic pe Tudose.

Dar aceeași zgârcenie o putem simboliza și prin trăsături de comportament: „De mic copil Hagiul fusese copil cuminte [...] Nu rupea pantofii." arată tot Delavrancea. Toate aceste simbolizări separate ale zgârceniei activează în mintea auditoriului conceptul abstract al zgârceniei care devine semnificant pentru Hagi Tudose. În felul acesta, în mintea auditoriului se naște observația că „Hagi Tudose este zgârcit".

Atunci când utilizăm simbolurile pentru a descrie moral personajele, aceste descrieri trebuie să se înscrie și ele într-o rețea de simboluri care să interacționeze cu planul moral al poveștii.

Spuneam că întreaga rețea de simboluri pe care o construim trebuie să-și găsească justificarea în **arena poveștii.** Un voievod român din secolul al XV-lea va purta coroană și nu laurii, ca imperatorii romani. Trăind în secolul XIX, Hagi Tudose va purta o scurteică, adică acel tip de haină scurtă pe care o purtau bărbații români de la țară, în secolul XIX. Dacă ar fi fost femeie, Hagi Tudose ar fi purtat cel mai probabil o cațaveică spălăcită și pătată.

Arena poveștii fiind fixată în secolul XIX, încălzirea se făcea cu lemne. Dacă ar fi trăit în România urbană a începutului de secol XXI, nu s-ar mai fi putut simboliza zgârcenia prin lipsa fumului pe coș, dar apartamentul lui Hagi Tudose ar fi fost cel mai probabil debranșat de la sistemul de încălzire comună.

Rețeaua de simboluri trebuie, de asemenea, să fie raportabilă la **planul moral** al poveștii. Simbolurile trimit la elemente fizice din lumea poveștii dar au valoare morală (în poveste) în funcție de planul moral al poveștii. Hagi Tudose este zgârcit, dar, în planul moral al poveștii, zgârcenia e un defect, e ceva rău!

Răsturnarea simbolurilor e o tehnică întâlnită în storytelling și pe care o amintește și John Truby când vorbește despre „reversing the symbol web".

Spuneam mai devreme că, atunci când introducem în poveste simboluri existente deja în lumea reală, trebuie să ne asigurăm că decodarea lor se va face în același fel și în lumea poveștii, dar și în mintea auditoriului. Există în cultură simboluri arhetipale, pe care cu toții le interpretăm în același fel: „casa părintească", „înălțarea la cer", „săracul cinstit" etc.

Casa părintească e sanctuar, e locul unde eroul se simte în siguranță. În plan moral, casa părintească e un loc bun.

Înălțarea la cer este iarăși un simbol des întâlnit. Iisus se înalță la cer, Iacov din Vechiul Testament vede o scară care urcă spre cer. În tradiția șamanică, cel trăsnit de fulger se înalță la cer. Yggdrasil, arborele lumii, face legătura între lumea oamenilor, care este jos și Asgard, lumea zeilor Aesir, care e în cel mai înalt loc. Simbolic, înălțarea la cer este cel mai adesea *bună* în planul moral al poveștilor, iar pe cel care se înalță la cer, în general, îl așteaptă lucruri bune. Însă nu același lucru i se întâmplă lui Jack din povestea „Jack și vrejul de fasole".

Utilizarea simbolurilor consacrate are marele defect, crede Truby, că generează o poveste extrem de previzibilă. Astfel, povestea care utilizează simboluri consacrate îi confirmă auditoriului anumite adevăruri, dar îl privează de transferul real de experiență.

Să presupunem că într-o poveste, eroul nostru a dat o bătălie, și-a pierdut cunoștința și se trezește într-un salon curat, cu șase paturi, cu oameni îmbrăcați în alb, care-l îngrijesc. Oamenii aceia discută între ei despre faptul că rănile eroului au început să se vindece și că în câteva zile va fi iarăși pe picioarele lui. Rețeaua de simboluri semnifică spitalul, iar acest lucru pare să-l liniștească atât pe erou cât și pe ascultătorul poveștii. Pare că eroul e într-un loc bun și totul va fi bine. În planul moral al poveștii, dar și al lumii înconjurătoare, spitalul e deja confirmat că e loc bun, e locul unde te vindeci. Însă, pe firul narativ al poveștii se descoperă că eroul a fost declarat mort și a fost cules din morgă de un doctor scelerat, care făcea experiențe pe oameni, iar simplul motiv pentru care l-a salvat a fost acela că avea nevoie de cobai sănătoși pentru experiențele sale. Aceasta reprezintă o răsturnare a simbolurilor. Povestitorul utilizează simbolurile că să construiască „ceva" cu o anumită valoare morală în lumea poveștii și în lumea auditoriului, iar apoi arată că de fapt acel „ceva" are valoarea morală răsturnată.

3.5.3 Planul moral

Spuneam în rândurile de mai sus că rețeaua de simboluri trebuie să fie specifică arenei poveștii, dar să se raporteze etic la planul moral al poveștii. Simbolurile trebuie să fie decodabile ca bune sau rele în funcție de planul moral al poveștii. Coroana voievodului este *bună* în planul moral dintr-o lume a poveștii din secolul al XV-lea, iar dacă voievodul o poartă zilnic, acest lucru e *bun*. Dacă Regina Marii Britanii ar purta zilnic, la orice eveniment, coroana imperială, acest lucru probabil n-ar mai fi un lucru *bun*, pentru că planul moral al secolului al XXI-lea e diferit.

„Ochi pentru ochi" e o expresie simbolică pentru răzbunare. Ea este *bună* în Levantul de dinainte de Hristos, pentru că așa impune planul moral

al epocii respective. Dar expresia simbolică „ochi pentru ochi" are o valoare morală opusă în planul moral al secolului al XXI-lea, unde se crede că răzbunarea e *rea*.

Planul moral este **ethos**-ul despre care vorbea Aristotel și semnifică obiceiurile, ideile, credințele și idealurile care descriu o anumită comunitate de oameni. Din cuvântul ethos s-a derivat (în greacă) termenul etică, iar toate normele de comportament, pe care le urmează o anumită comunitate în atingerea scopurilor, fac parte din planul moral.

Din perspectiva planului moral, poveștile sunt de două feluri: **povești de conformare la planul moral** și **povești de revoluționare a planului moral.**

În „Prostia omenească", epifania eroului este aceea că unii oameni sunt pur și simplu proști și că trebuie să acceptăm acest fapt ca pe un adevăr incontestabil, fără să ne răsculăm împotriva ideii în sine. Eroul nostru are o viață tihnită până când apare evenimentul declanșator cu bulgărele de sare. El vede că soția și soacra lui sunt proaste, dar nu poate să accepte că poate exista atât de multă prostie pe lume. El consideră prostia soției și a soacrei drept o excepție, și nu trăsătură fundamentală a lumii în care trăiesc. Acceptarea existenței prostiei omenești generalizate este o schimbare de paradigmă pe care eroul nostru nu este capabil încă să o facă.

Prostia omenească există, iar faptul că ea este arată că trebuie să fie. În planul moral al poveștii „Prostia omenească", prostia generalizată a omenirii e *bună* pentru că e firească. Dar eroul nostru refuză să accepte planul moral al poveștii. El pleacă într-o călătorie, unde întâlnește oameni proști și pe care încearcă „să-i repare". Acțiunile eroului sunt, în esență, de negare a realității și de respingere a planului moral. Antagonistul în această poveste este însăși prostia omenească, iar la fiecare acțiune a eroului, antagonistul îi răspunde cu o reacțiune, trimițându-i în cale un alt prost. În final, el trăiește epifania, înțelegând că „mâța s-ar fi putut întâmpla să deie drobul de sare jos de pe horn", iar totodată, omul realizează faptul că celelalte monumente de prostie întâlnite în călătorie sunt mult mai dramatice decât cel de acasă. Eroul nostru nu este înfrânt în această poveste pentru că, prin înțelegerea naturii lumii, el evoluează. Acceptând planul moral al lumii poveștii, eroul nostru devine mai bun. Iar în fel acesta el se poate reintegra în familia lui. „Apoi drumețul se întoarse acasă și petrecu lângă ai săi".

Bineînțeles că un exemplu clasic de poveste de conformare la planul moral al lumii poveștii este aceea a păcătosului care devine mai bun,

pocăindu-se. Apostolul Pavel, pe drumul Damascului, trăiește o epifanie care-l face să se conformeze la planul moral al lumii poveștii.

În poveștile de conformare, personajul arhetipal „regele lumii" e personaj proactiv, iar eroul este la început reactiv față de propria sa transformare, urmând să devină proactiv în momentul epifaniei majore.

Poveștile de conformare la planul moral sunt povești mai puțin ofertante decât cele de revoluționare a planului moral. În acestea din urmă, eroul este un **erou revoluționar** care schimbă planul moral al lumii poveștii. Este posibil ca eroul revoluționar să aibă deja o poziție morală diferită de planul moral al poveștii încă de la început, iar în cadrul epifaniei majore să găsească soluția prin care să-i convingă pe ceilalți să-și schimbe planul moral. Astfel, el este în situația să găsească soluția problemei în care și-a propus să schimbe planul moral al poveștii. E posibil, de asemenea, ca eroul să aibă la început o poziție morală conformă cu poziția morală a poveștii, iar schimbarea poziției sale morale să se realizeze în cadrul epifaniei majore, urmând ca schimbarea planului moral al lumii poveștii să se desfășoare procesual după punctul culminant.

John Truby - și nu numai el - subliniază că în relația dintre erou și oponent, antiteza trebuie să se desfășoare neapărat și în planul moral. Poziția morală a eroului trebuie să fie opusă poziției morale a oponentului, astfel că oponentul nu se poate desăvârși ca și construcție până când nu este clarificat planul moral al poveștii și până nu este stabilită poziția morală a eroului față de planul poveștii. Poziția morală a oponentului se stabilește după ce s-a stabilit planul moral al poveștii și după ce am stabilit dacă este vorba despre o poveste de conformare sau o poveste de revoluționare a planului moral.

Revoluționarea planului moral al poveștii nu înseamnă negarea integrală a planului moral și propunerea unuia absolut opus. Ethos-ul sau planul moral al poveștii înseamnă un set larg de credințe, obiceiuri și poziții morale pe diferite teme. Revoluționarea planului moral al poveștii poate însemna schimbarea doar a unui singur aspect sau doar a câtorva aspecte din ansamblul planului moral al poveștii.

În general, ethos-ul unei comunități abundă în contradicții. De exemplu, în societatea contemporană, fumatul este văzut ca un lucru rău, dar foarte mulți oameni fumează, fără ca acest lucru să facă ca ei să fie considerați oameni răi. Revoluționarea planului moral al poveștii înseamnă mai degrabă concilierea unei contradicții din planul moral al poveștii decât schimbarea absolută a planului moral.

„În vremea aceea, mergea Iisus, într-o zi de sâmbătă, printre semănături, iar ucenicii lui au flămânzit şi au început să smulgă spice şi să mănânce. Văzând aceasta, fariseii au zis lui: Iată, ucenicii tăi fac ceea ce nu se cuvine să facă sâmbăta."[192] Conform normelor Vechiului Testament, sâmbăta era sabatul, iar de sabat nu era permis ca omul să muncească. Smulgerea spicelor era considerată muncă.

Apoi, văzând fariseii că Iisus se îndreaptă spre un om cu mâna uscată, cu gândul probabil să-l vindece, fariseii, ca să-l poată învinui de încălcarea legilor Vechiului Testament, „l-au întrebat, zicând: „Cade-se, oare, a vindeca sâmbăta?". Iar Iisus le răspunde: „Cine va fi între voi omul care va avea o oaie şi, de va cădea ea sâmbăta în groapă, nu o va apuca şi o va scoate? Cu cât se deosebeşte omul de oaie! De aceea se cade a face bine sâmbăta."[193] De altfel, personajul Iisus enunță singur natura sa de erou revoluționar prin replica: „Să nu credeţi că am venit să stric Legea sau Prorocii; am venit nu să stric, ci să împlinesc."[194] arătând că în esență schimbarea planului moral al poveștii nu înseamnă neapărat negarea vechiului plan moral, cât mai degrabă concilierea contradicțiilor din planul moral.

După cum se poate vedea și din figura 21 (subcapitolul *3.3.3 Subiectul și Ideea fundamentală a poveștii*), după definirea cadrului poveștii, în etapa de construire a conflictului, întâi se stabilesc personajele, apoi se stabilesc punctele de conflict în funcție de capacitățile personajelor, urmând ca la final să se puncteze cu descrierile din lumea poveștii.

Definirea conflictului nu se poate realiza într-o singură etapă, fiind vorba despre un proces care include mai multe cicluri succesive de lucru. În primul rând, se definesc și se caracterizează personajele. Apoi, se stabilesc punctele de conflict. Urmează etapa în care se lucrează la lumea poveștii, fixându-se arena poveștii, simbolurile și planul moral. Mai târziu, după ce s-a schițat planul moral, se reia ciclul și se ajustează caracterizarea personajelor pentru ca opoziția dintre erou și oponent, pe de o parte, și celelalte poziționări morale ale personajelor, pe de altă parte, să poată fi raportate la planul moral al poveștii. După reactualizarea personajelor, se trece iarăși la conflict și se verifică dacă punctele de conflict mai pot fi generate de personajele în versiunea lor actualizată. După reactualizarea punctelor de conflict, se reverifică coerența cu lumea poveștii și mai ales cu planul moral al acesteia. Iar ciclul se repetă de suficiente ori până când conflictul devine organic, firesc.

[192] Biblia, Evanghelia după Matei 12:1-2
[193] ibidem, Matei 12:3-12
[194] ibidem, Matei 5:17-18

* * *

Mintea omului, după cum am arătat în subcapitolul *2.2 Neocortexul – Casa poveștilor*, atât prin analogie cât și prin sinteză, abstractizează modelele ierarhice episodice din memoria explicită și creează modele ierarhice semantice, adică concepte abstracte. Din aceste concepte abstracte, în același mod, mintea noastră creează modele cu un grad de abstractizare și mai mare. De pildă, atunci când vedem mai multe pisici, ni se creează un model abstract al pisicii. În același mod, ne formăm un model abstract al calului sau al delfinului. Din aceste modele obținem un model cu un grad de abstractizare și mai mare, cum ar fi conceptul abstract de „animal".

Avem în mintea noastră *idei* cum ar fi „mâncarea" sau „iubirea" care nu sunt particularizate într-o singură amintire concretă, dar care își au corespondență în multe amintiri de ale noastre. Avem amintiri „de iubire" legate de mai multe persoane din viața noastră și nu doar o amintire singulară despre iubire. Avem o sumedenie de amintiri despre mâncare, fie când am făcut mâncare, fie când am mâncat sau am aflat ceva despre un aliment, dar dacă încercăm să ne reprezentăm mâncarea nu ne este ușor pentru că nu putem avea o reprezentare concretă a acesteia, ci putem avea doar reprezentări concrete a diferitelor feluri de mâncare.

Anumite modele au un nivel de abstractizare atât de înalt încât ele nici nu au o existență palpabilă în lumea reală și nu ni le putem reprezenta decât prin simboluri propriu-zise. Cititorul, dacă încearcă să-și reprezinte în minte ideea de „creștinism", nu va obține în minte decât semne, iconuri și simboluri. Creștinismul și iubirea sunt, deci, concepte de înaltă abstractizare.

În operele literare identificăm de multe ori concepte de înaltă abstractizare, care sunt apelate recursiv în diferite feluri: prin descrieri, prin semne (indici, iconuri ori simboluri), ori chiar prin diferitele acțiuni ale personajelor. Această „aglomerare" de imagini, idei și simboluri care trimit repetat la același concept abstract face ca mintea auditoriului să asocieze uneori însuși subiectul poveștii cu acel concept abstract. În „Hagi Tudose", un astfel de concept de înaltă abstractizare care se poate asocia direct cu subiectul poveștii este „zgârcenia".

Spuneam într-un subcapitol anterior că subiectul narațiunii începe a se defini în premisă, se consolidează în cadrul conflictului și se desăvârșește în firul narativ al poveștii, cu contribuțiile aduse de personaje și de lumea poveștii. Acest concept abstract despre care vorbeam mai devreme și care ajunge să se asocieze subiectului poveștii nu este același lucru nici cu premisa, și nici cu conflictul. Acest concept abstract este intuit de mintea

auditoriului atunci când citește sau ascultă povestea și derivă în principal din firul poveștii. Teoria literară numește acest concept abstract care se asociază ca o etichetă subiectului ca fiind **tema literară**.

De asemenea, teoria literară observă că există anumite concepte abstracte, cel mai adesea simbolice, care străbat subiectul operei literare fără a putea fi asociat acestuia și care se regăsesc cumva în aceeași formă în mai multe opere literare. Aceste concepte abstracte sunt numite **motive literare**.

Teoria literară, fiind o știință descriptivă, consideră tema literară și motivul literar drept elemente importante. Motivul ține de faptul că acestea permit realizarea de clasificări și de legături între diferite scrieri și diferite feluri de a scrie. Din perspectiva storytelling-ului, care este știință constructivă a realizării poveștii, tema și motivul sunt rezultate colaterale de o mult mai mică importanță. Tema poate fi relevantă în storytelling doar dacă auditoriul poveștii manifestă o predilecție anume pentru o anumită temă, iar atunci trebuie să urmărească ca din interacțiunea personajelor de pe firul poveștii să rezulte o anumită temă.

De asemenea, interesul creatorului de povești pentru *motiv* poate să apară doar atunci când anumite *motive* sunt deja prezente în zona de reprezentare din mentalul colectiv al auditoriului, iar inserarea motivului în poveste facilitează fixarea poveștii în lumea poveștii. Este celebru în cinematografia românească de după 1989 „motivul ciorbei". Ciorba este un aliment consumat des de români înainte de revoluție, dar care are un anumit nivel de dificultate în pregătire încât generația tânără de azi preferă să nu o mai prepare acasă, ci să o comande din când în când la restaurant. Prin urmare, în filme, ciorba este pregătită de o persoană care este un personaj proactiv în poveste, asociabil cu arhetipul mamei; este împărțită ritualic dintr-o oală emailată, de genul celor care se comercializau în România comunistă și este mâncată lent, în antiteză cu modul în care mănâncă tinerii la fast-food.

Dacă creatorul poveștii își dorește să fixeze lumea poveștii în zona crepusculară dintre România contemporană și România de dinainte de 1989, atunci personajele poveștii trebuie să se așeze la masă, să-și pună cu grijă celularele alături și să mănânce din ciorba împărțită ritualic de către persoana care a preparat-o. Dacă însă lumea poveștii e fixată în România urbană a anului 2020, atunci mai degrabă personajele ar putea comanda mâncare la Glovo sau Food Panda.

În concluzie, dacă creatorul narațiunii știe că în planul moral al auditoriului există anumite motive, el poate crea intenționat simboluri care să întruchipeze aceste motive în poveste.

3.6 Firul poveștii

În teoria sa asupra gramaticii universale, lingvistul american de reputație mondială Noam Chomsky afirmă că prin natura noastră biologică, adică prin modul în care a evoluat în timp creierul nostru, ființele umane, dacă sunt lăsate într-un mediu natural fără limbaj, vor dezvolta în timp o variantă de limbaj care va avea în mod obligatoriu anumite proprietăți. Iar acel limbaj va avea în mod obligatoriu cuvinte distincte pentru elementele de substanță și cuvinte distincte pentru precizarea acțiunilor săvârșite de elementele de substanță.

Adică, simplificând explicațiile, dacă un grup de oameni va fi izolat într-un mediu prielnic, dar fără să posede limbaj, comunitatea pe care o vor construi urmașii lor, după o anumită perioadă de timp, va dezvolta un limbaj care va cuprinde obligatoriu cuvinte cu valoare de substantiv și cuvinte cu valoare de verb. De asemenea, Virginia Valian, o susținătoare a teoriei gramaticii universale, considera[195], în urma observațiilor sale asupra dezvoltării limbajului la copii, că oamenii au o capacitate înnăscută de a asocia valori sintactice anumitor cuvinte și că mintea noastră e pregătită de la naștere să achiziționeze cuvinte cu care să identifice subiectul gramatical al acțiunii, cuvinte cu care să descrie acțiunea și cuvinte cu care să facă descrieri ale conceptelor care servesc ca subiect ori a conceptelor care semnifică acțiunea.

Adică, dacă ar fi să forțăm concluzia, există în construcția creierului nostru o predispoziție de a dezvolta un anumit tip de limbaj cu ajutorul căruia să formulăm enunțuri, iar în cadrul cărora să existe obligatoriu elemente sintactice care să prezinte „personajul acțiunii" (subiectul sau eventual agentul propoziției), elemente sintactice care să prezinte acțiunea în sine (verbe și construcții cu rol de predicat), elemente sintactice care să definească obiectul acțiunii (adică asupra cui se răsfrânge acțiunea), precum și elemente sintactice adjuncte care să descrie subiectul acțiunii ori circumstanțele în care s-a săvârșit acțiunea.

Teoria gramaticii universale este totuși o teorie, iar ca orice teorie are și destui contestatari. Oricum ar fi, distincția între elementele principale din sintaxa enunțurilor (în limba română: subiectul, predicatul, complementul direct și complementul de agent) și elementele dispensabile ori adjuncte (în limba română: atributul și complementul circumstanțial) este observată de către lingviști în cvasitotalitatea limbilor planetei.

[195] Virginia Valian, Syntactic categories in the speech of young children, Developemental Psychology, Eric F. Dubow 1986, nr. 22 pag. 562-579

În storytelling-ul științific, extinzând structurarea la nivelul întregii povești (pe care o putem considera o înșiruire de enunțuri), avem, pe de o parte, enunțuri care fac referire la acțiunile definitorii din conflict și la cei care le săvârșesc ori asupra cărora se răsfrâng (personajele), iar pe de altă parte, avem enunțuri adjuncte, care precizează acțiunile și circumstanțele în care s-au realizat acțiunile conflictului, precum și enunțuri care descriu personajele ori lumea poveștii.

3.6.1 De la conflict la firul poveștii

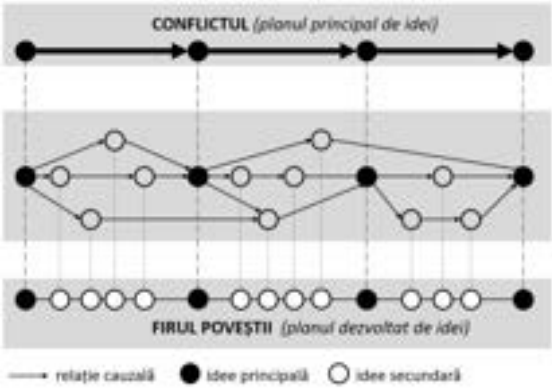
Spuneam la începutul subcapitolului *3.2 Cadrul poveștii că*, în storytelling-ul științific, povestea este o narațiune construită cu scopul de a conduce ascultătorul sau cititorul la o anumită înțelegere. Astfel, firul poveștii este o înlănțuire cauzală de evenimente prin care trec personajele poveștii în așa fel încât ascultătorul poveștii să ajungă la o anumită înțelegere. Firul poveștii se completează apoi cu descrierile personajelor și ale lumii poveștii, iar astfel ia naștere povestea în sine.

Prin urmare, firul poveștii se construiește ca o suită de enunțuri, ca un șir ordonat de enunțuri despre evenimentele prin care trec personajele poveștii. Fiecare enunț este o știre în sine despre acțiunile săvârșite de către unul sau mai multe personaje ale poveștii, iar, ca orice știre, enunțul trebuie să fie răspunsul întrebărilor: **„cine?"** (care să arate subiectul acțiunii, personajul care acționează), **„ce?"** (ca să arate acțiunea în sine), **„pe cine?"** (ca să arate obiectul acțiunii, aducă asupra cui se răsfrânge acțiunea). Dar enunțurile fiind în raport de cauzalitate, ele trebuie să răspundă și la întrebarea: **„de ce?"**.

Fiecare enunț trebuie, așadar, să aibă o acțiune și un personaj, adică un subiect care să săvârșească acțiunea. Acțiunea fiecărui personaj trebuie să se răsfrângă asupra a ceva sau asupra cuiva. Cauzalitatea fiind elementul care dă coerență poveștii, fiecare enunț trebuie să-și găsească cauza într-un enunț anterior.

Enunțurile din firul narativ al poveștii care prezintă știri despre evenimentele constitutive ale **conflictul** sunt enunțuri principale sau **idei principale**, așa cum sunt numite ele în teoria literară, iar înșiruirea enunțurilor care constituie conflictul poartă numele de **planul principal de idei** al poveștii sau **planul simplu de idei**.

Așa cum s-a văzut mai sus în *figura 19 – Conflictul*, și se poate observa în *figura 23 – Firul poveștii*, între evenimentele din conflict, care sunt descrise de enunțurile principale, adică între ideile principale, există și evenimente secundare. Aceste evenimente secundare sau **idei secundare**, cum sunt numite în teoria literară, nu sunt decât detalieri și lămuriri ale ideilor principale. În forma lor de enunț, ele răspund la întrebările *cine?*, *ce?*, *pe cine?* și *de ce?*, dar mai mult decât atât, ele oferă și lămuriri circumstanțiale pentru acțiunile din ideile principale. Adică, ele răspund la întrebările: **„cum?"**, **„când?"** și **„unde?"** ale ideilor principale, detaliind astfel circumstanțele în care s-au desfășurat acțiunile din ideile principale. **Firul poveștii** reprezintă înlănțuirea evenimentelor principale (ale conflictului) și a evenimentelor secundare în ceea ce teoria literară obișnuiește să numească **planul dezvoltat de idei**.



Figură 23 - Firul poveștii

„Capra se răzbună pe lup" este o idee principală a poveștii „Capra cu trei iezi" de Ion Creangă, pentru că reprezintă un eveniment din conflictul poveștii. Această idee principală poate fi însă descrisă printr-o succesiune de idei secundare, cum ar fi: „Capra își face un plan ca să se răzbune. Ea organizează un praznic la care îl invită pe lup. Ea construiește o capcană cu un scaun de ceară așezat deasupra unei gropi cu jăratic. Când vine la praznic, lupul este invitat să se așeze pe acel scaun. În timp ce lupul mănâncă, scaunul se topește,lupul cade în groapa cu jăratic și moare. Capra jubilează de fericire că a reușit să se răzbune."

În cadrul poveștii „Capra cu trei iezi", ideea că „lupul mănâncă iezii, cu excepția celui mai mic" putem spune că este o idee principală, pentru că dacă iedul mai mic nu ar fi supraviețuit, nu ar fi avut cine să-i povestească caprei. Dar, cu cât ne apropiem mai mult de ideea fundamentală, cu atât mai mult faptul că iedul cel mic a supraviețuit devine doar un simplu detaliu. Povestea se putea construi și fără supraviețuirea iedului cel mic, capra

urmând să afle în alt fel despre faptele lupului. Putea găsi, de pildă, un fir de păr al agresorului, sau orice alt indiciu.

În esență, ideea fundamentală a poveștii, adică cea pe care o livrează epifania, se dezvoltă în mai multe idei principale, care reprezintă punctele de conflict. Totodată, fiecare idee principală se dezvoltă în mai multe idei secundare.

Toate ideile principale sunt în raport de cauzalitate, la fel ca și toate ideile. După cum se poate observa, dacă analizăm o operă literară la întâmplare, vedem că distincția dintre ideile principale și cele secundare este totuși destul de fluidă.

În storytelling-ul științific, după cum spuneam, definirea conflictului (sau a planului simplu de idei) se face în cicluri succesive pentru a avea o poveste atât coerentă cu lumea poveștii și cu structura personajelor, cât și coerentă cauzal, fiecare idee principală găsindu-și cauza într-o idee principală anterioară.

Trebuie adăugat faptul că definirea firului poveștii înseamnă stabilirea unei punți între două puncte date. Avem în conflict două idei principale, una fiind cauza celeilalte. Aceste două idei principale vor fi dezvoltate în mai multe idei secundare, în așa fel încât ideile secundare să detalieze cauzalitatea dintre ideile principale.

În storytelling-ul științific, calitatea unei povești este dată de ușurința cu care ascultătorul poate reconstitui firul narativ și de ușurința cu care ascultătorul poate identifica conflictul (ideile principale). Chiar dacă ascultătorul nu și-a format în minte „cuvânt cu cuvânt" planul simplu de idei prin care creatorul poveștii și-a definit conflictul, dacă ascultătorul poate identifica ușor un set de idei principale aflate în relație de cauzalitate și care conduc la epifanie, atunci povestea este bună. Dar, dacă majoritatea ascultătorilor nu reușește să identifice justificarea cauzală a unor acțiuni din cadrul poveștii, iar pe cale de consecință, epifania nu este justificată în plan cauzal, este probabil ca, din perspectiva storytelling-ului științific, povestea să aibă defecțiuni de construcție.

3.6.2 Descrierile și Arcul emoțional

O descriere, în storytelling, semnifică un grup de cuvinte sau chiar un grup de enunțuri care sunt adăugate în poveste lângă o acțiune principală din firul narativ sau lângă un personaj, pentru a prezenta mai amănunțit și mai expresiv modul în care se desfășoară acțiunea ori pentru a caracteriza mai precis personajul.

Dacă în firul narativ al poveștii „Capra cu trei iezi" am identificat ideea secundară „Capra organizează un praznic la care îl invită pe lup", în construcția poveștii, autorul a descris această idee secundară printr-un grup întreg de enunțuri: „[Capra] pune poalele-n brâu, își suflecă mânicile, aţâţă focul și s-apucă de făcut bucate. Face ea sarmale, face plachie, face alivenci, face pască cu smântână și cu ouă și fel de fel de bucate".

Grupul de enunțuri care descriu ideea secundară din firul narativ descris în exemplul de mai sus nu face parte din *esențialul poveștii*, iar simpla înlăturare a acestor enunțuri nu schimbă cu nimic planul cauzal al poveștii. Fie că descriem organizarea praznicului pe etape, așa cum a făcut Creangă, fie că ne rezumăm la a enunța doar *ideea* „capra organizează un praznic", premisa și epifania nefiind afectate, povestea rămâne aceeași.

Totuși, capra face sarmale, plachie, alivenci și pască. Ea ar fi putut face foie gras, pizza, blini (un fel de clătite rusești) ori chiar niște hamburgeri și, în plan cauzal, povestea ar fi fost în continuare aceeași. Or, prin faptul că ea face anumite feluri de mâncare ce se găteau pe la casele boierești ori pe la casele înstărite din Moldova secolului al XIX-lea, Ion Creangă ne dezvoltă aici lumea poveștii, pentru că în storytelling, **prima funcție a descrierilor este să construiască lumea poveștii.**

Descrierea personajelor este un proces aflat la intersecția dintre „personaje" ca element de structură al poveștii și „lumea poveștii". În descrierea personajelor apar și elemente ce țin strict de construcția personajului, de funcția pe care o are acesta în poveste, dar și elemente de fixare a personajului în lumea poveștii. Caracterizarea morală a personajului (prin asemănări, deosebiri și asocieri) și unele descrieri fizice ale acestuia țin de structura personajului și justifică acțiunile acestuia pe firul narativ, pe când alte descrieri fizice ale personajului („[Capra] pune poalele-n brâu") îl fixează doar în lumea poveștii. Capra se putea răzbuna pe lup și fără să aibă o cămașă cu poale lungi, ba chiar o pereche de pantaloni de trening ar fi putut să o facă să se simtă mai confortabil când făcea sarmale și alivenci, dar îmbrăcată astfel, ar fi ieșit din lumea poveștii. De aici, înțelegem că **a doua funcție a descrierilor este să fixeze personajele în lumea poveștii.**

Din moment ce „capra [își] pune poalele-n brâu", „își suflecă mânicile [...] și s-apucă de făcut bucate", autorul ne prezintă atitudinea caprei. După cum vom arăta în *subcapitolul 4.3.1 Ce este atitudinea?*, prin atitudine înțelegem o reacție afectivă complexă determinată de ceea ce știe individul despre eveniment. Capra noastră știe că de buna organizare a praznicului depinde succesul răzbunării sale, astfel că atitudinea ei este una hotărâtă, determinată în a face cât mai bine ceea ce este de făcut. Auditoriul poveștii

cunoaște atitudinea caprei și empatizează cu aceasta. Când intră lupul în casă, unul dintre iezii ascunși „tace ca pământul și-i tremură carnea pe dânsul de frică", aici auditoriul empatic simte frica alături de ied. Astfel, în storytelling, **a treia funcție a descrierilor este să construiască arcul emoțional al poveștii.**

Asemănarea și **deosebirea**. Cele două sisteme ale gândirii umane, intuiția și gândirea rațională, pot fi caracterizate simplist prin cele două operațiuni definitorii, analogia și compararea. Analogia se concentrează, după cum spuneam, pe asemănarea dintre două modele, iar compararea, deși vede asemănarea, se concentrează pe diferențe, pe deosebirea dintre cele două modele.

Astfel, descrierea entităților se poate realiza fie cu ajutorul asemănării entității cu altă entitate luată ca reper, fie prin evidențierea diferențelor dintre acea entitate și cea luată ca reper.

Teoria literară vorbește despre utilizarea în descrieri a două figuri de stil, pe care le numește **comparație** și **antiteză**. Dar, comparația (similes în engleză), ca figură de stil, nu funcționează la fel cu compararea (ca operațiune a gândirii), în sensul că nu „vede" deosebirile, ci doar similaritățile, adică asemănările. „Pe un deal răsare luna, ca o vatră de jăratic"[196]. Culoarea lunii, când răsare, este similară culorii jăraticului din vatră, dar dimensiunea lunii este diferită de cea a vetrei, temperatura de la suprafața lunii este de asemenea diferită de temperatura jăraticului din vatră etc. Pe de altă parte, antiteza, ca figura de stil, constă în opoziția dintre două entități, iar această opoziție se descrie prezentând diferențele.

Asocierea reprezintă o altă posibilitate de descriere a unei entități. Asocierea se poate realiza între entitate și o anumită acțiune („Ușa scârțâie", „Câinele scheaună"), ori se poate face prin alăturarea entității de un concept abstract („băiat frumos și deștept", „lege bună", „om rău"), prin ceea ce teoria literară numește epitet.

Asocierea cu un concept abstract permite o mai bună încorporare în poveste a simbolurilor și a planului moral decât descrierea prin asemănare. Asemănarea directă („un om ca o vulpe") limitează asocierile posibile din mintea auditoriului la un număr restrâns de caracteristici. Omul poate fi viclean ca o vulpe, poate fi portocaliu ca o vulpe, dar posibilitățile sunt totuși limitate. Asocierea cu un concept abstract („om rău") leagă entitatea „om" de toate valențele pe care „rău" le-ar putea avea în planul moral al poveștii și evocă în planul emoțional al auditoriului mai lesne reacția afectivă dorită.

[196] Mihai Eminescu, Călin - file din poveste

Repetiția, ca element stilistic, constituie repetarea în cadrul unui enunț (sau în enunțuri succesive) a unui cuvânt ori a unei expresii.

Arătam în subcapitolul *2.2 Neocortexul – Casa poveștilor* că atunci când o anumită informație este recepționată într-un context de înaltă încărcătură emoțională, amigdala determină hipocampul să consolideze mai repede în memoria explicită modelul ierarhic corespunzător acelei informații. Și exemplificam noi în subcapitolul respectiv că frica, de exemplu, poate contribui la fixarea mai puternică a unei amintiri. Evocarea unui cuvânt sau a unei expresii face ca modelul ierarhic corespunzător să fie adus în memoria pe termen scurt împreună cu încărcătura emoțională care a dus la consolidarea acelui model în neocortex.

Dacă un model ierarhic a fost memorat de ascultătorul sau cititorul poveștii într-un anumit context emoțional, atunci, prin evocarea lui repetată, se poate crește intensitatea trăirilor emoționale ale ascultătorului sau cititorului. Cititorul își poate imagina ce se întâmplă cu emoțiile unui părinte, atunci când acesta îi spune copilului: „Nu mai folosi cuvântul *dracul*!", iar copilul îi răspunde: „Dracul, dracul, dracul, dracul, dracul!". Tensiunea părintelui crește cu fiecare repetare pe care o face copilul, pentru că fiecare repetare îi mărește frustrarea.

„Mircea însuşi mână-n luptă vijelia-ngrozitoare, / Care **vine**, **vine**, **vine**, calcă totul în picioare"[197]. Repetiția verbului „vine" accentuează iminența acțiunilor dramatice ale voievodului Mircea, realizând un puternic impact emoțional în ascultătorul ori cititorul versurilor.

Așa cum se va putea vedea în capitolul în care vom prezenta etapele metodei, după ce și-a definit firul narativ, povestitorul introduce descrierile arenei poveștii și ale personajelor, inserează simbolurile și în final sincronizează descrierile cu planul moral al lumii poveștii.

În concluzie, dacă creatorul narațiunii știe că în planul moral al auditoriului există anumite motive, poate crea intenționat simboluri care să întruchipeze aceste motive în poveste.

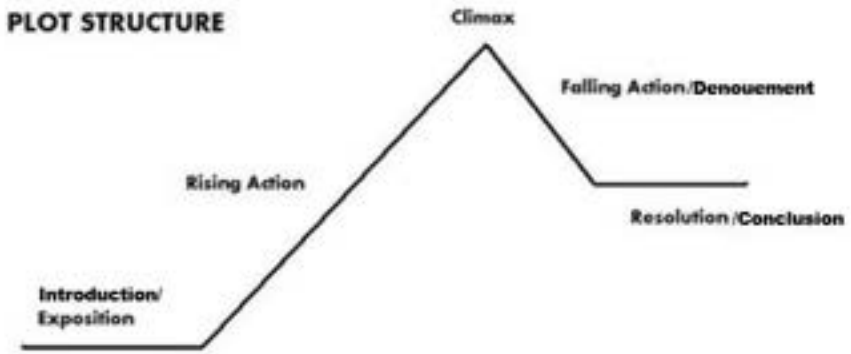
3.6.3 Structura narativă

Piramida Freytag

Gustav Freytag s-a născut în Silezia (Germania) pe la începutul secolului al XIX-lea. S-a remarcat ca autor de comedii și în 1863, în lucrarea „Die Technik des Dramas", a dezvoltat modelul care-i poartă numele, „Piramida Freytag".

[197] Mihai Eminescu, Scrisoarea a III-a

Pornind de la observația lui Aristotel, conform căruia o piesă de teatru trebuie să se comporte ca un întreg, iar un întreg este ceva care are început, mijloc și sfârșit, Freytag dezvoltă un model generic al narațiunii compus din cinci părți: **expoziționea** (sau introducerea), **acțiunea ascendentă**, **punctul culminant**, **acțiunea descendentă** și **deznodământul**, care ar trebui să conțină o catastrofă, **o concluzie** sau **o revelație.**



Figură 24 Piramida Freytag.
Brian Ray, Abraham Baldwin College

Aceste cinci părți constituie punctele esențiale ale conflictului dintre erou și oponent, firul narativ urmând să expună faptele eroului și faptele oponentului în cadrul a ceea ce Freytag numește „Spiel und Gegenspiel", adică joc și contra-joc[198].

Acțiunea ascendentă este provocată de un anumit eveniment și determină un crescendo emoțional care își atinge maximul în punctul culminant.

Punctul culminant este un moment de cotitură, care schimbă soarta eroului, din acest punct acțiunea devenind descrescătoare. Adică, dacă eroul era într-o stare de bine, după punctul culminant soarta lui se răstoarnă și el urmează să treacă printr-o serie de evenimente tragice. Dacă starea lui era tragică, după punctul culminant destinul eroului se schimbă și trece prin evenimente fericite. Cumva, punctul culminant și acțiunea descendentă care-i urmează semnifică același lucru cu ceea ce voia Aristotel să prezinte prin peripeteia.

[198] Gustav Freytag, op. cit.

Piramida lui Freytag e în fapt un arc al emoțiilor prin care trece eroul, dar și un arc al emoțiilor pe care povestea trebuie să îl construiască în sufletul auditoriului.

Referitor la acțiunea descendentă, Freytag sugerează și niște reguli precise. Numărul de personaje implicate în acțiunea descendentă trebuie să fie cât mai mic posibil, iar lungimea textului și numărul de evenimente trebuie să fie mai mic decât cel din acțiunea ascendentă.

Curba Fichteană

Johann Gottlieb Fichte a fost un filosof idealist german, un continuator al lui Immanuel Kant și cel care a enunțat primul[199] triada teză-antiteză-sinteză, asociată de regulă dialecticii lui Hegel. Fichte, în opera sa, nu vorbește despre nicio curbă a firului narativ, conceptul de „curbă fichteană" aparținându-i scriitorului și criticului literar american John Gardner[200].

Figură 25 Curba fichteană (interpretare de Antony de Fault)

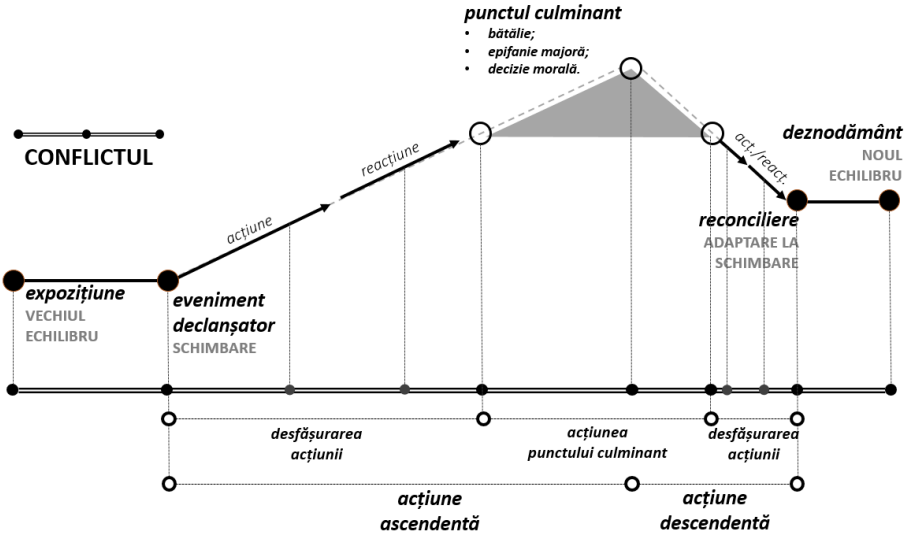
În cadrul curbei fichteene, acțiunea ascendentă este segmentată în mai multe fragmente, fiecare dintre acestea conținând o acțiune ascendentă, un punct culminant și o acțiune descendentă. În curba fichteană, fiecare segment, luat individual, reprezintă o conciliere a tezei eroului cu antiteza oponentului, adică un set de acțiuni ale eroului și reacțiuni ale oponentului, care duc în final în punctul culminant (climax, figura 25) în care eroul va săvârși epifania majoră.

[199] Johann Gottlieb Fichte, Rezension des Aenesidemus, Allgemeine Literatur-Zeitung, 11-12 februarie 179

[200] John Gardner, The Art of Fiction, Knopf, 1984

Structura narativă de bază

Sintetizând componentele structurilor narative din lucrările de storytelling studiate, acest ghid propune *o structură narativă de bază* prin care se pot construi povești simple și prin care se pot descrie și explica și structurile narative complexe, care stau la baza nuvelelor, romanelor, serialelor de televiziune etc.



Figură 26 - Structura narativă de bază

Expoziționea unei povești este partea de început a poveștii, o stare de echilibru în care este prezentat eroul, începe să se arate lumea poveștii, dar în care nu a intervenit, deocamdată, schimbarea. Perspectiva (POV) din care este spusă povestea și timpul poveștii (istoric sau mitic) sunt clarificate auditoriului încă din expoziționea. De asemenea, tot din expoziționea începe să se dezvăluie *vulnerabilitatea* eroului.

Uneori, expoziționea este prezentată în lucrări cu termenul de *setting*, dar acest concept se referă mai degrabă la un set minimal de repere atât din *lumea poveștii* cât și din structura *personajelor* în cadrul căruia se construiește *conflictul*. Expoziționea e un moment fix în firul narativ pe când *setting*-ul este un element în devenire, care transcede firul narativ și se consolidează prin acțiunile personajelor. Expoziționea livrează setting-ul de bază, apoi acesta devine și determină cadrul tuturor punctelor din conflict.

Evenimentul declanșator este cel care produce o schimbare în lumea eroului și care declanșează o acțiune (sau o serie de acțiuni) din partea acestuia, în scopul adaptării la schimbare. Acțiunea eroului provoacă o reacțiune din partea oponentului. Evenimentul declanșator este acel moment din firul narativ care desparte expoziționea de momentele de desfășurare ale acțiunilor și reacțiunilor.

Desfășurarea acțiunii poveștii reprezintă cea mai lungă parte a poveștii și este segmentată în două componente: **acțiunea ascendentă** și **acțiunea descendentă.**

Acțiunea ascendentă reprezintă o acțiune (sau un set de acțiuni) ale eroului și o reacțiune (sau un set de reacțiuni) ale oponentului. Prima acțiune concretă a eroului din cadrul acțiunii ascendente reprezintă prima lui reacție la schimbare (evenimentul declanșator) și prima lui încercare de adaptare la schimbare.

În acțiunea ascendentă, eroul, căutând o soluție la problema generată de evenimentul declanșator, își formează și își manifestă o dorință. Eroul și oponentul sunt inamici doar în planul dorinței, prin urmare, reacțiunea oponentului nu poate să apară până când eroul nu și-a manifestat dorința.

În plan emoțional, acțiunea ascendentă reprezintă o componentă a structurii narative în care, prin acumulare de la un eveniment la altul, emoția este într-o continuă creștere.

Acțiunea descendentă reprezintă acțiunea sau setul de acțiuni ale eroului prin care acesta rezolvă (în sfârșit) problema. Dacă eroul săvârșește epifania în *punctul culminant*, reacțiunile oponentului nu vor mai avea puterea să-l oprească, ci îi vor completa mai degrabă acțiunile, încât acesta să reușească să rezolve problema, adică să se adapteze la schimbare. Auditoriul, legat emoțional de erou, va trăi una câte una victoriile eroului din cadrul acțiunii descendente. În cazul în care, în *punctul culminant*, eroul ratează epifania, acțiunea descendentă desigur că nu va duce la rezolvarea problemei, ci la pierderea eroului. Fiecare acțiune a eroului (din cadrul acțiunii descendente) va fi urmată de o reacțiune mult mai puternică și mult mai dramatică, astfel încât eroul să fie copleșit. După cum spuneam într-un capitol anterior, săvârșirea sau ratarea epifaniei eroului depinde de planul moral al auditoriului.

Epifania ratată a eroului trebuie să fie o epifanie săvârșită în mintea auditoriului, pentru că auditoriul trebuie să înțeleagă unde a greșit eroul. Iar *acțiunea descendentă*, în acest caz, reprezintă un exemplu negativ pentru auditoriu, pentru că arată ce i s-ar fi putut întâmpla și lui dacă nu ar fi ajuns la înțelegerea la care a ajuns. În exemplul nostru cu ciobănașul care striga că

vine lupul, eroul (ciobănașul) ratează epifania, dar auditoriul poveștii, înțelegând unde a greșit eroul, săvârșește epifania.

Întreaga *acțiune ascendentă* reprezintă un traseu de alipire emoțională a auditoriului de erou. Auditoriul empatizează cu eroul și trăiește emoțiile eroului odată cu acesta. Tocmai de aceea, ratarea epifaniei de către erou produce un clivaj. În momentul în care eroul pățește acest lucru, el se rupe în două, el clivează în **eroul care ar fi putut să fie** și **eroul real, așa cum este el**. Rămânând legat emoțional cu *„eroul care ar fi putut să fie"*, auditoriul săvârșește epifania în locul acestuia, dar dezlipit emoțional de *„eroul așa cum este"*, auditoriul nu i se alătură în ratarea epifaniei. Prin urmare, dacă ciobănașul ajunge să fie mâncat de lup, acest lucru nu schimbă traiectoria descendentă a arcului emoțional, pentru că auditoriul nu mai empatizează cu eroul, după momentul în care eroul ratează epifania.

Punctul culminant e cea mai importantă parte a poveștii în toate cele trei planuri: cauzal, emoțional și moral. În plan cauzal, eroul ajunge la înțelegere, adică săvârșește epifania majoră a poveștii. În plan emoțional, punctul culminant e momentul de maximă intensitate al conflictului, iar în plan moral, punctul culminant reprezintă momentul de aliniere între planul moral al lumii poveștii și erou.

După cum observa și Aristotel, momentul anagnorisisului este acela în care eroul ajunge la înțelegere. El recunoaște acum diferența adusă de schimbare și înțelege prin ce este diferită situația prezentă de toate situațiile asemănătoare din trecut. Ca eroul să poată ajunge la această înțelegere, acțiunile sale și reacțiunile oponentului s-au înlănțuit și au construit planul cauzal al poveștii. În punctul culminant, teza eroului și teza oponentului trebuie să se sintetizeze, iar în urma sintezei să se producă peripeteia, adică firul poveștii să-și schimbe dramatic cursul, iar acțiunile eroului și ale oponentului să nu mai acționeze divergent, ci sinergic, ca la finalul acțiunii descendente să se ajungă la concilierea deplină, adaptarea la schimbare să fie înfăptuită și să se așternă noul echilibru.

În plan emoțional, auditoriul a stat alături de erou, a empatizat cu acesta și astfel au ajuns împreună în vârful arcului emoțional. De aici mai departe, auditoriul poveștii ajungând el însuși la înțelegere, el are deja capacitatea de a recunoaște schimbarea. Sistemul endocrin al ascultătorului poveștii oprește producția de cortizol și adrenalină (hormoni de stres) și trece la eliberarea de endorfine și dopamină. Astfel, fiziologic vorbind, auditoriul este pregătit să coboare arcul emoțional. Dacă eroul săvârșește epifania, în acțiunea descendentă va coborî arcul emoțional alături de

auditoriu. Dacă eroul ratează epifania, auditoriul va coborî arcul emoțional împăcat cu gândul că eroului i s-a întâmplat ceea ce trebuia să i se întâmple.

Aici, în punctul culminant, conștientizarea propriei vulnerabilități (cea definită în premisă) îl ajută pe erou nu doar să săvârșească epifania în plan cauzal și să ajungă la înțelegere, dar îl ajută și să sincronizeze planul cauzal cu cel moral.

Spuneam că, din perspectiva planului moral, poveștile sunt de două feluri: **povești de conformare la planul moral** și **povești de revoluționare a planului moral**. Dacă povestea este una de conformare la planul moral (cum e povestea „Prostia Omenească"), aici, în punctul culminant, conștientizarea propriei vulnerabilități îl ajută pe erou să și-o depășească cumva și să se conformeze la planul moral al lumii poveștii. În acest caz, el va lua o **decizie morală** prin care se va conforma cu planul moral al poveștii și va deveni mai bun.

Dacă, însă, povestea este una de revoluționare a planului moral, conștientizarea propriei vulnerabilități și depășirea acesteia îl va ajuta pe erou să ia o **decizie morală** care, prin dramatismul ei, să revoluționeze planul moral al poveștii, revoluționând totodată planul moral al auditoriului.

Noul Testament constituie un set amplu de narațiuni, unificate în maniera universurilor ficționale, după cum vom vedea în subcapitolul următor. Având o structură narativă complexă, prin care sunt reunite mai multe povestiri, Noul Testament nu se poate înscrie în modelul structurii narative de bază, pe care o prezentăm în acest subcapitol. Isus Hristos, eroul Noului Testament, este un erou revoluționar, el schimbând planul moral al lumii poveștii, făcându-l să evolueze de la paradigma „dintre pentru dinte" la paradigma întoarcerii obrazului. Dar natura lui Iisus Hristos este dual㠄 el are două firi, dumnezeiască și omenească. Prin firea lui dumnezeiască, Iisus Hristos este un erou revoluționar care schimbă planul moral al lumii poveștii, făcând lumea mai bună. Prin firea lui omenească, însă, Iisus Hristos trebuie să se conformeze el însuși (ca om) la planul divin, care este un plan moral superior.

Decizia morală, pe care o ia Iisus Hristos în grădina Ghetsimani, este decizia morală a firii sale omenești, este o decizie morală de conformare la planul divin. „Părintele Meu, de este cu putinţă, treacă de la Mine paharul acesta! Însă nu precum voiesc Eu, ci precum Tu voieşti"[201]. Decizia morală a firii dumnezeiești a lui Iisus Hristos este însă luată în mitul biblic cu multă vreme înainte ca el să fie răstignit, și este comunicată de mai multe ori în

[201] Biblia, Evanghelia după Matei 26:39

cadrul narațiunii, inclusiv la întâlnirea dintre Iisus și Pilat din Pont. „Eu spre aceasta M-am născut și pentru aceasta am venit în lume, ca să dau mărturie pentru adevăr"[202].

Eroul și oponentul își împletesc în planul cauzal al poveștii acțiunile cu reacțiunile. Ei însă nu trebuie să fie neapărat simultan în același loc din arena poveștii, ci pot acționa și reacționa și de la distanță. Punctul culminant însă trebuie să-i apropie. În punctul culminant înfruntarea dintre ei trebuie să fie directă. După cum observa și Freytag[203], lupta dintre contrarii trebuie consfințită printr-o **bătălie**. În proximitatea acestei bătălii, eroul își conștientizează vulnerabilitatea, are epifania și (în urma epifaniei) ia decizia morală. Prin urmare**, punctul culminant este compus** la rândul lui din trei momente:

- bătălia;
- epifania majoră;
- decizia morală.

sau

- epifania majoră;
- decizia morală;
- bătălia.

Decizia morală succede întotdeauna epifaniei, ele așezându-se mereu în această ordine. Dar bătălia poate avea loc fie înaintea lor, fie după ele.

Se poate ca eroul să înceapă să dea bătălia și în timpul acesteia să aibă epifania, să ia decizia morală și să finalizeze conflictul într-un anume fel. Se poate ca eroul să dea întâi bătălia și apoi să aibă epifania și să ia decizia morală. Ori, de asemenea, se poate ca eroul să aibă epifania, să ia decizia morală și să dea ulterior bătălia – în acest caz lupta urmând a se da cu eroul și lumea poveștii aflate într-un plan moral superior.

În toate aceste situații, epifania poate fi săvârșită sau ratată de către erou. Dacă eroul ratează epifania, auditoriul trebuie nu doar să o săvârșească, ci și să ajungă singur la decizia morală corectă. Îndreptarea auditoriului către decizia morală corectă se realizează atribuindu-i-se eroului care ratează epifania, o decizie morală teribil de greșită.

În serialul „Game of Thrones", realizat după seria de cărți intitulată „A Song of Ice and Fire" a autorului american George R. R. Martin, fiind vorba de o narațiune extrem de complexă, epifaniile majore ale personajelor nu au fost sincronizate într-un punct culminant. Ba, mai mult, narațiunea fiind o împletire a mai multor povești complexe, putem identifica câte un punct

[202] Biblia, Evanghelia după Ioan, 18:37
[203] Gustav Freytag, Freytag's Technique of the Drama: An Exposition of Dramatic Composition and Art, Scott, Foresman and Company, Chicago 1900, pag 128-130

culminant al poveștii fiecărui personaj principal în parte. Totuși, majoritatea poveștilor întreținute în serial se aliniază pe două puncte culminante: „Bătălia de la Winterfell" și "Asediul Debarcaderului Regelui". Dacă episodul de dinaintea bătăliei de la Winterfell livrează majoritatea epifaniilor majore ale personajelor principale, pentru personajul principal proactiv Daenerys Targaryen este păstrat momentul Asediului de la Debarcaderul Regelui. Slăbiciunile morale ale Daenerei, încăpățânarea ei mai exact și intransigența ei devenită defect, precum și efectele devastatoare ale acestui mod de comportament s-au tot relevat în film, un exemplu fiind eșecul de la Meereen, când Daenerys a insistat să-și impună propriul cod moral într-o cultură locală cu repere morale diferite. În momentul asediului, la începutul „bătăliei", Daenerys ratează epifania și ia o decizie morală odios de greșită – „Tiranii trebuie distruși împreună cu populația care-i acceptă", apoi își trimite dragonul să ardă orașul cu tot cu populația nevinovată a acestuia. Decizia, deși cumva firească din perspectiva slăbiciunilor Daenerei, este șocantă pentru auditoriul care o percepea până atunci ca personaj pozitiv principal. Astfel, uciderea ulterioară a Daenerei, care înainte de acest moment ar fi întristat auditoriul, nu mai impresionează, ci este percepută de auditoriu ca un eveniment care „trebuia" să se întâmple, ca și consecință pentru decizia morală odioasă a eroinei. Daenerys ratează epifania și sfârșește tragic, dar auditoriul poveștii, milioanele de telespectatori adică, săvârșesc cu toții epifania și ajung la înțelegerea pe care și-au propus scenariștii să o livreze, adică: „populația nevinovată nu trebuie pedepsită pentru faptele conducătorilor ei".

Reconcilierea este un moment al poveștii și un punct important din conflict în care se arată că eroul și-a regăsit echilibrul. Arcul emoțional își oprește aici panta descendentă, intrând în platou. Reconcilierea este punctul în care se sfârșește peripeția. Momentul reconcilierii poate fi marcat în poveste în mod descriptiv prin deosebire (antiteză), în relație cu evenimentul declanșator. În filmul „The Point", într-o lume a poveștii în care toți locuitorii se nasc cu capetele țuguiate, eroul Oblio se naște cu capul rotund, fără țugui. Momentul nașterii este evenimentul declanșator al poveștii. În film, momentul reconcilierii este marcat de un eveniment în cadrul căruia locuitorii țării țuguiaților observă că lui Oblio i-a crescut țugui pe cap, iar oponentului (Contele) i-a dispărut țuguiul, ajungând să aibă capul rotund. În desenul animat „Rățușca cea urâtă" ecranizat de Disney după Andersen, un pui de lebădă se naște într-un cuib de rațe, iar evenimentul declanșator al poveștii este identificarea puiului de lebădă ca fiind urât față de criteriile estetice ale lumii rațelor. Momentul reconcilierii apare atunci

când puiul de lebădă, reintegrat într-o familie de lebede, ajunge să se considere singur ca fiind frumos.

Deznodământul este ultimul moment din conflictul poveștii. Deznodământul funcționează ca o expoziție răsturnată, pentru că începe din momentul în care s-a marcat reconcilierea și narează evenimente fără încărcătură emoțională deosebită, prezentând vag traseul vieții personajelor după ce povestea s-a sfârșit[204].

Structura narativă „Povestitorul"

Spuneam în cadrul subcapitolului *3.2.4 Vulnerabilitatea și Epifania* că poveștile au o singură epifanie majoră, care livrează înțelegerea, în vreme ce narațiunile mai ample pot avea mai multe momente epifanice. Momentele epifanice (epifanii minore) pot fi săvârșite de către erou, astfel frângându-se traseul către înțelegere în mai mulți pași, cu fiecare pas obținându-se o „înțelegere minoră" a cauzelor problemei.

De asemenea, epifaniile minore ale poveștii pot momentele epifanice ale celorlalte personaje. Spuneam în subcapitolul *3.4.2 Proactiv și Reactiv* că în cadrul narațiunilor mai ample fiecare personaj (fie că este aliat al eroului sau al oponentului) are o poveste proprie și o motivație proprie pentru care acționează în poveste. De asemenea, când vorbeam despre personajele arhetipale, vorbeam despre personajele care schimbă tabăra, devenind, din personaje proactive, personaje reactive (trădătorul) sau devenind, din personaje reactive, personale proactive (convertitul). Trecerea dintr-o tabără în alta se realizează în urma unui moment epifanic pe care personajul respectiv îl săvârșește. Momentul epifanic minor este precedat de un binom acțiune-reacțiune și este succedat de un alt binom acțiune-reacțiune.

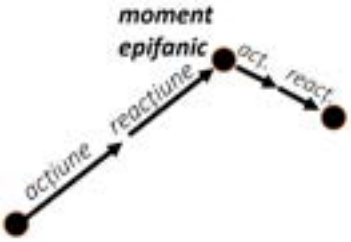
Eroul acționează într-un fel, oponentul reacționează, iar, în urma acestor întâmplări, un alial al eroului trădează și decide să treacă de partea oponentului. Trecând de partea oponentului, îl determină pe erou să acționeze din nou, iar această acțiune a eroului va determina o altă reacțiune a oponentului.

Atunci când perspectiva (point of view) de scriere a poveștii este persoana a III-a omniscientă, povestitorul știe de dinaintea eroului cine este falsul-aliat. El poate devoala subtil acest lucru provocându-i auditoriului o epifanie minoră. Eroul acționează cerându-i falsului aliat să facă ceva anume. Acesta acceptă să facă, dar din reacțiunea oponentului auditoriul înțelege că falsul-aliat nu a executat exact ceea ce i-a cerut eroul. După epifania

[204] ibidem, pag. 137-140

minoră a auditoriului, unei alte acțiuni a eroului îi corespunde o reacțiune a falsului-aliat, în felul acesta auditoriului confirmându-i-se epifania minoră.

Aceste fragmente ale poveștii formate dintr-un binom acțiune-reacțiune, o epifanie minoră și un alt binom acțiune-reacțiune, am ales să-l numim **fragment fractal** al firului narativ.



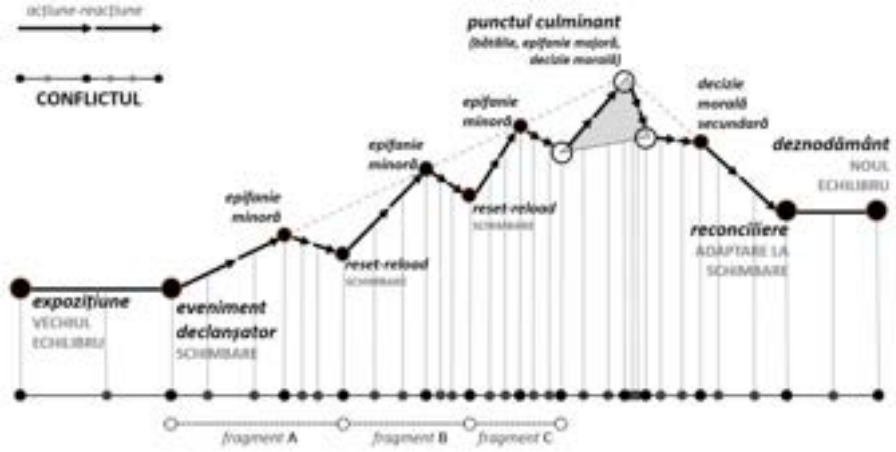
Figură 27 - Fragment fractal

Acțiunea ascendentă a poveștii, dacă este compusă din mai multe fragmente fractale succesive, ea ajunge de fapt la modelul curbei fichteene, despre care amintea John Gardner. Fragmentele fractale repetă în ele însele arcul emoțional și piramida Freytag. Primul binom acțiune-reacțiune, cel care dă indiciile necesare epifaniei minore, reprezintă o desfășurare ascendentă a întâmplărilor, pentru că emoția auditoriului este în creștere. După ce a fost livrată epifania minoră, al doilea binom nu face altceva decât să confirme prin fapte epifania minoră, prin urmare emoția auditoriului este mai slabă, în descreștere.

În funcție de nivelul general de înțelegere al auditoriului, momentul epifaniei minore poate nici să nu fie enunțat concret în text. El poate fi sugerat printr-o descriere sau prin ideile secundare, adică prin circumstanțele în care acțiunea sau reacțiunea principală din conflict este desfășurată în firul narativ.

Epifania majoră a poveștii este ultima epifanie din firul narativ! După epifania majoră a poveștii, nici eroul și nici celelalte personaje principale nu mai pot ajunge la o înțelegere nouă, diferită de cea din epifania majoră. Structurile narative ample care, cel puțin aparent, conțin mai multe epifanii majore, sunt de fapt structuri narative care încorporează mai multe povești distincte, ce ar putea fi spuse și separat. Cartea „Amintiri din copilărie" de Ion Creangă este o astfel de structură narativă complexă, iar nu de puține ori copiilor li se spun separat poveștile distincte din această carte.

Epifania majoră a poveștii se săvârșește în punctul culminant și livrează înțelegerea poveștii. În cadrul acțiunii descendente a poveștii pot apărea fragmente fractale, dar aceste fragmente, în momentul lor epifanic, nu vor livra o epifanie propriu-zisă, adică diferită de epifania majoră, ci vor furniza doar clarificări ale epifaniei majore, repetări ale înțelegerii acesteia și, mai ales, hotărâri morale de conformare cu decizia morală a punctului culminant.



Figură 28 - Structura narativă „Povestitorul"

Acțiunea ascendentă (vezi Figura 26) va fi mai mare ca întindere a narațiunii în comparație cu acțiunea descendentă, acțiunea ascendentă fiind de două până la trei ori mai lungă decât acțiunea descendentă. De asemenea, fragmentele fractale din cadrul acțiunii ascendente vor fi diferite ca întindere în cadrul poveștii, ele fiind mai lungi la început și devenind din ce în ce mai scurte în apropierea punctului culminant. Astfel, se creează o accelerare a ritmului povestirii, ceea ce va determina auditoriul să-și concentreze atenția și să-și crească implicarea emoțională.

3.6.4 Urzeala poveștii și artificiile narative

Autorii lucrării speră că până în acest punct au convins cititorul de importanța scrierii poveștii pornind de la un cadru, de importanța construirii conflictului pornind de la personaje inspirate din lumea reală și de necesitatea unei structuri narative care să înlesnească livrarea epifaniei.

Până în acest punct, cititorul a înțeles pașii pe care trebuie să-i urmeze pentru a construi o listă de idei principale care să constituie conflictul poveștii și care să treacă prin toate elementele amintite în subcapitolul *3.6.3 Structura narativă*.

Cititorul a înțeles că epifaniile minore și epifania majoră reprezintă borne pe care trebuie să le atingă conflictul și că acțiunile și reacțiunile în sine sunt mai puțin importante decât epifaniile minore și, mai ales, epifania majoră din punctul culminant. Prin urmare, cititorul a înțeles că odată ce a stabilit epifania minoră la care trebuie să ajungă un personaj, mijloacele de

ajungere acolo le va stabili în funcție de structura personajului și de modelul pe care l-a ales pentru personaj din lumea reală.

Să presupunem că un anumit personaj negativ „trebuie" la un moment dat să aibă un moment epifanic și să treacă de partea eroului. Cititorul a înțeles că el nu trebuie să inventeze fapte pentru acest personaj, prin care să-l ducă la această epifanie, ci e suficient să se gândească la persoana din lumea reală, pe care a luat-o ca model pentru personaj, și să se întrebe: Cum ar proceda X dacă ar decide „să întoarcă armele"? Ce l-ar determina pe X să-l abandoneze pe oponent și să treacă de partea eroului? Astfel, acțiunile personajelor nu vor trebui „inventate din nimic", ci vor veni de la sine atunci când povestitorul va investiga în minte persoana reală care stă la baza personajului. Iar în felul acesta, povestea va avea personaje coerente, bine structurate, care fac povestea.

Dacă se intenționează scrierea unei povești mai ample, cu mai multe personaje principale, fiecare dintre ele bine conturate, cititorul a înțeles că va trebui să realizeze întâi câte o poveste simplă pentru fiecare personaj principal.

Desigur, prima poveste va fi cea a eroului și va trece prin toată structura narativă. A doua poveste care va fi creată va fi cea a oponentului (antagonistul principal). Se va încerca, de asemenea, trecerea acesteia prin toată structura narațiunii. Epifania oponentului trebuie fixată tot în punctul culminant, acolo unde se va desăvârși și epifania majoră a eroului, adică epifania majoră a poveștii. Desigur că și epifania oponentului poate să fie una săvârșită sau, din contră, ratată.

Povestea simplă a celorlalte personaje principale va avea cel puțin structura unui fragment fractal (vezi Figura 27). Adică va porni dintr-un punct în care personajul principal are o motivație proprie în temeiul căreia el este proactiv sau reactiv, va avea fapte (acțiuni) pe care le face el în cadrul *acțiunii ascendente* și vor exista reacțiuni din partea celorlalte personaje la acțiunile sale. Va avea un moment epifanic propriu, care, dacă este cronologic fixat înaintea epifaniei majore, poate funcționa ca o epifanie minoră și (eventual) îl poate transforma pe personaj din activ în reactiv sau invers.

Dacă momentul epifanic al personajului (altul decât eroul) se săvârșește după epifania majoră, momentul epifanic al personajului trebuie să aibă legătură cu planul moral și să se manifeste mai degrabă ca o decizie morală – adică personajul poate în momentul epifanic să se alinieze la planul moral al poveștii și pe segmentul de acțiune descendentă din propriul său fragment fractal să i se întâmple lucruri bune sau poate să respingă planul

moral al poveștii și pe segmentul de acțiune descendentă a propriului său fragment fractal să i se întâmple lucruri rele.

Urzeala conflictului este un proces prin care enunțurile simple care formează conflictul din povestea eroului, împreună cu cele care formează conflictul din povestea oponentului și cele ale conflictului din poveștile (sau fragmentele fractale) ale celorlalte personaje, sunt ordonate cronologic și adunate într-o singură listă. Cercetând această listă, creatorul poveștii va acorda și sincroniza faptele între ele în așa fel încât ceea ce era o acțiune a unui personaj să fie o reacțiune la acțiunea altui personaj, iar în final să se obțină o listă coerentă de enunțuri care să constituie conflictul poveștii. Desigur, urzeala conflictului nu va schimba conflictul eroului. Conflictul din povestea eroului nu se va ajusta ca să se sincronizeze cu celelalte personaje, doar poveștile celorlalte personaje urmând să suporte ajustări.

Tot în această etapă, creatorul poveștii va putea încerca să alinieze cronologic momentele epifanice, astfel încât mai multe dintre acestea să se succeadă în așa fel încât arcul emoțional din acțiunea ascendentă să fie o *curbă fichteană*. De exemplu, dacă s-a folosit un personaj arhetipal de tipul *umbra oponentului* și unul de tipul *umbra eroului*, iar *umbra oponentului* devine într-un moment epifanic *aliat al eroului*, imediat după acest eveniment, *umbra eroului* ar putea deveni *oponentul adevărat* (antagonistul principal). În acest fel, momentul de relaxare emoțională generat de transformarea unui personaj reactiv în personaj proactiv va fi depășit de transformarea *umbrei eroului* în *oponent*, iar tensiunea și emoția vor fi duse la un nivel mai înalt decât erau înainte.

Urmărind lista cu enunțuri din conflictul poveștii, creatorul va marca enunțurile dintre primul moment epifanic minor și cel de-al doilea moment epifanic minor. Le va analiza pe rând și va evalua pentru fiecare intensitatea emoțională pe care o aduce în poveste. De la caz la caz, e posibil ca ordinea unora dintre aceste enunțuri să poată fi schimbată fără ca planul cauzal al poveștii să se modifice. Dacă astfel de permutări sunt posibile, creatorul poveștii va aranja aceste enunțuri în așa fel încât cele cu cea mai mică încărcătură emoțională să fie la mijloc. Astfel, el va crea *puncte de resetare* sau *de reîncărcare* ale poveștii – Vezi Figura 28. Aceste **puncte de reset-reload** vor putea fi exploatate prin **artificiile narative** pe care le vom prezenta ulterior.

Urzeala firului narativ este etapa care urmează după ce s-a realizat *urzeala conflictului*. Acum avem *conflictul* construit ca o listă de enunțuri scurte de forma Subiect-Acțiune-Obiect, adică, spre exemplu: „1 Capra părăsește casa, 2 Lupul vine la ușa casei etc.".

Cititorul va țese firul narativ, dezvoltând fiecare enunț din conflict, în mai multe enunțuri distincte, precizând circumstanțele în care s-au desfășurat întâmplările din conflict. De exemplu: „Capra părăsește casa" poate deveni: "Capra își ia rămas bun de la iezi și iese din casă. Ajunsă la poartă, capra se întoarce înapoi. Verifică ușa dacă e încuiată și pleacă din nou. Capra iese pe poartă și se îndreaptă spre supermarket" În transformarea unui enunț din conflict în mai multe enunțuri ale firului narativ vom răspunde la întrebările: **„cum?"**, **„când?"** și **„unde?",** precizând astfel **circumstanțele.** Acum putem spune că firul narativ este gata, pentru că aspectele ce țin de planul cauzal al poveștii sunt rezolvate.

În acest punct, creatorul poveștii trebuie să examineze **planul emoțional.** Pentru fiecare enunț din firul narativ, creatorul poveștii va trebui să identifice sau să stabilească care este emoția pe care o transmite respectivul enunț. De asemenea, el va trebui să clarifice dacă respectivul enunț duce la creșterea tensiunii (intensității) emoționale sau duce la o relaxare în plan emoțional. Tehnic vorbind, fiecare enunț poate fi marcat cu un număr întreg, de la -5 la +5, unde valoarea cea mai mică înseamnă că enunțul aduce o mare relaxare emoțională, iar valoarea cea mai mare înseamnă că enunțul aduce o creștere maximă a intensității emoționale. După cum cititorul a înțeles deja, *curba fichteană* depinde de acest lucru, astfel că, în această etapă, creatorul poveștii mai poate face reordonări minore ale enunțurilor din firul narativ. Această etapă clarifică *arcul emoțional* al poveștii.

Despre o clasificare a emoțiilor vom vorbi mai pe larg în paginile următoare, în cadrul subcapitolului *4.2 Emoția*, iar mecanismul concret pe care-l propunem în pentru acest proces de examinare a planului emoțional îl vom prezenta în capitolul *5, Metoda „Povestitorul"*.

După ce a clarificat arcul emoțional, asociind fiecărui enunț din firul narativ câte o emoție și câte o valoare numerică întreagă referitoare la intensitatea emoțională, creatorul poveștii trebuie acum să urmărească **coerența în planul moral al lumii poveștii** și în **planul moral al auditoriului.** Orice aspect moral evaluat ca „bun" în planul poveștii trebuie să fie evaluat ca „bun" și în planul moral al auditoriului. Iar pentru ca acest lucru să se poată înfăptui, creatorul poveștii trebuie să cunoască destul de bine planul moral al lumii auditoriului.

Urmărind ecranizarea Disney a poveștii „Alba ca Zăpada" și încercând să extragem firul narativ, la un moment dat identificăm următoarele enunțuri aflate în succesiune cauzală: „Prințul se apleacă deasupra sicriului și o sărută pe Alba ca Zăpada. Alba ca Zăpada învie în urma sărutului".

În planul moral al secolului în care a fost scrisă povestea, sărutarea acordată de un prinț sau de un rege avea puteri magice benefice, deci era „bună". În Franța medievală se credea că simpla atingere a regelui putea vindeca de tuberculoză. În poveștile cu moș Ion Roată, sărutarea voievodului are de asemenea o funcție magică, pentru că poate șterge sau anula rușinea. De asemenea, sărutarea cadavrului unei persoane pe care nu ai mai întâlnit-o niciodată nu era tabu în epoca în care a fost scrisă povestea, pentru că pe atunci era ceva obișnuit ca oamenii să sărute cadavre în cadrul diferitelor procesiuni religioase, sau când le murea o rudă și acordau simbolic decedatului „sărutarea cea de pe urmă".

Dacă cititorul are copii sau frați de vârstă școlară, este rugat să-și imagineze cum ar reacționa copilul sau fratele, dacă i s-ar cere să sărute un cadavru al unei persoane străine, pe care nu a mai întâlnit-o niciodată. Refuzul copilului de a săruta cadavrul arată că planul său moral este diferit de cel al prințului din ecranizarea Disney, iar ceea ce era „bun" pentru prinț este „rău" pentru copilul contemporan. În felul acesta, cititorul va putea înțelege că planurile morale ale diferitelor epoci pot fi diferite, după cum și planurile morale ale diferitelor zone geografice pot fi diferite.

Momentul sărutării Albei ca Zăpada nefiind la fel de important ca momentul învierii sale, într-o situație similară, creatorul poveștii va corecta firul narativ și va identifica o altă cauză posibilă pentru învierea Albei ca Zăpada. Adică, va încerca să găsească o cauză compatibilă cu planul moral al auditoriului.

După ce a obținut firul narativ, tot ca o succesiune de enunțuri, dar mai lungă decât conflictul și mai dezvoltată, cititorul va **introduce descrierile** pentru a prezenta arena poveștii (în tehnica de devoalare pe care și-a ales-o deja atunci când și-a definit arena) și pentru a caracteriza personajele. Fiecare enunț din firul narativ va fi la rândul lui dezvoltat în mai multe propoziții și fraze, astfel încât să fie prezentate elementele arenei și trăsăturile fizice și morale personajelor.

Cum probabil că cititorul a înțeles deja, povestea este aproape gata. **Introducerea simbolurilor** ar fi pasul următor. Lecturând subcapitolul *3.5.2 Simbolurile*, cititorul a înțeles atât funcțiunea simbolurilor, dar și riscurile și dificultățile de decodare. Cititorul a înțeles și că, atunci când simbolul nu poate fi decodat pe baza cunoștințelor generale comune ale auditoriului, creatorul poveștii trebuie mai întâi să ofere auditoriului codul de interpretare al simbolului, iar utilizarea și repetarea simbolului să o facă ulterior, în celelalte puncte ale firului narativ.

Receptarea informațiilor livrate pe firul narativ al poveștii solicită auditoriului un anumit nivel de atenție. Cu cât ritmul de desfășurare al acțiunilor devine mai alert și cu cât implicarea emoțională a auditoriului devine mai intensă, cu atât mai mult auditoriul își concentrează atenția asupra acțiunilor și a faptelor concrete și tinde să ignore (până la orbire perceptuală) amănuntele periferice. Livrarea elementelor de decodare ale unui simbol într-un moment de înaltă încărcătură emoțională este riscantă, pentru că este posibil ca auditoriul să nu-l recepționeze corect. Punctele de reset-reload aflate între două momente epifanice sunt cele mai bune locuri din firul narativ unde creatorul poveștii poate fixa cheia de decodare a simbolului.

Odată fixat într-un punct reset-reload și repetat de câteva ori în alte locuri de pe firul narativ, simbolul poate fi apoi apelat cu succes și într-un moment de o mai înaltă încărcătură emoțională, pentru că intuiția auditoriului își va fi făcut treaba și simbolul va fi decodat automat, fără mare efort și cu un risc mult mai mic de neobservare. În capitolul *5 Metoda „Povestitorul"*, cititorul va observa că fiecare simbol trebuie marcat distinct în dreptul enunțului de pe fișa firului narativ, specificând dacă simbolul se introduce pentru prima dată ori este vorba de o repetare a lui.

Artificiile narative sunt improvizații în construcția conflictului aduse pentru a rezolva problemele de incoerență cauzală. Necesitatea apelării la artificiile narative poate apărea fie în urma unor dificultăți în urzeala conflictului, atunci când creatorului poveștii îi lipsește o cauză pentru un anumit eveniment necesar, fie atunci când acțiunea ascendentă e dezechilibrată emoțional și creatorul poveștii vrea să administreze mai bine curba fichteană.

Divide et impera este un artificiu prin care un personaj sau un moment al conflictului este fragmentat în două sau mai multe părți. Arhetipul membrului de partid din piesa „O scrisoare pierdută" de Caragiale este individul imbecil, cu automatisme de gândire și acțiune, incapabil de a avea un punct de vedere propriu, servil și laș. Dar, pentru a administra mult mai lesne arhetipul, Caragiale decide să-l dividă în două personaje complementare: Farfuridi și Brânzovenescu. În felul acesta, dacă economia complotului cere ca anumite acțiuni sau reacțiuni să fie săvârșite de un anumit personaj, prin divizarea acestuia se împart și acțiunile sau reacțiunile atribuite, iar astfel povestea câștigă și o aparență de complexitate.

De asemenea, atunci când se dorea a se construi o poveste care să aducă o înțelegere complexă despre un anumit fenomen, iar procesul înțelegerii se poate fragmenta în etape, din aproape în aproape, conflictul

povești l-ar putea duce pe erou printr-o serie de epifanii minore care să faciliteze săvârșirea epifaniei majore. Alteori, dacă povestea este prea simplă și, mai ales, dacă premisa nu este destul de ofertantă, înaintea epifaniei majore, eroul ar putea avea o serie de false epifanii, care să-l ducă spre rezultate dezastruoase. O poveste despre cum se fac cartofii prăjiți sau despre cum să se spele pe mâini un copil ar fi o poveste față de care auditoriul și-ar putea pierde ușor interesul. Dar dacă eroul, printr-o serie de false epifanii, descoperă mai întâi cinci moduri greșite de a face cartofi prăjiți, ori cinci moduri greșite de a te spăla pe mâini, ineditul poveștii, pe care în mod normal ar trebui să-l dea premisa, s-ar sprijini pe aceste false epifanii.

Deus ex machina este un artificiu moștenit din teatrul antic grecesc, unde anumite situații din conflict erau rezolvate de zei care interveneau în desfășurarea acțiunii. Intrarea zeului în scenă se realiza cu ajutorul unei macarale care cobora pe zeu din ceruri printre muritori.

Vrăjitorul, expertul și călăuza, după cum am arătat în subcapitolul *3.4.4 Personajele arhetipale* reprezintă soluții de personaje ad-hoc care pot rezolva o anumită problemă din conflict, urmând ca apoi să nu mai apară în alte momentele ale firului narativ.

Tichetul sau **Jetonul** („plot voucher" în literatura de limbă engleză) reprezintă un obiect pe care personajul îl primește de la cineva sau îl găsește întâmplător și care, la un moment dat, îi rezolvă o situație fără ieșire.

Într-o poveste, eroul poate fi arestat și încarcerat, dar el, conform conflictului, trebuie să evadeze. Ca să-și poată desface cătușele, el se poate folosi de o agrafă găsită întâmplător și păstrată în buzunar. E posibil ca o astfel de soluție să fie etichetată ca fiind neverosimilă de către auditoriu, mai ales dacă personajul este unul pragmatic, iar decorul locuinței sale este deja descris ca minimalist. Însă, dacă la despărțire, iubita sa îi va oferi ca talisman o anumită broșă, el ar putea utiliza acul broșei ca să-și desfacă cătușele.

Utilizarea obiectelor tichet e un artificiu ce implică modificarea firului narativ și introducerea tichetului într-un moment cronologic precedent utilizării sale. Dacă eroul nu are o iubită care să-i lase o broșă, poate a avut un tată pescar de la care să-i fi rămas măcar un medalion în formă de cârlig, sau poate are o bunică credincioasă care să-i atârne la gât un lănțișor cu o cruciuliță. Creatorul poveștii va trebui să identifice un tichet care să poată fi înmânat în mod firesc de un personaj existent deja în poveste. Primirea tichetului este bine să se realizeze într-un moment de reset-reload a conflictului, ca auditoriul să-l poate observa și reține.

Flashback-ul și **Flashforward**-ul sunt artificii narative de echilibrare a arcului emoțional. Ele sunt des întâlnite în cinematografie, când firul narativ

este fragmentat prin întreruperi notate cu titluri de genul: „cu două zile în urmă" sau „peste trei zile". Astfel de fragmentări se pot utiliza și în poveștile scrise, în cadrul perspectivei a III-a omnisciente, când povestitorul intervine pe firul narativ ca să devoaleze evenimente din viitor sau să clarifice premisele unor anumite acțiuni. Chiar dacă ele încalcă regula curgerii cronologice a firului narativ al poveștii, atât flashback-ul cât și flashforward-ul sunt evenimente care de regulă s-au desfășurat într-un moment cronologic de după evenimentul declanșator și înainte de reconciliere.

Backstory este în storytelling un concept ce unește toate fragmentele narate pe firul poveștii, după prezentarea evenimentului declanșator, dar a căror desfășurare cronologică a avut loc înainte de evenimentul declanșator. Backstory nu este un moment propriu-zis pe firul narativ pentru că poate apărea oriunde în cadrul acțiunii ascendente, al acțiunii descendente și chiar al punctului culminant.

În cazul poveștilor care se desfășoară în lumi ale poveștii definite de alte povești, cum se întâmplă în romanul „După douăzeci de ani" de Alexandre Dumas (continuare a romanului „Cei trei mușchetari"), ori în filmele din cadrul universurilor ficționale, cum ar fi „Batman", toate întâmplările din povestea precedentă constituie backstory pentru firul narativ al poveștii curente.

In media res, adică „în mijlocul lucrurilor" reprezintă un artificiu narativ prin care, deși povestea oferă o expozițiune aparentă extrem de scurtă și un aparent eveniment declanșator, o serie de evenimente, care sunt prezentate ca backstory, dau de înțeles că adevăratul eveniment declanșator al lanțului cauzat de acțiuni s-a întâmplat înainte de evenimentul declanșator aparent.

Dacă cititorul va cere unei persoane care a văzut la teatru piesa „Hamlet" de Shakespeare, ori dacă el însuși a văzut-o și va încerca să i-o povestească cuiva, va începe cel mai probabil prezentându-l pe Hamlet ca un prinț al cărui tată este omorât de Claudius, ucigașul căsătorindu-se apoi cu mama lui Hamlet și devenind rege în locul tatălui lui Hamlet. Apoi va povesti despre faptul că pe terasa palatului a apărut, la un moment dat, o fantomă, despre care oamenii credeau că este a regelui ucis. Iar de aici, mai departe va povesti întâmplările din piesa de teatru.

În realitate, firul narativ al piesei Hamlet nu conține primele evenimente relatate. Piesa de teatru începe cu niște oșteni care știau deja despre fantomă și care așteaptă să vadă dacă va reapărea și în acea seară. Toate întâmplările despre crima lui Claudius, căsătoria lui cu mama lui Hamlet și succesiunea lui la tron nu fac parte din firul narativ al piesei de

teatru jucate și nu se întâmplă efectiv în piesa de teatru, spectatorii aflând despre ele doar din replicile personajelor.

Dar, pentru că așa cum am arătat în capitolul 2, creierul nostru s-a configurat în așa fel încât să recunoască poveștile, marea majoritate a celor care văd spectacolul „Hamlet" îl repovestesc în alt fel decât cel în care le-a fost prezentat. De fapt, piesa de teatru nu prezintă canonic povestea, dar creierul spectatorului o reconstruiește corect și o pune în forma ei canonică, în care trebuie neapărat să existe un element declanșator care să justifice toate acțiunile lui Hamlet. In media res e un artificiu prin care acțiunea poveștii este narată direct „din miezul lucrurilor", urmând ca prin replicile personajelor să se prezinte evenimentul declanșator și cele care i-au urmat, iar creierul auditoriului să reconstituie singur povestea.

3.6.5 Alte structuri narative

Termenul „fractal" provine din vocabula latină „fractus", care înseamnă „fracturat". Un **fractal**[205] este o figură geometrică ce poate fi fracturată (fragmentată), iar, în urma fracturării, fiecare fragment apare ca o copie mai mică a întregului.

Figură 29 - Fractalul

Pentru cel mai mic fragment al fractalului, care nu poate fi descompus în părți și mai mici fără să se piardă asemănarea cu întregul, vom folosi termenul de **atractor.**

De zeci de mii de ani, gândirea rațională a lui Homo Sapiens s-a șlefuit pe un model în trei puncte: „Am o problemă, găsesc o soluție, rezolv problema!". Formula abstractă a poveștii fiind „Un om avea o problemă și a găsit o soluție", cititorul probabil a înțeles deja că piramida lui Freytag este atractor pentru toate structurile narative *canonice*. Nu doar structura narativă „Povestitorul", ci și celelalte structuri narative consacrate nu sunt altceva decât fractali ai unei structuri narative de bază reprezentată de piramida lui Freytag. O concluzie a cercetării care stă în spatele acestei lucrări este aceea că o structură narativă care nu poate fi fragmentată în mici piramide ale lui Freytag, aflate în succesiune ori în juxtapunere, nu este o **structură canonică** și nu facilitează înțelegerea.

Modul în care creierul nostru a evoluat implică reprezentarea firului narativ ca un fractal al piramidei lui Freytag, astfel încât o structură narativă care nu prezintă faptele conform acestui model este de fapt o structură

[205] Benoit Mandelbrot, The Fractal Geometry of Nature, Freeman 1982

narativă care solicită inutil creierul omului, forțându-l să rearanjeze firul narativ și să construiască singur fractalul, ca apoi să poată înțelege povestea.

Desigur, aceste observații ale noastre nu vin să condamne diferitele abordări din literatură, pentru că rostul artei în general și a celei a scrisului în particular este, până la urma urmei, să experimenteze, nu să aplice metode. De altfel, ar fi păcat ca noile generații de critici literari să nu aibă ce exploata. Dar, în măsura în care înțelegem funcția primară a poveștii și acceptăm că storytelling-ul științific are drept scop livrarea înțelegerii, putem deduce că în toate domeniile de aplicare a storytelling-ului științific (educație, resurse umane, marketing, avocatură, public speaking și discurs politic, teologie pastorală etc.) structura narativă folosită trebuie să fie un fractal al piramidei lui Freytag.

Structuri narative simple

Structura în trei părți este cea mai sintetică și probabil cea mai intuitivă structură narativă. Ea pornește de la observația lui Aristotel, și anume aceea că o poveste are întotdeauna început, mijloc și sfârșit. Prima parte începe cu prezentarea lumii poveștii și a eroului și se încheie cu evenimentul declanșator. A doua parte include întreaga acțiune ascendentă a poveștii și se încheie cu punctul culminant. A treia parte prezintă acțiunea descendentă și deznodământul.

Adaptată în dramaturgie și cinematografie, ea devine **„structura în trei acte"**. Fiecare act este descompus în scene, iar fiecare scenă se descompune în secvențe. O scenă are un număr definit de personaje, iar intrarea ori ieșirea unui personaj creează o scenă nouă[206].

Fiecare act are la rândul lui „scene de început", scene de mijloc" și „scene de sfârșit", iar scenele și secvențele, de asemenea, se descompun fractal și au început, mijloc și sfârșit.

Story Mountain este mai degrabă o reprezentare vizuală a structurii narative de bază decât o structură narativă distinctă. Ea folosește metafora urcării și coborârii muntelui pentru a reprezenta arcul emoțional al poveștii, iar povestea este structurată simbolic în cinci părți: deschiderea, urcarea, dilema, rezoluția, concluzia. Deschiderea este același lucru cu expoziționea, urcarea însumează evenimentul declanșator și acțiunea ascendentă, dilema este punctul culminant unde eroul trebuie să ia o decizie, rezoluția reprezintă acțiunea descendentă unde se văd faptele care au decurs din modul în care eroul a rezolvat dilema, iar concluzia reprezintă deznodământul poveștii în care se evaluează moral dacă decizia luată de

[206] Dumitru Grigoraș ș.a., op.cit., pag. 17

erou a fost bună sau rea. Datorită modului vizual în care urmărește faptele, este o structură simplă, potrivită pentru inițierea copiilor în storytelling.

Structuri narative complexe

Monomitul sau **Călătoria Eroului** reprezintă o structură narativă amplă orientată pe dezvoltarea personală a eroului și relatează de cele mai multe ori întreaga viață a eroului. Conflictul cuprinde o înșiruire de epifanii minore, toate ale eroului, fragmentate pe un arc emoțional principal care are în vârf o epifanie majoră. Pe segmentul acțiunii descendente, conflictul este fragmentat pe o serie de alinieri ale eroului la decizia morală principală. Epopeea lui Ghilgameș este scrisă pe o astfel de structură narativă.

Tehnicile de devoalare ale arenei poveștii sunt de obicei cea a drumețului ori tehnica vehiculului, eroul întorcându-se la finalul poveștii în locul de unde a plecat. Anumite lucrări scrise pe structura monomitului cuprind, de fapt, mai multe povești distincte despre erou, fiecare dintre acestea cu propriul său arc emoțional.

Monomitul este o structură narativă spontană, dezvoltată de oameni de-a lungul mileniilor, iar Joseph Campbell cu „Eroul cu o mie de fețe" (1949), David Adams Leeming cu "Călătoria Eroului" (1981) și, mai spre zilele noastre, Christopher Vogler cu „The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers" (2007) sunt probabil printre cei mai cunoscuți analiști ai acesteia. Ei, în general, structurează monomitul pe modelul lui Aristotel, împărțindu-l în plecarea, inițierea și întoarcerea. La fiecare dintre aceștia, *plecarea* conține un eveniment declanșator al poveștii, o cauză a acțiunilor eroului, fie că e vorba de nașterea sa miraculoasă, ca la Leeming, ori de un eveniment concret care reprezintă chemarea la aventură, ca la Campbell. De asemenea, reprezentarea poveștii ca un șir de epifanii sau de înțelegeri (understanding) la care ajunge eroul în călătoria sa există în toate modelele sus amintite, partea de mijloc a structurii, *inițierea* eroului, neînsemnând altceva decât evoluția eroului în plan cognitiv.

Structura în 22 de pași propusă de John Truby în „Anatomia poveștii" conține expozițiune, eveniment declanșator (inciting event) și o acțiune ascendentă fragmentată în mai multe momente, cum ar fi:

- **Prima revelație și decizia**. Este momentul din poveste în care eroul, având o epifanie minoră despre cauzele schimbării, își reconfigurează sau își schimbă cumva *dorința*. Această epifanie minoră ori reprezintă o înțelegere incompletă a cauzelor schimbării, ori reprezintă pur și simplu o înțelegere greșită a acelor cauze. În consecință *dorința* eroului nu poate fi adevărata soluție a problemei.

- **Planul eroului.** Eroul își stabilește un set de acțiuni pentru împlinirea *dorinței*, pe care le pune în operă, dar eșuează.
- **Planul oponentului și contraatacul.** Reprezintă reacțiunea oponentului, care încearcă fie să-și împlinească el însuși *dorința*, fie încearcă să-l împiedice pe erou să și-o împlinească. În firul narativ, elementele de reacțiune ale oponentului se vor împleti cu cele de acțiune din *planul eroului*.
- **Atacul aliatului.** Eroul planifică și lansează un „al doilea atac", adică își stabilește și execută un nou set de acțiuni pentru împlinirea *dorinței*. În cadrul acestor acțiuni, aliatul acționează contrar planului, adică realizează reacțiuni. Fie că este de rea credință, adică este un *fals-aliat*, fie că este de bună credință, dar se abate de la planul eroului pentru că așa consideră el că e mai bine, aliatul provoacă un dezechilibru emoțional eroului, care-l conduce spre un dezechilibru moral. Eroul are o *vulnerabilitate*, iar în acest punct vulnerabilitatea eroului îl conduce spre decizii greșite.
- **Înfrângerea aparentă.** Atacul aliatului nu s-a sincronizat cu atacul eroului, astfel că al doilea contraatac al oponentului, adică reacțiunile acestuia, îl destabilizează pe erou și îl duc în punctul în care pare că e gata să renunțe la atingerea dorinței.
- **A doua revelație și a doua decizie.** Dacă prima epifanie minoră a eroului a fost o falsă epifanie, acum el va înțelege acest lucru și va săvârși o epifanie minoră autentică. În orice caz, această a doua epifanie minoră nu-i aduce eroului „marea înțelegere", ci una circumstanțială, sau tot o înțelegere incompletă. Din acest punct, el poate acționa și poate obține o victorie tactică care să îl facă să creadă că este cumva mai aproape de împlinirea *dorinței*.
- **Revelația auditoriului.** Din desfășurarea faptelor, auditoriul înțelege ceva ce eroul nu a înțeles încă. Această epifanie a auditoriului poate fi una minoră, determinată de niște informații cărora auditoriul să le înțeleagă corect cauzalitatea, dar eroul să nu o facă. Sau din contră, ar putea fi chiar epifania majoră a poveștii. Epifania auditoriului poate fi o epifanie ratată a eroului, dacă acesta are acces la acele informații, dar nu le „leagă" în plan cauzal, adică nu le înțelege. Acest moment din structura poveștii este important pentru că va clarifica auditoriului dimensiunea reală a înfruntării din punctul culminant și pentru că, pe ansamblu, ridică mult tensiunea și implicarea emoțională a auditoriului.

- **A treia revelație și a treia decizie.** În acest moment al narațiunii, eroul află lucruri noi și ajunge să aibă toate informațiile care ar trebui să-l ducă la marea înțelegere, adică la epifania majoră a poveștii. Totuși, vulnerabilitatea sa îl împiedică să săvârșească epifania majoră. El săvârșește iarăși o falsă epifanie, sau poate că reușește să ajungă tot la o înțelegere circumstanțială și incompletă. Însă, în acest punct, stima de sine a eroului este la un nivel înalt, iar el are încredințarea că va învinge. Mai mult decât atât, în acest moment pot apărea elemente noi care să-i justifice și să-i întărească eroului *dorința*. Prin urmare, el planifică un set de acțiuni finale prin care este convins că va obține victoria, adică își va împlini *dorința*.
- **Poarta**, **Pedeapsa** sau **Pragul morții.** Acesta este ultimul moment al acțiunii ascendente care are rolul de a duce tensiunea și emoția auditoriului la la cel mai înalt nivel de dinainte de *punctul culminant*. „Gate, gauntlet, visit to death", cum numește Truby momentul, este un moment de mare îndoială pentru erou. Eroul e posibil să realizeze deja una dintre acțiunile finale planificate, iar reacțiunea oponentului să fie atât de devastatoare încât să-i zdruncine încrederea, ori e posibil ca eroul să treacă doar printr-o încercare strict psihologică. El poate să conștientizeze aici consecințe ale pierderii bătăliei la care nu s-a gândit până atunci sau poate să se îndoiască că merită să câștige bătălia.

Următoarele elemente din structura narativă propusă de John Truby sunt, în ordinea prezentată de el: **Battle**, **Self-revelation** și **Moral decision**[207], iar acestea au fost preluate integral ca elemente ale *punctului culminant* din cadrul structurii narative „Povestitorul" (*bătălia*, *epifania majoră* și *decizia morală*), cu precizarea că perechea formată din *epifania majoră* și *decizia morală* poate apărea fie înaintea *bătăliei*, fie în timpul acesteia, ori după aceasta.

În planul moral al poveștii, după cum am arătat și noi în subcapitolul *3.2.4 Vulnerabilitatea și Epifania*, eroul își conștientizează vulnerabilitatea în cadrul săvârșirii epifaniei majore, iar decizia sa morală „bună" va rezulta din conștientizarea acestei vulnerabilități.

Săvârșirea epifaniei majore în plan moral se oglindește în planul cauzal al poveștii, și odată eliberat de vulnerabilitate, eroul poate vedea situația prezentă generată de schimbare „așa cum este" și nu prin asemănare cu alte situații similare. În lumina acestei înțelegeri majore, eroul

[207] John Truby, op. cit., pag.306 (kindle edition)

ori va renunța de tot la dorință identificând în sfârșit soluția problemei, ori își va corecta dorința astfel încât ea să devină soluția problemei.

Orientat fiind pe livrarea unei metode potrivite pentru scenariile holywoodiene, Truby nu insistă prea mult pe dezvoltarea unei acțiuni descendente care să „așeze" lucrurile și să îi arate auditoriului efectele săvârșirii epifaniei majore. După cum arătam și-n subcapitolele anterioare, în general se consideră că segmentul acțiunii descendente ar trebui să aibă măcar un sfert din lungimea acțiunii ascendente. Ori, la un film de 90 de minute, cu un punct culminant de 10 minute, o acțiune descendentă de aproape 20 de minute fără prea multă „acțiune", probabil că i-ar plictisi pe spectatori. În economia poveștii, însă, acțiunea descendentă este importantă pentru că produce reconcilierea contrariilor și arată modul în care este asimilată schimbarea la nivelul eroului și la cel al lumii poveștii.

Noul echilibru este ultimul moment din structura narativă al lui John Truby și singurul aferent acțiunii descendente. Aici Truby precizează că „noul echilibru" înseamnă noua normalitate din lumea poveștii, iar condiția eroului va fi ori una superioară, ori una inferioară, în funcție de săvârșirea ori ratarea epifaniei majore din punctul culminant.

Dacă cititorul a lecturat deja „Anatomia poveștii" a sesizat deja, iar dacă nu a lecturat-o și o va lectura, va sesiza desigur, că în rândurile de mai sus noi am prezentat Structura în 22 de pași a lui Truby cadrată pe paradigma și convenția de limbaj asumate de către noi în subcapitolele anterioare. Modul în care își prezintă Truby metoda și chiar și felul în care o argumentează sunt diferite de abordarea din lucrarea noastră. În cartea sa, John Truby sintetizează în fapt structura narativă a scenariilor din spatele blockbusterelor de la Holywood, limitându-se la a crea o metodă pentru producerea unor astfel de filme.

De asemenea, modul în care prezintă Truby elementele de structură ale poveștii, modul în care structurează aceste elemente și la elementele din structura poveștii și la elementele de structură narativă. modul în care le justifică comportă deosebiri evidente față de abordarea din lucrarea noastră. Autorii acestei lucrări recunosc cu recunoștință că, de-a lungul cercetărilor care au condus la elaborarea metodei „Povestitorul", cartea „Anatomia poveștii le-a dat cele mai consistente repere referitoare

Structuri narative care încorporează mai multe povești distincte

În general, structurile narative care încorporează mai multe povești au nevoie de elemente care să le asigure unitatea, iar aceste elemente poate fi: lumea poveștii, personajele sau epifania.

Serialele de televiziune și **seriile de benzi desenate** sunt structuri narative care încorporează mai multe povești distincte, cu evenimente declanșatoare distincte și epifanii majore distincte, dar care au aceeași lume a poveștii și aceleași personaje. Deși fiecare poveste distinctă din structură narativă are propria ei epifanie majoră, structura narativă, luată ca întreg, are o idee fundamentală – deasupra celor ale poveștilor care o compun, o meta epifanie, care se săvârșește doar la nivelul auditoriului, ritualic, în fiecare episod.

Serialul de televiziune „Friends", indiferent de epifania majoră a episoadelor, fixează ritualic în fiecare episod înțelegerea că „e bine să ai prieteni pe care să te poți baza", pe când serialul „Seinfield" fixează înțelegerea că „prieteniile sunt dificil de administrat din cauza egoismului". În general, benzile desenate pentru copii și desenele animate sunt construite în jurul meta epifaniei: „binele învinge răul".

Universurile fictive sunt de asemenea structuri narative care încorporează mai multe povești distincte, dar în cadrul lor elementul care asigură unitatea se sprijină mult mai mult pe lumea poveștii (cu tot ce include - arenă, simboluri și plan moral) și mai puțin pe personaje, deși unele personaje pot fi prezente în mai multe povești din universul fictiv. Iar unele personaje pot fi personaje principale într-o poveste și personaje secundare în alta. De asemenea, funcțiunea proactivă sau reactivă a personajelor comune poate fi diferită în poveștile diferite din același univers fictiv. Uneori, universurile fictive se construiesc prin crearea unor povești distincte cu o parte dintre personajele unei povești sau cu personaje diferite, dar în aceeași lume a poveștii Seriile de benzi desenate publicate de DC Comics sau de Marvel Comics au creat astfel de universuri fictive.

Alteori, universurile fictive se pot crea prin consolidarea în aceeași lume a poveștii a unor povești distincte cu personaje și lumi ale poveștii diferite. În secolul al VIII-lea înainte de Hristos, Hesiod, un povestitor grec, a adunat miturile religioase distincte și uneori contradictorii ale diferitelor orașe grecești într-un univers fictiv unitar, „Teogonia", prin care a încercat să pună în relație toți zeii distincți ai grecilor (și ai vecinilor lor) precum și toate faptele acestor zei.

Povestea cadru reprezintă o structură narativă complexă cu o lume a poveștii și cu personaje care narează ele însele „sub-povești" distincte. Poveștile din interiorul poveștii cadru sunt prezentate succesiv. Se pot construi povești cadru care să conțină „sub-povești", iar acestea să se desfășoare în momente cronologice din trecut, dar care să aibă în comun aceeași arenă a poveștii cu cea a poveștii cadru („Hanul Ancuței" de Mihail

Sadoveanu). Sau, mai este varianta în care „sub-poveștile" se pot desfășura în arene diferite, ca în ciclul de povești orientale „1001 de nopți" unde există o poveste cadru cu o arenă distinctă de cea a „sub-poveștilor" și în care personajul Șeherezada din povestea cadru îi narează regelui povești diferite, cum ar fi cea cu Alladin și celebra lui lampă, ori cea cu Ali Baba și cei 40 de hoți - fiecare fiind „sub-povești" desfășurate în arene distincte.

Povestea din poveste reprezintă o structură narativă complexă ce poate conține în sine două sau chiar trei povești distincte. Aceasta este o structură narativă distinctă de povestea cadru. Firul narativ al poveștii începe firesc cu o expozițiune și cu un element declanșator, ca în structura de bază a tuturor poveștilor. Pe parcursul acțiunii ascendente, în ultimul punct de reset-reload de dinaintea punctului culminat, un personaj, sau chiar povestitorul, va face o analogie cu ultimul eveniment important din poveste și va începe să nareze o nouă poveste ce va avea elementul declanșator similar cu eveniment important din prima poveste. Se va expune firul narativ al celei de a doua povești, iar în ultimul punct de reset-reload de dinaintea punctului culminant al celei de a doua povești (prin același mecanism) se va deschide a treia poveste.

Se va expune întregul fir narativ al celei de a treia povești, iar când cea de a treia poveste va fi fost finalizată, se va trece la punctul culminant al celei de a doua povești. Epifania majoră din punctul culminant a celei de a doua povești va trebui să fie în relație cu epifania majoră a celei de a treia povești deja închise.

Se poate ca în cea de a treia poveste eroul să rateze epifania, dar în cea de a doua poveste să o săvârșească. Cele două epifanii vor fi însă similare ca mesaj. Sau, epifania majoră a celei de a doua povești va fi săvârșită într-un mod superior sau mai complet față de cea de a treia poveste, pentru că eroul celei de a doua povești știa cum s-a desfășurat cea de a treia poveste. În același fel se încheie și cea de a doua poveste și se trece la punctul culminant al primei povești, adică a poveștii cu care a început structura narativă.

Indiferent dacă în cele trei povești, eroii săvârșesc sau ratează epifania majoră, epifaniile majore ale auditoriului vor fi săvârșite de fiecare dată și vor fi similare sau identice. Prin această structură narativă complexă, de fapt i se fixează auditoriului de trei ori aceeași înțelegere, încărcându-l cu trei experiențe diferite care au dus fiecare la aceeași înțelegere.

Structura convergentă reprezintă o modalitate de a nara în paralel două povești distincte cu doi eroi distincți care acționează eventual în lumi ale poveștii distincte, dar cu aceeași epifanie majoră și cu același plan moral

de referință. Cele două povești au expozițiuni diferite dar au același eveniment declanșator, care poate fi un eveniment concret din lumea reală (un cutremur etc.) sau pot fi două evenimente extrem de asemănătoare. În urma evenimentului declanșator, ambii eroi își formulează aceeași dorință, dar ei au vulnerabilități diferite, astfel că poveștile vor avea direcții strategice diferite. Acțiunile ascendente ale celor două povești vor fi diferite, eroii vor trece prin întâmplări diferite, dar vor ajunge în punctul culminant în pragul săvârșirii aceleiași epifanii majore. Se poate ca ambii eroi să săvârșească aceeași epifanie și din punctul acesta acțiunile descendente să devină convergente, în sensul că eroii vor ajunge la aceeași reconciliere și la același deznodământ. Sau, se poate ca unul dintre eroi să săvârșească epifania, iar celălalt să o rateze. De aici, mai departe, acțiunile descendente ale celor două povești se vor oglindi moral, una prezentând „calea cea bună", iar cealaltă „calea cea rea". În storytelling-ul științific, o epifanie majoră ratată de erou este totuși o epifanie majoră săvârșită în mintea auditoriului. Astfel că, indiferent dacă eroii săvârșesc sau nu epifania, cele două povești vor săvârși aceeași epifanie în mintea auditoriului, iar acesta este sensul denumirii de „structură convergentă".

Snowflake sau **Funia** este o structură narativă complexă care permite reunirea în cadrul unei singure povești unitare a mai multor povești secundare distincte, juxtapuse sau subsecvente.

Figură 30 - Funie despletită

Structura narativă „Povestitorul", monomitul și structura lui Truby sunt potrivite pentru povești scrise de dimensiunea unei nuvele ori a unui film artistic. Romanul, ca specie literară, este mult mai complex, iar dimensiunea scriiturii sale este mult mai mare datorită dezideratului său de a acoperi cât mai mult din întreaga paletă de aspecte ale vieții[208]. În structura romanelor apar mai multe personaje principale, fiecare dintre acestea având propria sa poveste. Din perspectiva storytelling-ului științific, romanul este o colecție de povești agregate. Astfel, se poate spune că firul narativ al romanului este o împletitură de mai multe fire narative principale ale poveștilor pe care le conține.

[208] György Lukács, The Theory of the Novel. A historico-philosophical essay on the forms of great epic literature, MIT Press, Boston 1971

Fulgul de zăpadă este o structură fractală, ceea ce sugerează că obținerea unei structuri narative „snowflake" implică repetarea unui set de operații pe toată întinderea romanului. O funie este formată din mai multe fire împletite între ele. O funie se poate despleti desfăcând firele pe rând.

Construirea unui „snowflake" sau a unei „funii" înseamnă să începi construirea conflictului poveștii pornind de la un personaj principal. Stabilești o dorință și o epifanie majoră la care va ajunge acest personaj, stabilești un oponent și apoi să începi să creionezi conflictul, începând cu stabilirea evenimentului declanșator și a epifaniilor minore.

Figură 31 - Dezvoltare Snowflake

Apoi iei un alt personaj principal și repeți procesul, dar ai grijă să-i stabilești evenimentul declanșator într-un moment din conflictul primului personaj. Apoi adaugi un alt treilea personaj principal, căruia de asemenea îi stabilești evenimentul declanșator într-unul dintre punctele de conflict ale primelor două personaje.

Și tot așa și cu al patrulea personaj principal și poate și cu al cincilea. În final, vei avea cinci eroi și cinci oponenți. În funcție de dorințele și epifaniile fiecăruia, personajele principale pot, de asemenea, servi ca aliați sau oponenți unul altuia. Mai departe, te preocupi de lumea poveștii și încadrezi fiecare personaj în lumea poveștii, stabilind alte eventuale relații între ele.

Apoi, construiești o schiță a conflictului reunit al poveștii și începi să introduci personajele secundare. Pentru fiecare personaj secundar introdus, încerci să găsești câte o funcție (acțiune sau reacțiune) în fiecare dintre cele cinci povești. Astfel, unui personaj secundar introdus într-un anumit moment al conflictului poți să-i atribui acțiuni și în momente anterioare cronologic, în cadrul celorlalte fire ale poveștilor. Mai departe, dezvolți firele narative al poveștilor în modul descris în subcapitolele anterioare și le aduni într-un singur fir narativ.

Indiferent de povestea din care face parte o acțiune a unui personaj, vei încerca să fixezi acțiunea într-un loc din arena poveștii în care ai mai fixat acțiuni și pentru celelalte povești agregate.

Povestea ta va crește de la simplu la complex pe cinci fire narative în același timp, într-un mod care poate fi reprezentat plastic cu un fulg de zăpadă. Sau cu o funie care se despletește.

Capitolul 4

POVESTITORUL

Așa cum am arătat în subcapitolul *3.1.2*, storytelling-ul implică o relație tripartită între poveste, povestitor și auditoriu. Relația dintre poveste și auditoriu i-a fost întrucâtva lămurită cititorului atunci când am amintit despre *arcul emoțional* al poveștii și despre relația dintre planul moral al lumii poveștii pe de o parte, și cel al auditoriului, pe de alta. O relație tripartită înseamnă, de asemenea, că povestitorul intră și el în relație, atât cu auditoriul, cât și cu povestea însăși.

Atât pe relația povestitor-auditoriu cât și pe cea dintre poveste și povestitor, există implicații atât în plan cauzal, cât și în plan emoțional și moral. Povestitorul intermediază între poveste și auditoriu, prin urmare orice dezechilibru între relația povestitorului cu povestea se va transmite mai departe prin relația dintre povestitor și auditoriu.

În **plan cauzal**, dacă povestitorul însuși nu a înțeles povestea, dacă în mintea lui nu s-a săvârșit epifania majoră, el nu va putea ajuta auditoriul să ajungă la acea înțelegere ce s-a propus a fi livrată în *cadrul poveștii*. De altfel, cititorul cunoaște din viața de zi cu zi că un om nu poate transmite cuiva o experiență pe care el însuși nu o deține, și nu poate învăța pe cineva ceva ce el însuși nu știe.

În **plan emoțional**, provocările țin de capacitatea povestitorului de a transmite, odată cu faptele, și emoția, adică de a încadra în procesul de povestire arcul emoțional al poveștii. Fișa firului narativ al unei povești bine construite specifică, pentru fiecare enunț în parte, emoția pe care trebuie să o transmită povestea, precum și intensitatea acestei emoții. Povestitorul trebuie să fie capabil să reproducă această emoție corect și la intensitatea corespunzătoare. În acest scop, în capitolul de față vom trata problematica emoțiilor și a atitudinilor și vom vorbi despre exprimarea emoțiilor și a atitudinilor prin limbaj non-verbal și paraverbal, precum și prin posturi și mișcări (limbajul trupului).

Referitor la limbajul non-verbal, paralimbaj și limbajul trupului, în subcapitolul *2.3.1 De la Australopithecus Afarensis la Homo Erectus*, am făcut distincție între *comunicarea naturală* și *comunicarea culturală.* Din această perspectivă, ne reamintim că există un „limbaj" non-verbal și al trupului natural, cel pe care îl avem în comun cu toate mamiferele și mai ales cu primatele. Mai avem și un „limbaj" non-verbal și al trupului cultural, pe care îl deprindem în mare parte în copilărie de la oamenii din jurul nostru. *Limbajul natural* îl decodăm rapid și cu precizie, pe când *limbajul cultural* în decodăm mai lent și întotdeauna în cadrul unui context dat.

De altfel, creierul nostru neavând „din fabricație" funcția minciunii (un proces mintal extrem de elevat, de care sunt capabile - prin învățare - doar ființele umane și câteva alte animale inteligente), atunci când comunicăm, limbajul natural va încerca să spună adevărul. Iar atunci când decodăm, de pildă din discursul cuiva, limbajul natural al trupului în paralel cu cel cultural și cu cel vorbit, atunci când persoana respectivă ne minte, vom intui lipsa de congruență dintre limbajul natural al trupului și celelalte două și vom simți instantaneu că suntem mințiți. Desigur, pot exista oameni care, prin antrenament, să ajungă să-și controleze limbajul natural al trupului, dar acest lucru, de asemenea, iese din zona de interes a lucrării noastre.

Important de reținut din cele de mai sus este, însă, faptul că în cursul pregătirii procesului de spunere a poveștii, povestitorul va trata elementele ce țin de limbajul natural al trupului în relație cu *arcul emoțional* al poveștii, iar pe cele legate de limbajul cultural al trupului, le va trata alături de simboluri în relație cu *lumea poveștii*.

Făceam distincție în subcapitolul *3.1.2* între **povestea explicită** și cea **implicită** și arătam că prima este definită ca fiind privită strict din planul cauzal al întâmplărilor. Altfel spus, ea reprezintă lanțul cauzal de evenimente care ar trebui să ducă la săvârșirea epifaniei majore, mai precis la livrarea *înțelegerii*.

Modul în care povestitorul și auditoriul internalizează povestea depinde de planurile emoționale și morale ale acestora. O defecțiune de construcție sau de internalizare în aceste planuri poate duce la coruperea planului cauzal. După cum am exemplificat și în alte ocazii, dacă planul moral al auditoriului este mult diferit de cel al lumii poveștii, atunci el ar putea rata epifania majoră și ar ajunge la o altă *înțelegere* decât cea pe care ne-am propus să i-o livrăm. Adică, povestea implicită din mintea auditoriului ar putea ajunge să fie radical diferită de povestea explicită.

Atunci când vrem să transmitem o poveste, există o singură poveste explicită. Există, pe de altă parte, câte o poveste implicită pentru fiecare

povestitor și cu atât mai mult, pentru fiecare persoană din auditoriu. Or, în storytelling-ul științific, dezideratul este ca povestea implicită să ajungă să fie aceeași cu povestea explicită.

Desigur, în arta povestirii și în artă, există și abordarea „fără direcție", în cadrul căreia artistul creează pur și simplu, fără a-și asuma că produsul artistic ar trebui să transmită un mesaj. În situațiile acestea, consumatorul de artă își ia singur mesajul din produsul artistic, după propriile sale repere. A devenit deja anecdotic dialogul dintre un pictor și persoana care privea unul dintre tablourile sale abstracte. „Ce ar trebui să înțeleg din acest tablou? întreabă privitorul. – Ce vrei tu! îi răspunde pictorul."

Prin urmare, arta povestirii poate experimenta și „povești" fără poveste explicită, căci asta e treaba artei, să experimenteze. Storytelling-ul științific este construit, însă, pe paradigma că „povestea este un model de reprezentare a procesului de înțelegere". Prin urmare, în storytelling-ul științific, povestea e un vehicul de livrare a unei înțelegeri, iar povestea implicită trebuie să coincidă cu cea explicită.

Provocările din **planul moral** implică riscuri și mai mari de disonanță între povestea explicită și cea implicită. De aceea, lipsa unei congruențe între planul moral al povestitorului și celelalte planuri morale din relația tripartită poate ruina efectiv procesul de povestire. În subcapitolul *4.6.4 Autocunoașterea planului moral* vom relua problematica relației povestitorului cu povestea și cu auditoriul, din perspectiva planului moral.

4.1 Povestea păpușii

4.1.1 Protocronismul și arta pentru artă

Am motivat, încă din primul capitol, apariția acestui ghid de problematică de tineret, care se ocupă de un ansamblu de probleme insuficient conștientizate la nivel global, dintre care problemele polarizării tinerilor, ale analfabetismului funcțional și ale tinerilor NEET sunt dintre cele mai îngrijorătoare. Deși nedorită, lipsa acestei conștientizări e cumva explicabilă, dacă ne gândim că însuși conceptul de adolescență, cu toate implicațiile sale, a ajuns să fie relativ recent discutat și abordat cu seriozitate.

Deși termenul *adolescență* apare (derivat din latinescul *adolescere* – a începe să crească) și în scrieri de prin secolul al XV-lea, „descoperirea" adolescenței putem spune că a avut loc cu puțin peste un secol în urmă. Granville Stanley Hall, psiholog și pedagog american, a publicat în 1904 cartea „Adolescence: Its psychology and its relations to physiology, anthropology, sociology, sex, crime, religion and education", carte considerată a fi piatra de temelie a conștientizării ideii de adolescență. Desigur, unele observații din acea carte au fost ulterior vehement contrazise de către știința psihologiei, însă o bună parte dintre ele au fost adaptate, iar altora li s-a dat poate prea puțină importanță, rămânând controversate.

Ca etapă a dezvoltării umane, adolescența a fost sesizată, cel puțin sub aspect fiziologic, încă din antichitate, desigur. Dar o imagine de ansamblu a fenomenului și o paradigmă de înțelegere nu s-au definit până la începutul secolului al XX-lea. În prezent, conceptul de adolescență are o semnificație clară și distinctă, care s-a format și s-a cristalizat în ultimul secol, dar care nu exista în urmă cu câteva sute de ani.

De aici mai departe, a analiza, să zicem, „condiția adolescentului din Evul Mediu", e un proces teribil de riscant și de nesigur, pentru că tot ceea ce știm noi astăzi despre adolescență, pur și simplu nu se știa în acea perioadă. Faptul că în legiunile romane luptau soldați de 14 ani poate părea odios pentru noi, cei de azi, dar era aproape firesc pentru un locuitor din Evul Mediu care a văzut, în repetate rânduri, în armatele nobililor, soldați de 16 ani. A explica condiția tânărului din Evul Mediu din paradigma unui model de dezvoltare inventat în secolul al XX-lea este, la urma urmei, o formă de *protocronism*.

Protocronismul este, în esență, o tendință neștiințifică de a explica niște decizii ale unor oameni dintr-o anumită epocă în temeiul unor valori (în principal morale) derivate din concepte sociale inexistente în acea epocă.

Conceptul de națiune, așa cum îl înțelegem în prezent, este de asemenea un concept de construcție recentă. În prezent, prin națiune înțelegem o comunitate de oameni care vorbesc aceeași limbă și locuiesc de mai multe generații în același teritoriu și care, în baza unor experiențe ale strămoșilor, săvârșite în acel teritoriu, au dezvoltat o cultură comună, cu elemente distinctive clare față de cea a altor comunități. Națiunile au muzică națională, artă națională și istorie națională, iar particularitățile distinctive ale acestora le deosebesc de cele alte altor comunități, membrii națiunii fiind conștienți de aceste deosebiri, și mai ales, construindu-și identitatea pe baza acestor deosebiri. Modul acesta de a înțelege „națiunea" nu are mai mult de 300 de ani.

Desigur, și în antichitate exista conceptul de națiune, însă acest concept nu avea încărcătura amplă și profundă a versiunii sale contemporane. Exista, cum spuneam, un concept de națiune în rândul poporului israelit de dinainte de Hristos, dar acest concept era limitat la câteva aspecte legate de religie și de teritoriu. Poporul evreu din vremea lui Iisus, cel puțin după cum arată narațiunea biblică, nu își vorbea „limba națională", evreii din vremea lui Iisus vorbind în mod curent aramaica, iar ebraica fiind utilizată doar în cadrul evenimentelor religioase. În același context, națiunea antică elenă avea mai multe modele culturale diferite, iar pe teritoriul vechii Elade se vorbeau limbi grecești diferite. Națiunea romană exista și ea, însă definirea acesteia era doar juridică, legată de cetățenia romană, neavând aproape nicio legătură cu etnia cetățeanului. Primele națiuni (în sensul de astăzi al ideii de națiune) au apărut în Europa secolului al XVI-lea[209], iar conștiința națională a majorității națiunilor europene s-a consolidat prin secolul al XIX-lea.

Protocronismul în istorie, după cum remarcam, înseamnă să justifici decizii are unor lideri din trecut în baza concepției naționaliste din prezent. Astfel, protocronismul românesc, în mod neștiințific, își imaginează, de exemplu, că regatul lui Burebista ar fi fost un regat al „națiunii dacice".

În mod similar, conceptul de „artă" este unul mult mai recent în universul cultural omenesc, față de conceptul de „poveste". Arătam în subcapitolul 2.3.3 În Valea Marelui Rift că, în urmă cu aproximativ 70.000 de ani, a avut loc Revoluția Cognitivă, adică omul a devenit capabil să construiască povești și să-și transmită prin ele experiența.

[209] Philip Gorski, The Mosaic Moment: An Early Modernist Critique of the Modernist Theory of Nationalism, American Journal of Sociology vol. 105, University of Chicago 2000, pag. 1428–1468

De aici, mai departe, omul a dezvoltat un interes conștient pentru transmiterea poveștilor proprii și pentru asimilarea (internalizarea) poveștilor celorlalți.

Ceea ce numim astăzi artă a apărut în cadrul speciei umane după Revoluția Cognitivă, adică după descoperirea poveștii, și nu a fost la origine altceva decât un vehicul pentru transmiterea de emoții și idei210. Adică un vehicul pentru povești. Sau, după cum credea Tolstoi, un mijloc indirect de a comunica între persoane[211].

Arta este o manifestare întâlnită exclusiv la Homo Sapiens Relator[212] și a apărut la câteva zeci de mii de ani după ce omul a devenit capabil de a face povești, ca instrument de facilitare a storytelling-ului.

Cu excepția unor urme de palme de pe pereții unor peșteri din Spania, despre care se consideră că le-ar fi făcut Homo Neanderthalensis, deocamdată nu s-a descoperit niciun artefact asociabil cu arta, care să fi fost creat în mod conștient și intenționat de o altă ființă decât Homo Sapiens.

În urmă cu 70.000 de ani, omul descoperă povestea și devine Homo Sapiens Relator, iar după 10.000 de ani, iese din Africa și începe să se răspândească în lume. 25.000 de ani mai târziu, adică cu aproximativ 45.000 de ani în urmă, spre sfârșitul Paleoliticului, odată ajuns în Europa, omul începe să deseneze pereții peșterilor și să construiască diverse miniaturi ceramice zoomorfe și antropomorfe, ca instrumente ajutătoare pentru transmiterea poveștilor sale.

A vorbi despre o „artă a Paleoliticului" ca act intenționat de creare a frumosului (definindu-l astfel în sensul contemporan al canoanelor artei) nu e altceva decât o formă de protocronism copilăresc. Din această formă aparte de protocronism au apărut tot felul de interpretări eretice care au găsit „artă" în diverse geofacte modelate de intemperii și de eroziunea naturală, cum ar fi „Babele din Bucegi", "Venus din Tam-Tam" ori „Venus din Berekhat Ram".

De vreo două secole încoace se tot vorbește, de altfel, despre două feluri de a face artă, și se face distincție între arta cu direcție (sau arta didactică) și arta pentru artă. Théophile Gautier, unul dintre promotorii conceptului de artă pentru artă, o definea ca fiind „munca scutită de orice altă preocupare decât a frumosului în sine"[213].

---

[210] Jerrold Levinson, The Oxford Handbook of Aesthetics, Oxford University Press 2003, pag.5
[211] apud Jerrold Levinson, op.cit.
[212] Homo Sapiens Sapiens
apud [213] Anton Bacalbașa, Arta pentru artă, 1894

Atunci când face „artă de dragul artei", artistul nu-și asumă în mod conștient niciun scop educativ ori moral, demersul său fiind unul de căutare strictă a frumosului. Dar, modul în care psihologia și neuroștiințele ne vorbesc despre subconștient și ne descriu funcționarea intuiției, ne fac să ne întrebăm dacă arta pentru artă chiar poate exista cu adevărat, și dacă nu cumva chiar și în acele produse artistice făcute „de dragul artei" se poate identifica un mesaj și o poziție morală a artistului, față de care nici măcar el însuși să nu fie conștient. Desigur, această analiză iese din zona de interes a prezentei lucrări, trecând în cea a psihologiei și poate chiar a psihiatriei.

Atenționăm cititorul că în această lucrare vom privi manifestările artistice strict prin funcția lor originară, aceea de a oferi suport procesului de storytelling. Arta integrată în storytelling-ul științific nu poate fi decât artă didactică (artă cu direcție), pentru că în storytelling-ul științific noi urmărim conștient și intenționat livrarea unei epifanii (pe care am stabilit-o când am definit cadrul poveștii), și nu cercetarea străfundurilor subconștientului povestitorului.

Mai mult de atât, înclinarea povestitorului spre practicarea artei pentru artă reprezintă o vulnerabilitate a acestuia în procesul de storytelling științific, care poate duce la desincronizarea dintre planul cauzal al poveștii, cel emoțional și cel moral și, în final, la ratarea livrării epifaniei.

Arta este o manifestare strict umană, care a apărut cu aproximativ 40.000 de ani în urmă, la câteva zeci de mii de ani după ce omul a devenit povestitor, ca instrument didactic în procesul de spunere a poveștii.

Privind arta în larga și confuza înțelegere de astăzi a termenului, ajungem des să fim tentați să cădem în păcatul protocronismului și să căutăm arta acolo unde nu e, ori să atribuim produselor artistice din trecut funcții pe care nu le-au avut niciodată. Homo Sapiens Relator a desenat, a sculptat, a dansat, a cântat și a versificat ca să facă transferul poveștii mai facil. Faptul că, ulterior, manifestările artistice au primit și altă învestire (mistică, religioasă etc.), iar mult mai târziu, mai precis în ultimele două secole, din artă s-a desprins „arta de dragul artei" a cărei funcție este diferită de cea a artei în sine, nu mai interesează direct storytelling-ul științific.

4.1.2 Păpușa în istoria storytelling-ului

O păpușă este un simbol iconic pentru o ființă (adică un obiect antropomorf sau zoomorf) de dimensiuni mai reduse decât cele ale ființei pe care o simbolizează.

Figură 32
Venus din Hohle Fels

Venus din Hohle Fels este o păpușă sculptată în fildeș de mamut, în urmă cu aproximativ 35.000 – 40.000 de ani, care a fost descoperită în 2008 într-o peșteră din sudul Germaniei.

Este considerată printre cele mai vechi reprezentări ale unei ființe umane și are o înălțime de aproximativ 6 cm. În locul capului, are o proeminență perforată, care ar fi putut permite atașarea unui cap mobil față de restul păpușii, ori pur și simplu ar fi făcut posibilă agățarea păpușii cu fâșie subțire de piele și purtarea ei la gât. O altă variantă este că acest obiect putea fi folosit în felul în care sunt manipulate marionetele.

Venus din Willendorf este o păpușă de circa 11 cm, sculptată în calcar, care a fost descoperită în Austria, în anul 1908. Este mai „tânără" cu mai bine de zece milenii față de cea descoperită în peștera Hohle Fels.

Figură 33
Venus din Willendorf

„Arta Paleolitică" ne-a lăsat mai multe păpuși de tip „Venus", în diferite maniere de realizare, toate având câteva trăsături comune: nu pot sta vertical pe propriile picioare și nu au un suport care să le justifice funcția de obiect decorativ, nu au fața vizibilă, nu au brațele angajate în vreo anumită postură, dar au organele sexuale și zonele erogene reprezentate în mod ostentativ. Interpretările comune legate de aceste păpuși le consideră drept obiecte didactice privind funcția de reproducere a omului, existând, totodată, alte opinii fanteziste și protocroniste care spun că păpușile sunt reprezentări ale unor principii abstracte, cum ar fi fertilitatea.

Reprezentarea chipului apare mult mai târziu, Venus de Brassempouy, o păpușă de fildeș veche de peste 20.000 de ani, descoperită în 1892 în sudul Franței, fiind probabil printre cele mai vechi de acest fel. Această păpușă are ochii și nasul conturate, dar gura, sursă principală a expresiilor faciale, nu e deloc figurată, ca și cum creatorul păpușii n-ar fi avut interesul de a figura vreo emoție pe chipul păpușii, ori ca și cum nu ar fi știut cum să o facă.

Figură 34
Venus de Brassempouy

Asemănarea pe care cititorul cu siguranță a observat-o între Venus de Brassempouy (sau „Dame de Brassempouy" cum a fost numită de francezi) și „Mademoiselle Pogány", pe care Brâncuși a creat-o după stagiul său de la Paris, este evidentă și a mai fost speculată[214] în mediile artistice, păpușa paleolitică fiind considerată printre primele manifestări ale „simțului estetic" la om, iar sculptura despre care vorbim, emblematică pentru Brâncuși, fiind apreciată drept una dintre cele mai cutezătoare din istoria artei.

Sfârșitul perioadei glaciare îl găsește pe Homo Sapiens Relator în postura de singură specie supraviețuitoare de hominizi. De aici mai departe, omul descoperă agricultura și începe să construiască așezări durabile. Douglass Bailey [215], profesor britanic de arheologie, crede că noile relații sociale care se formează în acest nou context, precum și accesul constant la anumite materiale de construcție (argile, combustibili etc.) au dus la o explozie de artefacte ceramice.

Arderea lutului era o procedură cunoscută deja de la sfârșitul Paleoliticului, atunci când încep să apară primele figurine arse, însă, din acest punct de vedere, Neoliticul îl desăvârșește pe om, pentru că acesta devine făuritor de *artă ceramică*. Întâi în scop didactic, prin păpuși antropomorfe și zoomorfe, iar apoi prin crearea de obiecte utilitare, de tipul vaselor de depozitare și a veselei.

Figură 35
"Gânditorul" și „Femeia șezând"
Păpuși din lut ars, vechi de circa 6.000 de ani, descoperite în România.

Dacă existența unei vieți religioase la speciile de oameni din Paleolitic rămâne o speculație, Revoluția Neolitică aduce religia în prim-plan.

[214] Iain Davidson, April Nowell, Making Scenes: Global Perspectives on Scenes in Rock Art, Berghahn Books, New York 2021
[215] Douglass Bailey, Prehistoric Figurines, Routledge, 2005

Figură 36 - Păpușă de teracotă veche de circa 5.500 de ani, descoperită în Egipt.

Adorarea soarelui sau a strămoșilor făcea parte din patrimoniul imaterial al omului, iar poveștile despre faptele divinității sau ale înaintașilor trebuiau transmise mai departe.

Dacă societatea umană din Paleolitic era una mai degrabă egalitară, noua ordine socială adusă de descoperirea agriculturii a creat, totodată, și inegalitatea. Astfel, pozițiile sociale ale indivizilor trebuiau învățate de către copii pentru a fi respectate la maturitate. Procedurile și tehnicile agricole trebuiau, de asemenea, să fie transmise mai departe, ca și restul cunoștințelor ce se dobândeau acum cu mai multă repeziciune. Analiza unui set de păpuși ceramice[216] vechi de aproximativ 3.000 de ani, din Neoliticul sud-american, arată existența unor ritualuri de reprezentare prin figurine a pozițiilor sociale din cadrul grupurilor.

Arta spontană a storytelling-ului pe care Homo Sapiens o practica din Paleolitic se bucură în Neolitic de sprijinul și mai puternic al *artei didactice*. Păpușile ceramice antropomorfe încep să aibă chipuri, să exprime emoții și să prezinte atitudini sugerate prin poziția corpului și cu ajutorul brațelor.

Figură 37
Elemente ceramice pentru construirea emoțiilor (piese din colecția Fundației „Ion Ghelu Destelnica")

Povestitorul din Neolitic începe să creeze produse artistice care să-i faciliteze exprimarea emoțiilor și a atitudinilor în cadrul procesului de storytelling.

[216] Nathan Meissner ș.a., Figurine Embodiment and Household Ritual in an Early Mixtec Village, Journal of the Society of Americanists 2013

Arheologii au găsit, de asemenea, microliți[217] și piese ceramice cu forme bine definite, care par a figura elemente de expresivitate facială (ochi, buze etc.), dar pentru care nu s-a putut stabili o utilitate concretă, de care s-ar fi putut servi povestitorul din vechime.

Odată cu descoperirea scrisului și trecerea omului în Antichitate, păpușa, ca produs artistic de suport al poveștii începe să lase și mai multe semne. Utilizarea păpușilor în cadrul ritualurilor narative de invocare a divinității este amintită atât de Plutarh în „Banchetul celor șapte înțelepți" cât și de Herodot[218]. Deși nu există indicii directe ale utilizării lor în felul în care sunt utilizate astăzi în storyteling (teatrul de animație), păpuși cu brațele articulate la trunchi, pentru a putea reprezenta diferite atitudini, au fost găsite, de asemenea, în mormintele[219] din Egiptul Antic.

Tot în Neolitic apar artele interpretative[220], ca forme complexe de storytelling, construite inițial ca ritualuri de evocare ale faptelor divinității ori ale strămoșilor. Măștile (inițial ceramice) care acopereau fețele interpreților și care la început nu aveau trasate expresii faciale, devin din ce în ce mai complexe și mai expresive. Povestitorul începe să devină conștient de importanța limbajului trupului, dar și de cea a para-limbajului. În teatrul antic grecesc, măștile ajung să aibă în dreptul gurii un decupaj în formă de pâlnie, pentru propagarea sunetului.

Figură 38 - Wayang

În general, antropologia sugerează că teatrul de păpuși, ca formă complexă de storytelling ar fi precedat teatrul propriu-zis. În Antichitate, **nevrospast**-ul (o păpușă pe sfori, în genul marionetei) era deja un instrument de artă didactică

[217] Dicționarul explicativ al limbii române prezintă termenul „microlit" ca substantiv de genul neutru, prin urmare, forma corectă pentru plural este „microlite". Pe de altă parte, pluralul „microliți" este atât de des utilizat în massmedia și chiar în cărți încât am ales să-l transcriem în această formă pentru o recunoaștere mai facilă a obiectului pe care-l semnifică de către cititorul neavizat. (n.a.)

[218] Istoria, Cartea a II-a, Capitolul 78.

[219] World Encyclopedia of Puppetry Arts, International Puppetry Association (articolul despre Egipt)

[220] Dumitru Grigoraș ș.a., op.cit., pag.24

notoriu, în lucrarea „Despre mișcarea animalelor", Aristotel comparând funcționarea sistemului muscular și a celui osos cu funcționarea păpușilor pe sfori.

Arătam mai devreme că, inițial, păpușa nu exprima emoții sau atitudini, funcția ei didactică săvârșindu-se doar în planul cauzal al poveștii. Pe măsură, însă, ce omul însuși începe să se cunoască, să reflecteze asupra propriului său spectru de emoții și să se înțeleagă, acesta începe să pună în păpușă semnele **atitudinii** și ale **emoției.**

Figură 39 - „Elmo"
Sesame Street Muppet

De la păpușa imobilă din Paleolitic, omul ajunge încă din Antichitate la păpușa segmentată, în care pozițiile capului, ale trunchiului și ale picioarelor pot fi modificate în timpul spunerii poveștii, astfel putându-se construi diferite posturi, adică diferite atitudini. Mâinile și capul, instrumentele principale ale limbajului trupului, ale gesturilor și ale expresiilor faciale, devin în timp mult mai importante, astfel că, în construcția păpușii, ele ajung uneori să fie pur și simplu mai mari decât ar fi firesc. Mai târziu, în ultimele două milenii, artele didactice interpretative se dezvoltă construind în aria teatrului de păpuși sisteme distincte, cum ar fi: Nevrospast-ul grecesc, Marioneta siciliană, Wayang-ul indonezian, Karagöz-ul otoman etc.

Povestea păpușii este povestea integrării planului cauzal al poveștii cu cel emoțional. „Mecanismele" au fost adăugate în timp păpușii, pentru ca aceasta să devină expresivă. Ele sunt de fapt „mecanismele" limbajului trupului, iar cu ajutorul lor, atât prin intermediul păpușii, cât și direct, povestitorul transmite emoții și atitudini.

4.2 Emoția

4.2.1 Ce sunt emoțiile?

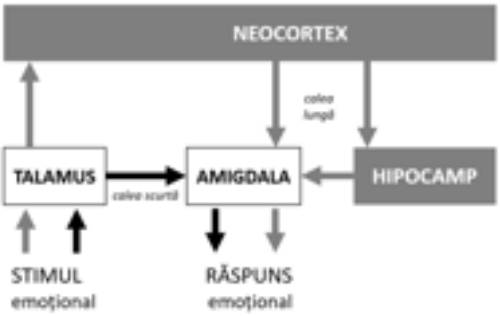
Talamusul este o structură a creierului, convențional considerată ca parte a sistemului limbic, conectată la „creierul reptilian" (trunchiul cerebral), ca și la alte structuri din sistemul limbic (amigdală, hipocamp), la neocortex, și direct la măduva spinării. Printre funcțiile sale, ne interesează în această lucrare cea legată de procesele psihice: senzația și percepția. Fiind legat la nervii cranieni și la cei spinali, talamusul primește informații de la toate organele de simț. Aceste informații (senzații) sunt transmise apoi către neocortex, iar ocazional către amigdală și hipocamp. Despre rolul hipocampului de a fixa și a extrage amintiri din memorie am precizat aspecte interesante în subcapitolele anterioare.

Amigdala cerebrală este o altă structură a sistemului limbic, considerată ca fiind participantă la procesarea emoțiilor, despre care se știe că are rolul de a evalua amenințările și de a decide pregătirea organismului pentru a fi capabil să reacționeze la amenințări. În cazul identificării unui pericol, amigdala comandă (prin intermediul hipotalamusului cu care este conectată) eliberarea în sânge a hormonilor de stres (cortizol și adrenalină), care se răspândesc în corp și produc o serie de adaptări, cum ar fi: creșterea pulsului cardiac, dilatarea bronhiilor - pentru a asigura corpului mai mult oxigen - oprirea activității sistemului digestiv și a celui imunitar pentru a economisi energie, creșterea cantității de glucide din sânge etc.

Joseph LeDoux este un neurolog american, specializat în neuroștiințe, care s-a preocupat de modul în care corpul uman răspunde la amenințări. El a demonstrat în cercetările sale că reacțiile emoționale ale omului nu sunt doar reacții conștiente, existând și reacții emoționale inconștiente, independente de neocortex. El face distincție între „emoții" și „răspunsuri emoționale", afirmând că modul în care se construiesc *răspunsurile emoționale* este diferit de cel prin care se construiesc *emoțiile*.

Astfel, răspunsurile emoționale și emoțiile se realizează pe două căi distincte[221]. Există o „cale scurtă" de la talamus (releul senzațiilor) direct la amigdală, iar pe acest traseu amigdala construiește *răspunsurile emoționale* la apariția amenințării. Există, de asemenea, o „cale lungă", de la talamus la neocortex și apoi către amigdală și hipocamp, iar pe acest traseu amigdala contribuie la construirea *emoțiilor* propriu-zise.

[221] Joseph LeDoux, The Emotional Brain, Simon and Schuster 1998



Figură 40 - Răspunsul emoțional

De aici înțelegem că aceeași senzație, procesată de talamus, este procesată apoi direct de către amigdală pe „calea scurtă" și evaluată dacă reprezintă sau nu o amenințare. Iar dacă e senzația este percepută (inconștient) de amigdală ca amenințare, atunci ea declanșează automat *răspunsurile emoționale*. Tot aceeași senzație este trimisă de către talamus pe „calea lungă" spre procesare neocortexului, acesta o procesează pe baza amintirilor extrase de hipocamp din memorie și ulterior o transmite amigdalei. De-abia această supraprocesare de pe calea lungă este aceea care creează *emoția.*

Pe „calea lungă", talamusul va trimite informația despre senzație în memoria pe termen scurt, iar recunoscătorii de modele din neocortex vor căuta în memoria pe termen lung o situație asemănătoare pentru a identifica soluția cea mai potrivită, apoi i-o vor livra amigdalei pentru a evalua dacă obiectul senzației reprezintă sau nu o amenințare. După cum cititorul și-a dat deja seama, procesul de pe calea lungă este unul intuitiv, voința individului nefiind implicată aici. După ce senzația (informația despre senzație) traversează calea lungă, starea de emoție s-a creat deja, iar individul devine abia după aceea conștient despre emoția care s-a format în mintea lui.

În subcapitolul *2.2.6 De la Intuiție la Rațiune* am arătat că sunt necesare 200 de milisecunde doar ca mintea conștientă a individului să afle despre emoția ce i s-a format în propriul creier. Procesarea propriu-zisă de pe calea lungă mai durează, însă, câteva zeci sau sute de milisecunde. În milisecundele în care informația despre senzație este încă procesată pe calea lungă, la capătul căii scurte, amigdala a luat deja o decizie, s-au eliberat hormonii, pupilele ni s-au dilatat deja, inima ne bate mai repede etc. Modificările din organism sunt sesizate de sistemul nervos, iar informațiile despre aceste modificări sunt transmise și ele de către talamus către memoria pe termen scurt. Astfel, momentul în care mintea conștientă află despre emoția care s-a format intuitiv se suprapune cu momentul în care mintea conștientă află că inima bate mai repede și că respirația ni s-a

accelerat. Abia atunci individul „își dă seama" că îi este frică sau că este furios.

În urma procesării senzației pe calea scurtă, pot avea loc tot felul de efecte: zvâcniri, senzații de „rece pe șira spinării" etc. Dacă auzim un zgomot puternic, în urma prelucrării pe calea scurtă, tresărim și întoarcem automat capul înspre direcția de unde a venit sunetul. Dacă lângă noi foșnește ceva, în urma prelucrării pe calea scurtă, sărim repede în picioare. După 200 de milisecunde devenim conștienți de ceea ce am făcut și spunem că ne-am speriat. Dar sperietura, după cum vom vedea, nu e o **emoție**, ci doar un **răspuns emoțional.**

De altfel, sistemul nostru nervos a moștenit de la reptile genul acesta de prelucrare a informației pe calea scurtă. Reflexul de a ridica mâna, pe care-l avem când atingem o plită încinsă, este o prelucrare a senzației pe o cale și mai scurtă, decizia neluându-se în amigdală, ci direct în *creierul reptilian*.

Răspunsurile emoționale nu sunt reacții învățate în timpul vieții, ci sunt automatisme cu care ne naștem. Prin evoluție, structura creierului nostru a ajuns să dezvolte mecanismul căii scurte și noi ne naștem cu el deja format în creier. Paul Ekman amintea în cartea „Emoții date pe față" despre faptul că unor șoareci născuți în laborator, care n-au interacționat niciodată cu o pisică, li s-a arătat o pisică atunci când au ajuns la maturitate, iar șoarecii s-au speriat de ea – adică au avut un *răspuns emoțional.*

Răspunsurile emoționale sunt reacții strict mecanice, care țin de structura noastră biologică, și ele nu se transformă în timp. La crearea răspunsurilor emoționale participă doar *creierul reptilian* și *sistemul limbic*.

Emoțiile, însă, conțin prelucrări la nivelul neocortexului, sunt condiționate de conținutul memoriei noastre și, chiar dacă „se întâmplă" și ele tot brusc, prin mecanismul intuiției, ele pot fi totuși „educate" în timp.

4.2.2 Tipuri de emoții

Daniel Goleman, celebrul autor al cărții „Inteligența emoțională", consideră că există o paletă largă de emoții, iar Robert Plutchik încearcă chiar să le așeze pe perechi într-un fel de „roată a emoțiilor". Încercări de clasificare a emoțiilor s-au tot făcut în psihologie, dar o taxonomie general acceptată nu există încă.

Aminteam în subcapitolul *2.2.2 Creierul triunitar* despre creierul reptilian care funcționează maniheist, împărțind stimulii în agreabili sau dezagreabili, adică stimuli asociabili supraviețuirii organismului și stimuli asociabili morții sau distrugerii acestuia. În felul acesta, tot ce este asociabil supraviețuirii înseamnă plăcere, iar tot ce este asociabil morții înseamnă

durere. Aminteam, de asemenea, că (peste creierul reptilian) sistemul limbic a dezvoltat mecanismul „observare-imitare-repetare", un mecanism de învățare automată și inconștientă care urmărește exclusiv evitarea durerii și repetarea plăcerii.

Dacă ar fi să căutăm criterii de împărțire a emoțiilor, **valența** ar fi probabil cel mai relevant dintre ele. Valența sau *tonul hedonic* al emoției este calitatea ei de a fi asociabilă direct cu durerea sau cu plăcerea, cu supraviețuirea ori moartea.

În urma cercetărilor sale, Paul Ekman[222] identifică patru emoții fundamentale care corespund la patru *răspunsuri emoționale* distincte și pe care le întâlnim în toate culturile umane de pe planetă, ba chiar și la maimuțe. Aceste emoții fundamentale sunt: **frica**, **furia**, **tristețea** și **bucuria**. Din perspectiva *valenței*, frica, furia și tristețea sunt **emoții negative**, iar bucuria este o **emoție pozitivă**.

După indicația lui Aristotel din Poetica, pe care am mai amintit-o în subcapitolul *3.1.3 Primele povești scrise*, povestea trebuie să conțină frică! Acest comandament al stagiritului ne sugerează că *arcul emoțional* al poveștii este potențat de emoțiile negative, iar emoțiile pozitive slăbesc intensitatea emoțională a poveștii. De altfel, și apetența omului pentru știri negative se explică prin faptul că el vrea să cunoască povești despre durere ca să știe cum să o evite.

4.2.3 Emoțiile fără stimul extern

Am subliniat faptul că emoțiile au toate caracteristicile *răspunsurilor emoționale,* dar și că sunt mai mult decât atât. O *emoție* vine întotdeauna împreună cu un *răspuns emoțional*, dar existența unui răspuns emoțional nu implică neapărat existența unei emoții.

Talamusul este, după cum spuneam, releul senzațiilor, el fiind cel care livrează informațiile către memoria pe termen scurt. Accesul talamusului în memoria pe termen scurt este asigurat de o serie de circuite neuronale numite generic *memorie senzorială*. Așa cum am precizat în subcapitolul *2.2.3 Memoria*, persistența memoriei senzoriale variază între 100 și 250 de milisecunde. Organele noastre de simț recepționează continuu senzații, astfel că după cele maximum 250 de milisecunde, sau un sfert de secundă, memoria senzorială este reîmprospătată.

O oarecare informație despre o senzație percepută, pe care talamusul o descarcă în memoria senzorială, dispare dacă nu este preluată în memoria pe termen scurt. Dacă sistemul de comandă, din memoria pe termen scurt,

[222] Paul Ekman, Emoții date pe față, Editura Trei, București 2016

care este responsabil cu atenția, a concentrat atenția pe anumite fluxuri, el nu mai poate recepționa noile informații din memoria senzorială. Este cunoscut că, atunci când ne concentrăm puternic atenția pe ceva anume, ajungem într-un stadiu numit „orbire perceptuală", adică aproape nu mai auzim și nu mai vedem ce e în jurul nostru. Pe „calea lungă", atenția noastră fiind concentrată pe ceva anume, nu mai recepționăm stimulul și nu mai construim emoția, dar pe calea scurtă, amigdala își face treaba și construiește răspunsul emoțional. În felul acesta, avem răspuns emoțional, dar nu avem emoție.

Se poate, de pildă, să ne speriem atunci când ne confruntăm cu o situație periculoasă, dar sperietura în sine nu este o emoție, ci doar un răspuns emoțional, pentru că, în momentul în care ne speriem, noi nu știm exact de ce ne-am speriat. Dacă motivul pentru care ne-am speriat nu reprezintă o amenințare, rămânem cu sperietura, dar fără emoție. Dacă însă, după ce ne-am speriat, percepem corect motivul sperieturii și neocortexul îl evaluează ca fiind un eveniment amenințător, abia atunci se naște frica. Iar frica este o emoție.

Ceea ce numim „calea lungă" devine un subiect interesant de dezbătut acum. Să presupunem că în fluxul conștiinței ne apare o anumită amintire pe care o evaluăm ca fiind amenințătoare, și facem asta perfect conștienți. Spre exemplu, să presupunem că trebuie să mergem să ni se facă o injecție și ne amintim că injecțiile din trecut ne-au făcut să simțim durere și disconfort. Neocortexul va prelucra, astfel, o informație despre o amenințare care stă să revină. Fiind asociată cu amenințarea, informația despre injecție va fi transmisă către amigdală pe calea lungă. Amigdala, primind de la neocortex o informație despre o amenințare, va construi *răspunsul emoțional*, chiar dacă neocortexul a luat acea informație din memorie și nu de la organele de simț. Inima va începe să ne bată mai tare, respirația se va accelera, deși ochii noștri nu au văzut astăzi, deocamdată, nicio seringă. Conștiința noastră va sesiza schimbările din corp și le va corela cu informația despre injecție din memoria pe termen scurt, iar în momentul acela, se va construi emoția. Și atunci „vom simți" că ne este frică.

După cum cititorul a observat, am pus între ghilimele expresia „vom simți", pentru că noi, oamenii, nu simțim niciodată emoțiile. Emoțiile sunt procese ale *gândirii*, în ambele ei forme[223]! Mai corect ar fi să spunem, așadar, că „vom ști" frică.

[223] Vezi Kahneman, op. cit. – Intuiția este „gândirea rapidă", iar rațiunea este „gândirea lentă".

Oamenii spun că „simt" *emoția* pentru că, odată cu momentul în care ei „știu" *emoția*, ei simt și *răspunsul emoțional*, adică simt că le bate inima mai tare, simt „ceva în stomac" din cauză că amigdala a oprit activitatea din tubul digestiv etc. După cum spuneam, fără *răspunsul emoțional*, emoția nu e decât o simplă **cogniție**, adică ceva ce „știm".

Faptul că, apelându-ne amintirile, putem avea emoție (adică *cogniție* plus *răspuns emoțional*) ne demonstrează că emoțiile pot fi construite și în lipsa stimulului senzorial. În concluzie, emoțiile (fiind de fapt *cogniții* plus *răspuns emoțional*) se pot construi fie pe baza unei informații furnizate de organele de simț, fie pe baza unei reprezentări, a unei amintiri.

În teatru, se știe că un actor nu poate reda emoțiile unui personaj dacă nu a studiat îndeajuns de mult personajul. Un actor care a zăbovit suficient de mult asupra psihologiei și caracterului personajului pe care-l joacă, un actor care a studiat povestea personajului și a studiat motivația faptelor sale, ajunge să internalizeze povestea personajului, adică ajunge să preia faptele eroului respectiv ca și cum ar fi propriile sale amintiri. Iar acest lucru înseamnă „intrarea în rol".

Despre actorul Heath Ledger, care l-a jucat pe „Joker" în filmul „Batman Cavalerul Negru" (2008) și a primit și-un premiu Oscar pentru acest rol, se spune că înainte de filmare a studiat personajul Joker atât de mult încât a ajuns nu doar să-i internalizeze povestea și amintirile, ca și cum ar fi fost ale lui, ci a ajuns să se identifice pur și simplu cu eroul negativ. Iar, după aceea, „n-a mai reușit să iasă din rol", a făcut depresie și s-a sinucis fix înainte de lansarea filmului.

Autorii acestei lucrări nu încurajează asumarea riscurilor inutile în procesul de storytelling și nu-și doresc ca cititorii să ajungă să sufere în vreun fel în procesul de internalizare a poveștii. Dar, așa cum am tot repetat până aici, povestea este un transfer de experiență, iar povestitorul nu va putea transfera ceea ce nu are. Cunoașterea poveștii și înțelegerea profundă a eroului îi vor permite povestitorului să trăiască sincer și plenar emoția, atunci când va spune povestea, lucru care-l va feri de păcatul falsificării emoțiilor. Despre aceste aspecte vom insista în *4.6 Autoperfecționarea*.

4.2.4 Transferul emoțiilor

Din poveste către povestitor

Stanley Keleman, fost scriitor și terapeut american, a pornit de la expertiza sa în chiroterapie, a desfășurat cercetări cu privire la interdependența dintre kinetica corpului uman și emoții, și a dezvoltat un fel

de psihologie comportamentală proprie, pe care a numit-o „psihologie formativă".

Începând cu anul 1973 și până la moartea lui Joseph Campbell[224] patru ani mai târziu, Keleman și Campbell au organizat anual câte un seminar în care au dezbătut împreună relația dintre mitologie și corpul uman. În 1999, Keleman a scos o carte[225] în care a prezentat concluziile acelor seminarii.

Concluzia lor comună[226] a fost aceea că poveștile mitologice, descriind experiențele prin care trece trupul eroului, prezintă de fapt trăirile emoționale ale acestuia, iar limbajului trupului nu e altceva decât o „metaforă" pentru starea emoțională a individului.

În general, se știe că cea mai mare parte dintre acțiunile omului (soldate în final cu gesturi și mișcări ale corpuri) sunt efecte ale stării sale emoționale. Printr-o serie de cercetări făcute împreună cu Nina Bull (cercetător în psihiatrie al Universității Columbia), Keleman a observat că anumite gesturi și mișcări ale corpului au ele însele capacitatea de a crea emoția pe care suntem tentați să credem că o reprezintă.

De aici, mai departe, Keleman și-a dezvoltat teoria conform căreia acțiunile fizice stau la baza dezvoltării emoționale și nu invers. Astfel, în ședințele sale terapeutice, el a ajuns să practice „reorganizarea posturală", în scopul creării la nivelul pacientului a unei anumite stări emoționale și în special în scopul eliminării stresului.

În psihologia formativă a lui Keleman, pornind de la observația că emoția tristeții se manifestă printr-o postură specifică, în care omul stă cocoșat și cu capul aplecat, iar emoția bucuriei se manifestă printr-o postură în care omul ține spatele drept, pieptul în față și bărbia în sus, s-a concluzionat că dacă un om trist stă o vreme intenționat în postura bucuriei, tristețea sa va dispărea.

Desigur, psihologia și neuroștiințele cunosc acum suficient de multe lucruri despre emoție încât să refuze întemeiat ideea că emoția s-ar construi exclusiv prin postura trupului. Dar, după cum vom vedea în rândurile următoare, metoda lui Keleman nu e lipsită totuși de temei. Homeostazia, în biologie, semnifică proprietatea unui organism viu de a-și păstra parametrii

[224] Cartea lui joseph Campbell, „The Hero with a Thousand Faces" (Eroul cu o mie de fețe), este o lucrare de referință pe plan mondial în domeniul storytelling-ului.
[225] Stanley Kelemen, Myth & The Body: A Colloquy with Joseph Campbell, Berkeley CA, Center Press 1999
[226] John Conger, Book Review: Myth and the Body, US Association for Body Psychotherapy, Newsletter nr.5, 2001

de lucru. Când scade temperatura corpului, creierul dispune dilatarea vaselor capilare și accelerarea ritmului cardiac, pentru a duce mai multe resurse și mai mult oxigen în corp, cu scopul de a crește arderile. Când însă crește temperatura corpului, creierul nostru dispune activarea transpirației, pentru a elimina căldura excesivă din corp.

În subcapitolul *1.2.1 Nevoia de adaptare la schimbare*, aminteam de o *nevoie de ordine* și de o *dorință de menținere a echilibrului* care îl conduc pe individ spre refuzul acceptării existenței diferenței dintre situația prezentă și cele din trecut. Cauza acestei nevoi este una organică, biologică, pentru că orice diferența, în sus sau în jos față de poziția de echilibru, însemna un dezechilibru, iar dezechilibrul este similar cu pierderea homeostaziei. Ori pierderea homeostaziei duce în final la moarte. De aceea, după cum am văzut, când omul experimentează schimbarea, sistemul nervos și cel endocrin se implică recuperarea echilibrului.

De aici, mai departe, o pleiadă de psihologi au susținut existența unei **homeostazii emoționale**. Asta înseamnă că în lipsa unui stimul extern, corpul tinde să-și păstreze starea emoțională. Apariția unui stimul duce la crearea unei stări emoționale noi, la care corpul se adaptează (crește ritmul cardiac etc.) și în final se echilibrează în această stare emoțională nouă pe care va tinde să o conserve.

Adică, dacă devenim furioși dintr-un anumit motiv, până la apariția unui stimul suficient de puternic (semnal senzorial intens) cât să ne schimbe starea emoțională, creierul nostru va încerca să conserve starea de furie. Dacă ajungem să fim furioși pe ceva anume, vom găsi în jur numai motive de furie.

Emoția nu e un „ceva" pe care creierul să-l aibă, emoția e un proces, ea nu *este*, ea *se întâmplă*. Prin intermediul talamusului, creierul își monitorizează continuu starea emoțională. Dacă el constată că inima bate accelerat, pupilele s-au dilatat și că respirația s-a accentuat, neocortexul va „ști" că amigdala are un motiv anume pentru a crea acest răspuns emoțional și va căuta în câmpul conștiinței să identifice semnalul care a determinat răspunsul emoțional.

Exemplificând, dacă te sună șeful după program și îți reproșează pe nedrept ceva anume, te înfurii. După ce ai terminat convorbirea, talamusul constată pulsul cardiac intens și respirația accelerată și informează neocortexul despre starea emoțională în care te afli. Stimulul a dispărut deja, convorbirea s-a încheiat. Prin urmare, neocortexul va căuta printre informațiile senzoriale „ceva" care să justifice starea emoțională. Îți arunci privirea în jur și vezi canapeaua, iar pe canapea se află o carte, dar și o rudă

nu tocmai plăcută la vedere, să spunem soacra. Neocortexul va răscoli în memoria pe termen lung ca să identifice un episod din trecut în care canapeaua, cartea sau soacra au provocat un asemenea răspuns emoțional negativ. Evident că cel mai probabil e ca soacra să câștige competiția amintirilor neplăcute, ceea ce va duce la o ceartă cu sărmana femeie, provocată nu de aceasta, ci ca urmare a unui telefon primit de la un șef nedrept.

Într-un studiu[227] realizat la Universitatea din Kansas, cercetătorii le-au cerut subiecților să țină o vreme un creion între dinți (astfel încât gura să schițeze un zâmbet forțat) și să încerce să nu se gândească la nimic. Măsurătorile fiziologice (ritm cardiac, tensiune arterială etc.) au arătat că, după un timp, răspunsul emoțional al subiecților era similar cu cel al bucuriei.

Din subcapitolul *3.1.2 Triunghiul storytelling-ului* cunoaștem despre relația tripartită între poveste, povestitor și auditoriu și despre necesitatea unei congruențe între planurile emoționale ale poveștii, povestitorului și auditoriului. Povestea, fie că o construim noi, fie că e construită deja de altcineva, dacă e bine scrisă, are un *arc emoțional* bine definit.

Chiar dacă n-am scris-o direct, citind-o „la rece", putem identifica curba fichteană și inflexiunile arcului emoțional, prin urmare putem ajunge să „știm" care este emoția potrivită pentru fiecare enunț din firul narativ. În procesul de spunere al poveștii, trebuie să trăim acele momente. A-i afișa auditoriului „simptomele" unei emoții, fără să „simți" efectiv acea emoție, e o procedură periculoasă care, de obicei, îl discreditează pe povestitor. Câți dintre cititori sunt cu adevărat încântați de „încântarea" cu care agentul de vânzări prezintă un produs? Mecanismele intuitive pe care le-am dobândit în zeci și sute de mii de ani de evoluție ne spun aproape instantaneu când cineva „mimează" o emoție.

Dar, dacă în perioada de antrenament, atunci când lucrează de unul singur pe firul narativ al poveștii, povestitorul încearcă să-și compună emoțiile, rezultatele pot fi pozitive. Așa cum cei din exercițiul de mai sus și-au compus bucuria cu creionul între dinți, după exercițiu repetat, neocortexul va învăța ce emoții trebuie să „simtă" atunci când va trebui să spună povestea în fața auditoriului.

Cunoașterea răspunsurilor emoționale aferente emoțiilor și compunerea lor, prin gesturi și expresii faciale, în timpul etapei de pregătire a spunerii poveștii, creează transferul emoției de la poveste la povestitor.

[227] Tara Kraft, Sarah Pressman, Grin and Bear It: The Influence of Manipulated Facial Expression on the Stress Response, Psychological Science Journal vol. 23, APS 2012, pag. 1372-1378

De la povestitor către auditoriu

Încercând să înțeleagă modul în care creierul conduce mișcarea mâinii, în 1992, echipa neurologului italian Giacomo Rizzolatti[228] a introdus în capul unor maimuțe niște mici electrozi prin care au monitorizat activitatea neuronilor din diferite zone cerebrale. În timpul cercetării, echipa lui Rizzolatti a reușit să identifice cu mare precizie seturi de neuroni responsabile de anumite mișcări, cum ar fi, de exemplu, apucarea unui obiect cu mâna, sau dusul mâncării la gură.

Într-o zi însă, în timpul desfășurării experimentelor, unul dintre cercetători și-a desfăcut pachetul de mâncare și a început să mănânce. În mod surprinzător, electrozii au arătat că în creierul maimuțelor s-au activat unele seturi de neuroni care se activaseră și în zilele precedente, când s-a studiat dusul mâncării la gură. Dar, de data aceasta, maimuțele nu mâncau, ci doar priveau.

Dintre toate seturile de neuroni care se activau atunci când maimuța apuca cu mâna mâncarea și o ducea la gură, 20% se activau și atunci când maimuța privea pe cineva care apuca mâncare și și-o ducea la gură. Acești neuroni speciali au fost numiți **neuroni oglindă**. În raportul cercetării și în alte prezentări ulterioare, Rizzolatti a lansat teoria că neuronii oglindă ar fi responsabili și de modul în care copilul mic învață vorbirea, prin observarea (ascultarea) semenilor săi.

Multe studii ulterioare[229] [230], desfășurare independent unele de celelalte, au arătat implicarea neuronilor oglindă în emoții și empatie. Deși s-a confirmat că în cazul persoanelor catalogate ca fiind „mai empatice", activitatea din zona neuronilor oglindă este mult mai intensă, există totuși o capacitate de a empatiza prezentă la fiecare persoană. Iar cercetările cu privire la empatie și emoție au relevat importanța deosebită a expresiilor faciale.

O expresie facială (asociată unei emoții) văzută pe chipul altei persoane determină (ca *răspuns emoțional*) o expresie facială similară pe chipul privitorului. Iar apoi, dacă expresia facială este suficient de mult oglindită în mintea privitorului, pe „calea lungă", neocortexul va identifica în

[228] Giacomo Rizzolatti ș.a., Action recognition in premotor cortex, Brain vol.119, Oxford University Press 1996, pag. 593-609

[229] Sourya Acharya, Samarth Shukla, Mirror neurons: Enigma of the metaphysical modular brain, Journal of Natural Science, Biology and Medicine vol.3, Cork University, Ireland 2012, pag. 118-124

[230] James Kilner, Roger Lemon , What We Know Currently about Mirror Neurons, Current Biology vol.23, Elsevier 2013, pag. 1057-1062

memoria pe termen lung a privitorului amintirile necesare care să-i permită să construiască la rândul lui *emoția*.

Acest proces explică diferite fenomene empatice, cum ar fi situația în care o persoană stă în prezența altei persoane. care este tristă din anumite motive personale. În scurt timp, prima persoană devine și ea tristă, dar din propriile ei motive, fără ca aceste motive să aibă vreo legătură cu motivele persoanei a cărei tristețe a oglindit-o.

În procesul de spunere a poveștii, firul narativ al poveștii oferă auditoriului cogniția necesară, iar jocul emoțiilor povestitorului determină oglindirea în auditoriu a răspunsului emoțional. Cele două însumate (cogniția și răspunsul emoțional) determină transferul emoțional de la povestitor către auditoriu.

4.3 Atitudinea

4.3.1 Ce este atitudinea?

Gordon Allport a fost printre primii psihologi americani care s-au concentrat pe psihologia personalității și unul dintre primii care au tratat *atitudinea*[231]. În procesul de înțelegere a personalității individului, Allport a considerat că abordarea psihanalitică, fiind profund interpretativă, este destul de nesigură, iar abordarea propusă de psihologia comportamentală este insuficient de profundă. Astfel, el a considerat că înțelegerea personalității se poate face mult mai bine încercând să o explicăm în contextul a ceea ce se întâmplă cu individul în prezent, decât cu ceea ce s-a întâmplat în trecut.

După Allport, atitudinea este „starea mentală şi neurofiziologică determinată de experienţă şi care exercită o influenţă dinamică asupra individului, pregătindu-l să acţioneze într-un mod specific, caracteristic unui număr de obiecte şi fenomene"[232]. Adică, atitudinea este o stare mentală bazată pe experiența anterioară (amintiri), care predispune individul să acționeze într-un anumit fel.

Frank Freeman a fost un psiholog american care a ocupat la un moment dat poziția de decan al Facultății de Științele Educației din Berkeley, din cadrul Universității California. El considera că atitudinea este „o disponibilitate a individului de a răspunde [unui stimul – n.a.] într-un mod consecvent, care a fost învățat [din experiențele anterioare - n.a.] și care a devenit un mod tipic de răspuns"[233].

Pe traseul stimul – acțiune, înțelegem deci că emoția apare prima. Senzația îi oferă creierului informația că în mediu a apărut o schimbare. Pe „calea scurtă", corpul se pregătește să reacționeze la schimbare într-un mod primar, moștenit de mamifere de la reptile. Pe „calea lungă", stimulul (informația furnizată de senzație) este evaluat prin asemănare cu experiența altor stimuli similari din memoria explicită, iar astfel se realizează cogniția, individul „trăind" emoția. Atitudinea se formează, însă, în timp, pe baza experienței acumulate și a acțiunilor săvârșite în trecut ca reacții la stimul.

---

[231] Gordon Willard Allport, A Handbook of Social Psychology, Clark University Press 1935, pag. 798-844

[232] apud Rela-Valentina Ciomag, Atitudinea - Trăsătură caracterială importantă în obținerea performanței sportive, Marathon vol.4, ASE 2012, pag. 18

[233] apud Rashmi Sharma, Teaching attitude of higher secondary schools' teachers of Raebareli, Journal of Indian Research vol.1, Mewar University 2013, pag.154

Să presupunem că un om adult vede prin iarbă un șarpe de casă (Natrix natrix). Pe baza informațiilor ancestrale, moștenite de om de la strămoșii lui care au fost mușcați de șerpi în ultimele sute de milioane de ani, pe calea scurtă, la fel ca la reptile, amigdala va determina rapid un *răspuns emoțional* – spaima.

Răspunsul emoțional determinat de către amigdală pe calea scurtă poate implica doar creșterea ritmului cardiac și accelerarea respirației, sau poate duce la gesturi reactive automatizate (instinctive), omul sărind înapoi sau lovind șarpele, după evaluarea pe care o face amigdala pe baza automatismelor dobândite ancestral. Nu există însă nicio strategie de acțiune pe calea scurtă, reacția omului fiind simplă și directă: „stimul – efect". E necesară o nouă acțiune din partea șarpelui (o reacțiune) pentru ca amigdala să decidă un nou răspuns motor.

Pe calea lungă, neocortexul realizează *cogniția*, analizând stimulul, identificând șarpele și evaluându-l ca reprezentând o amenințare. Amigdala primește informația de la neocortex și calibrează *răspunsul emoțional*. Abia în acest moment omul „simte" frica. De aici, mai departe, inconștient și intuitiv sau conștient și rațional, el va putea decide o anumită acțiune motorie. Ar putea, de exemplu, să fugă pentru că, în urma poveștilor auzite despre șerpii veninoși, intuiția îl va determina să alerge rapid, sau din contra, ar putea să încremenească pe loc. În general, omul apelează la rațiune abia atunci când intuiția eșuează. Oricum ar fi, omul nostru va „simți" frica.

Cu timpul, experimentând mai multe întâlniri cu șerpi și internalizând mai multe povești despre întâlnirile cu asemenea reptile, în neocortex se vor crea modele ierarhice abstracte de comportament, pe baza modelelor ierarhice episodice din memoria pe termen lung. Aceste modele ierarhice vor interfera cu alte modele ierarhice abstracte de comportament, cum ar fi cele de reacție la întâlnirea unei șopârle sau la întâlnirea polițistului în intersecție, iar dintre ele, în neocortex se vor crea modele ierarhice de comportament de o abstractizare și mai înaltă. Astfel, cu timpul, intuiția va avea la dispoziție modele ierarhice de comportament pe care să le aplice după ce omul nostru a „simțit" frica.

Formarea treptată a acestor modele ierarhice de comportament determină o stare mentală în care există o anumită disponibilitate de reacție la o anumită categorie de stimuli. Această disponibilitate am ales să o numim în această lucrare ca fiind **atitudinea**.

Omul din exemplul nostru a văzut șarpele și a „simțit" frica. Mai departe, atitudinea lui curajoasă sau din contra, defensivă în fața șarpelui, depinde de experiențele sale anterioare și de modul în care s-au format

modelele ierarhice abstracte de comportament. Plastic spus, *emoția* este ceea ce „simte" individul, iar *atitudinea* este ceea ce este el „predispus să facă".

Cititorul a înțeles că *o atitudine* succede întotdeauna *unei emoții* și știe deja că, în storytelling, *emoția* sincronizează auditoriul pe *arcul emoțional* al poveștii. A*titudinea* nu este, însă, doar atât, pentru că observarea și identificarea corectă a unei *atitudini* îi permite auditoriului poveștii să anticipeze o posibilă acțiune – în planul cauzal al poveștii, iar astfel să internalizeze și mai bine *firul narativ*.

Exprimarea atitudinii, după cum vom vedea în paginile următoare, însumează exprimarea emoției pe care o succede în cadrul unei anumite posturi sau pe parcursul unei anumite mișcări.

4.3.2 Tipologii de atitudini

După cum arătam mai sus, *atitudinea* a început să-i preocupe pe psihologi încă din anii '30, iar pe la sfârșitul anilor '80 ai secolului trecut, se publicaseră deja peste 20.000 de studii și cercetări[234] în domeniu. În prezent, în lumea științifică apar anual peste 1.000 [235] de articole legate de domeniul atitudinilor.

Nu este nici pe departe locul în această lucrare intenția de a aprofunda domeniul atitudinilor ori de a crea o taxonomie exhaustivă a acestora. Descrierile, explicațiile și clasificarea pe care o propunem în această lucrare sunt direcționate de problematica poveștii, iar unicul scop este acela de a facilita prezentarea procesului de storytelling.

Daniel Goleman afirmă[236] că pe baza *emoțiilor* se formează *predispozițiile* [atitudinile – n.a.], iar dincolo de *predispoziții* se află trăirile emoționale care definesc comportamentul uman al unei persoane în anumite conjuncturi. De aici putem înțelege că, însumate, atitudinile individului contribuie la construcția caracterului acestuia.

Prin urmare, categoriile de atitudini pe care le-am identificat au funcțiune strictă în procesul de creare și de prezentare al poveștii, autorii acestei lucrări încercând să facă distincție între atitudinile care facilitează construirea *arcului emoțional* și cele care facilitează descrierea *personajelor* – caracterizarea acestora.

---

[234] Tatiana Callo, Atitudinea - o „nouă forță" a educației, Univers pedagogic vol.4, Institutul de Ştiinţe ale Educaţiei , Chișinău 2013, pag.5

[235] ibidem

[236] apud Mihai Aniţei ș.a., Utilizarea instrumentelor software pentru analiza sarcinilor testării subliminale în recunoaşterea microexpresiilor faciale, Revista Română de Interacţiune Om-Calculator vol.3, Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca 2010, pag. 162

Atitudinile reflexe

Acestea sunt atitudini simple pe care în general le întâlnim și la alte mamifere și care se formează de regulă ca predispoziție de acțiune la o singură emoție. Atât atitudinea reflexă cât și emoția din spatele ei sunt identificate rapid și intuitiv de către auditoriu și nu depind de contextul socio-cultural definit în lumea poveștii.

Construcția atitudinilor reflexe depinde de experiența anterioară a individului, care-l poate duce spre o poziție activă sau pasivă față de stimulul senzorial, dar și de prezența în sânge a hormonilor de stres (cortizon, adrenalină) sau a celor „ai fericirii" (endorfine etc.).

Emoția fricii poate fi succedată de o atitudine de supunere sau de una de dominație. Furia, ca emoție, poate duce la o atitudine agresivă sau la frustrare. Tristețea poate duce la o simplă renunțare sau la agonie. Bucuria poate duce la o atitudine relaxată sau dimpotrivă, la efuziune. Surpriza poate duce la curiozitate sau la scepticism.

Sunt și situații când două emoții se succed rapid una după cealaltă și chiar se suprapun. Astfel, surpriza suprapusă fricii va determina o poziție pasivă, de protecție și va genera o atitudine îngrijorată, dar aceeași surpriză, suprapusă bucuriei, va determina o poziție pro-acțiune și va genera o atitudine de fascinație. Emoția disprețului, în funcție de interesul prezentat de stimul, va putea genera o atitudine superioară sau una de indiferență.

Atitudinile reflexe au o arie restrânsă și se construiesc în jurul unor stimuli foarte puternici și a unor experiențe anterioare din spațiul și timpul apropiat. O persoană poate avea „în general" o atitudine curajoasă, dar în fața unui stimul foarte puternic și în urma unor anumite întâmplări recente, în urma declanșării emoției fricii poate prezenta o atitudine de supunere. După cum o persoană „în general" lașă, în anumite circumstanțe stricte, poate prezenta o atitudine de dominație, de curaj.

Astfel, *atitudinile reflexe* contribuie mai degrabă la construirea *arcului emoțional* și nu participă la caracterizarea personajelor decât dacă se manifestă repetat și se regăsesc în construcția *atitudinilor caracteristice* pe care le prezentăm mai jos.

Atitudinile caracteristice

Este vorba, aici despre atitudini mai complexe, care se solidifică în comportamentul individului într-o perioadă mai lungă de timp. Ele reprezintă așa-zisele *trăsături de caracter*. Christopher Peterson spunea că „optimismul este o atitudine legată de înclinarea de a trăi emoții plăcute". Negativismul, pesimismul, optimismul, curajul, lașitatea sunt atitudini caracteristice.

Atitudinile caracteristice sunt atașate fiecărui personaj în parte încă de la etapa de construire a personajelor, ele devenind cadrul restrictiv de atribuire a atitudinilor reflexe. Adică, atunci când pe firul narativ, într-un anumit moment al acțiunii, unui personaj i se atribuie o anumită *atitudine reflexă*, aceasta trebuie corelată cu *atitudinile caracteristice* deja atribuite. În general, pe firul narativ, creatorul poveștii va atribui personajului atitudini reflexe care să corespundă atitudinilor caracteristice asumate. După cum cititorul probabil își amintește, „personajele fac povestea" și nu invers!

Ca excepție de la această regulă, unui personaj i se poate atribui circumstanțial o *atitudine reflexă* contrară *atitudinilor* sale *caracteristice* doar în momentele de înaltă încărcătură emoțională de pe arcul emoțional. Creatorul poveștii se va asigura că a livrat deja atitudinea caracteristică și că a fixat deja caracterul personajului în mintea auditoriului înainte de a îi atribui o atitudine reflexă contrară. Dacă a procedat astfel, momentul în care personajul prezintă o atitudine reflexă contrară cadrului atitudinilor sale caracteristice va fi perceput de auditoriu ca un eveniment de înaltă încărcătură emoțională.

4.4 Limbajul trupului

Pe la mijlocul secolului al XX-lea, în Papua Noua Guinee mai existau oameni care trăiau în culturi tribale specifice Epocii de Piatră. Neurologul american Daniel Carleton Gajdusek a decis să cerceteze o anumită boală prezentă în cadrul unui trib canibal ce trăia într-o cultură specifică neoliticului, intenția omului de știință fiind aceea de a descifra influența mediului și a obiceiurilor tribale asupra bolii. De aceea, Gajdusek a tras pe film[237] foarte multe momente din viața de zi cu zi a acelor oameni.

Psihologul american Paul Ekman a studiat mai târziu acele filme, alături de alte înregistrări și imagini cu oamenii din toate culturile secolului al XX-lea, și astfel a confirmat că în comportamentul și mai exact în limbajul nevorbit al oamenilor există expresii faciale, gesturi și mișcări care au aceeași interpretare, indiferent de mediul cultural. Vorbim despre expresii faciale, gesturi și mișcări care au interpretare dependentă de contextul socio-cultural.

Din categoria expresiilor faciale, a gesturilor și a mișcărilor cu aceeași interpretare indiferent de context, Ekman a sintetizat lista emoțiilor fundamentale: frica, furia, tristețea și bucuria.

4.4.1 Expresiile faciale și Gesturile

Expresiile faciale

Sunt construcții realizate prin contractarea unuia sau a mai multor mușchi ai feței în același timp, cu orientarea privirii într-o anumită direcție. Prin contracție, acești mușchi pliază pielea în jurul orificiilor naturale – ochi, gură, nări, dând expresie feței. Astfel, combinările dintre diferitele poziții ale sprâncenelor, pleoapelor, buzelor, pomeților obrajilor etc. pot duce la diferite expresii faciale.

Gesturile

În general, psihologia împarte gesturile în trei categorii[238]: **reactive**, **retorice** și **instrumentale**. *Gesturile reactive* sunt răspunsuri (reacții) ale corpului și membrelor la situații neașteptate. Ele apar spontan fără să fie realizate intenționat sau măcar conștient, de regulă în scopuri de apărare. *Gesturile retorice* însoțesc sau înlocuiesc vorbirea și „au drept scop să convingă interlocutorul sau, ceva mai mult, să îi provoace o anumită stare emoțională sau afectivă"[239]. Iar *gesturile instrumentale* sunt cele gândite sau

[237] Paul Ekman, op. cit.
[238] Ruxandra Rascanu, Psihologie și comunicare , Universitatea din Bucuresti 2002, ebook, capitolul 3
[239] Ruxandra Rascanu, op. cit.

pregătite ca răspuns la niște situații așteptate, ori acele gesturi prin intermediul cărora omul realizează o anumită activitate.

Gesturile instrumentale

Pornind de la observația că există gesturi și mișcări care au aceeași interpretare indiferent de mediul cultural al oamenilor, cât și gesturi și mișcări care au interpretare dependentă de contextul socio-cultural, putem asocia *gesturile instrumentale*, care sunt gesturi învățate în decursul vieții, cu gesturile dependente de contextul socio-cultural. Gesturile instrumentale nu au nicio încărcătură emoțională.

Atunci când vom construi povestea, în etapa de definire a *lumii poveștii* și în cea de definire a caracterizării fizice și ocupaționale a personajelor, vom căuta să identificăm *gesturi instrumentale* pe care să le asociem personajelor și pe care povestitorul să le poată efectua în procesul de spunere a poveștii, pentru a întări descrierile.

De exemplu, știm că un vânător este o persoană care ucide animale, de obicei cu ajutorul unui arc sau al unei puști. În funcție de reperele din lumea poveștii, când povestitorul amintește de vânător și narează o acțiune săvârșită de acesta, în momentul în care el rostește „vânătorul", poate opera un gest instrumental ca și cum ar duce pușca în poziție de ochire.

Gesturile reactive

Sunt *răspunsuri emoționale* simple, neînsoțite neapărat de o emoție. Ele au avantajul că pot fi decodate indiferent de mediul socio-cultural al oamenilor și pot astfel facilita păstrarea atenției auditoriului printr-o stimulare vizuală congruentă pe firul poveștii. De exemplu, dacă povestitorul descrie un eveniment în cursul căruia ceva i-a sărit brusc în față, în momentul în care povestește acest lucru, el poate tresări și retrage ușor înapoi.

Gesturile retorice, așa cum sunt definite, au, pe de o parte, calitatea de a înlocui vorbirea, dar pe de altă parte, trebuie să provoace o stare emoțională. Ca să poată înlocui vorbirea și să convingă, ele trebuie să poată reprezenta persuasiv enunțul transmis verbal. Ca să poată, însă, transmite o stare emoțională, ele ar trebui să se apropie cumva de gesturile reactive. Din perspectiva acestei lucrări, categoria gesturilor retorice trebuie împărțită în **gesturi descriptive** și **gesturi emoționale**.

Gesturile descriptive

Sunt acele gesturi care sugerează subiectul, acțiunea, obiectul sau termenii adjuncți din structura unui enunț. Enunțul „Băiatule, așează-te acolo!" poate fi susținut nonverbal printr-o serie de gesturi descriptive care să identifice băiatul ori locul unde trebuie să se așeze. Enunțul „Eu am

pescuit un pește mare" poate fi susținut nonverbal prin gesturi instrumentale care arată acțiunea pescuitului (ridicarea undiței, rularea firului la mulinetă etc.) dar și prin gesturi descriptive, povestitorul arătând cu mâna către propriul său piept ca să spună nonverbal „eu", și deschizând larg brațele ca să sugereze dimensiunea peștelui.

Gesturile emoționale

Sunt gesturi care susțin exprimarea unei emoții sau a unei atitudini, dar într-un cadru mult mai amplu decât cel al gesturilor reactive, de regulă cu o interpretare în context socio-cultural. Emoția bucuriei poate fi exprimată printr-un gest reactiv simplu, cum ar fi aplaudatul, dar și printr-un gest emoțional mai amplu, cum ar fi gestul „dab", pretabil în cadrul unei atitudini triumfătoare și interpretabil doar în context socio-cultural specific.

Figură 41 - Gestul „Dab"

Gestul „Dab" este o achiziție recentă în cultura umană și se realizează prin lăsarea capului pe un braț flexat, în timp ce brațul opus este întins pe o direcție paralelă cu antebrațul mâinii flexate. Se pare că această expresie a trupului își are originea în serialul japonez de desene animate „Dragon Ball Z", dar a ajuns să fie asociată bucuriei și triumfului, popularitatea sa fiind născută prin accesul la rețelele sociale a cohortei demografice denumite „generația alfa".

4.4.2 Posturile și mișcările

Preocuparea omului de a reprezenta atitudinile prin posturi se manifestă și în reprezentările sale artistice. Atitudini cum ar fi „demnitatea" sau „măreția" au fost sugerate prin posturi statice impozante, după cum se poate vedea la statuile din imaginea alăturată.

Figură 42 - Templu din Luxor (Egipt)

Posturile sunt reprezentări plastice ale atitudinilor realizate prin coordonarea mai multor mușchi, pentru menținerea stabilității corpului într-

o anumită poziție fixă sau în cadrul unei mișcări. Astfel, posturile sunt de două feluri[240]: *statice* sau *dinamice*.

Figură 43 - Postură statică și postură dinamică
sursa: FreePik

Posturile statice sunt atunci când omul se află într-o aparentă sau reală nemișcare, în șezut, în picioare sau întins, ca atunci când doarme. În cadrul posturilor statice, segmentele cervical, toracic și lombar ale coloanei vertebrale stau pe același aliniament, iar umerii și genunchii sunt simetrici.

Posturile dinamice se realizează când omul se deplasează, se apleacă sau se ridică de jos. Mușchii lui se contractă alternativ pentru a păstra echilibrul. Segmentul cervical al coloanei vertebrale se frânge de pe aliniament, iar umerii, coatele și genunchii sunt în poziții asimetrice, ceea ce oferă dinamism și acțiune posturii.

Ca observație generală, dar fără a fi o regulă, *atitudinile reflexe* se construiesc mai degrabă prin intermediul *posturilor dinamice*, *posturile statice* întâlnindu-se mai adesea în construcția *atitudinilor caracteristice*.

Spuneam, în paginile anterioare, că emoția este ceea ce „simte" individul, iar atitudinea este ceea ce este el „predispus să facă". Astfel, o persoană care simte sentimentul de frică ar putea fi predispusă să reacționeze curajos sau laș. De asemenea, spuneam că expresiile faciale și gesturile zugrăvesc emoția, iar postura ne prezintă atitudinea. Postura nu apare, însă, ulterior și separat de expresia facială și de gest, ci vine împreună cu acestea, completându-se și creând împreună cu ele atitudinea. În cadrul unei posturi există, desigur, expresie facială, iar mâinile construiesc gesturi pe care le putem decoda separat, identificând emoția, sau pe care le putem decoda împreună cu poziția corpului (postura), cu scopul de a înțelege predispoziția la acțiune, adică atitudinea.

[240] M. Beckett Howorth, The American Journal of Nursing vol.56, Lippincott Williams & Wilkins, Philadelphia 1956, pag. 34-36

Astfel, expresiile faciale și gesturile specifice emoției fricii le întâlnim și atunci când construim o postură ofensivă, ca să prezentăm atitudinea curajoasă, dar și când construim o postură defensivă, ca să expunem atitudinea lașă.

Relația ofensiv-defensiv în cadrul posturilor se realizează pe axul mărimii, în raport cu obiectul care a determinat apariția informației senzoriale.

Posturile ofensive se construiesc în așa fel încât individul aflat în această expresie să pară mai mare decât obiectul. Adică, dacă cineva se sperie de un câine sau de un alt om, dar adoptă o atitudine curajoasă, postura celui care s-a speriat va încerca să arate că el este mai mare, fizic vorbind, decât câinele sau omul de care s-a speriat. Dacă atitudinea va fi una lașă, postura lui va fi una *defensivă,* și ca atare îl va expune ca fiind mai mic și mai vulnerabil. Ca să construiască atitudinea curajoasă, individul se poate ridica de jos sau se poate înălța, trecând prin mai multe posturi ofensive. De asemenea, pentru a întări efectul, el va putea trece de la expresiile faciale și gesturile reactive care construiesc frica la expresii faciale și gesturi reactive care sugerează un răspuns emoțional agresiv. Adică, dacă la început, când s-a speriat, a strâns mâinile pe lângă corp, odată cu construcția posturii ofensive, el va putea ridica brațele deasupra capului, în sens agresiv, sugerând astfel că este (fizic vorbind) mai mare decât obiectul sperieturii.

Relația acceptare-negare se realizează în cadrul posturilor prin *posturi închise* și *posturi deschise*. *Posturile închise* sunt, în esență, tot posturi defensive, pentru că gesturile care le compun sunt gesturi reactive de protecție fizică a corpului. Totuși, ele intervin atunci când individul nu percepe un pericol iminent, ci doar unul potențial.

Figură 44 - Postura închisă și postură deschisă
sursa: FreePik

Posturile deschise se realizează prin gesturi de eliminare a protecției. Brațele se deschid larg, zona sânilor (mai ales la femei), zona viscerelor și zona inghinală – care sunt zone vulnerabile – nu mai sunt protejate.

Posturile deschise se construiesc atunci când individul nu percepe nici măcar un pericol potențial sau dimpotrivă, atunci când atitudinea lui este una de agonie, de abandon total a luptei și de așteptare a morții. *Posturile deschise* le întâlnim atunci când se construiesc atitudini care pornesc de la emoția bucuriei sau, în mai rare cazuri, atunci când se construiesc atitudini extreme, care pornesc de la emoția tristeții.

Relația interes-dezinteres se realizează prin răsucirea capului și întoarcerea feței către celălalt. Într-o postură de interes, privirea individului se îndreaptă către obiectul interesului. Dezinteresul se construiește prin răsucirea capului spre stânga sau spre dreapta, dar fără a frânge aliniamentul segmentului cervical al coloanei vertebrale, adică fără a ridica sau a coborî capul.

Desigur, după cum am mai precizat, în construcția unei atitudini pot interveni succesiv sau simultan elemente ale mai multor posturi. *Atitudinea reflexă a neîncrederii* se construiește atât pe relația acceptare-negare, cât și pe cea de interes-dezinteres. Astfel, brațele încrucișate pe piept (postură închisă) și capul întors într-o parte (dezinteres) prezintă *neîncrederea* în cel cu care individul comunică.

Mișcările sunt succesiuni de posturi prin care trece corpul omului atunci când se deplasează dintr-un loc în altul. În procesul de spunere a poveștii, povestitorul realizează în fapt mișcări, iar prin aceste mișcări el expune diferite posturi, în funcție de atitudinea pe care vrea să o prezinte auditoriului.

4.5 Vorbirea și Paralimbajul

După cum am mai arătat, utilizarea uneltelor a accelerat procesul de specializare a emisferelor cerebrale, emisfera care controlează mâna cu unealta dobândind o capacitate sporită de operare cu modelele ierarhice semantice din memoria explicită. Utilizarea uneltelor a sporit, de asemenea, și capacitatea de concentrare a atenției și de urmărire a cauzalității dintre fenomene. Astfel, prin utilizarea uneltelor s-a realizat cadrul necesar pentru apariția limbajului vorbit.

Vorbirea este un sistem de comunicare care folosește simboluri sonore (cuvinte) așezate într-o anumită structură sintactică, în cadrul acestei structuri simbolurile semnificând distinct trei elemente: subiectul comunicării, acțiunea pe care o săvârșește subiectul și obiectul - cel asupra căruia se răsfrânge acțiunea. În afara *subiectului*, *acțiunii* și a *obiectului*, în structura sintactică pot apare și simboluri sonore cu funcție de *adjunct* sau de *modificator*, care să precizeze circumstanțele săvârșirii acțiunii comunicate sau care să determine o modificare a sensului subiectului ori a obiectului.

Analizând din punct de vedere strict fiziologic, vorbirea se realizează prin împingerea afară a aerului din plămâni, prin antrenarea corzilor vocale de la nivelul laringelui, prin trecerea aerului pe deasupra limbii și prin eliberarea controlată a acestuia prin intermediul buzelor. Efectul fonetic este influențat atât de anatomia organelor participante (laringe, corzi vocale, limbă, buze etc.) cât și de *răspunsurile emoționale* realizate de către sistemul limbic.

Exprimându-se vocal, povestitorul transmite povestea către auditoriu atât în *plan cauzal* cât și *emoțional*. Planul cauzal este dependent de componenta logică a vorbirii, iar cel emoțional de componenta fiziologică a vorbirii.

4.5.1 Logica vorbirii

Se spune că gramatica este „logica vorbirii", iar o poveste spusă într-o vorbire care nu respectă normele gramaticii riscă să rateze planul cauzal și nu fie transferată corect către auditoriu. Pentru a asigura „logica vorbirii", povestitorul trebuie să aibă o cunoaștere și o înțelegere gramaticală a limbii în care va spune povestea, dar și o capacitate de exercițiu a vorbirii.

Vocabularul și sintaxa

În storytelling în general, dar mai ales în cadrul metodei „Povestitorul", povestitorului nu i se cere să învețe pe dinafară povestea. Povestitorul nu trebuie să memoreze povestea, ci să o înțeleagă și să o internalizeze. Astfel

că, așa cum vom preciza și în capitolul care prezintă etapele metodei, povestitorul va trebui să rețină în memorie doar *firul narativ* al poveștii. Propozițiile și frazele pe care le va rosti povestitorul în fața auditoriului vor fi construite pe loc, în funcție de nivelul de percepție al auditoriului și după inspirația povestitorului. Acest lucru solicită din partea povestitorului o bună cunoaștere a sintaxei limbii în care va spune povestea și o bună aprofundare a vocabularului. Cunoașterea profundă a relației de sinonimie dintre cuvinte (totală, parțială, aproximativă) și a registrului de utilizare a sinonimului (un sinonim poate fi utilizat într-o anumită zonă geografică sau în cadrul unei anumite profesii) îl ajută pe povestitor să improvizeze povestea în fața auditoriului fără să riște să denatureze sensul și să distrugă planul cauzal.

Rostirea

Dicția este considerată a fi abilitatea de a rosti clar și corect un text, astfel încât fiecare cuvânt să fie auzit și înțeles corect de către auditoriu.

Pronunția cuvintelor se poate exersa prin exerciții de dicție, dar *intonația*, adică modul în care se ridică și se coboară vocea și viteza de succesiune a cuvintelor depind de nivelul de cunoaștere și internalizare a poveștii. Atunci când povestitorul citește o poveste scrisă, semnele de punctuație îi arată intonația potrivită, astfel încât povestitorului să îi fie mai ușor. Dacă povestitorul alege să învețe pe de rost povestea, atunci el o poate învăța și expune mecanic cu intonația potrivită, dar o astfel de practică este contraproductivă, pentru că necesită foarte mult timp. În vorbirea liberă, intonația depinde de înțelegerea pe care o are povestitorul față de structura limbii.

Dacă înțelege funcțiile sintactice ale cuvintelor și deosebește cuvintele cu funcție sintactică principală (subiectul, acțiunea și obiectul) de cele cu funcție sintactică secundară (atributele, complementele circumstanțiale etc.), povestitorul va construi intuitiv intonația potrivită, pentru că va găsi pe loc enunțul, și anume legând - prin cuvinte cu funcție sintactică secundară - subiectul, acțiunea și obiectul, cele pe care le are deja în minte. Dar dacă povestitorul nu are această înțelegere, atunci el ar putea să rostească subiectul enunțului, să-l descrie prin atribute și să facă în mod greșit pauză, tocmai ca să-și reamintească verbul care prezintă acțiunea. Același lucru se întâmplă atunci când povestitorul construiește fraze lungi, alambicate, fără să aibă clar în minte trinomul subiect-acțiune-obiect. El se poate bloca într-o propoziție subordonată, și încerca în final să livreze mesajul printr-un anacolut.

Pauzele logice

În lucrarea „Teatru în școala ta"[241], autorii fac distincție între *pauzele logice* și *pauzele psihologice*, definind pauza logică ca fiind aceea pe care o face vorbitorul din considerente de intonație, ca și pentru a face separare între idei. Procesul de spunere a poveștii este un proces interactiv, în cadrul căruia auditoriul, reclădind arcul emoțional al poveștii, reacționează emoțional, la rândul lui. Uneori, răspunsurile sale emoționale nu sunt legate de povestea în sine, ci de performanța povestitorului, auditoriul exprimându-și aprecierea sau disprețul prin aplauze sau huiduieli. De cele mai multe ori, însă, răspunsurile emoționale ale auditoriului sunt congruente pe arcul emoțional și astfel, se pot prezenta ca zâmbete, hohote de râs, suspine, oftaturi etc. Pauzele logice dintre idei permit auditorului să proceseze firul narativ, dar îi permit și povestitorului să-și ia feedback cu privire la transferul poveștii, judecând răspunsurile emoționale ale auditoriului. De regulă, pauza logică continuă până când răspunsul emoțional se stinge.

4.5.2 Paralimbajul

Se spune că paralimbajul înseamnă „voce minus cuvinte"[242]. Eliminând componenta logică a vorbirii, rămânem cu aspectul fiziologic, cu modul în care *răspunsurile emoționale* afectează efectul fonetic. Modul în care *răspunsurile emoționale* determină fiziologic *volumul*, *înălțimea*, *tonul* și *ritmul* vorbirii creează paralimbajul, acesta fiind decodat intuitiv de către creier, indiferent chiar și de limba în care sunt rostite cuvintele.

Volumul vocii sau *intensitatea sonoră* reprezintă amplitudinea vibrației sonore. Cu cât intensitatea sonoră este mai mare, cu atât vocea se aude „mai tare". Unitatea de măsură a intensității sonore este decibelul. Intensitatea șoaptelor se situează undeva în jurul a 20 de decibeli, o conversație obișnuită în jurul la 40 de decibeli, iar volumul sistemului de sunet care amplifică vocea povestitorului se setează de obicei între 50 și 60 de decibeli. Zgomotul produs de un tren intercity perceput la 3 metri este de aproximativ 80 de decibeli, iar volumul sunetului la concertele de muzică modernă se setează de regulă în așa fel încât să fie perceput de auditoriu între 100 și 110 decibeli. Televizoarele au posibilitatea de a regla volumul la aproximativ 90 de decibeli. Urechea umană nu este pregătită să suporte sunete de peste 130 de decibeli, la 140 de decibeli instalându-se deja durerea.

[241] Dumitru Grigoraș ș.a., op. cit., pag. 65
[242] https://ifioque.com/nonverbal-communication/paralanguage

O ființă vie, pentru a putea emite un sunet de înaltă intensitate are nevoie de organe puternice, astfel că, intuitiv, volumul mare al vocii este asociat cu o dimensiune mare a emițătorului. Pentru a se putea face auzit atunci când vorbește într-un mediu zgomotos, omul tinde să ridice volumul, astfel că un volum ridicat este asociat cu o *atitudine reflexă de dominare*. Coborârea vocii, ca *răspuns emoțional*, este percepută ca o renunțare a atitudinii de dominare, sau ca o atitudine reflexă care denotă nesiguranța.

Înălțimea sau **pitch**-ul vocii reprezintă frecvența vibrației sonore. În general, sunetele produse de copii și femei sunt mai înalte decât cele produse de bărbați, iar în limbaj colocvial, numim sunetele înalte ca fiind *subțiri*, pe cele joase ca fiind *groase*. Frecvența este măsura numărului de repetări ale unui fenomen într-o anumită perioadă de timp. Frecvența se măsoară în hertzi (herți), zece repetări ale fenomenului într-o secundă semnificând o frecvență de 10 hertzi. Urechea umană percepe vibrații sonore cu frecvențe între 20 Hz și 20.000 Hz. Frecvența medie a vocii umane este de 440 Hz la copii, 250 Hz la femei și 125 Hz la bărbați.

Intuitiv și independent de contextul socio-cultural, oamenii percep vocile de frecvență joasă cu forța și maturitatea, iar pe cele de frecvență înaltă cu neputința și nervozitatea.

Ritmul vorbirii se referă la viteza cu care sunt pronunțate sunetele și cuvintele. În cadrul unui discurs, în funcție și de caracteristicile limbii vorbite, o persoană vorbește cu un ritm între 75 și 175 de cuvinte pe minut.

În general, datorită hormonilor de stres (cortizol, adrenalină), *răspunsurile emoționale* determină creșteri ale ritmului vorbirii, iar dispariția stimulului și atenuarea răspunsului emoțional duce la scăderea ritmului vorbirii. Datorită neuronilor oglindă și a mecanismului de transfer emoțional descris în subcapitolul *4.2 Emoția*, o creștere graduală a ritmului vorbirii povestitorului determină un *răspuns emoțional* însoțit de o creștere a hormonilor de stres și a vigilenței la nivelul auditoriului.

Astfel, creșterile în ritmul vorbirii povestitorului facilitează transferul emoțional pe segmentele ascendente ale arcului emoțional, pregătind emoțional auditoriul să primească epifania, iar descreșterile de ritm pe segmentele descendente ale arcului emoțional pregătesc auditoriul să accepte reconcilierea și deznodământul.

Vorbirea litanică este o tehnică persuasivă în arta discursului care constă în creșteri și descreșteri de egală durată a ritmului vorbirii pentru a duce auditoriul într-o stare prehipnotică și a-i spori sugestibilitatea.

Tonul vorbirii se referă la inflexiunile sau modulările în volumul, frecvența și ritmul vorbirii. Tonul vorbirii însoțește întotdeauna construcția

atitudinii. De exemplu, atunci când tonul se compune din oscilații ale ritmului la un volum înalt, poate fi perceput ca agresiv, iar când se vorbește pe o frecvență joasă cu ușoare oscilări ale ritmului și un volum mediu, tonul poate fi perceput ca fiind hotărât. Schimbările de ton semnalizează investirea unei noi atitudini, concentrează atenția auditoriului și constituie semnal pentru răspunsurile sale emoționale.

Pauzele psihologice sunt intenționate și de cele mai multe ori precedă o schimbare a tonului. Ele sunt folosite din antichitate în arta oratoriei pentru a semnaliza și accentua mesajul.

4.6 Povestitorul nonverbal

Comunicarea interumană, după cum știm, nu se rezumă la comunicarea verbală. Povestea nu se spune doar verbal, ci și nonverbal, iar povestea transmisă verbal trebuie să coincidă cu povestea transmisă nonverbal. Aminteam în subcapitolul *2.3 Povestea Omului* despre comunicarea nonverbală și despre faptul că aceasta se face pe bază de coduri, unele dintre ele înnăscute și comune tuturor oamenilor, iar altele dobândite de-a lungul vieții din mediul apropiat.

Gesturile instrumentale și gesturile descriptive, după cum am arătat, sunt elemente de comunicare nonverbală dobândite, prin urmare ele contribuie la transferul poveștii în plan cauzal.

Răspunsurile emoționale, emoțiile și atitudinile constituie elemente de comunicare nonverbală înnăscute. Exprimarea emoțiilor se face prin intermediul expresiilor faciale, a gesturilor reactive și a elementelor de paralimbaj, iar exprimarea atitudinilor se face prin posturi și mișcări. Acestea contribuie la transferul poveștii în plan emoțional. Gesturile emoționale, decodându-se în context socio-cultural, acționează atât în planul cauzal al poveștii cât și în cel emoțional.

4.6.1. Exprimarea emoțiilor

Arătam în subcapitolul *4.2 Emoția* că emoțiile sunt cogniții (informații pe care le știm) care apar în urma unor procese ale gândirii și care se suprapun unui răspuns emoțional. Adică, atunci când avem o emoție, „știm" ceva și „simțim" ceva în același timp. Cogniția, adică ceea ce știm, poate fi rezultatul unui raționament, al unei intuiții, sau produsul unor raționamente și intuiții, în vreme ce ceea ce simțim este percepția efectelor fiziologice din corpul nostru referitoare la *răspunsului emoțional* dat de sistemul limbic.

Atunci când percepem un stimul și răspundem emoțional „pe calea lungă", cogniția se construiește la nivelul neocortexului, iar apoi sistemul limbic o asociază cu durerea sau cu plăcerea, cu supraviețuirea sau cu moartea, și generează, ca atare, un răspuns emoțional pe măsură. În felul acesta, emoția primește *valență*, și în funcție de valență, ea devine o emoție pozitivă sau una negativă.

Dar, înainte ca stimulul să ajungă în neocortex, pe „calea scurtă", sistemul limbic a dat deja un prim răspuns emoțional, care de cele mai multe ori are deja o anumită valență. Neocortexul va analiza stimulul, va realiza cogniția și mai departe va construi sau nu emoția. De exemplu, în câmpul nostru vizual apare instantaneu un om care emite un sunet puternic. Amigdala îl va asocia deja ca fiind amenințător înainte ca în neocortex să se

construiască percepția și noi să ne dăm seama (cogniție) că este vorba despre un clovn care suflă într-o trompetă. În momentul în care neocortexul știe că e un clovn care nu reprezintă o amenințare, nu se mai declanșează nicio emoție și nu ne mai este frică, dar pentru o clipă, până când neocortexul a știut că este vorba despre un clovn, simțim spaimă.

În alte situații, un stimul extern poate să ajungă în neocortex fără ca sistemul limbic să-i fi dat vreo valență și fără să provoace vreun răspuns emoțional primar. Neocortexul prelucrează stimulul și decide să-l ignore. În procesul acela de prelucrare a stimulului, care este un proces extrem de scurt, creierul poate dispune - pentru o clipă - focalizarea privirii pe obiectul care a generat stimulul sau întoarcerea capului spre acel obiect. Apoi, privirea se întoarce spre ceea ce ne interesa înainte de apariția stimulului. Tot acest proces poate determina ca pe chipul nostru să apară anumite expresii faciale asemănătoare cu cele legate de răspunsurile emoționale, sau ca trupul nostru să compună chiar anumite posturi.

Privindu-ne din exteriorul ființei, am putea spune că am prezentat totuși anumite „expresii emoționale". Putem spune că, măcar pentru o secundă, am fost uimiți sau că ne-am arătat indiferența.

O listă și o clasificare general acceptată a emoțiilor nu există în știința psihologiei, ca să putem spune dacă psihologia consideră sau nu uimirea ca fiind o emoție. Dar, din perspectiva storytelling-ului științific, uimirea nu este o emoție în sine, pentru că în neocortex nu apare nicio altă cogniție decât aceea că stimulul perceput există. Iar lipsa *valenței* face ca uimirea să nu poată participa la construirea *arcului emoțional* al poveștii. După evaluarea completă în neocortex a stimulului care a determinat uimirea, este posibil, totuși, să se construiască o emoție negativă sau pozitivă. Iar în acest caz, uimirea este importantă în storytelling, pentru că potențează emoția care-i urmează.

Expresia facială a indiferenței și gesturile care sugerează lehamitea sunt, de asemenea, importante în storytelling, dar nu din perspectiva planului emoțional, ci din cea a celui cauzal și eventual a celui moral. Indiferența este lipsa emoției, dar expresia facială a indiferenței informează auditoriul că personajul a ignorat un anumit eveniment din firul narativ, iar acest lucru are semnificație, după cum spuneam, în planul cauzal al poveștii.

Expresii emoționale fără valență

Expresia emoțională a **uimirii** este extrem de scurtă, ea apare atunci când un stimul declanșează atenția involuntară și este de obicei urmată de o emoție - fie ea pozitivă sau negativă.

Figură 45 - Uimirea

Datorită faptului că persoana uimită are reflexul să analizeze atent stimulul brusc apărut, capul se întoarce spre sursa stimulului și privirea se focalizează într-acolo. Pleoapele se deschid larg pentru a nu acoperi pupila ochiului, iar sprâncene se ridică de asemenea, întinzând pielea de sub ele. În urma acestei expresii, de-a lungul frunții apar riduri orizontale.

Ochiul persoanei uimite este dezvelit, irisul este vizibil în întregime iar sclerotica din jurul irisului (albul ochilor) creează un contrast de culoare.

Sistemul nervos abandonează o parte din sarcinile pe care le executa. Astfel, dacă persoana mânca sau vorbea în timp ce a fost uimită, aceste activități încetează, mușchii mandibulei se relaxează, mandibula cade și desface ușor buzele.Brațele și palmele încremenesc sau se relaxează, iar dacă mâinile țineau un obiect, acesta ar putea fi scăpat.

Indiferența este o expresie emoțională fără valență ce nu trebuie confundată cu dezgustul sau atitudinea plictisită, care au valență negativă.

Ea se manifestă ca o lipsă de reacție față de stimul sau ca o uimire nerealizată. Capul se întoarce spre sursa stimulului dar revine repede la poziția de dinainte. Privirea nu mai focalizează pe stimul, iar deschiderea pleoapelor este mult scurtă și mult mai

Figură 46 - Indiferența

lipsită de amplitudine. Sprâncenele nu se ridică și în general mușchii feței nu se contractă în vreun fel.

Dacă individul era implicat într-o anumită activitate, gesturile instrumentale continuă nestingherite, iar dacă mâinile sunt libere, individul poate face un gest superficial ca și cum ar îndepărta un obiect care se află în zona stimulului. Expresia emoțională a indiferenței îi servește povestitorului atunci când voiește a construi *atitudinea apatică.*

Expresii emoționale propriu-zise

Spre deosebire de expresiile emoționale fără valență, care se construiesc ca răspuns scurt la apariția unui stimul, expresiile emoționale propriu-zise, așa cum am mai arătat, se pot construi și fără stimul extern, prin evocarea unor amintiri. De asemenea, expresiile emoționale propriu-zise au o durată mult mai mare decât cele fără emoție.

Frica este emoția cu valență negativă care se construiește atunci când creierul asociază un stimul ca fiind amenințător, adică, în final, ca ceva care ar putea aduce moartea.

Figură 47 - Frica

Spre deosebire de uimire, când mandibula cade, în cazul fricii, gura se deschide ușor, pentru a permite intrarea în plămâni a unei cantități mai mari de aer, în vreme ce maxilarul rămâne stabil. Ca să nu obtureze orificiul bucal, buzele se tensionează și se retrag. Pleoapele încearcă să se deschidă, însă doar pleoapa superioară este ridicată, pentru că buza superioară tensionată a împins ușor pomeții în sus, presând pleoapa inferioară și nelăsând-o să se coboare de tot. Individul urmărește atent stimulul și are nevoie să vadă bine, astfel, sprâncenele se ridică și ele, trăgând de pleoapa superioară, dar se strâng una spre cealaltă, ridurile adunându-se în centrul frunții.

Expresia emoțională a fricii se menține până când individul consideră că amenințarea a trecut. Pe toată perioada în care el simte frică, încărcătura de hormoni de stres îi accelerează respirația și îi afectează fiziologia vorbirii, ritmul vorbirii și timbrul vocal suportând modificări.

Gesturile instrumentale pe care individul le realiza încetează pe măsură ce emoția fricii se instalează, iar mâinile se încordează și se așează în poziție de protecție față de zonele vulnerabile.

Mânia este o emoție negativă al cărei ton hedonic (valență) nu mai este dat de axul supraviețuire-moarte, ca în cazul fricii, ci de axul plăcere-durere. Mânia se simte ca o stare de iritare și contrariere provocată de un stimul care întrerupe sau amenință să întrerupă plăcerea ori care amenință să provoace durere. Manifestările fiziologice ale mâniei se aseamănă cumva cu cele ale fricii pentru că stimulul este perceput în sistemul limbic tot ca o amenințare.

Figură 48 - Mânia

Frica are ca obiectiv final supraviețuirea, iar prin urmare, emoția fricii conduce în final la conservarea vieții. Mânia are ca obiectiv final obținerea plăcerii, și ca atare urmărește îndepărtarea obstacolelor din calea plăcerii. În trăirea emoțională, atunci când mânia nu se suprapune fricii, individul nu mai urmărește supraviețuirea sa, acționând inclusiv autodistructiv.

Dacă, în cazul fricii, creierul are întotdeauna la dispoziție două atitudini - curaj sau lașitate - construite pe mecanismul „atacă sau fugi", în cazul mâniei, mobilizarea energetică nefiind în scopul supraviețuirii, ci în scopul îndepărtării obstacolului din calea plăcerii, atât răspunsurile emoționale cât și atitudinile care se sprijină pe mânie sunt preponderent agresive, adică de distrugere a obstacolului.

Pentru că mobilizarea energetică este concentrată pe îndepărtarea stimulului care privează de plăcere, expresia emoțională a individului care simte mânia e una de focalizare pe stimul. Sprâncenele se coboară și se strâng împreună înspre nas, împingând în jos pleoapa superioară pentru a restrânge câmpul vizual în zona stimulului. La baza frunții, între sprâncene apar riduri verticale. Pleoapa inferioară este tensionată, ridicându-se și coborând ușor, în efortul de a delimita în câmpul vizual zona stimulului. Privirea este fixă, iar buzele se contractă, fie presându-se una peste cealaltă, fie dezvelind caninii și lăsând orificiul bucal să primească mai mult aer.

Respirația se accelerează, ritmul vorbirii se intensifică, înălțimea vocii coboară, iar tonul oscilează la volum ridicat. Gesturile instrumentale pe care le face individul își măresc viteza, iar mișcările sunt mai bruște și mai puternice.

Figură 49 - Dezgust

Dezgustul este o emoție cu valență negativă provocată de un stimul care nu produce plăcere. Mintea umană este complexă, iar plăcerea poate fi găsită în felurite feluri. Omul poate găsi plăcere în ascultarea unei melodii sau a unui discurs politic. O imagine poate produce plăcere, ba chiar și o idee pe care abia am auzit-o. Dezgustul, de asemenea, se manifestă în toate aceste feluri. Ne poate dezgusta un aliment alterat, după cum ne poate dezgusta decizia morală a unei persoane. De-a lungul evoluției, vietățile au avut, așa cum este și normal, preocupări legate de supraviețuire, de hrană, mult mai târziu devenind capabile, prin specia umană, să ajungă la nivelul în care evaluează moral ideile și comportamentul. Vietățile, simțind lipsa plăcerii față de o mâncare alterată înaintea dezgustului pentru un anumit gen muzical, și-au construit mai întâi răspunsurile emoționale de dezgust față de mâncare, iar apoi au asociat aceste răspunsuri emoționale și cu lipsa altor plăceri.

Astfel, exprimarea emoțională a dezgustului se face ridicând buza superioară ca și cum am pregăti gura să elimine un aliment neplăcut, urmând ca buza inferioară să înainteze puțin în față sau să coboare ușor pentru a controla evacuarea. Pomeții obrajilor se ridică, dar sprâncenele coboară cu tot cu pleoapele superioare, pentru a orienta privirea în jos, spre locul unde va fi scuipată mâncarea. Nasul este încrețit, ca și cum mirosul mâncării l-ar irita, iar pielea dintre nas și sprâncene se ridează.

În gât, epiglota blochează laringele, ca și cum ar voi să verse afară conținutul stomacului, astfel că aerul nu mai iese puternic din plămâni, coardele vocale nu mai vibrează cum trebuie, vocea are volumul scăzut și e dogită.

Tristețea este probabil cea mai puțin înțeleasă emoție umană. Tristețea este asociată în general cu pierderea, indiferent dacă o anumită activitate, un anumit proces care ar fi trebuit să aducă plăcerea, a eșuat, sau dacă este vorba despre un obiect care furniza plăcerea, și care a dispărut.

Figură 50 - Tristețe

Atunci când individul este tristet, nivelul serotoninei scade, iar dispoziția persoanei respective pentru acțiune scade. Odată cu tristețea se realizează și o reactivare a sistemului nervos parasimpatic, corpul simte durerile mai intens și percepe o oboseală generală. De asemenea, funcțiile trofice își reiau activitatea, persoana tristă simțind senzația de frig și de foame.

În mod firesc, tristețea e o emoție de scurtă durată (minute sau ore), având în componența sa cogniția pierderii plăcerii. Ca rezultat fiziologic, apare o dezinvestire mai complexă a individului din starea de acțiune. De aceea, ea mai este numită și emoție tranzitorie. În perioada de tristețe, corpul iese din starea de acțiune și începe să se refacă pentru a putea intra din nou într-o nouă stare de acțiune.

Cogniția pierderii plăcerii nu apare neapărat în urma unui stimul extern, ci posibil, datorită unei amintiri, pentru că, după cum am arătat, emoțiile se pot declanșa și fără stimul. Ceea ce înseamnă că, dacă după câteva minute sau ore de la așezarea tristeții, individul nu-și aduce în memoria pe termen scurt gânduri care să-i provoace noi acțiuni, ba, mai mult, zăbovește asupra gândurilor care au produs tristețea, starea de tristețe se prelungește.

Expresia emoțională a tristeții se situează undeva între indiferență și dezgust și se figurează prin contracție a mușchilor din jurul ochilor care fac sprâncenele să pară „căzute" cu colțurile interioare apropiate, dar pleoapa superioară ușor ridicată spre colțurile interioare a sprâncenelor. Colțurile buzelor sunt îndreptate în jos, buza inferioară este ușor împinsă înainte, dar gura nu se deschide pentru că trupul nu mai este în acțiune și nu mai are nevoie de foarte mult oxigen. Volumul vocii este scăzut, ritmul vorbirii este lent, iar gesticulația aproape absentă.

Bucuria este este o emoție cu valență pozitivă, pe care omul o experimentează atunci când obține plăcerea sau estimează că se află în proximitatea plăcerii. Sau atunci când percepe dispariției unei amenințări.

Pomeții se ridică și colțurile gurii sunt trase în sus. Musculatura mandibulei se relaxează și gura poate fi ușor desfăcută. Buza superioară se ridică, dezvelește incisivii superiori de parcă s-ar pregăti să muște din mâncare, și se pliază într-o cută de la baza nasului până la colțul gurii. Expresia este lipsită de agresivitate, pentru că privirea nu focalizează și aria de vizibilitate nu este restrânsă ca la mânie, așezarea sprâncenelor și a pleoapelor aducând mai degrabă cu poziția pe care o au în uimire.

Figură 51 - Bucurie

Ritmul vorbirii este săltăreț, dar respirația nu se accelerează, tonul oscilând însă ca volum.

4.6.2. Exprimarea atitudinilor

Atitudinea, după cum am arătat într-un subcapitol anterior, se construiește pe una sau mai multe emoții simultane sau succesive, dar are o manifestare mai amplă decât acestea. Experimentând aceeași emoție de mai multe ori, în contexte diferite, individul își formează un anumit tip de răspuns, iar acest răspuns arată disponibilitatea lui de a acționa într-un anumit fel atunci când simte acea emoție.

Exprimarea atitudinii este mai amplă, include exprimarea emoției care a generat-o, dar este completată de anumite mișcări, de anumite posturi ale corpului și de o mult mai evidentă modificare a paralimbajului.

Atitudini reflexe

Atragerea și **respingerea** sunt atitudini reflexe, cu poziționări opuse pe axul plăcere–durere. Ele se exprimă prin posturi care facilitează apucarea, prinderea, îmbrățișarea sau dimpotrivă, prin aruncarea sau împingerea unui lucru sau persoane.

În construcția **atragerii** pot intra atât *emoția bucuriei* cât și *emoția mâniei*. În cazul bucuriei, postura corpului se îndreaptă spre obiectul plăcerii pe care individul voiește să și-l apropie, să-l îmbrățișeze, să-l mănânce etc. În

cazul mâniei, postura corpului se îndreaptă către stimulul care întrerupe sau amenință să întrerupă plăcerea, pentru a-l prinde și a-l distruge ori a-l împinge apoi în lături.

În construcția **respingerii** pot intra *dezgustul* și *tristețea*. În cazul dezgustului, postura corpului este aceea de împingere sau de aruncare a unui aliment cu gust neplăcut, iar capul se întoarce ușor spre locul în care a fost aruncat alimentul imaginar. În cazul tristeții, postura corpului se strânge ca și cum individului i-ar fi frig, mișcările de împingere sunt mai slabe decât în cazul dezgustului, iar capul se întoarce într-o parte ca sî mute privirea de pe obiectul sau stimulul respins.

Deschiderea și **închiderea** sunt atitudini reflexe, cu poziționări opuse pe axul supraviețuire-moarte, ele se construiesc pe emoția *fricii*, în relație cu starea de siguranță sau de nesiguranță pe care ar simți-o individul.

Închiderea este atitudinea reflexă pe care o ia individul atunci când simte o amenințare evidentă sau potențială. Posturile închise se pot construi fie în picioare, fie în șezut, dar în ambele cazuri brațele și picioarele vor încerca să protejeze zonele vulnerabile (față, sâni, viscere, zona inghinală) pentru a nu fi lovite. De asemenea, trunchiul se răsucește în lateral – ca la spadasini, pentru a expune în direcția stimulului o suprafață cât mai mică. O marcă specifică poziției închise este dată de încrucișarea brațelor pe piept ori de încrucișarea picioarelor prin suprapunerea gleznelor. Nu ne referim aici la postura „picior peste picior".

Deschiderea este atitudinea care arată lipsa fricii sau un nivel scăzut al acesteia și se figurează prin posturi în cadrul cărora zonele sensibile ale corpului sunt expuse, iar trunchiul individului este răsucit în direcția obiectului care a emis stimulul. Postura „picior peste picior", cu genunchii îndreptați către stimul arată o atitudine deschisă.

Atitudinea dominantă este o atitudine reflexă întâlnită nu doar la oameni ori mamifere, ci și la păsări și reptile. Postura corpului este ofensivă și se realizează în așa fel încât din punctul de vedere al stimulului, corpul individului să pară cât mai mare posibil. Individul se poate ridica în picioare, își poate ridica sau întinde mâinile în lateral etc. Atitudinea dominantă o întâlnim în construcția mai mult *atitudini caracteristice*. Funcția ei originară este aceea de a-l speria pe celălalt și a-i induce emoția fricii. În general, atitudinea dominantă încetează când celălalt își modifică postura și trece la o atitudine închisă.

Tensiunea și **Relaxarea** sunt atitudini reflexe ce însoțesc emoțiile, descriind intensitatea răspunsului emoțional și arătând cât de intens simte persoana respectivă o emoție. Tensiunea apare împreună cu toate emoțiile

care au ca răspuns emoțional acțiuni ale sistemului nervos simpatic (creșterea ritmului cardiac, dilatarea pupilelor, creșterea transpirației, creșterea presiunii sanguine etc.). Atitudinea relaxării apare atât în construcția tristeții cât și în cea a indiferenței.

Atitudinea tensionată se construiește prin trecerea corpului prin posturi din ce în ce mai ferme și mai rigide, prin alinierea coloanei vertebrale, prin încordări repetate ale mușchilor feței și prin strângeri și desfaceri repetate a palmelor. În paralimbaj, volumul și ritmul vocii cresc pe măsură ce corpul construiește atitudinea tensionată. **Atitudinea relaxată** este o dezinvestire a tensiunii, în postura corpului coloana vertebrală nu mai este aliniată, iar corpul se poate așeza ori sprijini de ceva.

Atitudinile caracteristice

Îndrăzneala, curiozitatea, reținerea și **apatia** sunt atitudini caracteristice declanșate de emoția *uimirii* și a *indiferenței*, în conjunctură cu o atitudine reflexă *tensionată* sau de *relaxată*.

Curiozitatea se construiește cu răspunsurile emoționale ale *uimirii*, prin mișcări *tensionate* ale capului pentru a urmări cu privirea stimulul și prin deplasări ușoare ale corpului pe direcția stimulului. **Îndrăzneala** se construiește la fel ca și *curiozitatea*, dar postura corpului sugerează o *atitudine reflexă dominantă*.

Apatia se construiește pe răspunsurile emoționale ale *indiferenței*, și prin mișcări lente și posturi specifice unei *atitudini reflexe relaxate, dar fără ca postura să devină închisă*. **Reținerea** este o atitudine caracteristică ce se construiește succesiv printr-o *atitudine curioasă* de scurtă durată, care apoi tranzitează spre o *atitudine apatică*.

Curajul și **lașitatea** sunt declanșate de emoția *fricii,* manifestată printr-o *atitudine reflexă închisă*, de protecție. În *atitudinea curajoasă,* spre deosebire de lașitate, postura este specifică atitudinilor reflexe dominante și tensionate, pe când în atitudinea lașă are loc o dezinvestire a tensiunii și o retragere a corpului din calea sau de pe direcția stimulului, și așezarea acestuia într-o postură defensivă, dar fără ca această retragere să aibă caracteristicile *atitudinii reflexe a respingerii*.

Negativismul este o atitudine construită pe emoțiile mâniei sau tristeții, prin însumarea caracteristicilor unei *atitudini reflexe închise* cu a uneia de *respingere*.

Optimismul este o atitudine de interes asupra stimulului, la fel ca și *curiozitatea*, dar se clădește cu răspunsuri emoționale moderate, specifice *bucuriei,* și cu posturi ale corpului deschise, de acceptare.

Furia și **frustrarea** sunt atitudini caracteristice declanșate de emoția *mâniei*. **Furia** se construiește prin *posturi ofensive*, tensionate și *deschise* până la imprudență și prin răsucirea feței spre stimulul care a generat mânie. **Frustrarea** se construiește prin posturi defensive, în care mâinile preiau tensiunea emoției și o consumă în gesturi scurte și repetate, fără să închidă postura.

4.7 Scena poveștii

4.7.1 Spațiul sacru și zonele de scenă

„[...]Spațiul nu este omogen, ci prezintă rupturi și spărturi [...] Există, așadar, un spațiu sacru, deci „puternic", semnificativ, și alte spații, neconsacrate. [Spațiul sacru este] singurul real, care există cu adevărat"[243]. De la „sfânta sfintelor" din templul lui Solomon până la spațiul bine delimitat de tejghea din magazinele clasice, **locul săvârșirii** este un spațiu sacru.

În „Legenda Macului", ca să treacă din lumea profană în **lumea poveștii**, omul sfărâmă o piatră care acoperea „buricul pământului", „căci pe acolo se dusese Făt-Frumos în fundul pământului, în împărăția ursitoarelor"[244]. Spațiul sacru este locul mitic în care s-a săvârșit pentru prima dată povestea. Ca să ajungi în spațiul sacru, trebuie să găsești **omphalos**-ul sau **buricul lumii poveștii**, pentru că orice repovestire înseamnă o inițiere, o renaștere, o trecere a poveștii din spațiul sacru în spațiul profan, printr-un fel de cordon ombilical.

Există o poveste populară românească în care eroului i se cere de către un boier să găsească „centrul pământului". Eroul se duce în grădina cu zarzavaturi a boierului, se preface că măsoară, calcă plantele în picioare, iar apoi, izbind cu călcâiul în pământ, strigă: „Aici este centrul pământului! Dacă nu mă crezi, pune și măsoară singur!".

Simboluri ale „centrului lumii", ca locuri de origine ale gnozei, găsim la toate popoarele. Buricul pământului nu e un loc anume, ci poate fi oriunde. El este calea de acces din lumea auditoriului către „locul" unde s-a săvârșit pentru prima dată povestea, iar el se definește ca spațiu sacru prin **consacrare**. Povestitorul este cel care „lovește cu călcâiul în pământ" și consacră locul ca scenă a poveștii!

Scena devine, astfel, un spațiu liturgic în care povestitorul îl inventează pe erou, iar prin arta povestitului, așa cum este săvârșită în scenă, eroul „moare și învie", auditoriul fiind martor la săvârșirea tainei.

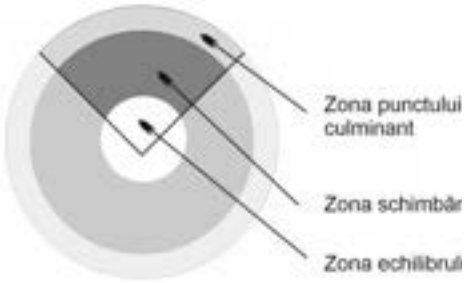
Împărțirii spațiului în „sală" și „scenă" din teatrul clasic îi corespunde împărțirea bazilicii în navă (locul unde stau credincioșii) și altar, după cum îi corespunde împărțirea sălii de clasă, unde elevii stau în bănci, iar profesorul la catedră, ori structurii magazinului, unde există un spațiu pentru clienți și unul pentru vânzător, separate printr-o „catapeteasmă" numită tejghea. Metodele nonformale din educație ne arată că actul predării nu are nevoie neapărată de existența unei săli de clasă, și că orice loc fizic, un parc de

[243] Mircea Eliade, Sacrul și profanul, Humanitas, București 2002, pag. 19-21
[244] apud Antoniu Popp, Gazeta Transilvaniei nr. 56, 1902

exemplu, poate deveni sală de clasă, dacă acel loc „este consacrat" ca și sală de clasă.

În termeni vulgari, *consacrarea* e atunci când, în spațiul profan, povestitorul alege o suprafață pe care o împarte în două, o zonă din care-și va spune el povestea și o altă zonă pentru auditoriu. Actul consacrării datează probabil din neolitic, din vremurile când primii sapiensi consacrau locul din jurul focului ca loc al spunerii poveștii.

Apoi, consacrarea a intrat ca proces în mentalul colectiv al omenii și a fost repetată ritualic, încât o avem acum în școală, în biserică, în sala de judecată, în parlament, în magazine și (în general) în orice loc în care se transferă și o poveste. Nicio biserică nu este biserică până când nu este sfințită și nicio sesiune parlamentară nu începe fără intonarea imnului de stat.



Figură 52- Zonele de scenă

Catapeteasma, catedra, tejgheaua, tribuna etc. sunt elemente de delimitare ale spațiului sacru, adică ale scenei poveștii. Ele pot fi materializate sau pot funcționa doar ca limite imaginare. Dar, după catapeteasmă, spațiul sacru însuși este segmentat. Imaginată ca un cerc, structura spațiului sacru este segmentată de trei benzi concentrice, în centru fiind „izvorul poveștii", iar la periferie fiind zona de transfer, de ieșire din sacru către auditoriu. Cercul de foc pe care-l face vrăjitorul, plasându-se în interior, nu e altceva decât o altă formă de consacrare.

Din necesitatea concentrării atenției pe pradă, evoluția a făcut ca ochii prădătorilor să fie mai apropiați unul de celălalt decât cei al altor viețuitoare. Iar omul a fost vânător de dinainte de a deveni povestitor. De aici, mai departe, vorbitul cu fața către ascultător și limitarea scenei poveștii la un sector de cerc devine firească.

În peșteră sau în jurul focului, înconjurat de apropiații săi, omul se destinde, distribuindu-și atenția și orientându-și privirea către cei din jur. În afara zonei de pericol, protejat de foc și de apropiații săi, omul își găsește starea de echilibru și se relaxează, dar în zona de pericol, privirea lui este ațintită înainte.

Livrarea epifaniei și transferul în general se săvârșește la marginea dintre zona sacră a scenei și zona auditoriului. Acolo este tejgheaua vânzătorului, acolo se află porțile împărătești din catapeteasmă, iar cuminecătura, adică împărtășirea creștinului ortodox, se realizează prin această poartă. Dincolo de „poartă" se săvârșește ritualic liturghia, dincolo de poartă, în zona sacră a altarului, acolo moare și învie eroul, acolo prescura se preschimbă în trup și tot acolo, povestea se respune de la o duminică la alta.

În centrul zonei sacre, însă, nu e nimic. Sau, mai bine zis, e nimicul din care a izvorât lumea. „Căci era un întuneric ca o mare făr-o rază,/ Dar nici de văzut nu fuse şi nici ochi care s-o vază. / Umbra celor nefăcute nu-ncepusea se desface, / Şi în sine împăcată stăpânea eterna pace!... / Dar deodat-un punct se mişcă..."[245]. De acolo, din centrul zonei sacre, din echilibrul suprem, izvorăște *evenimentul declanșator* al poveștii. Iar povestea se joacă în scenă, livrându-și epifania majoră la marginea zonei ca o cuminecătură săvârșită în porțile împărătești.

Planul scenei

Astfel, în structura spațiului scenei, storytelling-ul a dezvoltat trei zone principale: **fundalul**, **planul central** și **prim-planul**, sintetizând depărtarea și apropierea de spectator. De regulă, personajele din prim-plan își întâlnesc privirea cu cea a spectatorului, personajele din planul central se privesc între ele, iar cele din fundal, depărtate fiind de centrul de atenție al spectatorului, pot sta cu spatele, se pot relaxa privind în sus sau închizând ochii.

Intrarea în poveste începe cu livrarea introducerii și se face dintr-un punct de scenă din zona de echilibru. Ieșirea din poveste se face prin livrarea încheierii, de asemenea dintr-un punct de scenă aflat în zona de echilibru.

În zona de schimbare, povestitorul își va fixa unul sau mai multe „puncte de scenă" pentru livrarea intrigii, a acțiunii, a reacțiunii și a reconcilierii.

Expunerea punctului culminant se face în zona sa specifică, care este cea mai apropiată de spectatori, iar astfel, interacțiunea emoțională cu spectatorul este directă și își atinge nivelul maxim. În zona punctului culminant, se definesc două „puncte de scenă" (ancore de scenă) pentru livrarea **epifaniei** și a **deciziei morale**, restul zonei punctului culminant fiind destinată prezentării **bătăliei**. Desfășurarea poveștii este un proces de mobilitate între punctele de scenă definite în planul scenei.

[245] Mihai Eminescu, Scrisoarea I

4.7.2 Decorul, recuzita și costumația

În scenă, „panourile, elementele scenografice voluminoase sau obiectele mari de mobilier reprezintă decorurile, iar cele mici compun recuzita"[246].

Folosirea adecvată a **decorurilor** și a **recuzitei** realizează sugestia locului și a timpului poveștii, adică conturează *arena poveștii*. Amplasarea concretă a acestora în planul scenei duce la definirea unei hărți a scenei și a unor trasee pe care povestitorul își va „juca" atitudinile.

Povestitorul nu va încărca scena cu decoruri ample, costisitoare și greu de mânuit, ci va aborda problema minimalist, utilizând ceea ce are la îndemână în acel loc unde va trebui să spună povestea, și bazându-se, natural, pe intuiția auditoriului. Astfel, „un scaun poate sugera un tron, trei scaune, unul după celălalt, pot sugera un avion de pasageri"[247]. Atunci când conturarea arenei poveștii are nevoie de elemente vizibile specifice (cum ar fi „Turnul Eiffel" pentru Paris), povestitorul își poate construi elemente de decor portabile și modulare, de tipul bannerelor roll-up, ori a standurilor pe structură telescopică. Avantajele unei astfel de practici constau atât în ușurința transportului și a montării, cât și în economicitate. Astfel de elemente pot utiliza pânze interschimbabile imprimate digital, astfel că povestitorul le poate folosi la prezentarea mai multor povești.

În această lucrare sunt reunite sub termenul de **costumație** îmbrăcămintea povestitorului, încălțămintea acestuia, obiectele cu care își acoperă capul, măștile, barba falsă și celelalte elemente vestimentare. În funcție de perspectiva din care se spune povestea (vezi subcapitolul *3.2.5 Perspectiva*), povestitorul ar putea să fie personaj al poveștii, sau ar putea, la fel de bine, să nu fie. Indiferent, însă, de perspectiva aleasă, costumația de bază a povestitorului ar trebui să fie cât mai neutră, pentru a i se putea adapta succesiv elemente de costumație specifice personajelor. Oricâte coroane și-ar pune pe cap, un povestitor îmbrăcat ca un preot nu va putea sugera ușor personajul voievodului, dar un povestitor îmbrăcat neutru poate sugera atât episcopul, cât și preotul, prin simpla alternare a mitrei episcopale cu coroana.

Având o funcție simbolică, decorurile, costumele și obiectele de recuzită trebuie să fie cât mai puțin specifice unei anumite epoci și unui anumit personaj istoric concret. E recomandabil ca ele să fie simple ca și construcție. O spadă simplă, cu gardă scurtă, fără înfloriturи și însemne

[246] Dumitru Grigoraș ș.a., op.cit., pag. 13
[247] ibidem, pag. 86

distinctive, poate fi purtată de un cavaler templier din secolul al XIII-lea ori de un ofițer maghiar din secolul al XVI-lea. Cu indulgență, ea poate fi mânuită la nevoie și de un soldat de-al lui Constantin cel Mare, după cum ar putea fi purtată și de Alexandru Ioan Cuza. Dar un paloș maghiar și-un iatagan turcesc nu se pot înlocui unul pe celălalt la fel de lesne. O simplă mantie roșie, fără glugă, îl poate înveșmânta pe Sfântul Nicolae și pe cardinalul Richelieu, pe Superman, ca și pe Moș Crăciun. Dar, o bonetă frigiană nu e chiar același lucru cu o căciulă dacică, chiar dacă seamănă.

Mai mult de atât, elementele de decor, recuzită și costum sunt bine alese dacă creează arena poveștii și dacă caracterizează fizic personajul. Pe de altă parte, dacă ele, prin natura lor, rețin, fără voia povestitorului, prea mult atenția publicului, atunci ele dăunează împlinirii în planul cauzal al poveștii. Auditoriul care se holbează la pantalonii lui Făt-Frumos s-ar putea să nu mai aibă atenția disponibilă de a urmări firul poveștii. În general, dacă povestitorul are o cât de mică îndoială că un element de recuzită sau de costum n-ar fi totuși potrivit, atunci acesta este semnul că acel element nu are ce căuta pe scenă.

4.7.3 Păstrarea atenției în scenă

În general, se consideră că există trei forme de atenție: atenție involuntară, atenție voluntară și atenție postvoluntară[248]. **Atenția involuntară** se declanșează reflex datorită unor stimuli receptați de către organele noastre de simț, și de cele mai mult ori declanșează răspunsuri emoționale ale sistemului limbic.

Atenția voluntară este aceea care poate fi menținută intenționat de către om, în încercarea lui de a urmări cauzalitatea unor evenimente, ori de a executa un șir de operațiuni aflate într-o anumită ordine cauzală. Când citim un text ori când cioplim un băț cu cuțitul, ne folosim de atenția voluntară. În general, după aproximativ 30 de minute în cazul copiilor și după aproximativ 45 de minute în cazul adulților, atenția voluntară slăbește și individul, obosind, nu mai poate urmări lanțul cauzal.

Atenția postvoluntară (atenția habituală ori atenția educată, după cum i se mai spune) este capacitatea individului de a-și păstra voluntar concentrarea peste limita celor 30 de minute la copil, respectiv 45 de minute la adult. Această formă de atenție este o abilitate dobândită în timp de către persoanele deprinse cu efortul intelectual.

După cum am arătat într-un subcapitol anterior, persistența memoriei pe termen scurt este între 15 și 30 de secunde. Aceasta înseamnă că dacă

[248] Dumitru Grigoraș ș.a., op.cit., pag. 49

individul se gândește la ceva, apoi un stimul extern îi mută atenția asupra altor lucruri, el are la dispoziție maximum 30 de secunde să-și poată „întoarce gândurile" la ceea ce-l preocupa înainte. Altfel, dacă spectatorul dă atenție mai mult de 30 de secunde stimulului extern, atunci el nu-și va mai putea continua șirul gândurilor care-l preocupau, pentru că ele s-au șters din memoria pe termen scurt.

Cârligele

Acestea sunt instrumente de impact, care captează și mențin atenția în scenă. *Cârligele* sunt elemente care stimulează atenția involuntară a auditoriului, dar prin simboluri care au legătură cu contextul narațiunii. Auditoriul urmărește povestea și în mintea lui se înlănțuiesc cauzal ierarhii de modele care fac trimitere la alte ierarhii de modele din memoria sa pe termen lung. Cu cuvinte simple, putem spune că auditoriul se gândește la ceea ce se întâmplă în poveste. În momentul în care atenția sa involuntară este stimulată de un *cârlig*, simbolismul cârligului este extrem de important. Dacă modelul ierarhic simbolizat de cârlig se află deja în înlănțuirea cauzală de modele din memoria pe termen scurt, cârligul ajunge să fortifice atenția voluntară. Altfel spus, *cârligul* utilizează capacitatea de atenție involuntară pentru a întări atenția voluntară! Totuși, dacă simbolismul *cârligului* „agață" auditoriul de ceva din afara poveștii, atunci *cârligul* nu doar că nu și-a făcut treaba, dar a făcut și mai mult mai mult rău.

Spre exemplu, povestitorul narează ceva istoric și la un moment dat spune: „Atunci, voievodul Ștefan grăi către boieri: [...]". În momentul în care spune „Ștefan grăi către boieri", povestitorul poate să ia de pe masă coroana și să și-o așeze pe cap. În această situație, obiectul de recuzită „coroană" este un *cârlig* care își face treaba pentru că întărește caracterizarea personajului Ștefan, ba mai mult, focalizează atenția auditoriului pe firul narativ.

Dar, dacă în loc să-și așeze pe cap coroana voievodală, povestitorul își așează pe cap o pălărie de clovn cu clopoței, atunci atenția involuntară a auditoriului va aduce în memoria sa pe termen scurt conținuturi care au legături cu clovnii și cu circul. Auditoriul ar putea să uite o parte dintre cele ce s-au întâmplat în ultimele momentele ale poveștii, iar transferul poveștii în plan cauzal eșuează.

Funcția identitară a *cârligului* se bazează pe recunoașterea de către auditoriu în cârlig a unui simbol (semn, de fapt) înlesnindu-i identificarea elementului din scenă cu personajele și cu lumea poveștii. Toga și laurii i-l pot sugera auditoriului pe împăratul Nero, spada și coroana pe Ștefan Voievod, după cum gestul salutului cu mâna la tâmplă și replica „Să trăiți!" pot sugera un ostaș.

Funcția emoțională a *cârligului* este legată de reconectarea emoțională cu auditoriul. În timpul urmării poveștii, atenția auditoriului poate fi distrasă de tot felul de factori, iar nivelul de empatie al acestuia poate scădea. Cârligele realizează reatașarea emoțională a ascultătorului la arcul emoțional al poveștii.

Funcția tactică a *cârligului* ține de caracterul lor opțional. Pentru diferitele puncte de pe firul narativ al poveștii, povestitorul își pregătește mai multe cârlige, pe care alege să le activeze sau nu, după caz. Povestitorul urmărește auditoriul și sesizează momentele în care atenția acestuia scade, iar cârligele vor fi introduse tactic doar în aceste momente.

O clasificare simplă a cârligelor ne arată că există cârlige verbale, gestuale și materiale. Cârligele verbale sunt anumite replici care servesc ca mărci de limbaj pentru identificarea personajelor ("E pur si mouve!" pentru Galilei, „Pace vouă!" pentru Iisus etc.) sau a anumitor evenimente („Histos a înviat!" semnalează perioada cronologică dintre Paște și Înălțare). Cârligele gestuale sunt gesturi instrumentale sau emoționale care au valoare simbolică pentru lumea poveștii ori pentru anumite personaje - semnul crucii săvârșit de cineva când spune o replică, semnul „like" făcut cu pumnul strâns și degetul mare ridicat etc. Cârligele materiale, după cum cititorul și-a dat deja seama, sunt obiectele de vestimentație ori de recuzită care au capacitatea de a fortifica atenția voluntară pe firul narativ și de a reconecta auditoriul la arcul emoțional.

Neuroprogramarea și ancorele de scenă

Am amintit în subcapitolul *2.2.2 Creierul triunitar* despre mecanismul de învățare specific mamiferelor numit „observare-imitare-repetare" și am vorbit, de asemenea, în subcapitolul *4.2.4 Transferul emoțiilor* despre neuronii oglindă, care facilitează realizarea acestui mecanism. Repetiția, după cum observa Pavlov, creează reflexe condiționate. Desigur, terapia comportamentală a încercat să ajute omul să-și rezolve problemele prin crearea sau distrugerea intenționată a reflexelor condiționate, iar instrucția militară încă se concentrează pe aceste metode. Această formă de neuroprogramare se realizează în primul rând spontan și apoi intenționat. Titidată, traiul în anumite medii socio-culturale îi creează omului anumite reflexe condiționate.

Dacă cititorul îi va arăta cuiva un segment de dreaptă orientat orizontal și îi va cere să spună care este punctul de început al segmentului și punctul de sfârșit, cel mai probabil va primi ca răspuns că punctul de început este cel din stânga, iar cel de sfârșit cel din dreapta. Dacă cititorul îi

va cere cuiva să numere un șir de obiecte așezate în linie, persoana va porni să le numere începând cu cele din stânga.

Aceste fenomene au fost observate inițial de Francis Galton[249] și au fost studiate ulterior pentru a se putea observa dacă e vorba de reflexe condiționate sau de reflexe înnăscute. Galton a observat că oamenii au în general tendința să numere de la stânga la dreapta, dar și că cei care scriu de la dreapta la stânga se abat de la această regulă, având tendința de a număra tot de la dreapta la stânga. Totuși copiii mici, care nu au deprins încă scrisul, tind să numere de la stânga la dreapta.

Prin urmare, se crede că această tendință ar avea totuși o cauză înnăscută ce ține de lateralitatea creierului și de faptul că gândirea rațională se săvârșește mai degrabă în emisfera stângă, care controlează mâna dreaptă. Astfel, atunci când numărăm, fie că indicăm sau nu cu mâna obiectele numărate, facem numărarea în ordinea cea mai confortabilă pentru brațul drept. Ori, în mișcarea brațului drept, e mult mai confortabil să ne alegem un punct de plecare în stânga și să deschidem brațul pe măsură ce numărăm spre dreapta.

Însă faptul că cei care s-au deprins a scrie în sisteme de scriere de la dreapta la stânga obișnuiesc să și numere de la dreapta la stânga ar dovedi că neuroprogramarea este posibilă și că reflexele înnăscute pot fi rescrise prin reflexe condiționate.

De aici mai departe, se poate considera că sensul firesc al acțiunii este de la stânga la dreapta și de aici s-ar justifica unele opinii legate de jocul în scenă care susțin că protagoniștii ar trebui să se miște neapărat de la stânga la dreapta, iar antagoniștii să se miște dinspre dreapta spre stânga.

Cele de mai sus pot fi deduse dacă începem să introducem personajele proactive din partea dreaptă, iar pe cele reactive din partea stângă. Prin mecanismul „observare-imitare-învățare" putem neuroprograma auditoriul să se aștepte ca toate personajele proactive să intre, totuși, prin dreapta.

Programarea neuro-lingvistică este o tehnică mai degrabă empirică decât fundamentată științific de a crea modele comportamentale, dar ea este cea care a împrumutat științei storytelling-ului conceptul de **ancoră de scenă**.

Dacă într-un punct de scenă bine delimitat, povestitorul „joacă" întotdeauna aceeași atitudine caracteristică și numai pe aceea, în mintea auditoriului se va crea (pavlovian) o așteptare a acelei atitudini de fiecare

[249] Francis Galton, The Vision of Sane Persons, Fortnightly Review vol.29, Londra 1881

dată când povestitorul se poziționează în acel punct de scenă. Astfel, punctul de scenă respectiv devine *ancoră de scenă* pentru atitudinea respectivă.

Să ne gândim la situația în care povestitorul (aflat pe scenă) își fixează două puncte, primul în partea sa stângă (în partea dreaptă, după cum privește auditoriul) și al doilea în partea opusă. În timpul deplasării sale pe scenă, de fiecare dată când pe curba fichteeană este o ascensiune, povestitorul va merge spre primul punct, urmând să expună epifania minoră în acel loc stabilit. Apoi, el va urma să se deplaseze spre al doilea punct, și așa va putea crea în primul loc unde a fost o *ancoră de scenă* pentru epifaniile minore. El va determina (pavlovian) auditoriul să-și concentreze atenția de fiecare dată atunci când spectatorii îl vor vedea deplasându-se spre primul punct.

4.7.4 Timpul, aliat sau inamic

Povestitorul și-a pregătit povestea, a repetat-o, a cronometrat-o și a observat că, în **varianta optimă**, ea se încadrează într-o anumită durată. Se poate întâmpla ca tipul de auditoriu sau contextul în care povestitorul își va spune povestea, să impună o durată mai lungă sau mai scurtă decât cea optimă. Pentru a putea livra o poveste flexibilă ca durată, povestitorul trebuie să-și cunoască povestea suficient de bine, distingând între esențial și secundar.

Esențialul poveștii conține **cadrul poveștii**, caracterizarea **eroului**, **planul moral** și **arcul emoțional principal** din firul narativ. Descrierile din **arena poveștii** și **simbolurile** au rol secundar. De asemenea, **descrierile** (caracterizările) **celorlalte personaje** și chiar micile epifanii ale acestora au un rol mai puțin important. Desigur, descrierile arenei și introducerea simbolurilor care au legătură cu acțiunea principală (așa cum am arătat la punctul „Unitatea acțiunii din arenă" din cadrul *subcapitolului 3.5 Lumea poveștii*) sunt mai importante decât celelalte descrieri și simboluri și se apropie mai mult de esențial.

Povestitorul poate uita sau poate trece cu vederea elementele secundare, dar nu poate ignora *esențialul,* pentru că acesta asigură sensul poveștii. Povestitorul își poate sintetiza o expunere a *esențialului*, pe care să o cronometreze și să obțină astfel durata minimă necesară prezentării poveștii. Încadrarea poveștii într-o durată mai scurtă decât cea a *variantei optime* implică concentrarea pe *esențialul poveștii* și renunțarea la *elementele secundare*.

O bună cunoaștere a poveștii, după cum vom arăta mai jos la subcapitolul *4.6.1 Cunoașterea poveștii*, îi permite povestitorului să aducă din propria imaginație completări ale descrierilor din *arena poveștii* precum și completări ale descrierilor fizice ale personajelor. Povestitorul poate încadra povestea într-o durată mai lungă decât cea a *variantei optime*, completând din imaginație cu descrieri care nu influențează esențialul poveștii.

4.8 Autoperfecționarea povestitorului

Spuneam încă din subcapitolul *2.3 Povestea Omului* că suntem Homo Sapiens Relator, că am evoluat în povestitori pentru că nu am fi supraviețuit altfel, și că nivelul de dezvoltare al speciei noastre se datorează, în primul rând, capacității noastre de a face povești și de a învăța prin povești. Calitatea de povestitor există, fără nicio îndoială, în fiecare dintre noi, dar nu suntem, totuși, cu toții la fel de abili în a ne exploata această calitate.

Fiecare pisică se naște cu misiunea biologică de a prinde șoareci, dar există diferențe evidente între abilitățile concrete ale unei pisici care vânează șoareci zilnic și cele ale uneia obeze, de apartament, care n-a fost poate niciodată pusă în nevoia de a vâna. Pusă însă în fața nevoii, pisica obeză de apartament își va dezvolta abilitățile de a vâna șoareci mult mai repede decât și le-ar putea dezvolta, de pildă, un cal, pentru că scheletul, musculatura și modelele ierarhice ancestrale din creierul ei sunt bine pregătite pentru a vâna șoareci.

Același lucru se întâmplă și cu omul care nu are deprins exercițiul povestirii, dar alege să și-l dezvolte. Chiar dacă nu a spus niciodată vreo poveste, cititorul, dacă a lecturat până aici această lucrare și a înțeles mecanismul poveștii, prin câteva exerciții de storytelling va ajunge să-și dezvolte abilitatea de a povesti la un nivel la care nu s-ar fi așteptat înainte de a deschide această carte! Acest subcapitol ridică câteva probleme ce trebuie însă depășite în etapa de autoperfecționare a abilităților povestitorului.

4.8.1 Cunoașterea poveștii

Nimeni nu poate spune o poveste pe care nu o știe! Lecturarea unui text scris în fața auditoriului nu este storytelling! Poate fi artă actoricească, poate fi orice fel de măiestrie vrea cititorul să fie, dar nu este storytelling.

Povestea este transfer de experiență și nimeni nu poate transfera de la el către celălalt ceea ce nu deține. Dacă povestitorul este și cel care a scris povestea, iar povestea a fost scrisă după indicațiile metodei noastre, în cadrul procesului de scriere a poveștii, povestitorul va fi trăit deja povestea și și-o va fi asimilat deja ca experiență proprie.

Dar, dacă povestitorul nu a scris el însuși povestea, fiind pus în situația de a spune povestea unui alt autor, atunci trebuie să se asigure că a internalizat povestea, înainte de a o spune.

Povestea nu se învață pe de rost! Cititorul este rugat să-și amintească dacă vreodată i s-a întâmplat să cânte un cântec sau să recite o poezie pe care o știa pe de rost, iar în timpul procesului să constate că mintea

îi fuge aiurea și că el se gândește la lucruri care nu au legătură cu cântecul cântat. Asta în timp ce totuși gura se deschide și cuvintele cântecului se articulează corect!

Fenomenul este perfect normal. Asta ne arată că de fapt, noi cumva „nu suntem acolo" atunci când cântăm. Învățatul pe de rost aduce riscul decuplării povestitorului de la arcul emoțional al poveștii, iar astfel, procesul de transfer de experiență nu se mai realizează.

Internalizarea poveștii înseamnă un nivel profund de reflecție și de cunoaștere a poveștii care se realizează de multe ori spontan atunci când o persoană citește o poveste scrisă. Cu riscul de a-l dezamăgi pe cititor, trebuie să-i spunem că internalizarea poveștii se face prin niște operațiuni pe care el le-a deprins deja în școală.

Textul poveștii se studiază, se identifică conflictul și se extrage firul narativ. Adică, pentru internalizarea poveștii, povestitorul va face ceea ce s-a deprins să facă în școala generală, când a învățat să scoată planul simplu de idei și planul dezvoltat de idei dintr-un text.

Apoi, povestitorul va fișa fiecare personaj principal, identificându-i din textul poveștii atât trăsăturile fizice cât și pe cele morale. Îi va identifica motivația personajelor, adică va încerca să înțeleagă din textul scris al poveștii de ce a ales personajul să-l sprijine pe erou ori pe oponent.

Citind unul câte unul enunțurile din firul narativ (planul dezvoltat de idei), povestitorul și-l va imagina pe fiecare personaj în parte cum săvârșește faptele respective, încercând să-i identifice conștient emoțiile și atitudinile.

Lumea poveștii o va analiza separat, încercând să delimiteze arena și să identifice fiecare loc aparte din arenă. Va citi atent descrierile din povestea scrisă, astfel încât fiecare locație din arenă să și-o poată reprezenta imaginar. De fiecare dată când va reciti firul narativ și-l va imagina pe erou, așa cum l-a caracterizat fizic în fișă, străbătând arena și interacționând cu elementele de acolo.

Singurele lucruri pe care povestitorul se va strădui să le rețină sunt enunțurile din planul simplu de idei (conflictul) și cele din planul dezvoltat de idei (firul narativ). Pentru fiecare enunț din firul narativ, povestitorul va face exerciții de recompunere. Adică va citi enunțul, și apoi îl va reformula, dezvoltându-l în mai multe propoziții și adăugând descrieri despre personaje și despre locurile din arenă, așa cum „îi vin" din reprezentările imaginare ale personajelor și ale arenei, pe care le va face. De fiecare dată când va recompune povestea, va încerca să folosească alte cuvinte decât cele folosite în data precedentă.

4.8.2 Familiarizarea cu locația

În cuvinte simple, familiarizarea cu locația înseamnă că povestitorul trebuie să fie prezent fizic în locul în care va spune povestea cu ceva timp înainte, pentru a studia locul și a-i studia particularitățile. Unele locații au formatul deja stabilit. Povestitorul e posibil să fie pus în situația de a expune povestea într-un amfiteatru, într-o sală de clasă, pe o scenă a unei instituții de spectacole, etc.

Consacrarea spațiului

Povestitorul trebuie să știe unde vor fi amplasați spectatorii și care este locul din care va intra el în scenă. De asemenea, el trebuie să poată determina măcar imaginar limitele scenei și să își stabilească limitele celor trei zone sau benzi – a echilibrului, a schimbării și a punctului culminant.

De asemenea, el trebuie să stabilească locul fizic concret al punctelor din scenă, pe care le va folosi ca ancore de scenă.

Punctele de sprijin ale privirii

Este important ca povestitorul să cunoască de dinainte dispunerea elementelor de scenotehnică. Este bine ca el să știe unde va fi fixat microfonul (dacă există), unde vor fi fixate proiectoarele și care este unghiul lor de incidență.

Pentru a evita tracul, este posibil ca povestitorul să aleagă să nu-i privească de fiecare dată pe spectatori în ochi. El are nevoie să identifice unul sau mai multe puncte în partea opusă a scenei, imediat deasupra capetelor spectatorilor, pe care să-și fixeze privirea atunci când se simte stânjenit.

Intrarea în poveste

Dacă povestitorul va folosi un anumit costum sau dacă va avea elemente de vestimentație sau de recuzită pe care el le va folosi atunci când va spune povestea, va trebui să înceapă să interacționeze cu ele cu măcar un sfert de oră înainte de momentul începerii spunerii poveștii. Costumul va fi îmbrăcat și povestitorul se va plimba puțin cu costumul pe el, iar obiectele de recuzită vor fi ținute în mână pentru a li se simți textura și pentru a li se aprecia greutatea. Dacă se vor folosi obiecte de recuzită și decor de la fața locului, povestitorul va încerca să le folosească cu funcția din poveste cu măcar 15 minute înainte de spunerea poveștii.

Dacă va folosi un scaun de la fața locului pe care va trebui să se așeze în timpul povestirii, povestitorul va încerca să se așeze pe el înainte de a spune povestea, pentru ca atunci când va spune povestea să nu fie primul contact fizic cu acel scaun.

4.8.3 Autocunoașterea

Autocunoașterea este un proces continuu și amplu pe care fiecare om ar trebui să-l săvârșească. Autocunoașterea pornește de la întrebarea „Cine sunt eu?", pe care o dezvoltă prin întrebări adiacente: „Ce sunt eu?", „Cum sunt eu?", „Unde sunt eu?", „De ce sunt eu?" etc.

Răspunsurile pe care omul și le dă singur la aceste întrebări îi vor construi apoi imaginea de sine.

Există o imagine de sine a caracterelor fizice, prin care omul este conștient de aspectul său și a limitelor propriului trup. Există o imagine de sine emoțională, prin care omul știe ceea ce simte, lucrurile care-i plac, pe care le iubește, pe care le detestă etc. Și mai există o imagine de sine în raport cu ceilalți, prin care omul își cunoaște dimensiunea socială și dimensiunea morală, adică ajunge să se vadă pe sine prin ochii celorlalți, înțelegând nu doar cum e văzut de ceilalți, dar înțelegând și cum îi vede el pe ceilalți.

Conștientizarea propriului corp

Un om trebuie să fie conștient de dimensiunile sale. El trebuie să-și conștientizeze înălțimea, ca atunci când vede o ușă mai joasă, să poată aprecia de dinainte dacă poate trece prin cadrul ei fără să încline capul. El trebuie să-și conștientizeze masa corpului, pentru a putea aprecia atunci când vede un scaun dacă se poate așeza pe el fără să-l distrugă.

Poate părea banal, dar privitul propriilor palme, cum se strâng, cum se deschid, cum se răsucesc, îl duc pe individ la un nivel de conștientizare al propriului trup care-i permit ulterior să manevreze mult mai ușor obiectele.

Meditația asupra propriului trup poate include momente în care individul încearcă să nu se gândească la nimic altceva decât la o zonă bine delimitată a corpului său, sa zicem degetul mare de la piciorul drept și în care încearcă să analizeze atent ce fel de semnale îi vin de acolo. Simte căldură? Simte frig? Cât de departe este degetul mare de la piciorul drept de genunchiul de la piciorul stâng?

Aceste exerciții îmbunătățesc atenția și influențează pozitiv calitatea proceselor intuitive, ajutând totodată individul să se extragă din anumite trăiri emoționale și să se elibereze de stres.

Conștientizarea planului moral

Față de evenimentele din jurul nostru noi nu avem doar o relaționare cauzală, ci și o poziționare morală. Falimentul companiei unde a lucrat cineva poate să îi cauzeze persoanei probleme financiare pe termen scurt, dar poate să-l determine să se mobilizeze, să-și găsească altă muncă sau altă ocupație, iar în noua ocupație, persoana să se dezvolte mult mai bine decât

la fostul loc de muncă. Prin urmare, prin modul în care s-a răsfrânt asupra evoluției noastre, noi putem cataloga un eveniment ca „bun" sau „rău". De asemenea, pe baza experienței, noi ajunge să catalogăm chiar și evenimentele posibile ori viitoare ca fiind bune sau rele. „Ce bine ar fi să plouă mâine!" ar putea zice la un moment dat un agricultor.

O poveste, după cum știe deja cititorul, funcționează în trei planuri: cauzal, emoțional și moral. Modul în care s-a săvârșit epifania din poveste poate aduce și o schimbare de poziție morală în sufletul eroului. El poate deveni mai „bun" sau mai „rău".

Dacă povestitorul nu face un exercițiu de introspecție ca să-și cunoască propriul plan moral, dacă nu analizează povestea din perspectiva propriilor sale principii, reguli și valori, el nu o va putea internaliza moral, prin urmare nu o va putea transmite mai departe.

În procesul de internalizare al poveștii, povestitorul ar putea observa că povestea a produs în mintea și-n sufletul lui o schimbare, iar anumite lucruri pe care le considera „bune" au ajuns să fie considerate „rele". Aceasta înseamnă că el a internalizat povestea în propriul său plan moral.

De asemenea, analizând povestea, povestitorul ar putea observa cu satisfacție că eroul a luat în punctul culminant al poveștii o decizie morală pe care și el a luat-o la un moment dat din trecut sau pe care și el ar fi luat-o în aceleași circumstanțe. Și în această situație putem spune că povestitorul a internalizat povestea în planul său moral.

Există, totuși, situații în care, datorită (sau din cauza) experienței de viață ori a valorilor pe care povestitorul le nutrește, povestitorul să se afle în opoziție cu decizia morală a eroului poveștii. Dacă în planul moral al poveștii se consideră că eroul a luat o decizie bună, dar poziția morală a povestitorului e diferită, atunci înseamnă că povestitorul nu poate internaliza povestea în planul său moral și înseamnă că el nu poate și nu trebuie să spună această poveste.

Orice încercare de a spune o poveste care are în punctul culminant o decizie morală „bună" pe care povestitorul o consideră „rea" este o greșeală. Chiar dacă povestitorul va încerca totuși să spună „convigător" o poveste în care nu crede, răspunsurile emoționale pe care sistemul său limbic le va genera îl vor trăda, iar auditoriul poveștii va fi derutat de lipsa de congruență între limbajul vorbit și limbajul trupului, dintre planul cauzal și planul moral al povestitorului.

Autocunoașterea propriilor repere morale îl ajută pe povestitor să nu spună poveștile în care nu crede, adică pe cele pe care nu le poate internaliza.

4.8.4 Accidentele

Accidentul este o întâmplare neprevăzută care întrerupe desfășurarea firească a unui eveniment. Ținând cont de caracterul neprevăzut al evenimentului, accidentele sunt, în esență, pur impredictibile până la prima lor apariție. Adică nimeni, niciodată, nu va putea să prevadă un accident care nu s-a mai întâmplat altcuiva.

Prevenirea accidentelor este posibilă doar în cazul evenimentelor care s-au mai săvârșit și a căror circumstanțe sunt cumva cunoscute. Prevenirea accidentelor poate să implice costuri mai mari decât cele determinate de accidentul însuși, astfel că o poziție paranoică a povestitorului, în tentativa de a preîntâmpina toate accidentele posibile, nu este fezabilă și nu este de dorit.

Teama de a nu greși sau teama că procesul povestirii nu s-a desfășurat la nivelul calitativ dorit ar trebui să-l preocupe pe povestitor mai mult decât greșeala însăși, căci poziția perfecționistă creează în fiziologia povestitorului un stres care generează răspunsuri emoționale, reacții care vor interfera cu cele de pe arcul emoțional al poveștii.

Mai simplu spus, povestitorul care se teme că va greși, cu siguranță va greși! Poate că nu va săvârși greșeala pe care se temea să o comită, ci doar va rata transferul din planul emoțional al poveștii. Cititorul este rugat să-și imagineze un povestitor speriat de faptul că ar putea greși fix atunci când trebuie să povestească despre bucuria eroului.

Pentru a-și administra teama de a nu greși, povestitorul va putea întâi să exerseze spunerea poveștii către auditorii pe care îi cunoaște și de care nu se simte intimidat. Astfel, va câștiga încrede de sine și va putea să expună cu succes povestea și către alte categorii de auditoriu. Se pot, însă, sintetiza câteva categorii de accidente care survin îndeobște în procesul de spunere a poveștii și pe care le vom prezenta mai jos.

Accidente de storytelling propriu-zise sunt accidente ce țin de asimilarea poveștii sau de starea emoțională a povestitorului. *Accidentele de plan cauzal* apar atunci când povestitorul încurcă ordinea evenimentelor din planul cauzal și prezintă unele momente mai devreme decât ar fi trebuit. Acestea sunt de altfel cel mai simplu de remediat accidente, pentru că povestitorul poate introduce ca *flashback* toate întâmplările nespuse imediat ce și-a dat seama de greșeală.

Accidentele de plan moral intervin atunci când povestitorul încearcă să spună o poveste pe care nu și-a asumat-o în plan moral, iar limbajul trupului și paralimbajul îl trădează. Sunt dintre cel mai dificil de detectat accidente de către povestitor și printre cele mai evidente pentru auditoriu.

Accidentele din planul emoțional al poveștii se manifestă ca și cele din planul moral printr-o incongruență dintre arcul emoțional al poveștii și poziția emoțională (răspunsul emoțional) al povestitorului, dar intensitatea incongruenței este și mai evidentă. Desincronizările povestitorului de la arcul emoțional al poveștii se întâmplă de obicei în două categorii de situații. Consumul de substanțe psihoactive (alcoolul, drogurile, medicamentele psihotrope etc.) afectează manifestarea vizibilă a răspunsurilor emoționale. De asemenea, experiența emoțională curentă a povestitorului se poate suprapune peste arcul emoțional al poveștii, corupându-l. Dacă povestitorul a trăit o experiență emoțională intensă (de exemplu, un deces în familie) este posibil ca el să se desincronizeze temporar de la arcul emoțional al poveștii.

Accidentele de interacțiune cu publicul apar atunci când publicul furnizează stimuli care-i activează povestitorului atenția involuntară și care-l fac să piardă șirul evenimentelor de pe firul narativ sau care-i furnizează povestitorului experiențe intense care îl desincronizează de pe arcul emoțional al poveștii.

Unele persoane din auditoriu ar putea lansa replici jignitoare la adresa povestitorului, ar putea părăsi spațiul, ori ar putea genera zgomote puternice ori altfel de sunete care să-i distragă atenția.

Tot în categoria accidentelor de interacțiune cu auditoriul pot intra poveștile neadaptate la planul moral al publicului.

Accidentele logistice și de forță majoră sunt accidente firești pe care povestitorul ar trebui să le trateze ca pe niște evenimente firești cu care este obișnuit să se întâlnească. În timpul povestirii, s-ar putea întrerupe energia electrică sau s-ar putea defecta un microfon. Pentru că remedierea unor astfel de evenimente de obicei are o durată mult mai mare de un minut, povestitorul va trebui să memoreze atent punctul de pe firul narativ unde a avut loc accidentul, iar după remedierea problemelor apărute, să facă o recapitulare până în acel punct, înainte de a relua povestea.

Capitolul 5

METODA „POVESTITORUL”

Metoda „Povestitorul” a fost construită în așa fel încât să furnizeze, în cadrul aceleași ședințe, atât fixarea cunoștințelor teoretice necesare, cât și formarea abilităților de punere în operă a acestora.

Realizatorii metodei consideră că este important ca participanții la curs să dețină lucrarea aceasta dinainte de începerea primei ședințe a cursului și că este bine ca ei să fi făcut deja o lectură a textului înainte de curs. După prima întâlnire, de la o ședință la alta, trainerii vor da indicații cursanților cu privire la ce subcapitole din lucrare să fie recitite înaintea întâlnirii următoare.

În varianta prezentată în această lucrare, metoda este construită pentru povești scurte, construite pe „structura narativă de bază”, cu două sau maximum trei personaje principale.

Autorii au încercat să propună o metodă flexibilă, care să poată fi lucrată optim cu un număr de 10-20 de cursanți. Astfel, metoda poate fi aplicată, la nivel de inițiere, în 22 de ședințe de câte o oră, care să poată fi desfășurate în 4 zile, în cadrul proiectelor de tineret. De asemenea, tot la nivel de inițiere, metoda poate fi aplicată în 13 întâlniri săptămânale, în cadrul cărora să se lucreze în fiecare săptămână câte două etape, cu excepția etapei *5.1.3 Studioul de filmare* și a ultimelor trei de la *5.4 Filmul poveștii*, care vor fi lucrate câte una pe săptămână.

Pentru o abordare mai profundă a metodei, se poate dubla numărul săptămânilor, astfel încât fiecare etapă să fie lucrată singură într-o ședință săptămânală de 2 ore, iar etapele care implică filmări ori pun accentul pe memorarea poveștii (*5.1.3 Studioul de filmare, 5.3.4 Fixarea emoțiilor, 5.3.8 Lucrul în decor, 5.4.1 Povestea în scenă* și *5.4.2 Filmarea poveștii*) să poată fi lucrate separat, în zile diferite din aceeași săptămână, cu subgrupe de 4-6 cursanți dintre cei maximum 20.

5.1 Introducerea în poveste

5.1.1 Prima întâlnire

Scop și obiective. Prima întâlnire este una de cunoaștere și de familiarizare a tinerilor între ei, ca și între participanți și echipa de formatori. Această primă ședință trebuie să le creeze participanților o stare de bine, lucru care se poate face înlăturând anxietatea și oferind predictibilitate pentru întregul program de formare.

Ce vom face? Vom oferi motivația necesară abordării storytelling-ului, vom prezenta cuprinsul cursului și vom crea un cadru de socializare.

Resurse necesare În această etapă avem nevoie de o sală de curs, cu scaune și mese, flipchart și videoproiector. Tot în această etapă vom distribui elementele de logistică promoțională ale cursului, tricouri, șepci, mape și pixuri personalizate etc.

Cum vom face? Echipa de proiect se va prezenta participanților la curs și se vor stabili regulile de adresare, recomandându-li-se participanților să li se adreseze trainerilor pe numele mic. Participanții vor fi rugați să se prezinte unii celorlalți, în acest scop putându-se utiliza diverse jocuri și *icebreakere*.

După ce starea de bine se va fi așezat, echipa de formare va susține o scurtă prelegere prin care va prezenta istoria și evoluția storytelling-ului (vezi *capitolul 2 Homo Sapiens Relator*), va face distincție între *arta storytelling-ului* și storytelling-ul științific, subliniind ariile de aplicare ale acestuia din urmă (vezi ultimul capitol *Epilog*). Cursanților li se va permite să intervină în cadrul prelegerii, fiind chiar încurajați să aducă propriile lor completări ori exemple.

Cum vom ști că am făcut bine? Echipa de formare va observa continuu răspunsurile emoționale și posturile în care se așează participanții la curs. Trecerea cursanților de la posturi închise (firești la începutul ședinței) către posturi deschise și lipsa atitudinii apatice ne arată că această primă etapă s-a desfășurat bine.

5.1.2 Prima poveste

Scop și obiective În această etapă urmărim să fixăm *formula abstractă a poveștii*: „un om avea o problemă și a găsit o soluție" și să prezentăm structura în trei părți. Vom determina participanții să identifice în experiența lor un moment în care s-au adaptat la o schimbare și să transforme acel proces de adaptare în poveste.

Ce vom face? Vom împărți povestea în trei părți. *Începutul*, în care prezentăm fapte de dinaintea evenimentului declanșator; *cuprinsul* poveștii, în care prezentăm tot ce s-a întâmplat între evenimentul declanșator și epifanie și *sfârșitul,* în care prezentăm ce s-a întâmplat după epifanie. Vom livra și vom clarifica conceptele: *eveniment declanșator*, *acțiune, reacțiune, epifanie* și *reconciliere.* De asemenea, vom exemplifica prin povești simple procesul prin care omul acționează la apariția unui eveniment declanșator, și anume în mod intuitiv. Acțiunea lui provoacă din partea mediului o reacțiune care-l dezechilibrează, adică îl îndepărtează de la rezolvarea problemei. Apoi, omul are o epifanie prin care reușește să *înțeleagă* particularitățile distincte ale evenimentului declanșator. Ulterior epifaniei, el acționează în așa fel încât rezolvă problema.

Resurse necesare Sala de curs și toate cele de la etapa anterioară.

Cum vom face? Vom invita participanții să descopere în experiența lor un moment în care s-au izbit de o problemă nouă și pe care au rezolvat-o în alt mod decât ar fi rezolvat celelalte probleme. Vom utiliza instrumentul „What If?", provocându-i să găsească în trecutul lor acea întâmplare fără de care întreaga lor viață ar fi fost alta decât cea de până acum și îi vom ajuta să găsească „morala" sau „învățătura" pe care au tras-o din acea întâmplare. Îi vom ajuta să înțeleagă că, din perspectiva storytelling-ului științific, exact acea „învățătură" este de fapt experiența pe care ei o pot transmite mai departe printr-o poveste.

Cum vom ști că am făcut bine? Probabil că dintre participanți, doar o parte vor reuși să găsească povești din trecutul lor, în cadrul cărora să identifice elementul declanșator și epifania. Iar, dintre aceștia, o și mai mică parte vor fi dispuși să prezinte public acele povești. Dacă 20% dintre participanții la curs se vor arăta dispuși să-și prezinte poveștile, iar poveștile prezentate vor include un *eveniment declanșator* și o *epifanie*, echipa de formare poate să considere că a desfășurat bine această etapă. Oricum, cei care au reușit să identifice o poveste vor fi rugați să o expună în câteva propoziții, iar astfel vor servi ca exemplu pentru ceilalți.

La sfârșitul ședinței li se va transmite participanților că în întâlnirea ce va urma se vor întâlni cu toții în „studioul de filmare" și că împreună cu trainerii și cu ajutorul celorlalți colegi, fiecare participant va fi rugat să spună în fața camerei de filmat o poveste simplă de genul celor construite în cadrul ședinței. Li se va preciza neapărat că spunerea poveștii în fața camerei de filmat nu e obligatorie, că nu vor fi obligați să se lase filmați și că însăși experiența în sine pe care o vor avea când îi vor privi pe alții cum sunt filmați le va fi utilă în dezvoltarea lor ca povestitori.

5.1.3 Studioul de filmare

Scop și obiective În această etapă nu urmărim altceva decât să mobilizăm participanții, cu scopul ca aceștia să se implice cât mai mult în cadrul cursului. Unii dintre ei, știind că a doua zi vor fi filmați, vor exersa în timpul liber dintre ședințe diferite povești pentru a o identifica pe cea mai „interesantă". Alții se vor confrunta cu emoția vorbitului în public și își vor conștientiza tracul.

Ce vom face? Îi vom determina să opereze sintetizări ale poveștii, ca aceasta să se poată înscrie într-o anumită durată de expunere și îi vom face să se concentreze astfel pe evenimentul declanșator și pe epifanie. Pe cei timizi sau anxioși îi vom provoca să mediteze dacă teama sau rușinea lor de a vorbi în public are legătură cu ei înșiși sau cu povestea pe care urmează să o spună.

Resurse necesare Studioul de filmare trebuie neapărat să conțină un fundal monocrom și proiectoare de lumini. Fundalul monocrom are rostul de a focaliza atenția spectatorului exclusiv pe povestitor. Fundalul poate fi un ecran de tip green screen sau pur și simplu un perete gol, văruit în alb sau într-o culoare uniformă, fără decorațiuni și fără tablouri ori alte elemente care ar putea distrage atenția. În mod ideal, sunt necesare patru proiectoare de lumini, două care să lumineze povestitorul de sus în jos și două care să-l lumineze dinspre public. Luminile de sus delimitează „spațiul sacru" iar luminile dinspre public scot în evidență trăsăturile feței povestitorului.

Este necesară existența unui dispozitiv de filmare, care poate fi o cameră de filmat, un webcam legat la computer sau chiar un simplu telefon. Dispozitivul de filmare trebuie fixat într-un suport sau măcar așezat într-o poziție fixă. Filmarea se va realiza în cadru larg, fără ca aparatul să urmărească mișcările povestitorului. Pentru vizionarea filmărilor se va utiliza un videoproiector sau un televizor LCD de diagonală cât mai mare. De asemenea, este necesară existența uneia sau a mai multor oglinzi de dimensiuni minime de 50cm x 50cm.

Cum vom face? Le vom cere participanților să-și spună povestea cât pot de simplu, astfel încât prezentarea să nu dureze mai mult de 3 minute. Celor care vor spune că au emoții li se va sugera să repete de câteva ori spunerea poveștii în fața unui coleg sau în fața oglinzii.

Cei care nu au de spus, încă, o poveste, sau nu au curajul încă să spună o poveste în fața camerei de filmat, vor fi rugați să încerce măcar să-și spună, filmați fiind, numele și prenumele, numele județului în care locuiesc și mijlocul de transport cu care au ajuns la curs. În felul acesta, pe cei care vor reuși să-și spună numele în fața camerei de filmat îi vom ajuta să

înțeleagă că tracul sau rușinea lor nu e legată de capacitatea lor de a vorbi în public, ci de faptul că nu sunt convinși că povestea lor este suficient de captivantă. Ori, în urma acestui curs, ei vor deveni capabili să construiască povești captivante, prin urmare această etapă ar putea să-i motiveze și să le mobilizeze mai mult participarea la curs. După ce toate poveștile vor fi filmate, ele vor fi vizionate de către întregul grup.

Cum vom ști că am făcut bine? Dacă în cadrul acestei etape vom avea mai multe povești filmate decât numărul poveștilor de la etapa anterioară (*5.1.2 Prima poveste*) trainerii deja pot considera că au reușit să crească mobilizarea participanților. Faptul că toți participanții au acceptat să fie filmați, indiferent că au spus o poveste sau doar și-au spus numele și județul de domiciliu, iarăși este un semn că mobilizarea a funcționat. Trainerii vor fi extrem de atenți să nu-i forțeze totuși pe participanți să se lase filmați, dacă aceștia dau semne evidente că nu vor să facă asta.

5.2 Povestea scrisă

5.2.1 Cadrul poveștii

Scop și obiective Cursantul cunoaște deja că povestea este o experiență transmisă despre un erou care, confruntându-se cu schimbarea, a avut o problemă și a găsit, în final, soluția potrivită. El însă trebuie să știe că nu toate poveștile sunt percepute ca fiind la fel de interesante, oamenii alegând să internalizeze doar acele povești care amintesc despre evenimente care au produs schimbări majore și inedite. De asemenea, participantul la curs trebuie să deprindă reflexul de-a căuta răspunsul la o dilemă: motivul pentru care eroul nu a reușit inițial să se adapteze schimbării, adică în ce constă vulnerabilitatea eroului, după care survine conștientizarea și depășirea vulnerabilității, ceea ce se finalizează prin evoluția acestuia. Eroului nu i-au reușit acțiunile pentru că el, din cauza vulnerabilității, nu urmărea problema în sine, ci o falsă problemă, adică „problema" așa cum îi era sugerată lui de intuiție și nu de rațiune.

Ce vom face? Vom livra și vom fixa noțiunile cheie: *premisă*, *dorință* și *vulnerabilitate.* Vom prezenta conceptul de *perspectivă* de expunere a poveștii (POV) și-l vom ajuta pe cursant să-și definească *direcția strategică* a poveștii sale.

Resurse necesare Sala de curs, cu mese și scaune, videoproiectorul și flipchart-ul, cu markere și hârtie specifică reprezintă elementele de logistică necesare în cadrul tuturor etapelor „poveștii scrise", așa că nu le vom mai aminti ulterior. Cursantul trebuie să aibă hârtie de scris, pix și creion. Fișa de lucru „Cadrul Poveștii", aflată în anexă, îi va fi oferită cursantului abia în această etapă.

Cum vom face? În această etapă nu vom forța cursantul să scrie o poveste despre sine, ci îi vom permite să inventeze o poveste. În cazul în care cursantul va voi să scrie totuși despre o experiență proprie, el trebuie să știe că îi este permis să se abată de la „adevărul istoric" și că poate da curs ficțiunii.

Este important ca participantul la curs să înțeleagă că *premisa* și *epifania* nu sunt interdependente. Povestea lui poate porni dintr-un eveniment declanșator real și o premisă reală, dar el își poate fixa în cadrul poveștii sale altă epifanie decât cea pe care crede el că a trăit-o. De altfel, o astfel de abordare îl poate ajuta să descopere ceea ce el „a înțeles cu adevărat" în urma poveștii. Se poate ca - în perioada în care el a trăit experiența - cursantul să fi avut o falsă epifanie, iar epifania propriu-zisă să o săvârșească cu adevărat abia acum, în momentul în care privește

retrospectiv faptele prin care a trecut. De asemenea, el își poate propune să livreze o anumită epifanie, pe care el însuși a trăit-o, dar cadrul poveștii sale să i se pară prozaic. Astfel, el poate păstra epifania, dar poate alege o altă premisă, care să ducă la un cadru al poveștii cât mai inedit.

Prima dată, cursantul va stabili o premisă, un element declanșator și o epifanie. Apoi se va întreba „De ce nu a reușit eroul să ajungă din prima la epifanie?". Astfel, el se va strădui să-i găsească eroului o *vulnerabilitate* care să-l împiedice „să vadă din prima" soluția problemei, adică să ajungă la epifanie.

Cursantul se va preocupa de identificarea *dorinței* abia după ce și-a stabilit deja premisa, vulnerabilitatea, elementul declanșator și epifania.

Perspectiva de scriere a poveștii se definește ultima, iar ea completează direcția strategică a poveștii.

Cum vom ști că am făcut bine? Enunțarea direcției strategice a poveștii este cheia de verificare a acestei etape. În paragraful următor vom prezenta un posibil exemplu de *direcție strategică*:

„Eroul nu avea nicio problemă. A apărut [evenimentul declanșator], care i-a provocat eroului o problemă. Acesta și-a propus să o rezolve îndeplinindu-și [dorința] El săvârșește o serie de acțiuni, până când își dă seama că are o anumită [vulnerabilitate]. Conștientizarea și depășirea vulnerabilității îl ajută pe erou să aibă o [epifanie]. În urma epifaniei, eroul săvârșește altfel de acțiuni, iar astfel rezolvă problema și reajunge în situația în care nu mai are nicio problemă"

Dacă înlocuind în paragraful de mai sus evenimentul declanșator, dorința, vulnerabilitatea și epifania cu cele alese de cursant, iar ca urmare paragraful devine coerent, atunci înseamnă că această etapă s-a desfășurat cu succes.

5.2.2 Personajele

Scop și obiective Cursantul trebuie să cunoască distincția dintre personajele proactive și cele reactive și funcțiunea acestora în poveste. El trebuie să știe că fiecare personaj are o motivație proprie, în urma căreia acționează în poveste. Motivația eroului rezultă din evenimentul declanșator, dar motivația celorlalte personaje poate fi de altă natură. De asemenea, este bine să i se vorbească cursantului despre tipologiile de personaje arhetipale uzitate în literatură și despre funcțiunea fiecăruia în poveste.

În această etapă urmărim să ajutăm cursantul să construiască personaje credibile, a căror acțiune să fie justificată pe firul narativ al poveștii.

Ce vom face? Vom construi un profil al *eroului*, un profil al *oponentului* și eventual câte un profil al celorlalte personaje principale. Pentru că am ales să exemplificăm metoda pe *structura narativă de bază*, recomandăm ca, în cadrul poveștii construite, cursantul să se limiteze la trei personaje: eroul, oponentul și încă un personaj, la alegerea cursantului. Pentru a simplifica procesul, cel de-al treilea personaj ar fi bine să întruchipeze unul dintre personajele arhetipale prezentate în această lucrare.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișele de lucru „Eroul" și „Personajul".

Cum vom face? Vom recomanda cursantului să pornească construcția personajelor pornind de la persoane reale și să completeze în fișe descrierile psihice și morale ale persoanelor care au servit drept sursă de inspirație. Descrierile fizice ale personajelor pot depinde de premisă și de lumea poveștii, și asupra lor se va putea reveni ulterior, după ce se va defini Lumea poveștii.

Cum vom ști că am făcut bine? Completarea tuturor rubricilor din fișe cu informații coerente este suficientă în această etapă.

5.2.3 Lumea poveștii

Scop și obiective În cadrul acestei etape trebuie să-i lămurim și să-i fixăm cursantului conceptele: *arena poveștii*, *simbolurile* și *planul moral*. În final, cursantul va trebui să aibă stabilite *arena* și *simbolurile* care o descriu. De asemenea, el va trebui să aibă stabilit *planul moral* al lumii poveștii și va trebui să decidă dacă eroul schimbă planul moral al lumii poveștii sau dacă, în urma epifaniei, el se conformează planului moral.

Ce vom face? În cadrul arenei poveștii vom explica necesitatea existenței unei cronologii, indiferent dacă aceasta este fixată în timpul istoric ori în timpul mitic. De asemenea, vom lămuri cursantul cu privire la tehnicile de devoalare ale arenei, ca acesta să stabilească de acum maniera în care va livra descrierile atunci când va construi firul narativ.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișa de lucru „Lumea poveștii"

Cum vom face? Cursantul va începe prin a-și fixa timpul poveștii, iar din timpul poveștii își va deriva *arena*. În rubrica din fișă destinată *arenei*, cursantul va însemna locurile și obiectele din arenă pe care le consideră importante, notând amănunte descriptive pentru fiecare dintre acestea.

Prin întrebări cum ar fi: „Cum gândesc personaje din arenă? Care sunt principiile lor? Care sunt credințele lor? Ce cred ei că e bine și ce cred ei că

e rău?" putem să-l ajutăm pe cursant să-și definească planul moral al lumii poveștii, iar în raport cu acestea să-și facă măcar o imagine asupra *deciziei morale* pe care ar putea-o lua eroul în punctul culminant.

Arena poveștii și planul moral fiind stabilite, din acestea, cursantul își va putea „extrage" câteva simboluri, cum ar fi anumite replici sau anumite gesturi instrumentale pe care să le atribuie personajelor. În cadrul unei povești care se poate spune în 5-10 minute, considerăm că nu e necesar să opereze cu mai mult de 5 simboluri, valoarea simbolurilor fiind dată de repetiție și nu de numărul lor.

Cum vom ști că am făcut bine? Completarea tuturor rubricilor din fișe cu informații coerente este suficientă în această etapă.

5.2.4 Conflictul

Scop și obiective Formula abstractă a poveștii fiind „Un om a avut o problemă și a găsit o soluție", conflictul înseamnă o enunțare succintă a subiectului poveștii, în câteva enunțuri, prin care sunt prezentate problema și soluția. Cursantul va trebui să-și întocmească o înșiruire de enunțuri care să schițeze subiectul viitoarei povești

Ce vom face? În cadrul unui atelier de storytelling, în care folosim structura narativă de bază amintită într-un capitol anterior, putem recomanda cursantului care nu a mai făcut niciodată povești să-și structureze conflictul prin următoarea înșiruire de enunțuri:

Expoziționea	Un enunț prin care să fie fixat eroul în lumea poveștii, într-un moment de echilibru, de dinaintea apariției evenimentului declanșator
Intriga	Un enunț care să expună evenimentul declanșator și dorința pe care și-o formulează eroul cu scopul de a-și recâștiga echilibrul.
Acțiunea Eroului	Un enunț care să prezinte o acțiune a eroului în încercarea lui de a-și împlini dorința. Acțiunea sau modul de săvârșire al acțiunii este influențat de vulnerabilitatea eroului, pe care cursantul și-a stabilit-o deja în ședința „Cadrul poveștii".
Reacțiunea Oponentului	Un enunț care să prezinte o acțiune a oponentului în încercarea acestuia de a-și împlini el dorința eroului, ori de-al zădărnici pe erou în împlinirea dorinței
Punctul culminant	O serie de enunțuri prin care să fie prezentate bătălia, epifania (epifania majoră a poveștii) și decizia

morală. Cursantul poate decide dacă va fi întâi bătălia și apoi epifania și decizia morală, sau bătălia se va da după ce eroul a avut epifania și a luat decizia morală. Bătălia este confruntarea directă dintre erou și oponent și poate fi formulată în această etapă printr-un singur enunț care descrie o acțiune decisivă a eroului sau a oponentului.

Acțiunea descendentă Un enunț care să prezinte o acțiune ulterioară a eroului, care nu mai este influențată de vulnerabilitatea sa și care este conformă cu decizia morală luată.

Reacțiunea descendentă Un enunț care să prezinte o reacție a oponentului la acțiunea descendentă a eroului, care poate fi o acceptare și o conformare a oponentului la decizia morală a eroului sau poate fi o reacție ostilă, dar care nu-l afectează pe erou.

Reconcilierea Un enunț care ni-l arată pe erou în lumea poveștii după ce și-a regăsit echilibrul. Acest enunț ni-l prezintă pe erou ca pe omul care a găsit soluția problemei, prin urmare toate necazurile lui au trecut. Reconcilierea mai poate conține încă un enunț care să ni-l prezinte pe oponent într-o poziție inferioară celei de dinainte, sau ca pe un susținător/aliat al eroului.

Deznodământul Un enunț care ni-l arată pe erou într-o lume a poveștii modificată de faptele sale. Momentul cronologic poate fi ușor îndepărtat în viitor față de momentul reconcilierii, iar eroul nu are nicio problemă.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișa de lucru „Conflictul". Ne vom asigura că participantul la curs are la dispoziție fișele completate anterior, ale „Eroului" și „Oponentului", și că de asemenea are la îndemână fișa de lucru „Cadrul poveștii.

Cum vom face? Atunci când, în cadrul conflictului, cursantul va trebui să stabilească acțiuni și reacțiuni, el va cerceta fișele personajelor pentru a fixa exact acele acțiuni care ar putea fi specifice atât emoțional cât și moral structurii personajelor. Grupul de enunțuri *Acțiunea Eroului* și *Reacțiunea Oponentului* se pot repeta dacă faptele poveștii narate o cer, dar recomandarea noastră este ca repetiția să nu fie de mai mult de trei ori. Enunțurile conflictului vor fi numerotate cu cifre arabe, crescător, începând de la 1.

Cum vom ști că am făcut bine? Cursantul va citi în fața colegilor de curs lista de enunțuri a conflictului. Dacă textul este coerent și se poate observa un lanț de cauzalități între enunțuri, înseamnă că deja avem o poveste.

5.2.5 Firul Narativ

Scop și obiective În această etapă fixăm teoretic noțiunea de fir narativ și obținem *planul dezvoltat de idei* al poveștii.

Ce vom face? Vom explica participanților la curs că firul narativ nu este decât o extindere a conflictului și îi vom ajuta să dezvolte fiecare enunț într-o înșiruire de enunțuri.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișa de lucru „Firul Narativ A". Ne vom asigura că participanții la curs au la dispoziție toate celelalte fișe completate anterior.

Cum vom face? Vom sugera cursantului să citească enunțurile conflictului unul câte unul, pe rând, și pentru fiecare enunț să-și pună singur întrebările: „cum?", „când?" și „unde?". După ce și-a fixat în minte răspunsuri la aceste întrebări, cursantul va reformula enunțul din conflict ca o înșiruire de enunțuri, prin care să acopere și aceste răspunsuri. În structura lor, enunțurile vor avea *subiect*, *acțiune* și *obiect*, adică în fiecare enunț va fi vorba despre un personaj care săvârșește o acțiune care se răsfrânge asupra altui personaj sau asupra unui lucru.

Enunțurile rezultate vor fi notate crescător și alfabetic, cu numărul pe care l-a avut enunțul din conflict pe care l-am dezvoltat urmat de o literă mică. De exemplu, dacă enunțul numărul 4 din conflict va fi dezvoltat în cinci enunțuri, acestea vor fi notate crescător și alfabetic astfel: 4a, 4b,4c,4d și 4e. Toate enunțurile din firul narativ care, indiferent de literă, sunt notate cu același număr formează un **fragment al firului narativ**.

Cum vom ști că am făcut bine? Participanții la curs vor citi firul narativ pe fragmente. După citirea fiecărui fragment, cursanții își vor pune întrebările: „cine?", „ce?", „pe cine?", „de ce?", „cum?", „când?" și „unde?", încercând să afle din fragment ce acțiune a fost săvârșită și de către cine, pe cine a afectat acțiune și de ce a fost săvârșită, în ce loc al arenei s-a desfășurat acțiune, care au fost uneltele sau mijloacele de desfășurare a acțiunii etc. Dacă fragmentul de fir narativ cuprinde în enunțurile sale răspunsuri la toate aceste întrebări, înseamnă că a fost bine construit.

5.2.6 Descrierile, Simbolurile și Planul Moral

Scop și obiective În această etapă îi fixăm cursantului cunoștințe despre importanța descrierilor, conform cu modul în care a fost tratată această temă în subcapitolul *3.6.2 Descrierile și Arcul Emoțional*. Tot acum, cursanți vor stabili, pentru fiecare enunț din firul narativ în parte, ce anume se poate descrie (elemente din arenă, personaje etc.) și unde vor fi inserate simbolurile.

Ce vom face? În această etapă vom insista doar pe prima și pe cea de a doua funcție a descrierilor (*construirea lumii poveștii* și respectiv *fixarea personajelor în lumea poveștii*). Algoritmul metodei „Povestitorul" din această lucrare fiind construit pe structura narativă de bază și nu pe structura narativă „Povestitorul", nu vom aminti despre punctele de reset-reload, urmând ca simbolurile să fie inserate acolo unde-i va fi cursantului la îndemână.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișa de lucru „Firul Narativ B". Ne vom asigura că participanții la curs au la dispoziție toate celelalte fișe completate anterior.

Cum vom face? Pe fișa de lucru „Firul Narativ B", cursantul va transcrie enunțurile și în zona desemnată pentru fiecare enunț își va nota ce urmează să descrie, distinct, pe elemente de *arena poveștii*, *personaje*, *simboluri* sau *plan moral*. De exemplu, dacă pentru un anumit enunț, cursantul decide să descrie un obiect sau un loc din arenă, el va menționa obiectul sau locul în fișă. În cazul descrierii personajelor, aceeași trăsătură de caracter sau aceeași descriere fizică poate apărea de mai multe ori, în cadrul mai multor enunțuri. Ulterior, în etapa de scriere a poveștii, cursantul o va expune în feluri diferite.

Atunci când se vor înscrie în fișă simboluri, se va specifica dacă e vorba de o decodare a simbolului sau de o simplă repetare a lui. În rubrica planului moral, cursantul va putea aminti idei, principii, credințe și obiceiuri specifice planului moral, dar va putea nota și replici, urări și ziceri specifice unui anumit etos. De exemplu, salutul „Hristos a înviat!", spus de mai multe personaje de-a lungul poveștii, poate da și repere cronologice despre timpul din arenă (perioada dintre Paște și Înălțare la creștinii tradiționali), dar poate contribui și la construirea planului moral al arenei poveștii, auditoriul poveștii intuind că este vorba despre o colectivitate cu convingeri creștine.

Cum vom ști că am făcut bine? După completarea fișei de lucru, cursantul va citi întreaga descriere a arenei din fișa „Lumea poveștii" și va verifica dacă elementele de acolo sunt distribuite în fișa „Firul Narativ B", iar la fel va proceda și pentru personaje și simboluri.

5.2.7 Scrierea poveștii

Scop și obiective În această etapă urmărim să avem, în sfârșit, o versiune scrisă a poveștii. Cursantul trebuie ajutat să înțeleagă că versiunea scrisă nu e „povestea", ci doar o formă de prezentare a acesteia. El trebuie ajutat să înțeleagă că „povestea în sine" a rămas pe fișa „Firul Narativ B", iar de acolo ea poate fi transcrisă în felurite versiuni.

Ce vom face? Vom compune o versiune scrisă a poveștii, pe baza fișei „Firul Narativ B", transformând fiecare enunț din fișă într-un paragraf.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion și fișele de lucru „Cadrul poveștii" și „Firul Narativ B", care sunt deja completate din etapele anterioare.

Cum vom face? Povestea, construită după rigorile storytelling-ului științific, s-a așternut deja pe fișa „Firul Narativ B". Ceea ce va face în această etapă cursantul iese cumva din zona de interes a prezentei lucrări și se îndreaptă spre zona artei storytelling-ului. Având la dispoziție *subiectul*, *acțiunea* și *obiectul acțiunii* dintr-un anumit enunț din firul narativ, precum și elementele de descriere a arenei, cele de caracterizare a personajelor (cele care sunt subiecte sau obiecte ale acțiunii) și cele de plan moral asociate în fișă, cursantul va scrie câteva propoziții și fraze și va forma un paragraf coerent și complet care să le cuprindă pe toate.

Este extrem de important în această etapă ca scriitorul poveștii să păstreze în toate paragrafele *perspectiva* pe care și-a asumat-o în etapa „Cadrul Poveștii".

Cum vom ști că am făcut bine? În acest punct avem deja o versiune scrisă a poveștii. Verificarea și corectarea poveștii o vom face în etapa următoare.

5.2.8 Testarea poveștii

Scop și obiective În cadrul acestei etape, cursanții își vor testa poveștile scrise cu ajutorul celorlalți colegi, care le vor servi ca și auditoriu.

Ce vom face? Vom testa planul cauzal al poveștii, coerența narațiunii și livrarea epifaniei.

Resurse necesare Hârtie de scris, pix, creion, toate fișele de lucru deja completate și textul versiunii poveștii scrise a fiecărui cursant.

Cum vom face? Cursanții vor citi pe rând poveștile lor, iar ceilalți vor încerca să extragă din povești conflictul și epifania. După lectura fiecărei povești, discuțiile vor fi libere, dar participanți vor încerca să se concentreze pe extragerea planului simplu de idei din poveste, adică pe identificarea conflictului. Acolo unde povestea implicită a auditoriului se va dovedi

diferită de cea explicită, cursantul va nota observațiile și va încerca să reformuleze paragrafele.

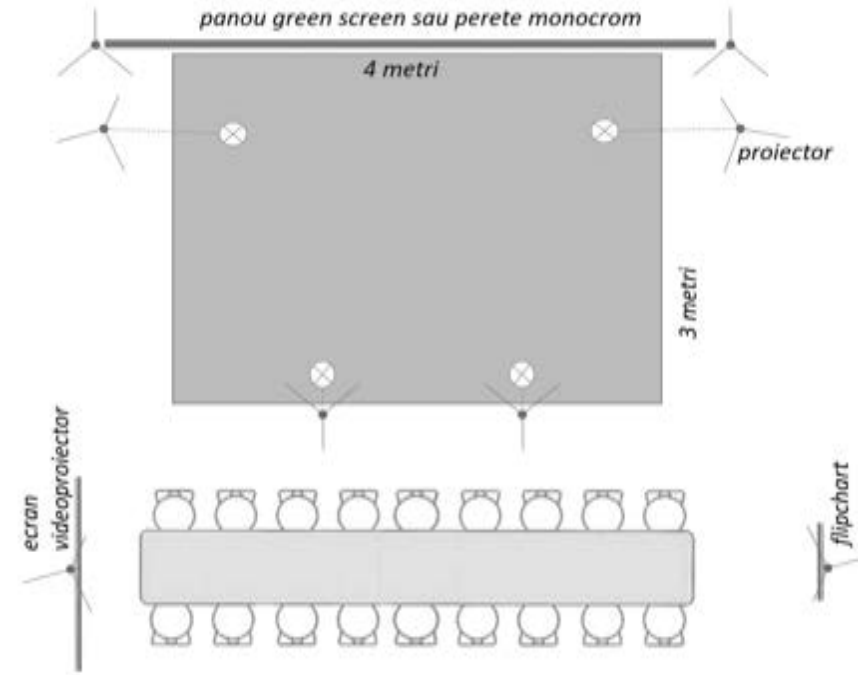
Cum vom ști că am făcut bine? Dacă auditoriul a identificat aceeași epifanie pe care scriitorul poveștii și-a propus-o în fișa „Cadrul Poveștii" și dacă planul simplu de idei identificat de auditoriu străbate aceleași puncte cu cel din fișa „Conflictul", înseamnă că povestea a fost bine scrisă.

5.3 Povestea vorbită

5.3.1 Storytelling-ul multiliniar

Scop și obiective În această etapă îi clarificăm cursantului conceptele de *plan cauzal, plan emoțional* și *plan moral* și îl ajutăm să înțeleagă relația tripartită între poveste, povestitor și ascultător.

Ce vom face? Vom prezenta cursantului succint conceptul de „triunghi al storytelling-ului", vom marca importanta autoperfecționării povestitorului (vezi subcapitolul *4.8 Autoperfecționarea povestitorului*) și



Figură 53 - Logistica sălii de lucru

aborda maieutic problema accidentele ce pot surveni în procesul de storytelling.

Resurse necesare Sala de curs, cu mese și scaune și flipchart-ul, cu markere și hârtie specifică, vor fi necesare de-a lungul tuturor etapelor din cadrul poveștii vorbite. Mesele trebuie să poată fi așezate în linie, dar să

poată fi montate și în așa fel încât cursanții să poată fi împărțiți în patru echipe.

În această etapă este necesară remontarea studioului de filmare și asigurarea unei zone de lucru în fața acestuia, cu o dimensiune minimă recomandată de 4 metri lățime și 3 metri adâncime.

De asemenea, fiecare cursant trebuie să aibă la îndemână hârtie de scris, pix și creion. În măsura în care locația permite, iar formatorii au neapărată nevoie, se va monta și videoproiectorul, pentru a fi utilizat în activitățile „povești vorbite".

Cum vom face? Vom explora cu atenție și delicatețe poziția cursanților pe teme care produc divergență și le vom cere unora dintre ei să construiască pe loc un discurs de 30 de secunde în care să aducă argumente pentru o teză pe care ei nu o susțin. De exemplu, le-am putea cere să construiască un discurs de 30 de secunde în care să susțină că deversarea deșeurilor toxice în râuri nu este periculoasă pentru mediu. În felul acesta ei ar putea înțelege conceptul de poziționare morală și ar putea conștientiza riscul la care se supune povestitorul atunci când trebuie să spună o poveste în a cărei epifanie nu crede.

Cum vom ști că am făcut bine? Vom cere exemple de situații în care anumite persoane publice (vedete, influenceri etc.) au susținut în discursurile lor idei în care nu credeau. Cursanții care sunt capabili să identifice o astfel de situație și-au clarificat relația tripartită între poveste, povestitor și ascultător.

5.3.2 Emoțiile și gesturile

Scop și obiective În această etapă vom încerca să-i fixăm cursantului distincția dintre răspuns emoțional și emoție și dintre gesturile instrumentale, cele descriptive și cele emoționale.

Ce vom face? Ne vom asigura că participanții la curs au înțeles că anumite gesturi se decodează inconștient și automat, pe când altele se decodează în cadrul specific al *lumii poveștii*. Vom reaminti despre relația tripartită dintre poveste, povestitor și auditoriu atunci când vom insista asupra faptului că povestitorul trebuie să se asigure că știe și înțelege universul socio-cultural al auditoriului înainte de a-i livra gesturi instrumentale ori emoționale.

Resurse necesare Din această etapă și până la sfârșit sunt necesare toate resursele amintite la subcapitolul *5.3.1 Storytelling-ul multiliniar.*

Cum vom face? Ca participanții la curs să poată face distincție între emoție și răspunsul emoțional, vor putea exemplifica cu faptul că *spaima*

este doar un răspuns emoțional, pe când *frica* este o emoție, pentru că cel care „simte" *frică* este conștient de faptul că îi este *frică*.

Dacă trainerul are abilități actoricești, va putea el însuși să exemplifice *expresiile faciale* și *gesturile reactive* care semnalizează emoțiile. Însă, dacă nu se încumetă la așa ceva, atunci recomandăm utilizarea imaginilor prezentate la subcapitolul *4.6.1. Exprimarea emoțiilor*. Imaginile vor putea fi tipărite pe hârtie format A3 sau prezentate cu ajutorul videoproiectorului.

Cum vom ști că am făcut bine? Vom juca cu participanții jocul „Cortina". Trainerul indică un cursant și spune: „În fața ta este o cortină, cortina cade și vezi ... Ce simți?". Cursantului i se poate sugera „să vadă" un monstru cu trei capete sau un autoturism pe care scrie „cadou" sau orice altceva care ar putea stârni o emoție. În urma întrebării, cursanții vor construi expresii faciale și gesturi reactive potrivite emoțiilor pe care imaginea văzută ar trebui să le provoace. Dacă ceilalți cursanți apreciază că cel chestionat a reprezentat bine emoția, atunci putem considera că această etapă s-a desfășurat bine.

La aceste evaluări se vor face cu delicatețe, fără a forța cursanții să „joace" emoții, dacă nu se simt pregătiți. La ele nu trebuie să participe neapărat toți cursanții, dar ele pot fi un bun prilej de a-i implica în activitate pe cei care în mod curent se implică mai puțin.

5.3.3 Arcul emoțional și „Scenariul"

În urma etapelor „Poveștii scrise", cursanții au rămas cu câte o versiune scrisă a poveștii. Acestea pot fi ulterior postate în social-media ori pot fi chiar publicate împreună într-o carte. Însă, în etapa „Poveștii vorbite", aceste versiuni scrise nu ne folosesc. Pentru că, așa cum am mai amintit, **povestea nu se învață pe de rost!** „Scenariul" este o fișă de lucru pe care cursantul va nota tot ce are nevoie să știe ca să poată spune povestea în fața auditoriului. Ea conține toate datele din fișa „Firul Narativ B", la care se vor adăuga detalii despre gesturi, emoții și ulterior despre atitudini.

Scop și obiective În această etapă îi clarificăm cursantului procesul prin care auditoriul internalizează povestea, precum și modul în care se realizează transferul emoției de la povestitor către auditoriu, ca în final să obținem pe fișa „Scenariul" indicații cu privire la emoțiile ce vor fi transmise de-a lungul firului narativ.

Ce vom face? Vom identifica pentru fiecare enunț din firul narativ emoția care trebuie transmisă și mijloacele de reprezentare a acesteia – expresii faciale, gesturi reactive etc. De asemenea, vom identifica și eventualele *gesturi instrumentale* sau *gesturi emoționale*.

Resurse necesare Fișa „Scenariul" și toate celelalte fișe completate deja în etapa „Povestea scrisă".

Cum vom face? Fiecare enunț din fișa „Firul Narativ B" va fi transcris pe fișa „Scenariul". Cursantul va citi enunțul și va identifica emoția subiectului care săvârșește acțiunea și, dacă este cazul, emoția personajului (obiectului) asupra căruia s-a răsfrânt acțiunea. Apoi va decide care emoție este mai intensă și deci mai relevantă. Emoțiile eroului și respectiv ale oponentului au prioritate.

Descrierile cu privire la *arenă*, *personaje*, *simboluri* și *plan moral* (din fișa „Firul Narativ B") vor fi analizate pentru a se identifica cele care susțin emoția aleasă. În fiecare dintre rubricile *arenă*, *personaje*, *simboluri* și *plan moral* din fișa „Scenariul" se va înscrie maxim un element, chiar dacă în fișa „Firul Narativ B" au fost notate mai multe. Emoția aleasă se notează în rubrica aferentă. Eventualele gesturi instrumentale care descriu acțiuni sau gesturi emoționale (specifice emoției alese) vor fi, de asemenea, notate în rubrica aferentă.

Cum vom ști că am făcut bine? Fiecare enunț în parte din fișa „Scenariul" va fi reformulat de către cursant printr-o propoziție, o frază sau chiar mai multe, după caz, astfel încât să includă elementele notate în rubricile *arenă*, *personaje*, *simboluri* și *plan moral.* Dacă, în urma reformulării, fraza completă e unitară și sugerează o singură emoție, anume pe cea notată în rubrica aferentă, atunci înseamnă că enunțul a fost bine marcat în fișă.

5.3.4 Fixarea emoțiilor

Scop și obiective În această etapă fixăm intonația, gesturile și expresiile faciale potrivite, ajutând totodată cursantul să memoreze firul narativ al poveștii.

Ce vom face? Vom ajuta cursantul să-și rostească povestea cu încărcătura emoțională potrivită.

Resurse necesare Fișa „Scenariul"

Cum vom face? Cursanții vor sta la masa de lucru și vor avea în față fișa „Scenariul". Fiecare enunț din fișă va fi reformulat oral de către cursant într-o propoziție, o frază sau chiar mai multe, în aceeași mod în care a făcut acest lucru la etapa „Scrierea poveștii" precum și în etapa anterioară. Enunțul reformulat va fi rostit însoțit de intonația, gesturile reactive și expresiile faciale potrivite. Gesturile instrumentale și cele emoționale vor fi și ele săvârșite, în măsura în care acest lucru este posibil din poziția de așezat la masă.

Trainerul va putea da ușoare indicații cursantului, dar este preferabil ca mai degrabă să-l ajute pe cursant să-și găsească modul propriu de a exprima o emoție, decât să-i spună pur și simplu cum să o „joace".

Cum vom ști că am făcut bine? Cursantul cu care s-a lucrat fixarea emoțiilor va repeta ulterior singur, sau cu ajutorul altor colegi, expunerea întregii povești. Spre final, cursantul va spune povestea cu intonația, gesturile și expresiile faciale potrivite unui alt grup de colegi decât cei cu care a repetat. Feedback-ul pe care-l va primi de la aceștia din urmă ne va sugera dacă fixarea s-a făcut bine sau mai trebuie să lucrăm cu cursantul.

Notă: Această etapă se poate repeta de mai multe ori, până când iese bine. Trainerul va întocmi discret o listă cu cursanții, în care îi va ierarhiza după gradul în care aceștia au memorat textul. Lista îi va fi utilă într-o etapă ulterioară.

5.3.5 Atitudinile

Scop și obiective În această etapă vom încerca să-i fixăm cursantului conceptul de atitudine, așa cum a fost definit în această lucrare, și să-l ajutăm să facă distincția dintre emoții și atitudini.

Ce vom face? Ne vom asigura că participanții la curs au înțeles că atitudinea reprezintă o dispoziție a individului de a acționa în urma unei emoții într-un mod specific determinat de experiența și personalitatea sa.

Resurse necesare Diferite fragmente de film în care personajele întruchipează anumite atitudini.

Cum vom face? Vom prezenta cursanților informații și exemplificări despre posturi și despre tipurile de atitudini prezentate în capitolul „4. Povestitorul". Dacă trainerul are abilități actoricești, poate el însuși construi atitudinile, iar dacă are rețineri, ar putea să proiecteze fragmente din filme.

Pentru această etapă nu sunt necesare mesele, scaunele putând fi dispuse în semicerc în zona studioului de filmare, iar ecranul videoproiectorului poate fi fixat pe latura cu peretele alb sau green screen-ul. Poziționarea proiectoarelor deasupra trainerului și aprinderea lor atunci când acesta prezintă ceva (urmând să fie stinse atunci când se prezintă filme la videoproiector), ar putea influența pozitiv dinamica cursului.

Cum vom ști că am făcut bine? Trainerul poate întruchipa o anumită atitudine sau poate invita un cursant să o facă. Dacă există rețineri atât din partea trainerului cât și a cursanților, atunci e necesară proiectarea unor fragmente de filme, preferabil altele decât cele utilizate la exemplificare. Dacă cursanții recunosc atitudinile întruchipate, atunci înseamnă că această etapă s-a desfășurat bine.

5.3.6 Marcarea atitudinilor

Scop și obiective În această etapă ne asigurăm că participanții la curs au înțeles că atitudinea unui personaj dintr-un anumit moment al firului narativ nu depinde doar de emoția pe care o simte, ci și de structura sa psihică și morală, ca în final să marcăm pe fișa „Scenariul" atitudinile potrivite și (indirect) să-l ajutăm pe cursant să memoreze firul narativ.

Ce vom face? Vom identifica pentru fiecare enunț din firul narativ atitudinea pe care povestitorul trebuie să o întruchipeze atunci când expune întâmplările respective.

Resurse necesare Fișa „Scenariul", fișa „Eroul" și, după caz, fișele celorlalte personaje.

Cum vom face? Cursanții vor sta la masa de lucru și vor avea fișele în față. Pentru fiecare enunț din fișa „Scenariul", cursanții vor corela emoția notată la etapa anterioară cu ceea ce au notat în fișa personajului, la rubricile care-l descriu psihic și moral. Astfel, ei vor identifica atitudinea potrivită.

Cum vom ști că am făcut bine? În ultimele etape ale cursului, participanții vor fi în situația de a-și spune din nou povestea în fața camerei de filmat. Acest lucru cere un anumit efort emoțional, iar ei trebuie investiți cu încredere ca să-l poată face. Este bine ca începând cu etapa aceasta, trainerul să nu mai valideze direct procesul, ci să-i lase pe cursanți să se aprecieze unii pe ceilalți. Evident, trainerul va observa și va interveni delicat atunci când va constata o inadvertență majoră între emoția unui enunț, structura psihică a personajului și atitudinea aleasă de cursant, dar mai mult de atât se va abține în a aprecia dacă e bine sau nu ceea ce a ales cursantul. Dacă cursanții reușesc să-și valideze între ei atitudinile alese, atunci această etapă s-a desfășurat bine.

5.3.7 Consacrarea și marcarea scenei

Scop și obiective În această etapă îi vom fixa cursantului cunoștințele necesare pentru spunerea poveștii pe scenă și îl vom ajuta să-și formeze abilitatea de a „stăpâni" scena.

Ce vom face? Vom prezenta cursantului conceptele de „zone de scenă" și „consacrare". Vom clarifica funcția decorului și a cârligelor și îl vom ajuta să-și formeze abilitatea de a se mișca în scenă.

Resurse necesare Toate fișele completate anterior, fișa „Scena", post-it, panglică (bandă satinată de 1-2 cm lățime) sau sfoară și foarfece.

Cum vom face? Vom lucra cu cursanții în suprafața studioului de filmare. Vom marca cu post-it-uri în suprafața de 3m pe 4m punctele de

scenă pentru diferitele momente ale poveștii (evenimentul declanșator, epifania etc.) și vom trasa cu panglică traseele pe care cursantul îl va parcurge în zonele de scenă atunci când își va spune povestea.

Vom ajuta cursantul să completeze fișa „Scena", figurând acest document punctele de scenă și traseele, într-un mod similar cu cel în care în teatru se stabilește mizanscena[250]. Vom alege apoi alte locuri, cât mai neconvenționale, din sala pe care o avem la dispoziție ori din altă parte, și vom invita cursantul să *stabilească* acele zone ca scene ale poveștii. Cu ajutorul fișei „Scena", el va încerca să identifice în suprafața neconvențională *zonele de scenă* și să refacă, cu panglică și post-it-uri, punctele de scenă și traseele. În felul acesta, el își va dezvolta abilitatea de a se adapta spațiilor neconvenționale, memorând totodată și traseele și amplasamentul punctelor de scenă.

Cum vom ști că am făcut bine? Cursanții vor fi încurajați să se evalueze și să se ajute unii pe ceilalți în procesul de *consacrare* a scenei. Trainerul le va urmări activitatea și doar în situațiile excepționale le va da indicații. Dacă, sfătuindu-se unii cu ceilalți, cursanții vor reuși să reproducă traseele și punctele de scenă în spațiul neconvențional, înseamnă că această etapă s-a desfășurat bine.

5.3.8 Lucrul în „decor marcat"

Scop și obiective În această etapă fixăm mișcarea, atitudinile și gesturile (instrumentale și emoționale), ajutând totodată cursantul să-și consolideze în memorie firul narativ al poveștii.

Ce vom face? Cursanții vor repeta spunerea poveștii pe scenă.

Resurse necesare Fișa „Scenariul", o copie a fișei „Scenariul" pentru trainer, fișa „Scena", post-it-uri și panglicile pregătite din etapa anterioară.

Cum vom face? Cu ajutorul fișei „Scena", cursanții vor consacra pe rând spațiul studioului de filmare. Apoi, având la îndemână fișa „Scenariul", vor parcurge traseele, rostind povestea și construind emoțiile și atitudinile necesare. Cursantul își va alege un coechipier care s-l asiste. Trainerul, împreună cu coechipierul, vor urmări pe copia fișei modul în care cursantul trece prin „Scenariu", iar trainerul, consultându-se cu coechipierul, va putea da eventuale mici indicații. Apoi, cursantul împreună cu coechipierul, vor găsi un loc neconvențional unde să *consacre* scena și să repete procesul.

De la etapa *5.3.4 Fixarea emoțiilor*, trainerul are deja o listă care-i arată gradul de memorare a firului narativ pe fiecare cursant în parte. Lista va fi împărțită în două, prima parte cuprinzându-i pe cei care au reținut cel mai

[250] Dumitru Grigoraș ș.a., op.cit., pag.84

bine firul narativ. Atunci când cursanții își vor alege coechipierii, trainerul va avea grijă ca echipele de 2 persoane să fie formate din câte un cursant din fiecare listă. Se va forma astfel o listă nouă, a echipelor de două persoane. La intrarea în studio, lista echipelor se va parcurge de două ori. Prima dată vor intra, pe rând, membrii echipelor care au reținut mai puțin firul narativ, iar după aceștia, în aceeași ordine, vor intra ceilalți.

Cum vom ști că am făcut bine? Cititorul trebuie să știe și să accepte că această etapă ... nu se va finaliza „bine". Mai ales dacă cursantul lucrează pentru prima dată metoda „Povestitorul", el nu-și va putea spune povestea la fel de bine cum o fac, de exemplu, vorbitorii de la conferințele TED.

Trainerul trebuie să accepte și să îngăduie că participanții la curs nu vor reuși să atingă toate cerințele pentru fiecare enunț din firul narativ. La unele vor sări peste niște descrieri, la altele vor sări peste un gest . Mișcările lor, în planul scenei, nu vor fi perfect sincronizate cu cerințele fișei „Scena" și poate nici unele fraze nu vor fi rostite din locul în care trebuiau spuse. Trainerul le va transmite cursanților că acest lucru este firesc și că li se întâmplă și povestitorilor profesioniștii. Le va spune că „povestea vorbită" e un act unic și irepetabil și că e firesc ca două expuneri ale poveștii să arate ușor diferit. Însă le va atrage atenția asupra distincției dintre *esențial* și *secundar*, așa cum e prezentată ea în subcapitolul *4.7.4 Timpul, aliat sau inamic* și îi va ghida în așa fel încât să se asigure că livrează întotdeauna *esențialul*, cu riscul asumat al unor pierderi din ceea ce e *secundar*.

Notă: Dacă timpul sau modul în care e organizat cursul o permite, această etapă se poate repeta de mai multe ori, pentru ca participanții la curs să ajungă la un anumit nivel de siguranță și de mulțumire față de ceea ce au realizat.

5.4 Filmul poveștii

5.4.1 Povestea în scenă

Scop și obiective În această etapă, cursantul spune pentru prima dată povestea pe scenă, fără ajutorul fișelor.

Ce vom face? Vom crea climatul și condițiile unei prezentări pe scenă.

Resurse necesare Toate cele de la etapa anterioară. Este recomandat ca operatorul care va filma povestea să fie prezent și el în auditoriu, pentru a înțelege ce urmează sî se întâmple pe scenă.

Cum vom face? Dacă spunerea poveștii implică existența unei anumite costumări, cursantul va purta costumul. Dacă sunt prevăzute anumite elemente de decor, ele vor fi prezente pe scenă. Panglicile care reprezintă traseele și post-it-urile nu vor mai fi marcate în decor.

Cursantul intră în scenă și își spune povestea. Coechipierul îl asistă cu fișa „Scenariul" în față și îi poate sufla, la nevoie, indicații. Trainerul va avea și el copia fișei, dar nu va interveni altfel decât confirmându-i pozitiv cursantului performanța din scenă. Tot ceea cunoaște trainerul despre emoția bucuriei și despre posturile deschise și atitudinile relaxate va fi exploatat aici, pentru că exact aceste lucruri trebuie să i le prezinte trainerul cursantului.

Cum vom ști că am făcut bine? Referitor la performanța cursantului, în această etapă nu există „bine" sau „rău", există doar povestea care se desfășoară. Dacă trainerul reușește prin limbajul trupului să-i comunice cursantului că ceea ce se întâmplă pe scenă e „bine", atunci trainerului și-a făcut treaba.

5.4.2 Filmarea poveștii

Scop și obiective În această etapă construim o mărturie a cursului, construim „decorația" de povestitor pe care o vom acorda cursantului.

Ce vom face? Ne vom asigura că obținem o filmare a poveștii în care competențele de povestitor ale cursantului să pară, dacă se poate, mai evidente decât sunt în realitate.

Resurse necesare Toate cele de la etapa anterioră, la care se adaugă operatorul și logistica necesată filmării și montării filmului.

Cum vom face? Această etapă se va desfășura la fel ca etapa anterioară, cu diferența că în această etapă cursantul urmează să fie filmat. În cazul în care cursantul se blochează sau săvârșește o greșeală majoră, filmarea se poate relua. Cursantul va fi rugat să reia spunerea poveștii din

punctul pe care i-l indică operatorul filmării, pentru ca momentul stânjenitor să poată fi îndepărtat la montaj.

Cum vom ști că am făcut bine? Va fi bine!

5.4.3 Vizionarea propriei povești

Scop și obiective Scopul acestei etape este acela ca participanții la curs să observe și să conștientizeze că au dobândit sau și-au îmbunătățit competențele de povestitor.

Ce vom face? Vom proiecta pe ecran, pentru fiecare cursant în parte, întâi filmul realizat în etapa *5.1.3 Studioul de filmare* și apoi, după o pauză scurtă, vom proiecta povestea filmată în etapa anterioară.

Resurse necesare Computer, videoproiector și sistem de sunet

Cum vom face? Toți cursanții vor fi spectatori pe scaune, iar întreaga echipă de proiect va fi prezentă. După proiectarea poveștii, trainerii și ceilalți membri ai echipei de proiect vor provoca aplauze. Filmele în care performanțele cursanților nu sunt printre cele mai bune vor fi proiectate primele, pentru a nu exista elemente de reper care să le poziționeze ca fiind slabe, iar astfel întregul proces de vizionare să sugereze o creștere a calității.

Cursantul care citește acum acest paragraf trebuie să știe că dacă se întâmplă ca povestea lui să fie prima proiectată, acest lucru nu înseamnă că a fost cea mai slabă,ci, probabil, trainerul a uitat să o lase ultima.

Cum vom ști că am făcut bine? Acesta e un bun prilej de a evalua proiectul în ansamblu și a alfa de la cursanți ce cred despre modul în care a fost desfășurat cursul, ce le-a plăcut și ce cred ei că ar putea fi îmbunătățit. Autorii acestei lucrări vor fi recunoscători trainerilor care le vor trimite și lor informații despre feedback-ul primit de la cursanți.

5.5 Fișe de lucru

F1 Cadrul poveștii

F1 CADRUL POVEȘTII *numele și prenumele participantului*
Premisa
Evenimentul declanșator
Epifania
Eroul
Vulnerabilitatea eroului
Dorința eroului
Perspectiva (POV)

F2 Eroul

F2 EROUL

numele și prenumele participantului

Trăsături fizice

Ce gen și ce vârstă are? Cum arată eroul?

Condiție socială

Din ce categorie socială provine, care este statutul lui în societate?

Caracterizare morală

Relația dintre VULNERABILITATEA sa și EVENIMENTUL DECLANȘATOR

Mărci proprii

Ce ticuri gestuale sau verbale are? Vorbește cu accent? Are o dizabilitate fizică? Se îmbracă într-un anumit fel?

F3 Personajul

F3 PERSONAJUL

numele și prenumele participantului

Numele personajului

☐ proactiv **Funcția personajului**

☐ reactiv *Oponent, Expert etc. Vezi personajele arhetipale!*

Trăsături fizice

Ce gen și ce vârstă are? Cum arată eroul?

Condiție socială

Din ce categorie socială provine, care este statutul lui în societate?

Caracterizare morală

Motivația poziției proactive sau reactive

Mărci proprii

F4 Lumea poveștii

F4 LUMEA POVEȘTII

numele și prenumele participantului

Arena

☐ timp istoric

☐ timp mitic

Cronologia

Când se desfășoară evenimentele?

Tehnica de devoalare a arenei

Descrierea arenei

Amintiți locurile și obiectele importante din arenă

Planul moral

Obiceiurile, credințele și idealurile din „lumea poveștii"

Simbolurile

F5 Conflictul

F5 CONFLICTUL *numele și prenumele participantului*
Expoziționea
Intriga *Evenimentul declanșator*
Acțiunea Eroului (1)
Reacțiunea Oponentului (1)
Acțiunea Eroului (2)
Reacțiunea Oponentului (2)
Acțiunea Eroului (3)
Reacțiunea Oponentului (3)
Punctul culminant *Câte un enunț pentru bătălie, epifanie și decizia morală*
Acțiunea Descendentă
Reacțiunea descendentă
Reconcilierea
Deznodământul

F6 Firul Narativ A

F6 FIRUL NARATIV A

numele și prenumele participantului

1	Enunț

Dezvoltare *„cum?", „când?" și „unde?".*

1.a

1.b

1.c

1.d

...

2	Enunț

Dezvoltare *„cum?", „când?" și „unde?".*

2.a

2.b

2.c

2.d

...

Se continuă pe mai multe pagini, pentru a se acoperi toate enunțurile din fișa F5 Conflictul!

F7 Firul Narativ B

F7 FIRUL NARATIV B

numele și prenumele participantului

Enunț
1.a

Arena	Personaje	Plan moral	Simboluri

Observații

Enunț
1.b

Arena	Personaje	Plan moral	Simboluri

Observații

Va cuprinde, pe mai multe pagini, toate enunțurile din fișa F6 Firul narativ A

F8 Scenariul

F8 SCENARIUL

numele și prenumele participantului

1.a **Enunț**

Arena	**Personaje**	**Plan moral**	**Simboluri**
Emoție	**Gesturi**	**Atitudini**	**Scenă**
Observații			

1.b **Enunț**

Arena	**Personaje**	**Plan moral**	**Simboluri**
Emoție	**Gesturi**	**Atitudini**	**Scenă**
Observații			

Va cuprinde, pe mai multe pagini, toate enunțurile din fișa F6 Firul narativ A

Epilog

Arta storytelling-ului, după cum am arătat, s-a dezvoltat odată cu Homo Sapiens, din nevoia omului de a internaliza experiența altuia, pentru a-și spori capacitatea de adaptare la schimbare.

Experiența unui om e o sumă de automatisme și de înțelegeri (epifanii) pe care le-a achiziționat din mediu de-a lungul vieții sale. În urma internalizării experienței, ascultătorul ajunge la aceeași înțelegere la care a ajuns povestitorul, trăind totodată aceleași emoții pe care le-a trăit povestitorul când a avut înțelegerea.

Storytelling-ul științific însă pornește de la o epifanie care trebuie livrată. În storytelling-ul științific nu povestim neapărat o experiență proprie care ne-a dus pe noi la o anumită înțelegere, ci construim o poveste pornind de la o înțelegere pe care vrem să o săvârșim în mintea ascultătorului.

Ca artă, storytelling-ul explorează frumosul în variatele sale forme și descoperă în cadrul acestui proces noi și noi moduri de a ne împărtăși unii altora experiența. Ca artă, storytelling-ul ne ajută să ne explorăm pe noi înșine și să spunem povești pe care nu știam că le știm. Ca artă, storytelling-ul îi permite ascultătorului să-și ia din experiența povestitorului altă poveste decât cea transmisă, și alta decât cea pe care a intenționat povestitorul să o spună. Ca artă, storytelling-ul ne permite să „vedem" povestea acolo unde n-a fost niciodată și să ajungem la înțelegeri pe care nimeni n-a intenționat să ni le furnizeze în mod conștient. Arta storytelling-ului e vie ca orice artă și nu poate fi încorsetată în norme și paradigme.

„[...] Luaţi un ziar. / Luaţi nişte foarfeci. / Alegeţi din acest ziar un articol de lungimea pe care intenţionaţi s-o daţi poemului dumneavoastră. / Decupaţi articolul. / Decupaţi apoi cu grijă fiecare dintre cuvintele care alcătuiesc acel articol şi puneţi-le într-un sac. / Scuturaţi uşor. / Scoateţi apoi fiecare tăietură una după alta. / Copiaţi cu conştiinciozitate în ordinea în care au ieşit din sac. / Poemul o să semene cu dumneavoastră. / Şi iată-vă: un

scriitor nesfârşit de original şi de o sensibilitate fermecătoare, deşi neînţeleasă de vulg..."[251] Iată o sublimă descriere a artei storytelling-ului!

Fundamentându-se însă pe paradigma că **povestea este un model de reprezentare a procesului de înțelegere**, știința storytelling-ului studiază povestea ca vehicul de livrare a înțelegerii. Prin urmare, metodele *storytelling-ului științific*, printre care metoda „Povestitorul" pe care v-am prezentat-o în această lucrare, pot fi aplicate în toate acele domenii în care cineva trebuie dus către o anumită înțelegere.

Domeniile educației, instrucției și formării sunt prin excelență domenii de aplicare ale metodelor storytelling-ului științific. În măsura în care în societatea cunoașterii, spre care ne îndreptăm, evoluția tehnicii va fi și mai năucitoare decât în prezent, o educație bazată exclusiv pe abilități tehnice fără o cunoaștere (în sens epistemic) nu va mai fi posibilă. Din această perspectivă, instrucția începe să-și piardă utilitatea. Pedagogul (sau andragogul) nu se mai poate limita la a-i livra studentului *tehnici*[252], ci trebuie să-i dezvolte în primul rând capacitatea de înțelegere, ca acesta singur să-și poată actualiza continuu tehnicile. Astfel, utilizarea metodelor storytelling-ului științific în actul educațional devine și mai importantă.

Dar a duce pe cineva la o anumită înțelegere nu este doar „misiunea" educatorului. Avocatul, în fața instanței, într-un proces penal, trebuie să compună din probele administrate o înlănțuire cauzală prin care să-l ducă pe judecător la epifania nevinovăției inculpatului. Aceeași misiune de a duce pe cineva la o anumită înțelegere o are, de altfel, și teologul, iar cateheza eficientă nu e altceva decât storytelling.

„Mâna întinsă care nu spune o poveste nu primește pomană" zice o replică din filmul Filantropica, de Nae Caranfil. Acest adevăr este profund înțeles de către specialiștii în marketing care știu că produsul, care nu are în spate o poveste, nu se vinde. Theodore Levitt, profesor de marketing la Harvard, sugera că cei care cumpără un burghiu nu cumpără burghiul în sine cât promisiunea că acel burghiu îi va ajuta să facă o gaură. Din această perspectivă, formula abstractă a poveștii devine în marketing: „un om avea o problemă, iar cineva i-a promis că-i vinde o soluție", modelul AIDA nefiind altceva decât o interpretare specifică a structurii narative de bază.

Se spune des că oamenii politici spun povești, iar această afirmație nu e lipsită de temei. În analiza discursului politic, *contextul* nu e altceva decât „lumea poveștii", iar *subtextul* este mecanismul de livrare a epifaniei. Iar pentru a stârni interesul auditoriului, povestea politicianului are nevoie de o

[251] Tristan Tzara, Ca să faceţi un poem dadaist
[252] În sensul de techne, așa cum l-a folosit Aristotel în Republica, (n.a.)

premisă, sau un *pretext*. Cu cât *pretextul* este mai ofertant, cu atât mai ușor politicianul își spune *textul*, livrând, de fapt, *subtextul*.

Povestea e peste tot în jurul nostru, așa că pentru specia aceasta, din care facem noi parte, nu există un nume mai bun decât Homo Sapiens Relator. Am devenit povestitori pentru că această cale ne-a fost singura la îndemână în lupta pentru supraviețuire. Am atins nivelul de dezvoltare de astăzi fiind în primul rând povestitori, iar fără a fi povestitori nu am fi fost astăzi ceea ce suntem. Suntem povestitori când încercăm să câștigăm iubirea cuiva, după cum suntem povestitori când ne ne îndrumăm copiii. Suntem povestitori în profesiile noaste la fel cum suntem și în arta noastră. Suntem povestitori!

Și-am încălecat pe-o șa...

Bibliografie

- Nicolae Botnariuc, "Biologie generală", Editura Didactică și Pedagogică", București 1974
- Derek Bickerton. Adam's Tongue. Hill and Wang 2009.
- Larry Brooks, Story Engineering, Writer's Digest Books 2011
- Anton Bacalbașa, Arta pentru artă, 1894
- Eileen Colwell, Storytelling, TheBodley Head, Londra 1980
- Noam Chomsky, Robert Berwick . Why Only Us: Language and Evolution. MIT Press, 2016
- Daniel Dennett, Consciousness Explained, Little Brown & Co, Boston MA 1991
- Daniel Dennett, Darwin's dangerous idea: evolution and the meanings of life, Simon & Schuster 1996
- Charles Darwin , On the Origin of Species by Means of Natural Selection, or the Preservation of Favoured Races in the Struggle for Life, Londra,1859
- Lewis Dartnell, Origini – Cum a modelat Pământul istoria omenirii, Litera, București 2020
- Robin Dunbar, Grooming, Gossip and the Evolution of Language, Faber and Faber, Londra 1996
- Stephanie Dalley, Myths from Mesopotamia, Oxford University Press 2000, pag.40
- Paul Ekman, Emoții date pe față, Editura Trei, București 2016
- Mircea Eliade, Sacrul și profanul, Humanitas, București 2002
- Agustin Fuentes, Scânteia Creativă, Publica 2017
- Gustav Freytag, Technique of The Drama, Scott & Foresman, New York 1894
- Kenneth Goodman, What's Whole in Whole Language?, Scholastic, Ontario, Canada 1986
- Kenneth Goodman, Yetta Goodman, Wendy Hood, Whole Language Evaluation Book, Heinemann, Portsmouth 1989

- Dumitru Grigoraș, Radu Bogdan Ghelu, Marius Hainagiu, Sînică Vrânceanu, Teatru în școala ta, Panta Rhei 2019
- Yuval Noah Harari, Homo Deus, Polirom, București 2018
- Yuval Noah Harari, Sapiens, Polirom, București 2017
- Martha Hamilton, Mitch Weiss, Children tell stories: A teaching guide, Richard C. Owen Publishers, Katonah NY 1990, pag.11
- Jack Hart, Storycraft, The University of Chicago Press 2011
- Ray Kurzweil, Cum se construiește o minte, Paralela 45, 2013
- Daniel Kahneman, Gândire rapidă, gândire lentă, Publica, București 2012
- Stanley Kelemen, Myth & The Body: A Colloquy with Joseph Campbell, Berkeley CA, Center Press 1999
- Norma J. Livo, Sandra A. Rietz, Storytelling: Process and practice, Libraries Unlimited, Littleton CO 1986
- Terence Lee, Designing game narrative, Dustforce developer, Hitbox Team 2013
- György Lukács, The Theory of the Novel. A historico-philosophical essay on the forms of great epic literature, MIT Press, Boston 1971
- Joseph LeDoux, The Emotional Brain, Simon and Schuster 1998
- John Modaff, Robert Hopper, Why speech is „basic", National Communication Association – Communication Education, vol.32, 1984
- Rita E. McCarthy, Student storytelling: A strategy for developing oral literacy in the Student storytelling: A strategy for developing oral literacy in the intermediate grades, California State University, San Bernardino, 1995
- Vernon Mountcastle, An Organizing Principle for Cerebral Function: The Unit Model and the Distributed System, MIT Press, Cambridge MA 1978
- Benoit Mandelbrot, The Fractal Geometry of Nature, Freeman 1982
- Ion Negură, Psihologia memoriei, gândirii și imaginației, Universitatea „Ion Creangă", Chișinău 2016
- Basarab Nicolescu, Ce este Realitatea? – reflecţii în jurul operei lui Stephane Lupasco, Junimea, Iași 2009
- Alan Pease, Barbara Pease, Body Language, Pease International 2004
- Gerald Prince, Narratology: The Form and Functioning of Narrative, Mounton Publishers 1982
- Tonya Reiman, Limbajul trupului, Curtea Veche, București 2007

- Ruxandra Rascanu, Psihologie și comunicare , Universitatea din Bucuresti 2002, ebook
- Nicolae Sfetcu, Epistemologia gravitației experimentale. Raționalitatea științifică, MultiMedia Publishing 2019
- John Truby, The Anatomy of Story, Farrar Straus and Giroux 2007
- Ronald Tobias, Theme & Strategy (The Elements of Fiction Writing), Writer's Digest Books 1989
- Jamie Woodward, The Ice Age: A Very Short Introduction, Oxford University Press 2014
- Mielu Zlate, Fundamentele Psihologiei, Pro Humanitate 2000
- Vasile Dem. Zamfirescu, Filosofia inconștientului, Editura Trei, București 2012

STORYTELLING ÎN AGENȚIILE DE PUBLICITATE – O CERCETARE CALITATIVĂ

CRISTINA LEOVARIDIS[*]
ILEANA RĂCHITĂ[**]

ABSTRACT

STORYTELLING IN ADVERTISING AGENCIES – QUALITATIVE RESEARCH

This paper approaches storytelling as a form of manifestation of organizational culture within marketing-advertising organizations, starting from a review of classical theories in the field of organizational culture in general, continuing with a theoretical picture of storytelling in organizations and advertising agencies as knowledge-based organizations. Subsequently, the paper will focus on a qualitative research using the interview technique to identify the storytelling specifics in marketing-advertising organizations and the differences that occur within this sector depending on agency size, source of capital, and the nature of their activity. Interviews were conducted with managers and employees from six companies, different from each other as a number of employees, as a source of capital and as an object of activity, for the purpose of a more objective analysis.

Keywords: storytelling, advertising agencies, organizational culture.

INTRODUCERE

Storytelling-ul reprezintă un fenomen care a stârnit din ce în ce mai mult interes în literatura de specialitate din ultimii ani (Adorisio Musacchio, 2009; Brown, Yiannis, Gherardi, 2009; Barker, Gower, 2010; Lapp *et al*., 2010; Carr *et*

[*] Cristina Leovaridis, Associate Professor, PhD, National University of Political Studies and Public Administration, Faculty of Communication and Public Relations, Bucharest; e-mail: *cristina.leovaridis@comunicare.ro*.

[**] Ileana Răchită, Master's student, University of Bucharest, Faculty of Sociology and Social Work, Bucharest; e-mail: *ileana.rachita@gmail.com*.

„Revista română de sociologie", serie nouă, anul XXX, nr. 1–2, p. 67–105, Bucureşti, 2019

Creative Commons License
Attribution-NoDerivs CC BY-ND

al., 2011; Maclean, Harvey, Chia, 2012; Leon, 2015; Vătămănescu, 2015; Zwack *et al*., 2016), el fiind studiat, analizat şi interpretat mai ales prin prisma teoriilor culturii organizaționale şi ca manifestare a acesteia în diverse sectoare economice, fiecare domeniu de activitate imprimându-i propriile caracteristici. Reprezintă un fenomen organizațional complex, care îndeplineşte o multitudine de funcții, de la contribuția adusă coeziunii sociale din grupuri, la transmiterea cunoaşterii şi împărtăşirea experienței din partea celor cu vechime profesională către cei proaspăt angajați, până la motivarea şi creşterea performanțelor membrilor organizației.

Agenția de publicitate, ca organizație intensiv-cognitivă (Alvesson, 2001; Leovaridis, 2007), se detaşează prin semnificația pe care o acordă motivării personalului propriu. Deşi multe dintre ele sunt dependente în mare măsură de imaginea lor (*brand*-ul organizației) sau de relațiile în rețea pe care le dezvoltă, în general în jurul portofoliului unui client, totuşi factorul cel mai important este reprezentat de angajați cu competențele lor; de aici, accentul pus pe dezvoltarea, satisfacția şi loializarea lor. Managementul în aceste firme devine, astfel, mai mult o formă de a construi şi gestiona cultura organizațională, inclusiv prin *storytelling*.

Cercetarea de teren îşi propune, ca obiectiv general, să identifice caracteristicile *storytelling*-ului în organizațiile din sectorul marketing-publicitate, cât şi a diferențelor care apar în acest sector în funcție de dimensiunea agențiilor, sursa capitalului şi natura activității acestora.

1. CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ – O IMAGINE SINTETICĂ DE ANSAMBLU

Cultura organizațională nu reprezintă un tip distinct al culturii în genere, ci este o particularizare a culturii în raport cu evenimentele din interiorul unei organizații (Leovaridis, 2007: 134). Conceptul de „cultură organizațională" fiind unul amplu dezbătut şi studiat în literatura de specialitate, în articolul de față vom insista doar asupra a trei curente de gândire care au abordat acest concept: perspectiva funcționalistă, interpretativ-simbolică (constructivistă) şi deconstructivistă (critică).

Conform abordărilor *substanțialiste*, cultura organizației este „considerată ca un dat, ca o realitate pe care managerul poate s-o manipuleze pentru a asigura consensul general şi pe care angajații trebuie să o asimileze pentru a se integra şi a fi considerați membri ai organizației" (ibidem: 138).

Edgar Schein este unul dintre autorii cei mai reprezentativi pentru perspectiva substanțialistă asupra culturii organizaționale. Pentru acesta, cultura unui grup (idee care, mai departe, poate fi aplicată şi unei organizații) reprezintă un model de presupoziții de bază împărtăşite şi învățate la nivelul grupului, ele fiind dezvoltate ca urmare a procesului de adaptare externă şi integrare internă, ca apoi să fie validate prin experiență, şi să fie considerate destul de valoroase încât să fie transmise noilor membri ca modalitate corectă de a percepe, gândi şi simți în relație

cu anumite probleme. Orice unitate socială care are un istoric comun va dezvolta o cultură, însă puterea acelei culturi depinde de durata în timp, de stabilitatea numărului de membri al grupului şi de intensitatea emoțională a experiențelor împărtăşite de membrii acelui grup (Schein, 2010: 1–18).

El consideră că o cultură poate fi analizată pe trei niveluri diferite (artefacte, credințe şi valori, presupoziții), fiecare nivel semnificând gradul în care acel fenomen este vizibil pentru cel care îl observă (ibidem: 23–28).

Conform lui Charles Handy (1985: 186–196), un alt reprezentant al viziunii substanțialiste, se poate realiza o tipologie a culturilor organizaționale în raport cu organizarea structurală a întreprinderii, după cum urmează: cultura de tip putere (supranumită „pânza de păianjen"), specifică organizațiilor antreprenoriale de mici dimensiuni; cultura de tip rol (supranumită „templu"), specifică organizațiilor formale, clasice; cultura de tip sarcină (supranumită „rețea"), specifică organizațiilor foarte flexibile şi adaptative; cultura de tip persoană (supranumită „roi"), specifică organizațiilor ce oferă servicii profesionale, intangibile (cum ar fi birourile de avocați, asociațiile de arhitecți, firmele de consultanță ş.a.).

Aceste tipuri de cultură organizațională pot fi legate de zeii Greciei antice: Zeus – cultura de tip putere, Atena – cultura de tip sarcină, Apollo – cultura de tip rol, Dionysos – cultura de tip persoană (Schein, 2010: 166).

În cadrul aceleiaşi viziuni teoretice se conturează şi dihotomia cultură puternică – cultură slabă. Cultura puternică este acea cultură în care valorile, credințele şi presupozițiile de bază sunt răspândite în întreaga organizație şi au un grad mare de intensitate, se bucură de un larg sprijin din partea membrilor organizației, chiar şi în cazul în care există subculturi deja formate. O cultură slabă, pe de altă parte, este acea cultură în care valorile, normele şi presupozițiile fundamentale au o bază mai puțin solidă, ele nefiind capabile să se propage într-un grad foarte mare în organizație şi nefiind la fel de bine primite la nivelul membrilor. Aceste culturi au un efect mai slab, iar ele sunt mai fracționate în rândul membrilor (Johns, 1998: 278–279).

Spre deosebire de viziunea substanțialistă, în care cultura organizațională apare ca o realitate obiectivă şi constrângătoare, mai târziu, în literatura de specialitate se conturează abordările *interpretativ-simbolice* (*constructiviste*), care se fundamentează pe ideea că realitățile organizaționale sunt constructe sociale. Aceste constructe pot fi realizate de către oameni, pentru că ei produc, folosesc şi interpretează construcții simbolice şi sunt receptivi la interpretările altora (Leovaridis, 2007: 143).

Din perspectiva interpretativ-simbolică (constructivistă), cultura este alcătuită dintr-un model de înțelesuri/semnificații împărtăşite, reprezentate şi recreate prin simboluri. Este un sistem de semnificații care acompaniază multitudinea de comportamente şi obiceiuri recunoscute ca un anumit stil de viață. Aplicat la organizații, acest punct de vedere se referă atât la tărâmul ideilor (credințe, semnificații), cât şi la acțiunile întreprinse de membrii acestora, pentru a răspunde şi recrea aceste semnificații (Howard-Grenville, 2006: 46–73).

Interacțiunile dintre oameni implică, automat, „un schimb de simboluri". Această abordare acordă o mare importanță detaliilor interacțiunii interpersonale şi modului în care acestea sunt utilizate în exprimare; din această perspectivă, se consideră că, atunci când interacționăm cu alți oameni, avem în vedere acele „indicii" care ne ghidează privind ceea ce este potrivit în acele circumstanțe, cât şi modul în care trebuie să interpretăm detaliile şi intențiile celorlalți (Giddens, 2001: 607).

Conform viziunii interpretativ-simbolice, o organizație poate conține subculturi, care se dezvoltă datorită diferențelor dintre departamente sau datorită diferențelor de pregătire profesională şi diferențelor ocupaționale. Gary Johns ne dă exemplul unui companii de IT, în cadrul căreia angajații din departamentul tehnic s-au împărțit singuri în „tipii software" şi „tipii hardware", care, mai departe, s-au divizat în alte mici grupuri, după alte criterii profesionale. În acest caz, fiecare dintre aceste grupuri şi-a putut dezvolta un set propriu de valori, norme şi păreri despre modul în care trebuie procedat la locul de muncă. Însă, în mod ideal, o organizație care ține la cultura organizațională va reuşi să-şi dezvolte o cultură care să reuşească să integreze toate aceste perspective diferite, pentru a putea menține un control asupra acestor diviziuni (Johns, 1998: 278).

Abordările constructiviste vor sublinia elementele simbolice care conduc la crearea culturii organizaționale, a imaginii despre organizație, a sensului pentru angajați şi clienți. În situațiile în care este necesară luarea unei decizii în organizație, povestirile mai vechi sunt trecute iar în revistă, regândite şi confruntate cu alte povestiri menite a proteja organizația de potențiale pericole şi de posibillitatea de a comite din nou aceleaşi tipuri de erori, cât şi menite a încuraja membrii organizației să facă referire la vechile succese. Povestirile acestea nu sunt statice, ci evoluează şi iau diverse forme, în funcție de cel care le relatează, de publicul său, cât şi de situația în care aceste povestiri sunt relatate (Hoffman, 2004: 121).

Spre desebire de viziunea constructivistă (Drummond, 2000; Hatch, 1997), abordarea *deconstructivistă* (*critică*) a culturii organizaționale este mai radicală în depăşirea viziunii substanțialiste: „deconstruieşte" („sparge") conceptul pentru a-i arăta deficiențele, apoi trece la „reconstrucție" – încearcă să aducă la lumină erorile mari care au stat la baza creării conceptului de cultură organizațională, punând în evidență caracterul ideologic al culturii organizaționale. „Critica deconstructivistă va «demitiza» conceptul de cultură, îl va *desface* în semnificațiile sale reale, pentru ca, ulterior, să-l reconstruiască într-o nouă perspectivă, adesea democrată" (Hoffman, 2004: 126–127).

Abordările deconstructiviste asupra organizațiilor (Deetz, 1992; Deetz, Alvesson, 2005) se concentrează, în special, asupra unor perspective care pun accent pe cunoaştere, dar şi pe putere. Michel Foucault, prin intermediul „modalităților enunțiative", atrage atenția asupra unor aspecte care trebuie analizate, de exemplu: „cine vorbeşte?", „cine, din totalitatea indivizilor vorbitori, posedă temeiul de a susține acest tip de limbaj?", „care e statutul acestora?" (Foucault, 1999: 52). Mai mult, Foucault întreabă şi „care sunt regulile de drept pe

care relaţiile de putere le pun în operă pentru a produce discursuri de adevăr? În ce constă acest tip de putere susceptibil să producă nişte discursuri de adevăr înzestrate, într-o societate precum a noastră, cu efecte atât de puternice?" (ibidem: 40).

Complexitatea culturii organizaţionale este demonstrată şi de marea ei varietate de manifestări: norme, valori, rituri, ritualuri, ceremonii, limbaj, simboluri, mituri, povestiri. Vom insista asupra ultimelor, deoarece ele fac obiectul cercetării noastre.

Miturile despre organizaţii şi despre actorii din cadrul organizaţiei reprezintă povestiri *puternice*, care pot avea un efect profund asupra celui care ascultă sau citeşte povestea. Aceste mituri ne pot ajuta să vedem şi să înţelegem multe fenomene importante, care, în mod normal, ar fi invizibile din cauza modului instrumentalist şi raţional în care tindem să privim problemele şi evenimentele. Mai mult, miturile îşi au originile în partea sacră a experienţei oamenilor, dar majoritatea acestora au tendinţa de a considera *business*-ul şi organizaţiile ca locuri profane (Kostera, 2008: 1–2).

Totuşi, sacrul şi profanul se intersectează în anumite contexte, cum ar fi povestirile etnografice ale organizaţiilor, în care actorii (personajele) se folosesc de tărâmul experienţei spirituale împărtăşite între interlocutori pentru a se referi la valori şi evenimente importante – miturile oferă un limbaj potrivit acestor povestiri, precum şi idei cu care indivizii pot relaţiona atunci când întâlnesc întrebări sau probleme.

Miturile nu sunt, însă, doar un limbaj folosit în cadre organizaţionale, ci ele servesc şi ca un sistem de referinţă care poate fi descoperit în multe organizaţii orientate în moduri raţionale. Miturile ajută oamenii să vadă întregul nu doar ca o sumă a părţilor, ba mai mult, îi ajută să socializeze şi îi ghidează de-a lungul vieţii. Această funcţie era îndeplinită în mod tradiţional de culte şi religii, însă, cu timpul, ea a evoluat, fiind tot mai mult îndeplinită de organizaţii, devenite tot mai influente, având un impact din ce în ce mai mare asupra gândirii şi comportamentului oamenilor (ibidem: 1–2).

În ceea ce priveşte povestirile, acestea sunt adesea văzute ca strâns legate de mit (şi chiar ca expresie a mitului); ele pot fi povestiri de temut, sau povestiri ale unor succese, relatate de angajaţi. Relatarea acestor povestiri, însoţită de glume şi jargoane, contribuie la stabilirea şi întărirea valorilor fundamentale ce oferă o bază comună pentru activităţile organizaţiei (în abordarea funcţionalistă a culturii organizaţionale). Ele contribuie la solidificarea presupoziţiilor de bază ale organizaţiilor, sunt însă şi un procedeu de distribuire a sensurilor împărtăşite între membrii organizaţiei (Kaye, Jacobson, 1999: 44–50). Povestirile sunt esenţiale în organizaţie, deoarece îi ajută într-o bună măsură pe membrii săi să deprindă un simţ al temporalităţii, întrucât povestirile ordonează evenimentele din trecutul organizaţiei în mod cronologic. Această caracteristică este strâns legată şi de capabilitatea povestirilor de a încuraja formarea unui simţ al cauzalităţii în mentalul oamenilor, deoarece ele explică şi modul în care s-a ajuns dintr-o stare de fapt într-o altă stare (Corvellec, 2012: 3–4).

Mai mult, povestirile pot servi drept un instrument aflat la îndemâna managerilor, deoarece ele pot transmite un volum mare de informaţie şi trăiri, inclusiv informaţie propriu-zisă, emoţii, idei şi reguli scrise sau nescrise, ele pot oferi un context şi pot, de asemenea, transmite eficient esenţialul unei idei. Tocmai din aceste motive povestirile sunt folosite pentru a putea relata coerent idei complexe, structurate pe mai multe dimensiuni. De exemplu, informaţiile esenţiale pentru muncă, transmise angajaţilor unei companii prin intermediul formulelor formale, tradiţionale de comunicare (manuale tehnice, rapoarte ş.a.) vor fi mai greu de învăţat şi asimilat; pe când, dacă o parte din aceste informaţii este transmisă prin intermediul povestirilor, angajatului îi va fi mult mai uşor să facă referire la ele atunci când se confruntă cu o situaţie reală la muncă (Sole, Wilson, 2002: 3–4).

2. O PERSPECTIVĂ TEORETICĂ ASUPRA *STORYTELLING*-ULUI ÎN ORGANIZAŢII

Storytelling este, de fapt, un termen împrumutat din limba engleză, semnificând actul de a spune o povestire, de a nara, de a povesti. Povestirile de diverse tipuri reprezintă un element mereu prezent în orice mediu organizaţional – fie sub forma variantelor oficiale transmise de management (istorisirea experienţelor reale ale persoanelor care au fondat organizaţia sau chiar întâmplări prin care a trecut compania în timp), fie sub forma unor povestiri neoficiale ale unor evenimente, transmise din vorbă în vorbă între angajaţi (Leon, 2015: 59).

Acest lucru se întâmplă deoarece povestirile sunt un element esenţial în încercarea oamenilor de a-şi crea un simţ al temporalităţii, prin faptul că ordonează cronologic evenimentele. Mai mult, abilitatea povestirilor de a le crea oamenilor un simţ al timpului este strâns legată şi de abilitatea de a le induce un simţ al cauzalităţii, prin faptul că povestirile explică modul în care s-a ajuns dintr-o stare de fapt în altă stare. Astfel, prin faptul că povestirile ne oferă un simţ al timpului şi al cauzalităţii, ele ne ajută să înţelegem viaţa organizaţională; organizarea este asemănătoare creării unei intrigi într-o povestire, iar managerii sunt „autorii" experienţei din interiorul organizaţiei (Corvellec, 2012: 3–4).

Referitor la termenii de „povestire" şi „naraţiune", în literatura de specialitate nu există un singur sens acceptat unanim: în anumite contexte, se preferă separarea celor doi termeni şi introducerea unor elemente intermediare între „povestire" şi „naraţiune", iar alteori autorii argumentează că nu există o diferenţă reală între cei doi. Mai departe vom prezenta câteva dintre curentele de gândire dominante în domeniul *storytelling*-ului.

A. Adorisio, de exemplu, alege să abordeze acest subiect prin îmbinarea gândirii lui Ricoeur cu definiţia lui Herrstein Smith – astfel, adoptă definiţia simplă a povestirii, exprimată prin sintagma „cineva îi spune altcuiva că s-a întâmplat ceva". Mai departe, autoarea încearcă să conceptualizeze actul de a nara şi să găsească o modalitate de a studia fenomenul astfel încât experienţa oamenilor

implicaţi să se afle în centrul analizei; conform autoarei, dacă rezultatul este o „povestire" *sau* o „naraţiune" nu este foarte important, deoarece separabilitatea celor doi termeni poate fi pusă sub semnul întrebării (Adorisio, 2009: 11–12).

A. Adorisio îmbină această definiţie cu viziunea lui Ricoeur, pornind de la ideea că trăim într-o lume cu o temporalitate caracterizată de un „înainte" şi un „după", conform istoriei şi fizicii, însă noi putem simţi doar realitatea care face această temporalitate semnificativă pentru noi. Timpul uman, pentru Ricoeur, este locul în care timpul fenomenologic se suprascrie celui cosmologic. Povestirile reprezintă un mod de a articula acest timp, deoarece timpul devine timp uman atunci când este narat. Fiecare povestire reprezintă o alternativă pentru modul în care realitatea poate fi situată în timp, deoarece realitatea conţine un „surplus", un „exces de simţuri" care ajută la formarea povestirilor în nenumărate configuraţii, fiecare specifică celui care narează (ibidem: 12–14).

B. Czarniawska, pe de altă parte, preferă să introducă o diferenţă între naraţiune şi povestire. În accepţiunea ei, narativele sunt pur şi simplu istorisiri cronologice ale unor evenimente, pe când povestirile sunt naraţiunile care au o intrigă, un fir de urmărit (Czarniawska, 2004: 17–18).

Elementul principal care separă povestirile de simple naraţiuni, în viziunea lui Czarniawska, este intriga. Atât timp cât o naraţiune nu dispune de o intrigă, autoarea nu o consideră o povestire, indiferent de alte elemente adăugate; o naraţiune poate avea un subiect, o locaţie geografică, un centru social şi un început în timp, totuşi nu poate fi considerată o povestire. Autoarea foloseşte intriga pentru a se referi la momentul în care, într-o povestire, se trece de la o stare de echilibru la alta. O situaţie narativă ideală începe cu o situaţie stabilă, care este deranjată de o forţă, o putere, rezultând o situaţie de dezechilibru. Prin aplicarea unei forţe sau puteri în direcţia opusă, echilibrul este restabilit; acest nou echilibru este asemănător cu primul, dar niciodată cele două nu vor fi identice. Al doilea echilibru îi poate semăna primului doar prin prisma faptului că este un echilibru; ca exemplu ne este propusă povestirea unei companii care trece prin probleme financiare. Această companie se poate reorganiza şi îşi poate redresa veniturile, redevenind profitabilă, sau poate da faliment; în ambele cazuri, echilibrul pieţei este restabilit. Episodul care descrie trecerea dintr-o stare în alta poate avea unul sau mai multe elemente: poate fi o singură forţă care determină schimbarea stării, sau o forţă şi o contraforţă (ultimele două, de obicei, reprezintă un eveniment şi o acţiune luate ca răspuns la evenimentul în cauză). În mod obişnuit, intrigile sunt complexe, conţin lanţuri de evenimente şi acţiuni, stări care oscilează, suspans şi mister sub forma unor acţiuni aparente şi evenimente interpretate greşit; în orice caz, o minimă intrigă este îndeajuns pentru a putea înţelege o naraţiune şi a o transforma într-o povestire veritabilă (ibidem: 18–20).

Povestirile moderne se folosesc adesea de ajutorul aceloraşi figuri de stil utilizate în retorica clasică – metafora, metonimia, sinecdoca şi ironia – pentru a-şi crea o intrigă. De asemenea, în *storytelling*-ul modern, organizaţional, se regăsesc

şi clasicele genuri narative, cum ar fi povestirea romantică, tragedia, comedia, satira. Diversele reprezentări ale schimbării organizaționale sunt adesea povestite în stilul unuia dintre aceste genuri, rezultând de asemenea şi în multiple variante ale aceloraşi evenimente. De exemplu, schimbarea organizațională poate fi reprezentată printr-o povestire cu final trist: din cauza greşelilor, a ignoranței asupra legilor destinului şi bunului simț, organizația a intrat într-o gravă criză, care trebuie rezolvată prin măsuri luate rațional. Aceste măsuri pot fi salvatoare, iar povestirea devine o tragedie triumfătoare. O reinterpretare a aceloraşi evenimente poate lua forma unei comedii. Comedia prezintă trecerea de la starea originală indezirabilă la o stare finală şi dezirabilă. De exemplu, în primă instanță organizația era supusă unor reglementări ridicole, iar starea finală este reprezentată de dispariția acestor reglementări, după care organizația intră într-o mitică „epocă de aur" în care nu este supusă reglementărilor excesive (ibidem: 21).

David Boje, însă, se situează în mod explicit în opoziție cu teoriile expuse de Czarniawska şi alți autori din ştiințele sociale. Boje susține că, în mod tradițional, în domeniul ştiințelor sociale, se consideră că o „povestire/poveste" este cu o treaptă mai jos față de „narațiune"; diferența între cei doi termeni este explicată prin faptul că o narațiune impune un fir narativ, o intrigă, un subiect clar, precum şi o anume coerență în desfăşurarea sa. Pentru teoria narativă, povestirea este un lucru popular, fără un fir clar de urmărit, fără o intrigă precisă, mai mult, este doar o simplă enumerare oarecum cronologică a unor evenimente. Pentru acest tip de povestire, D. Boje (2001: 1–2) introduce termenul de *antenarațiune* (*antenarrative*). *Antenarațiunea* este o speculație (un pariu), este fragmentată, non-lineară, incoerentă, colectivă şi se găseşte în spațiul pre-narativ. Pentru metodele narative tradiționale, *antenarațiunea* reprezintă un mod de a povesti incorect, un pariu că o narațiune corectă se va putea constitui (într-un punct ulterior); narațiunea încearcă să se situeze deasupra povestirii.

Conform lui Boje (2011: 2–3), narațiunea este forța dominantă în domeniul *storytelling*-ului, narațiune care mereu s-a concentrat asupra trecutului, asupra formei pe care o ia, asupra structurii folosite, dar care ia foarte puțin în considerare viitorul sau puterea (de a acționa) a personajelor prezente în ea. Narațiunea transformă spațiile vii ale povestirilor în spații rigide şi ignoră procesele antenarative transformative. Narațiunea cere ca povestirile să fie un întreg, cu început, mijloc şi sfârşit clar definite.

Mai departe, Boje include *antenarațiunea* şi *narațiunea* într-un model triadic al *storytelling*-ului organizațional, al treilea palier fiind *living story*-ul, un fel de povestire-context. Un *living story* reprezintă mişcarea, un fel de tur de prezentare, o fundamentare a spațiilor narative unde fiecare povestire este legată în mod dialogic de altă povestire şi trebuie spusă pentru a transmite povestirea unei alte relații sociale, a unui alt context. Aceste povestiri-context nu au un început clar şi sunt fără sfârşit, spre deosebire de narațiune. Astfel, antenarațiunea devine puntea de legătură între spațiile narative şi povestirile-context (ibidem: 2–3).

Nu în ultimul rând însă, dacă abordăm problema din punctul de vedere al comunicării, povestirea este considerată a fi „un proces continuu cu feedback ciclic, în care fiecare interlocutor îşi ajustează comportamentul în funcție de semnalele primite de la celălalt, urmând o cale precisă spre atingerea unui scop bine stabilit" (Vătămănescu, 2015: 35). Această accepțiune are la bază Teoria Adaptării Comunicaționale; această teorie reprezintă o viziune integratoare a mai multor elemente, printre care „strategiile comunicaționale, motivația participanților şi coeziunea grupală, aspecte susceptibile să explice dinamica interacțiunilor intra şi intergrupale". Aici, povestirea este privită ca o modalitate persuasivă folosită de cel care povesteşte pentru a obține aprobarea socială a celor care ascultă. Cel care comunică îşi adaptează constant comportamentul şi stilul comunicațional, pentru a se adapta şi a creşte similitudinea dintre stilul său şi cel al ascultătorului – acest proces se numeşte convergență. În cazul în care vorbitorul doreşte să sporească diferențele sau să îşi păstreze propriul stil, va adopta o strategie divergentă (ibidem: 35–37).

În acest context au loc o „adaptare subiectivă" şi o „adaptare obiectivă". Perspectiva obiectivă reprezintă adaptările propriu-zise adoptate de interlocutori în actul comunicării, în direcția divergenței sau convergenței, iar perspectiva subiectivă se referă la „opiniile şi convingerile interlocutorilor despre strategiile adaptive – ale lor şi ale interlocutorilor lor" (ibid.: 37). Având în vedere această perspectivă, este uşor să ne dăm seama de aplicabilitatea ei în domeniul analizei culturii organizaționale.

Având toate acestea în vedere, putem realiza o succintă categorisire generală a povestirilor organizaționale, în funcție de subiectul lor, pornind de la ideile lui John Seely Brown (2005: 15–30). Nu încercăm să realizăm o serie de categorii exhaustive pentru povestiri, deoarece considerăm că ele resping o astfel de încercare prin natura lor. Astfel, povestirile pot fi:

a. Despre alți oameni. Acest tip de povestire poate include bârfe şi alte informații răspândite cu scopuri malițioase, însă cel mai adesea motivația este de a afla dacă persoana care face subiectul povestirii este de încredere, pregătită corespunzător şi informată/avizată. Creşterea încrederii între angajați este esențială pentru a putea eficientiza procesele organizației. Însă autorul susține că şi ceea ce este privit adesea ca bârfă poate fi considerat mai degrabă un proces prin care angajații transmit informații esențiale despre colegii lor, persoane cu care trebuie să colaboreze zilnic.

b. Despre munca în sine, mai exact despre natura muncii efectuate, despre metodele prin care este efectuată şi despre cum pot fi îmbunătățite aceste procese. Aceste povestiri sunt utile, deoarece pentru un angajat este mult mai facil să înțeleagă o povestire spusă de un coleg în care are încredere decât să citească un manual tehnic. *Storytelling*-ul este un instrument util în învățarea angajaților, întrucât simplifică înțelegerea anumitor concepte mai abstracte şi poate funcționa ca substitut al experienței reale.

c. Povestiri despre organizație în sine. Aceste povestiri apar ca răspuns la nevoia de informație a angajaților. În multe organizații este resimțită o nevoie ca oamenii care fac parte din ea să înțeleagă organizația şi mediul din interiorul ei. Nu sunt povestiri despre muncă, ci despre organizație în sine („Cine o conduce şi cum a ajuns acolo? De ce s-a schimbat un anumit lucru în timp? Cum se va schimba în timp?"). Aceste povestiri pot servi şi ca un mecanism de întărire a relațiilor sociale din cadrul organizației. Aici putem include două subcategorii: povestiri despre trecutul organizației şi povestiri despre viitorul organizației. Aceste tipuri de povestiri sunt ideale pentru a transmite valorile organizației; ele evoluează în timp, odată cu întâmplările şi diversele echipe de management prin care trece organizația, iar de cele mai multe ori înglobează acele elemente considerate esențiale pentru cultura organizației.

Tradițional vorbind, în organizații, cele mai valoroase forme de cunoaştere erau cele care puteau fi clasificate, aranjate în categorii, calculate şi analizate – însă această abordare începe să se schimbe, îndreptându-se spre o valorificare mai accentuată a cunoaşterii, care nu poate fi constrânsă în forme categorice şi analitice. De fapt, se caută o abordare mai comunicativă, care să sintetizeze informațiile, mai degrabă decât să le analizeze – acest rol poate fi îndeplinit de povestiri (Sole, Wilson, 2002: 1–2).

Povestirile sunt un instrument util pentru a transmite coerent idei complexe, multidimensionale; povestirile construite şi transmise eficient pot transmite atât informație, cât şi emoție, idei explicite, dar şi tacite, atât esențialul, cât şi un context mai mare. Adesea, informațiile care sunt incluse în formele tradiționale de transmitere a cunoaşterii într-o organizație nu vor fi suficiente atunci când angajatul se va confrunta cu probleme reale. Povestirile despre muncă, împărtăşite între colegi, vor fi de un real ajutor în astfel de situații; construite pe experiența anterioară, reală şi palpabilă a celor cu mai multă vechime, informațiile sunt mult mai uşor de digerat şi internalizat atunci când sunt oferite noilor angajați sub formă de povestiri (ibidem: 2).

Modul în care povestirea este spusă afectează modul în care este percepută şi efectul ei final. Trebuie ca atât audiența, cât şi scopul povestirii să fie clar stabilite, iar apoi tipul, tonul şi stilul povestirii trebuie alese cu grijă pentru a mări eficiența povestirilor. Nu există un singur mod corect de a povesti, însă o povestire cu o tonalitate negativă nu va genera acțiune (Barker, Gower, 2010: 295–312). „Povestirile cu final fericit ne ajută să ne desprindem de presiunea realității zilnice", impulsionează audiența şi induc o stare de bine (Leon, 2015: 66).

Mai mult decât informație despre procesele şi procedurile de muncă dintr-o organizație, povestirile sunt o modalitate eficientă de a comunica normele şi valorile unei organizații. Aceste două elemente derivă din trecutul organizației, dar pot descrie şi viitorul ei; astfel, o povestire care se foloseşte în mod abil de aspectele pozitive din istoria organizației pentru a descrie o misiune sau o direcție pentru viitorul organizației va facilita procesul de găsire a unor noi oportunități în viitor pentru angajați (Sole, Wilson, 2002: 3–4).

Povestirile ajută la reducerea complexității şi incertitudinii din jurul valorilor şi normelor unei organizații, prin faptul că „sfătuiesc" audiența cu privire la ceea ce este „corect" şi ceea ce este „greşit", astfel influențând comportamentul angajaților (Zwack *et al*., 2016: 1–25). În cazurile în care există o congruență între valorile membrilor organizației şi valorile pe care organizația dorește să le înglobeze, va exista un nivel mai ridicat de angajament față de organizație din partea membrilor săi. În situațiile în care organizația trece prin crize şi perioade dificile, povestirile ajută la întărirea şi simplificarea acestor valori, fiind folosite drept ghid de decizie pentru membrii organizației. Dacă în relatarea acestor povestiri se folosește un ton optimist, pozitiv (de exemplu, o perspectivă optimistă în vremuri dificile pentru organizație), acestea contribuie şi mai mult la creşterea ataşamentului față de firmă (McCarthy, 2008: 163–193).

Povestirile, de asemenea, sporesc încrederea şi angajamentul emoțional, atât în cazul celui care povestește, cât şi în al celor care ascultă. Povestirile personale demonstrează competențele şi angajamentul povestitorului, însă funcționează şi ca semnal pentru încrederea acordată audienței sale, prin faptul că este dispus să fie vulnerabil emoțional față de ea. Mai mult, povestirile despre alți colegi de muncă (fie că sunt pozitive sau negative) şi despre organizație în sine comunică seriozitatea şi gradul de încredere care pot fi acordate subiectului povestirii (colegul/organizația) (Sole, Wilson, 2002: 3–4).

Storytelling-ul poate fi folosit şi ca instrument informal pentru a cere recunoaşterea eforturilor şi responsabilităților angajaților; acest lucru se întâmplă atunci când membrii unei organizații sunt încurajați să participe la discuții şi să se exprime conform normelor şi valorilor organizației. În acest mod, membrii unei organizații îşi pot aduce aminte (şi pot aduce aminte şi altora) de eforturile depuse şi aduc în prim-plan perspectiva lor personală, simțindu-şi eforturile apreciate de colectiv (Chen, 2013: 902–922).

Nu în ultimul rând, *storytelling*-ul acționează adesea ca factor important în schimbarea organizațională. Strânsa legătură dintre *storytelling* şi cercetarea asupra schimbării a fost observată – ambele au la bază noțiuni ale temporalității şi sunt preocupate de descrierea, înțelegerea şi explicarea unor procese complicate în care personaje, agenți, contexte şi întâmplări multiple se suprapun şi se îmbină în moduri ambigue şi nestatornice (Brown, Yiannis, Gherardi, 2009: 323–333). Povestirile angajaților prin care se relatează schimbările organizaționale reprezintă experiența trăită a acestor persoane, prin care povestitorii construiesc imagini despre muncă, despre sine şi despre organizație; aceste povestiri reflectă perspectivele unice ale celor care le-au construit (Driver, 2009: 353–369). Povestirile despre trecut pot servi şi ca un tip de „ancoră" pentru identitatea membrilor organizației în perioade de intensă schimbare – în aceste povestiri, membrii organizației pot găsi acele elemente care definesc cine sunt ei şi ce înseamnă pentru ei munca efectuată, astfel încât le este asigurat un sentiment de siguranță (Peirano-Vejo, Stablein, 2009: 443–462).

Liderii din *business* se vor folosi, de asemenea, de povestiri şi narative despre sine, tocmai pentru a-şi putea revendica legitimitatea carierei, legitimitate de care au nevoie pentru a funcţiona efectiv într-un domeniu în mare parte bazat pe putere. Legitimitatea provine din validarea externă, prin intermediul acţiunilor considerate „dezirabile, corecte, potrivite" într-un sistem mai amplu de norme şi valori. Procesele prin care această legitimitate este obţinută şi menţinută nu au fost studiate foarte amănunţit, însă ceea ce este cunoscut este faptul că naraţiunile personale s-au dovedit a fi cruciale în obţinerea şi menţinerea legitimităţii atât la nivel organizaţional, cât şi la nivel individual. Natura socială a succesului subliniază importanţa prezentării sinelui şi managementului impresiilor în procesul de legitimizare (Maclean, Harvey, Chia, 2012: 17–40).

În fine, putem observa spectrul larg de funcţii şi roluri ce pot fi îndeplinite de *storytelling* în cadrul unei organizaţii. Putem deduce de aici atât utilitatea acestui proces, cât şi importanţa sa, prin prisma faptului că el este inseparabil de multe dintre aspectele culturii organizaţionale. Dacă ar fi să sintetizăm funcţiile *storytelling*-ului, am putea alege să le organizăm în patru categorii generale: (1) mecanism de transmitere a cunoaşterii, (2) mecanism de transmitere a valorilor şi normelor organizaţiei, (3) mecanism de coeziune socială (între angajaţi şi între angajaţi şi management şi (4) factor al schimbării organizaţionale. Toate acestea se pot suprapune şi întrepătrunde, întrucât, după cum a fost discutat mai sus, adesea povestirile nu se potrivesc perfect într-un model sau altul; în plus, considerăm că ar fi nechibzuit să încercăm să reducem un instrument social atât de fluid la o singură funcţie într-un anumit moment.

Storyselling este un concept introdus ca opusul diametral al *storytelling*-ului. În contextul în care există o tendinţă de a privi adesea *storytelling*-ul ca pe un fenomen organizaţional exclusiv pozitiv, *storyselling*-ul introduce o necesară nuanţă în studiul povestirilor organizaţionale, tocmai pentru a putea cuprinde efectele negative ale povestirilor, cât şi ale modului în care acestea sunt transmise în interiorul organizaţiilor.

Storyselling-ul are loc atunci când motivaţia (conştientă sau nu) a povestitorului este de a face membrii audienţei să resimtă vinovăţie şi ruşine dacă nu sunt de acord cu viziunea povestitorului. Atunci când audienţa este captivată de un *storyseller* (persoana care realizează *storyselling*-ul), aceasta are tendinţa de a avea prea multă încredere în povestire şi povestitor, bazându-se mai mult pe emoţii decât pe raţionalitate. Dacă membrii audienţei pun sub semnul întrebării spusele povestitorului, acesta va simplifica povestirea sa în moduri menite să determine ascultătorii să se simtă anxioşi, nepricepuţi şi imaturi. *Storyseller*-ul este o persoană care va beneficia din anxietatea generată în ascultător, deoarece ascultătorul se va simţi, în cele din urmă, ameninţat de povestire; astfel, *storyseller*-ul se foloseşte de stima de sine scăzută a audienţei (Lapp *et al*., 2010: 895–896).

Lapp şi Carr (2007: 3) consideră că o caracteristică esenţială a *storytelling*-ului este maturitatea povestitorului, cu alte cuvinte, de abilitatea lui de a lăsa firul

narativ să fie „ţesut” cu ajutorul ascultătorilor, deoarece voinţa lor umană va impune singură mituri şi metafore asupra existenţei povestirii, tocmai pentru a-i da o formă controlabilă. Astfel, maturitatea se constituie în acest context prin dorinţa de a prezenta mai multe perspective ale unei povestiri (atât părţile „rele”, cât şi cele „bune”), prin faptul că ascultătorii sunt lăsaţi să chestioneze povestitorul într-o manieră participativă, creând o relaţie privită cu importanţă şi respect, între povestitor şi audienţă. Astfel, povestitorul cere permisiunea pentru a putea spune povestirea, deoarece nu se teme de faptul că audienţa va schimba şi impune propriile-i interpretări asupra acesteia.

Pe de altă parte, un *storyseller* este imatur, deoarece va relata doar acele aspecte ale povestirilor care vor eleva statusul sau puterea sa, astfel încât o singură interpretare va fi transmisă şi/sau crezută. *Storyseller*-ul are nevoie să se asigure că audienţa va accepta „de-a gata” ceea ce el relatează; trebuie să se asigure că audienţa va asculta ceea ce îi este relatat fără să îşi pună întrebări despre subiectul sau conţinutul povestirii. Aceste persoane *iau* permisiunea de a spune o povestire, pariind pe faptul că audienţa este imatură şi nu va putea refuza. Pe când un *storyteller* va miza pe maturitatea şi inteligenţa audienţei sale, un *storyseller* se va baza pe tendinţa oamenilor de a-l compătimi şi de a simţi vinovăţie şi ruşine faţă de el (ibidem, 2007: 3–4).

Se poate argumenta că o mare parte din ceea ce este numit *storytelling* organizaţional este, de fapt, *storyselling*. *Storytelling*-ul se concentrează asupra transmiterea povestirii, pe când studiul *storyselling*-ului se concentrează asupra găsirii motivaţiilor din spatele relatării povestirii şi pentru care povestitorul îşi doreşte acceptarea din partea audienţei. *Storyselling*-ul este mult mai predispus către construirea unui „adevăr”; mai mult, există cu scopul de a convinge ascultătorul să se comporte ca şi cum cel care „vinde” povestirea îi este foarte asemănător. *Storyselling*-ul are ca subiect central povestitorul, pe când *storytelling*-ul este despre povestitor în sine, dar şi despre celelalte personaje din povestire (Carr *et al*, 2011: 13).

Storyselling-ul şi *storytelling*-ul coexistă însă în mod necesar în orice organizaţie, în diferite grade, întrucât fără un anumit grad de *storyselling* atenţia şi interesul audienţei ar fi mult prea greu de captat. Astfel, *storyselling*-ul poate ajuta la transmiterea unui mesaj, însă numai dacă este contracarat cu metode apte a creşte reflexivitatea audienţei. De exemplu, *coaching*-ul în organizaţii este un proces complex, în care diferite povestiri interacţionează în diverse momente şi etape. Uneori, această interacţiune va fi un schimb „inocent” şi constructiv de experienţe personale cu scopul de a duce la dezvoltarea personală a celor ce comunică şi ascultă, însă alteori poate fi folosit cu scopul clar de a întări relaţiile de putere prezente prin tactici manipulatoare sau chiar abuzive. Aşadar, cei implicaţi în acest proces trebuie să găsească modalităţi de a diferenţia între aceste modele de interacţiune (ibidem: 13).

Astfel, *storytelling*-ul şi *storyselling*-ul există într-o relaţie antitetică în cultura şi mediul din orice organizaţie. În orice organizaţie, provocarea este găsirea unui echilibru între *storytelling* şi *storyselling*. După cum am văzut, o anumită „doză" de *storyselling* este chiar necesară pentru a putea comunica anumite mesaje cu succes, deoarece creşte disponibilitatea audienţei de a asculta.

3. AGENŢIA DE PUBLICITATE CA ORGANIZAŢIE INTENSIV-COGNITIVĂ

Agenţia de publicitate este „o organizaţie de profesionişti care oferă servicii de creaţie sau consultanţă în afaceri unor clienţi, în ceea ce priveşte crearea, planificarea şi plasarea de reclame în diverse medii" (Nicola, Petre, 2004: 67). Agenţia de publicitate mai poate fi definită şi ca „o firmă din afară (care nu are legătură cu organizaţia care achiziţionează servicii), specializată în creaţia, producţia şi/sau plasarea mesajelor şi care poate oferi şi alte servicii pentru a facilita procesele de marketing şi promovare" (Belch, Belch, 2007: 69). Aşadar vedem că agenţia de publicitate este o organizaţie cu un scop precis, formată din profesionişti şi care oferă diverse servicii de promovare şi planificare pentru clienţi.

În contextul în care avansul tehnologiei a schimbat în mod fundamental piaţa muncii, eliminând nevoia multor tipuri de muncă, se dezvoltă o nouă direcţie în management în care accentul cade pe cunoaşterea ca resursă pentru organizaţii. „Întreprinderile intensiv-cognitive sunt tocmai acele întreprinderi în care bunurile intelectuale, intangibile (abilităţi, experienţe, cunoştinţe, valori deţinute de întreprindere) au o importanţă mai mare decât bunurile materiale (clădiri, tehnologie, produse în stoc etc., deţinute de întreprindere) şi capitalul financiar" (Leovaridis, 2006: 545).

Organizaţiile intensiv-cognitive sunt cele unde cea mai mare parte a muncii este de natură intelectuală şi unde majoritatea forţei de muncă este formată din angajaţi foarte calificaţi şi educaţi. Aceste tipuri de organizaţii pretind că produc produse şi/sau servicii care cer un grad înalt de calificare; aici se încadrează, cel mai des, firmele de avocatură şi contabilitate, de consultanţă în management, servicii IT, agenţiile de publicitate, marketing, relaţii publice, cercetare de piaţă, firmele *high-tech* etc. Noţiunea de organizaţie intensiv-cognitivă se suprapune cu şi chiar o include pe cea de organizaţie profesională; este însă mai generală şi nu pune accent pe caracteristicile asociate unei anumite profesii, cum ar fi un cod de etică, educaţie standardizată şi criterii de calificare, o asociaţie profesională puternică ş.a. Însă această categorie este dificil de definit şi delimitat în mod precis, întrucât include multe organizaţii care nu sunt nici unitare, nici unice. Alvesson sugerează că este probabil ca o caracteristică definitorie pentru astfel de organizaţii să fie chiar revendicarea calităţii de a fi intensiv-cognitive. O altă caracteristică-cheie a organizaţiilor intensiv-cognitive este tocmai abilitatea de a rezolva probleme complexe prin soluţii inovative şi creative; aşadar, o organizaţie intensiv-cognitivă

este o firmă care poate produce rezultate excepționale cu ajutorul cunoştinţelor specializate ale angajaților (Alvesson, 2001: 864).

Există două tipuri de firme care pot fi încadrate în categoria organizațiilor intensiv-cognitive: cele care oferă servicii profesionale şi cele care se bazează pe cercetare şi dezvoltare, agențiile de publicitate încadrându-se în primul tip. Acestea produc şi distribuie „obiecte intangibile", iar angajații lor sunt în contact direct cu clienții. Principalele caracteristici ale acestor tipuri de organizații includ faptul că angajații lor sunt foarte calificați şi se folosesc în special de „abilități intelectuale şi simbolice"; ei dispun de multă autonomie şi „ierarhii organizaționale aplatizate"; formele organizaționale sunt adaptabile; pentru rezolvarea problemelor există o sporită nevoie de comunicare, deoarece există un nivel mare de ambiguitate; o orientare puternică față de client; există o „asimetrie a informațiilor şi a puterii, dată de poziția expertului"; şi o „evaluare subiectivă şi incertă a calității rezultatelor muncii realizate" (Leovaridis, 2006: 547).

Clienții care apelează la serviciile firmelor intensiv-cognitive fac acest lucru aşteptându-se ca prin intermediul lor să obțină acces la cunoştințe, abilități şi servicii care ar fi greu de accesat în alte moduri. În schimb, aceste firme le oferă clienților lor un simț al siguranței şi încrederii prin faptul că le oferă o muncă valoroasă (Treem, 2016: 2).

Ceea ce diferă de la firmă la firmă este modul prin care ele comunică faptul că pot oferi aceste cunoştințe şi abilități specializate – de exemplu, unele firme pot comunica acest fapt prin apartenența la grupuri şi rețele profesionale, care pot impune regulamente în ceea ce priveşte cine poate activa într-un anumit domeniu (în funcție de studii, experiență). Însă acest lucru nu se aplică tuturor firmelor intensiv-cognitive, mai ales în cazul firmelor care oferă servicii profesionale în domeniul marketingului şi PR-ului. De exemplu, spre deosebire de o firmă de avocatură, unde ar fi nevoie de studii foarte specializate, examene şi permise speciale pentru a putea activa, nu există un astfel de echivalent pentru firmele din domeniul comunicării. În acest caz, agențiile apelează la alte modalități pentru a face produsele muncii lor „tangibile", creează reprezentări ale muncii lor care să fie uşor de prezentat clienților, de exemplu, prin scrierea unor rapoarte de activitate (în care este sintetizată activitatea angajaților) ce vor fi trimise clienților (ibidem: 15–16).

Această încadrare, la nivel de model, a agenției de publicitate în categoria organizațiilor intensiv-cognitive, bazate pe cunoaştere, a fost dictată de însăşi natura activității acesteia – agenția de publicitate este o organizație a cărei funcționare, în activitatea de realizare a reclamelor şi a campaniilor publicitare, se bazează nu pe bunuri materiale, ci pe cele imateriale, pe mesaj, idee, sugestie, în ciuda suportului fizic al acestora (afiş, bandă video etc.). În cadrul noilor adhocrații intensiv-cognitive, a căror performanță şi eficiență sunt direct proporționale cu creativitatea angajaților, controlul managerial direct, ierarhic, bazat pe autoritate, devine complet inadecvat, fiind înlocuit cu un management cultural, bazat pe formarea unei identități corporative comune, a unui set de valori împărtăşite care

vizează loializarea profesioniştilor-angajaţi. Aceasta justifică importanţa ce trebuie acordată culturii organizaţionale într-o organizaţie de tip intensiv-cognitiv (cum este cea de tip publicitar, în cazul nostru), ce se doreşte eficientă.

4. *STORYTELLING* ÎN AGENŢIILE DE PUBLICITATE DIN ROMÂNIA. DIMENSIUNEA APLICATIVĂ

4.1. METODOLOGIA CERCETĂRII

Prin intermediul acestei cercetări, ne-am propus, ca obiectiv general, să identificăm caracteristicile *storytelling*-ului în organizaţiile din sectorul marketing-publicitate, precum şi a diferenţelor care apar în acest sector în funcţie de dimensiunea agenţiilor, sursa capitalului şi natura activităţii agenţiilor. Am detaliat acest obiectiv general în cinci întrebări de cercetare, pentru a putea trasa o direcţie mai precisă cercetării întreprinse:

1. În ce măsură se observă acest fenomen în agenţiile de marketing-publicitate din Bucureşti?

2. Care sunt scopul şi motivaţiile din spatele povestirilor transmise de manageri?

3. În ce mod sunt percepute şi afectează aceste povestiri angajaţii care le ascultă?

4. Există diferenţe între tipul de povestiri şi modul de transmitere a acestora în funcţie de caracteristicile agenţiei (număr de angajaţi, sursa capitalului, natura activităţii agenţiei)?

5. Care sunt tipurile de povestiri cel mai des întâlnite în organizaţiile din sectorul marketing-publicitate?

Am considerat că, pentru a putea obţine o viziune cât mai corectă, mai apropiată de realitate, a fenomenului *storytelling* în agenţii de publicitate, este necesar să folosim o metodă de cercetare calitativă. Cercetarea calitativă presupune o „abordare interpretativă, naturalistă a subiectului studiat", ceea ce înseamnă investigarea unui fenomen „în mediul său natural, încercând să se înţeleagă sau să se interpreteze fenomenele în termenii semnificaţiilor pe care oamenii le investesc" (Chelcea, 2004: 38). Aceste caracteristici se pretează bine studiului *storytelling*-ului: povestirile din organizaţii, ca formă de manifestare a culturii organizaţionale, reprezintă un fenomen complex, deoarece astfel de manifestări culturale sunt interactive, contextuale, episodice şi depind mult de improvizaţie. Sunt interactive deoarece depind de participarea mai multor membri ai organizaţiei; sunt contextuale deoarece sunt integrate în situaţiile din organizaţie şi în istoria ei; sunt episodice întrucât reprezintă evenimente distincte din viaţa organizaţională; mai mult, improvizaţia este esenţială, deoarece există puţine indicii care să ghideze membrii organizaţiei în îndeplinirea acestei manifestări culturale (Miller, 2012: 86–87). Aşadar, având în vedere faptul că *storytelling*-ul are un caracter complex, care

depinde în mare măsură de mediul în care se manifestă şi de oamenii care participă în manifestarea sa, putem ajunge cu uşurință la concluzia că o cercetare calitativă constituie abordarea cea mai potrivită pentru a putea investiga cu succes acest fenomen.

Am considerat potrivit pentru studierea acestui fenomen interviul semidirectiv, efectuat în profunzime. Deoarece interviurile sunt semistructurate, de exemplu, față de un chestionar, ele elimină eficient *bias*-urile care pot apărea într-un interviu structurat, deoarece ele permit crearea unei atmosfere mai puțin stresante pentru subiecți, permit şi o exprimare mai spontană şi sporesc asociația liberă de idei. Mai mult, am apreciat că această metodă se pretează cel mai bine temei studiate datorită avantajelor prezentate, cum ar fi flexibilitatea răspunsurilor, asigurarea controlului asupra succesiunii întrebărilor, posibilitatea colectării unor răspunsuri spontane ale respondenților, cât şi asigurarea unor răspunsuri personale, ce sunt esențiale, avându-se în vedere caracterul povestirilor organizaționale (Chelcea, 2004: 153–158).

Am realizat aşadar 25 de interviuri în profunzime cu angajați ai unor agenții de publicitate din Bucureşti. Aceste interviuri, realizate în perioada noiembrie 2017 – ianuarie 2018, au durat, în medie, 60–70 de minute fiecare şi au avut loc într-un număr de şase agenții de publicitate. Am intervievat şase manageri de departament (un manager în fiecare agenție) şi un număr divers de angajați subordonați acestora. Agențiile au fost alese astfel încât să prezinte diversitate, în funcție de numărul de angajați (două agenții de dimensiuni mici cu mai puțin de 10 angajați, trei agenții medii ca mărime, cu circa 100, respectiv 80 şi 60 de angajați, şi o agenție de dimensiune relativ mare, cu circa 250 de angajați); în funcție de sursa capitalului (trei agenții care aparțin rețelelor internaționale de publicitate, care dispun deci de capital străin, şi trei agenții înființate şi deținute de proprietari români); aceste agenții au fost alese astfel încât să prezinte diversitate în ceea ce priveşte specificul activității, astfel că am ales două agenții *full-service*, o agenție de media, o agenție care oferă preponderent servicii de cercetare de piață, o agenție specializată în domeniul publicității *online*/digitale şi o agenție specializată în oferirea de servicii de creație (un „butic de creație").

În organizația A1, interviurile au fost realizate în departamentul de monitorizare şi cercetare media, iar discuțiile s-au purtat cu *junior researchers* (O.R., G.M.), *quality assurance executives* (D.G., N.B.) şi cu *department head*-ul (G.D.). În organizația A2, interviurile au fost efectuate în departamentul de *media research*, unde am intervievat trei persoane în funcție de *junior media researchers* (C.S., F.L., D.T.) şi managerul departamentului (R.Z.). În organizația A3, intervievați au fost angajații departamentului de creație, mai exact, am discutat cu *copywriters* (E.L., S.O.), un *art director* (G.N.) şi cu un *group creative director* (T.B., managerul departamentului). În organizația A4, am discutat cu angajații departamentului de *client service,* unde i-am intervievat pe M.M., S.L., I.C. (*junior* şi *senior account executives*) şi L.V. (*account manager*). În organizația A5, interviurile au fost realizate în cadrul departamentului de *social media*, unde am

intervievat pe S.I. (*social media manager*, considerat membru al echipei de *top management* a agenției), V.C. (*account executive*) şi A.C., T.G. (*social media executives*). Iar în organizația A6 i-am intervievat pe M.V. (*social media executive*), B.N. (*art executive*), S.D. (*account executive*) şi S.C. (*managing director*). Specific faptul că, datorită specificului său şi dimensiunii mici, această agenție nu este organizată în departamente.

S-au folosit două ghiduri de interviu, unul pentru manageri şi altul pentru angajați, cu întrebări „în oglindă", astfel încât să putem avea o viziune de ansamblu asupra fenomenului *storytelling* în organizații – atât din perspectiva angajaților care ascultă povestirile relatate de manageri, cât şi a managerilor care încearcă (sau nu) să contribuie la un anumit tip de cultură organizațională în departamentele pe care ei le conduc.

4.2. ANALIZA ŞI INTERPRETAREA DATELOR

Am ales ca, în primă instanță, să abordăm analiza şi interpretarea datelor sub forma studiilor de caz, astfel că informația din fiecare agenție de publicitate unde am avut oportunitatea de a lua interviuri este organizată în studii de caz individuale, în care am inclus informații generale despre agenție, ca apoi să analizăm şi interpretăm datele privind *storytelling*-ul în fiecare dintre ele.

ORGANIZAȚIA A1. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENȚIEI

Organizația A1 este unul dintre cei mai importanți jucători din domeniul cercetării de piață, din România. Această organizație se ocupă, în special, cu cercetarea de piață în aria media, investigând audiența pe care o au diversele forme de publicitate, în special în televiziune; de asemenea, colaborează cu majoritatea agențiilor de media şi a agențiilor de publicitate *full-service* (care se folosesc de datele de audiență în activitatea de *media planning*) din România. Această organizație este o subsidiară a uneia dintre cele mai mari agenții de cercetare de piață din lume, cu sediul în Marea Britanie – aşadar este o agenție cu capital străin. Subsidiara românească, cea în care am realizat interviurile, a fost înființată în Bucureşti în 2007 şi are în total peste 100 de angajați (www.risco.ro), dispersați în mai multe birouri din Bucureşti. Interviurile au fost luate într-un singur departament dintr-o singură locație, în care angajații se cunosc între ei, mai precis în departamentul de monitorizare şi cercetare media, iar discuțiile s-au purtat cu *junior researchers* (O.R., G.M.), *quality assurance executives* (D.G., N.B.) şi cu *department head* (G.D.).

B. STORYTELLING ÎN AGENȚIE

Pentru întrebarea care introduce respondenții în subiect, anume „povestea înființării agenției", din partea angajaților am obținut răspunsuri scurte, la obiect: D.G. (*quality assurance executive*) afirmă clar că „nu am avut curiozitatea de a o afla", iar O.R. (*junior researcher*) declară că „nu mi-a fost prezentată o asemenea povestire", managerul repetând câteva informații disponibile public despre organizație (specificul activității, faptul că a fost înființată ca subsidiară a unei rețele internaționale). În ceea ce privește povestirile care se transmit printre colegi, aflăm că „subiectele abordate sunt diverse... de la nemulțumiri privind eficiența managementului, plus multe poveşti despre alți colegi, până la aspecte ce țin de ambianța uneori neplăcută din birou" (D.G., *quality assurance executive*), „zvonurile şi poveştile neoficiale sunt la ordinea zilei pentru că nu prea există o poziție oficială a managementului când se întâmplă ceva" (G.M., *junior researcher*), „povestim foarte mult despre viețile personale, ale noastre sau ale colegilor. Adevărul este că se bârfeşte destul de mult" ne relatează N.B. (*quality assurance executive*). Managerul, însă, pare a fi conştient de faptul că multe dintre aceste povestiri sunt rezultatul nemulțumirilor angajaților, explicând că „Natura umană ne împinge de multe ori spre critică... A judeca pe altul este cel mai uşor lucru pe care îl poți face şi mulți cad în această capcană... Cred că sunt abordate subiectele legate de deciziile pe care echipa managerială le ia, aşa cum sunt înțelese de fiecare om în parte", sugerând astfel că este la curent cu ceea ce se discută printre angajați, deşi este prezentă şi o uşoară atitudine defensivă.

În ceea ce priveşte povestirile relatate de conducere angajaților, inițial managerul declara ferm: „Noi lucrăm după proceduri stricte. Povestirile nu îşi au locul şi rostul, nu în cazul nostru. Avem un scop de îndeplinit, avem proceduri prin care să fim eficienți". Angajații confirmă acest lucru, G.M. (*junior researcher*) menționând că „La şedințe sau prezentări, nu prea auzim povestiri de niciun fel. Uneori ne sunt transmise veşti bune sau ne este explicat, foarte scurt, ce s-a mai schimbat în agenție, dar nu sub forma unei poveşti oficiale sau de vreun alt tip, ci mai mult într-un mod *bullet point*" („sub forma unei liste"). Aşadar, mai departe, în ceea ce priveşte rostul povestirilor, angajații s-au referit la povestirile neoficiale care circulă în cadrul departamentului, de exemplu: „Nu cred că există un rost al lor, ele reprezintă doar nemulțumirile sau frustrările angajaților, care se simt mai mereu nedreptățiți" (O.R., *junior researcher*), „Cred că multe dintre ele există ca să putem înțelege ce se întâmplă... cum de multe ori nu primim un motiv oficial sau o poveste întreagă, sau de ce lucrurile sunt aşa cum sunt, încercăm să vorbim noi între noi ca să construim povestea din spatele evenimentelor" (G.M., *junior researcher*). Povestirile sunt „transmise mai mult din vorbă în vorbă", „afli multe de la colegi, nu de la şef". Mai mult, întrebați fiind despre efectele povestirilor, angajații au vorbit mai mult despre posibilele efecte negative, deoarece „Povestirile ce le auzi creează frustrări, îți dau dorința să pleci la alt loc de muncă, creează un

dezinteres din partea angajaților" (D.G., *quality assurance executive*), este posibil ca „Povestirile să poată duce la conflicte şi sigur duc la invidie între angajați... auzi că unii angajați primesc măriri în timp ce alții sunt mustrați, fără să se ştie exact cine şi de ce *da* sau de ce *nu*, auzi tot felul de variante, care mai de care..." (G.M., *junior researcher*). Astfel, având în vedere şi lipsa unei modalități mai clare a managementului de transmitere a valorilor din organizație, nu este de mirare că angajații, atunci când sunt confruntați cu luarea unei decizii sau cu o situație dificilă, nu fac referire la povestiri organizaționale şi nici măcar la valorile de bază ale organizației, ci răspund sec: „cer indicații de la managerul meu" (N.B., *quality assurance executive*; O.R, *junior researcher*), spunând şi că „atunci când întâlnesc o situație mai complicată în munca mea de zi cu zi, prefer să chem un *supervisor* sau să întreb un coleg" (poziția de *supervisor* fiind, ierarhic, intermediară între *department head* şi angajații fără funcții de conducere). Managerul departamentului, în schimb, subliniază că, în cazul în care apar situații dificile, „comunicarea eficientă este cheia, prin asertivitate, fără agresivitate... încerc să transmit că oamenii sunt cei mai importanți. Nu justific neapărat deciziile luate, ci încerc să le explic", afirmații care se contrazic cu experiența propriu-zisă a angajaților.

Ca exemple de povestiri relatate de manageri, am aflat totuşi de la manager că „uneori pot expune viziunea mea despre muncă, dar o fac doar cu scopul de a împărtăşi din experiența mea celor aflați la început de drum, nu pentru a impune un mod de gândire", refuzând să ofere un exemplu concret, în ton cu răspunsurile anterioare, în care a expus faptul că nu vede rostul povestirilor organizaționale. Un exemplu de povestire primit de la un angajat este „când *supervisorul* mi-a povestit cum era când s-a angajat ea, despre cei care au plecat între timp, despre cum era atmosfera înainte, dar şi cum a reuşit ea să ajungă în acea poziție" (G.M., *junior researcher*); „Când eram în *training*, un *supervisor* mi-a povestit, pe scurt, cum un fost coleg a avut probleme deoarece nu a respectat o anumită procedură... eu am luat-o mai mult ca pe un avertisment" (O.R., *junior researcher*). Aceste povestiri au fost relatate atunci „când întâmpinam o problemă dificilă şi mergeam să cer ajutorul" (D.G., *quality assurance executive*) sau „când eram la sfârşitul programului, mai eram puțini oameni în birou şi atunci eram mai destinşi" (O.R., *junior researcher*). Acestor angajați atenția le este mai uşor reținută atunci când „există ceva personal în poveste, când pot să empatizez cu cel care îmi spune" (G.M., *junior researcher*) sau când „mi se comunică pe un ton mai viu, când simt că pot fi destins şi deschis să aflu lucruri noi" (N.B., *quality assurance executive*), pe când managerul afirmă că „Eu nu spun povestiri, doar expun fapte şi trasez direcții. Însă probabil că succesul unei bune comunicări se măsoară în reactivitate: dacă nu obțin nicio reacție, probabil că data viitoare am nevoie de o abordare nouă". Din nou, aceste două perspective nu se potrivesc, fiecare parte din acest proces de comunicare având aşteptări diferite, astfel iese în evidență faptul că, în ciuda spuselor managerului, comunicarea nu este eficientă în departament. Nu în ultimul rând, angajații ar recomanda echipei manageriale ca „pentru problemele delicate din agenție să existe şi o poziție oficială din partea managerului, ca

povestirile din vorbă în vorbă să fie eliminate" (D.G., *quality assurance executive*), dar ar recomanda şi „o abordare mai personalizată... astfel încât să nu mai simțim o distanță, ca o prăpastie, între noi şi manageri" (G.M., *junior researcher*).

C. REMARCI CONCLUZIVE

În organizația A1 se pot observa discrepanțe mari între ceea ce şi-ar dori echipa managerială pentru angajații săi şi ceea ce angajații resimt efectiv. Conform spuselor angajaților, există multe nemulțumiri, trăiri negative şi variante neoficiale ale evenimentelor prin care trece organizația, transmise între colegii aflați la acelaşi nivel ierarhic, care iau forma unor povestiri spuse în cadru restrâns („la sfârşit de program") şi care circulă „din auzite" în interiorul departamentului. În ciuda faptului că managerul nu consideră că povestirile oficiale ar avea un scop, cele neoficiale probabil există, ca o nevoie a angajaților de a înțelege ce se întâmplă în departament şi în agenție, ele luând locul variantelor oficiale ale evenimentelor, pentru a exterioriza toate sentimentele negative cauzate de condițiile de la locul de muncă, cât şi ca instrument de coeziune socială între angajații care se simt „prinşi" într-un loc de muncă unde nu se consideră apreciați, ba chiar se simt de multe ori confuzi, în lipsa comunicării oficiale din partea managerului.

ORGANIZAȚIA A2. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENȚIEI

Organizația A2 este o agenție de media, una dintre cele mai puternice pe piața din România. A început ca departament într-o altă agenție, ca apoi să se desprindă şi să devină agenție de sine stătătoare în 2011. În prezent ea oferă o paletă largă de servicii, de la planificarea şi strategia media, cumpărare de spațiu publicitar, la cercetare pe consumator, mărci şi canale de comunicare, evaluare ROI (*return of investment*) ş.a.

Agenția este deținută în totalitate de un grup străin cu sediul în Franța şi face parte dintr-o rețea internațională, prezentă la nivel global, de agenții de media. Această agenție are în jur de 85 de angajați în birourile din Bucureşti (www.risco.ro). Interviurile au fost realizate în departamentul de *media research*, unde s-a discutat cu *junior media reseachers* (C.S., F.L., D.T.) şi cu managerul departamentului (R.Z.).

B. STORYTELLING ÎN AGENȚIE

Angajații ne relatează modul cum agenția a devenit ceea ce este astăzi „pornind de la un departament format din şapte oameni, care apoi s-a transformat

într-o agenție de sine stătătoare" – toate acestea sub conducerea managerului lor general, pentru care C.S. (*junior media reseacher*) a folosit porecla de „doamna noastră de oțel". Majoritatea povestirilor care circulă printre angajați sunt „povestiri vesele, despre întâmplări din *team building*-uri sau de la petreceri", F.L. (*junior media reseacher*) ne dă ca exemplu „clasicele poveşti despre clienți, <pățanii> ciudate cu ei, întâmplări haioase..."; însă aflăm un detaliu interesant de la D.T. (*junior media reseacher*), care explică: „cele mai multe povestiri sunt relatate de oamenii care au cel puțin zece ani în firmă, de pildă, ei ne povestesc adesea despre nopțile în care dormeau la birou şi cât de fericiți erau când câştigau un *pitch*". Răspunsurile continuă pe aceeaşi linie, atunci când s-au cerut exemple de povestiri relatate de management, C.S. (*junior media reseacher*) spunând că „povestirile managerilor sunt legate, în general, de <munca de pe vremuri>... La atmosfera de acum ceva ani, când firma era mai mică, când lupta era mai mare pentru clienți, când erau, practic, alte vremuri..."; acest lucru fiind confirmat şi de manager, conform căruia „povestesc de multe ori despre începuturile mele în această agenție, relatez din experiența mea". Există conturată, în povestirile transmise între angajații acestei organizații, o imagine despre un timp mitic („pe vremuri"), în care s-au desfăşurat anumite evenimente cheie din istoricul ei, la care se face referire des în discuțiile dintre angajați.

Se observă un puternic respect pentru cei cu vechime în organizație, mai ales pentru fondatorii agenției; fondatorii şi angajații vechi sunt priviți într-o oarecare măsură ca eroi dintr-un mit al fondării agenției (mai ales avându-se în vedere faptul că ei fac subiectul majorității povestirilor), care au trecut prin numeroase încercări dificile şi lungi zile şi nopți de muncă pentru a creşte agenția şi a o aduce către succesul de care se bucură la momentul actual. În ceea ce priveşte sursa acestor povestiri despre fondarea şi trecutul agenției, angajații au declarat că ele reprezintă chiar „istoricul oficial" al organizației, deşi managerul s-a referit la ele ca fiind doar „simple întâmplări povestite de cei care le-au trăit". Prin această diferență, putem sesiza din nou gradul ridicat de acceptare a valorilor organizaționale; deşi managerul vede aceste povestiri ca nefiind nimic mai mult decât simple relatări, angajații le acordă un grad mai ridicat de importanță, ridicându-le la rangul de istoric oficial al organizației, ele demonstrând astfel şi eficiența povestirilor relatate de către manageri.

În ceea ce priveşte scopul povestirilor, C.S. (*junior media reseacher*) consideră: „nu cred că au vreun rost anume", iar D.T. (*junior media reseacher*) crede că „sunt doar poveşti care pornesc de la anumite evenimente... de obicei, la un pahar, când stăm mai mulți": pe de altă parte, însă, managerul ne spune că, totuşi, „sper ca cei care le ascultă să vadă mai departe de poveste în sine şi să înțeleagă esențialul din ea, anume că valorile pe care le-am menționat mai înainte nu sunt doar cuvinte, ci sunt parte din noi". Se pare că, într-adevăr, povestirile au un efect puternic asupra angajaților; managerul ne explică, pe scurt, că efectul scontat este de „a-i determina la introspecție şi de a-i ajuta să realizeze faptul că fac

parte dintr-un colectiv excepțional". Ca semn al unui management care se foloseşte de *storytelling* în mod eficient, angajații confirmă aceste efecte asupra lor; de exemplu, conform lui F.L. (*junior media reseacher*), „povestirile despre <cum se muncea pe vremuri> mă fac să mă simt norocos", iar C.S. (*junior media reseacher*) ne relatează: „s-a întâmplat să stau peste program, după cum e viața în agenție, dar mă simt fericită gândindu-mă la locul în care lucrez şi la ce ştiu despre el din poveştile şefilor". În ceea ce priveşte reamintirea valorilor, povestirile nu sunt menționate, ba chiar D.T. (*junior media reseacher*) ne declară: „nu am nevoie să mi le reamintesc, cred că deja ele fac parte din structura mea". Se poate observa cum anumite conflicte interioare sunt astfel rezolvate cu ajutorul povestirilor – deşi există un dezavantaj prezentat de volumul de muncă prea mare, el este atenuat de gândul la dificultățile prin care au trecut cei care au pus bazele agenției.

Acest aspect este întărit tocmai prin exemplul de povestire pe care ni l-a oferit C.S. (*junior media reseacher*), care ne-a relatat o scurtă întâmplare prin care a trecut managerul departamentului: „Când ea era în primele luni aici, fără experiență în media înainte, s-a trezit singură în departament şi, inevitabil, a fost un fel de şef, deci a lucrat în perioada aceea direct cu CEO-ul nostru. Iar ea spune că atunci a învățat în şase luni cât alții în doi ani. Ne povestea că venea la nouă dimineața şi pleca la două dimineața, dormea trei sau patru ore, iar a doua zi avea *pitch*-uri şi prezentări la clienți. Într-o dimineață, după trei ore de somn, s-a dus în biroul CEO-ului, care a fost şocată când a văzut-o, dar a întrebat-o, pe un ton glumeț, <Draga mea, şi eu tot trei ore am dormit, nu vrei să încerci un fond de ten, un *blush*, ceva?>". Sfârşitul povestirii ne duce cu gândul şi la una dintre valorile fundamentale menționate la începutul interviului, anume „simțul umorului". Conform spuselor lui C.S. (*junior media reseacher*) „e o tipă foarte mişto, care ne spune des povestiri", fapt pe care îl putem completa cu o altă afirmație a lui F.L. (*junior media reseacher*): „dacă e implicat şi un pahar de vin, e inevitabilă povestirea". Managerul recunoaşte: „încerc să relatez povestiri încă de la interviul de angajare, apoi oricând am ocazia"; tot ea ne explică: „în mod normal, mizez pe talentul meu de povestitor" pentru a menține atenția celor care ascultă, iar D.T. (*junior media reseacher*) afirmă: „îmi respect managerul mult, nu am nevoie de tehnici speciale ca s-o ascult". Constatăm că povestirile sunt prezente constant în acest mediu organizațional, ele reprezentând o parte integrantă a comunicării dintre angajați şi managerul lor.

C. REMARCI CONCLUZIVE

În această organizație există o cultură puternică, aspect conştientizat de întreaga echipă („cred că [valorile] fac parte deja din structura mea") şi manifestat inclusiv prin împărtăşirea povestirilor organizaționale, care sunt folosite cu eficacitate pentru a transmite valori. Mai mult, prin conținutul povestirilor, angajații sunt motivați şi găsesc o semnificație mai profundă în munca lor – se simt

„norocoşi" şi „fericiţi" că au oportunitatea de a munci în această organizaţie, cot la cot cu manageri şi angajaţi vechi, consideraţi fondatorii mitici ai organizaţiei. Atunci când volumul de muncă este mare, angajaţii îşi reamintesc că aceia care au pus bazele agenţiei au muncit mult mai mult „pe vremuri" pentru a putea ajunge la succesul de care se bucură agenţia acum.

ORGANIZAŢIA A3. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENŢIEI

Organizaţia A3 este o agenţie de publicitate full-service cu capital românesc, care a fost înfiinţată în 1998, în România. A început ca agenţie de cercetare de piaţă şi de BTL (*below-the-line advertising*, cu o orientare spre marketing direct), iar după primii cinci ani de existenţă cele două ramuri s-au desprins în agenţii independente, de sine stătătoare. Agenţia în care am realizat interviurile este cea care a început ca agenţie de BTL; în ultimii ani, însă, şi-a diversificat portofoliul de servicii, care acum include şi strategii de comunicare, servicii de creaţie, producţie, comunicare *online*, organizare de evenimente, pe lângă tradiţionalele servicii de *consumer activation* şi marketing direct. În prezent, această agenţie are circa 225 de angajaţi şi reprezintă una dintre cele mai mari agenţii de publicitate din România (*www.risco.ro*), cu birouri în mai multe oraşe mari din ţară. Interviurile au fost realizate în cadrul departamentului de creaţie al biroului din Bucureşti, unde am avut oportunitatea de a discuta cu *copywriters* (E.L., S.O.), *art director* (G.N.) şi *group creative director* (T.B., managerul departamentului).

B. STORYTELLING ÎN AGENŢIE

Angajaţii nu sunt prea familiarizaţi cu istoricul organizaţiei: „Nu cunosc prea multe... doar că a fost o agenţie de promoţii care, încet, s-a mutat spre zona de ATL", „Nu cred că are o poveste anume...", însă cea mai notabilă contribuţie a venit şi cu o evaluare a modului în care agenţia nu a reuşit să îşi schimbe imaginea de-a lungul timpului: G.N. (*art director*) ne relatează că „se ocupa iniţial de promoţii, apoi, din nevoia de a fi în pas cu lumea, a băgat un *gimmick* („truc"), din care nu poate evolua, de fapt... reputaţia rămâne tot de firmă de promoţii". Există, într-o oarecare măsură, o idee despre începuturile agenţiei, dar angajaţii nu par să fi fost vreodată informaţi cu exactitate despre „originile" sale, ba mai mult, faptul că în trecut a fost o „agenţie de promoţii" pare a fi o caracteristică privită negativ şi drept o condiţie pe care agenţia nu a reuşit să o depăşească la momentul actual. Ca subiecte abordate des în povestirile care circulă printre colegi, G.N. (*art director*) ne dă drept exemplu „conversaţiile de la ţigară, care sunt strict *small talk* („pălăvrăgeală") sau cinism la adresa lui X sau la ce a mai făcut Y", S.O.

(*copywriter*) ne atrage atenția că, în agenție, „colegii sunt împărțiți pe grupuri şi cupluri, iar discuțiile sunt de obicei despre celelalte grupuri, un fel de bârfă", în fine E.L. (*copywriter*) ne descrie o imagine asemănătoare: „Majoritatea sunt poveşti despre şefi, despre foşti colegi şi ce fac ei acum, despre reuşite şi eşecuri personale... uneori chiar poveşti umoristice generale". Managerul recunoaşte că „adesea se vorbeşte despre incapacitatea anumitor departamente de a ridica standardele, de a se adapta la piața anului 2016". Colegii de muncă şi evenimentele din viața lor par să reprezinte principalul subiect al povestirilor care circulă printre angajați, însă constatăm că în continuare predomină o notă negativă în răspunsurile primite – povestirile servind, se pare, ca principalul mod al angajaților de a-şi exprima frustrările privind colectivul în care lucrează. Conform lui E.L. (*copywriter*), „managerul echipei ne spune cel mai adesea poveşti personale sau poveşti de interes general, care să detensioneze atmosfera" – observăm, din nou, că angajații recunosc nevoia unei „relaxări" a atmosferei din birou, întrucât ei nu par a menține relații pozitive unii cu ceilalți, pe când G.N. (*art director*) consideră că „nu aud nimic de substanță, iar la restul de discurs motivațional nu plec urechea". Putem vedea cum această părere se corelează cu atitudinea negativă a managerului, care le spune angajaților „poveşti legate de abordări noi, eficiente... dar pe care, din păcate, doar unii colegi le-au folosit". Aparent, chiar managerul recunoaşte că, deşi a încercat să folosească aceste povestiri pentru a-şi conduce departamentul mai aproape de succes, ele mai degrabă au eşuat, deoarece nu au reuşit să-i convingă subordonații să aplice valorile şi principiile după care se ghidează el în muncă, iar acest aspect este confirmat tocmai de angajații care recunosc că nu sunt interesați de spusele managerului. Faptul că aceste povestiri organizaționale se transmit „din vorbă în vorbă" a fost menționat de toți subiecții, managerul admițând că „istoricul oficial al companiei este deficitar", iar un angajat spunând că „nici nu există un istoric oficial al companiei, din câte ştiu eu, oamenii pur şi simplu diseminează ce li se pare de interes". Putem nota, totuşi, că toate informațiile despre istoricul şi povestea înființării organizației, inclusiv cele prezentate la începutul acestui studiu de caz, sunt disponibile public pe pagina de *web* şi în comunicările oficiale ale organizației. Remarcăm, în acest caz, faptul că există un interes slab, atât al angajaților cât şi al echipei manageriale, de a construi sentimentul de loialitate față de organizație şi ceea ce reprezintă ea, atât prin istoricul său, cât şi prin valorile ce le-ar putea ilustra.

În opinia lui S.O. (*copywriter*), „povestirile au rol de divertisment: spre exemplu, când eşti la masă şi nu ai ce spune, scoți o poveste din pălărie", iar G.N. (*art director*) ne explică, despre ele că „au scop educativ, ca să înțelegem lucrurile din firmă, dar şi de contact social, ca să ne putem apropia între noi". Managerul este de părere că „povestirile creează emoție şi atitudine, care apoi creează mediul de lucru în sine, care poate fi trist şi demotivant sau viu, plăcut, creativ". Ca efecte, E.L.(*copywriter*) ne spune că „ele modelează percepția şi comportamentul celor nou-veniți, spre exemplu, când auzi de experiența altora, cum ar fi când aflii că

unui coleg i s-a promis o mărire de salariu, dar nu a mai primit-o", iar S.O. (*copywriter*) completează: „printre efecte se numără un trafic mare de oameni care vin şi pleacă prin departamente, atraşi fiind de poveştile auzite din afară, ca apoi să fie dezamăgiţi". Deşi atât angajaţii cât şi managerul recunosc abilitatea povestirilor de a apropia oamenii, de a educa şi de a crea „atmosfera" în care se munceşte, ei nu văd decât efectele negative ale povestirilor organizaţionale, probabil ca urmare a faptului că, în general, acestea par a se concentra, în mare măsură, asupra aspectelor negative şi asupra zvonurilor despre promisiuni neîndeplinite.

Atunci când am cerut exemple de povestiri pe care angajaţii le aud de la manageri, printre primele exemple pe care angajaţii şi le-au amintit au fost numeroasele cazuri în care managerul le-a povestit că „a fost promovat la rangul de *group creative director* doar cu numele, fără a primi mărirea salarială, iar după mult timp de insistenţe, i s-a spus că, fără o promisiune scrisă, nu poate primi acei bani" (G.N., *art director*). Managerul, în schimb, afirmă că a încercat să mizeze pe transmiterea valorilor prin relatarea poveştii succesului unui coleg, care „a făcut paşi mari în carieră printr-o atitudine pozitivă, deschidere către nou şi risc, spirit analitic şi autodidact". Vedem, din nou, tendinţa subordonaţilor de a se concentra şi a reţine acele povestiri care sădesc în rândul lor frustrarea, precum şi eşecul continuat al povestirilor echipei manageriale de a transmite un anumit spirit de muncă, valori care să ghideze angajaţii în procesele cu care se confruntă în mod cotidian. Povestirile sunt relatate, conform angajaţilor, atunci când „managerul simte nevoia de a da sfaturi multe sau crede că ne inspiră" (G.N., *art director*), „la masă, la ţigară" (E.L., *copywriter*), iar managerul menţionează şi „*meeting*-urile mai puţin formale pe care le avem uneori". În ceea ce priveşte captarea atenţiei, managerul declară: „încep prin a-i întreba despre ei înşişi, apoi îmi exersez calităţile actoriceşti", însă, pe de altă parte S.O. (*copywriter*) ne spune: „singurul motiv pentru care sunt atent este pentru că s-ar putea să fie o întrebare pe acolo, altfel, până acum, mi-am bătut capul degeaba să încerc să obţin o lecţie sau un subînţeles din cele auzite, nu am reuşit". Mai mult, ca recomandări pentru manager, angajaţii au declarat că şi-ar dori ca „poveştile fabricate să fie reduse la un minimum, iar poveştile spuse să fie asumate de manager, care să ia în considerare efectul asupra noastră" (S.O., *copywriter*) şi „avem nevoie de întâlniri interne, în care să învăţăm unii de la alţii, să vorbim liber şi să facem un *update* al vechilor poveşti... să scriem altele noi" (E.L., *copywriter*).

C. REMARCI CONCLUZIVE

În această organizaţie, povestirile organizaţionale sunt folosite în special pentru a da voce nemulţumirilor care apar printre angajaţi, atât faţă de managerul direct cât şi faţă de conducerea organizaţiei în sine. Din păcate, ele nu au fost folosite cu succes de echipa managerială pentru a putea întări presupoziţiile de bază, nici măcar valorile declarate ale organizaţiei, în schimb, ele au fost „lăsate

libere" să propage efectele negative ale muncii în această agenție, astfel ele clădesc un mediu de lucru aparent neplăcut care sporeşte neîncrederea față de organizație.

ORGANIZAȚIA A4. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENȚIEI

Organizația A4 a fost una dintre primele agenții de publicitate înființate în România (în 1991) după căderea regimului comunist. Înființată cu capital românesc, la un an după crearea sa s-a afiliat unei rețele internaționale. Mai târziu, a devenit parte a unui grup de agenții, deținut integral de o companie străină; un aspect accentuat în descrierea sa este faptul că face parte din „cea mai premiată rețea de agenții de lume". Este o agenție de publicitate *full-service*, care preia proiecte complexe, oferind clienților servicii de comunicare integrată, de la lansări de produs la crearea strategiilor de *brand*, servicii de creație, producție şi *Customer Relationship Management*. În prezent are în jur de 60 de angajați (*www.risco.ro*). În această organizație, am avut oportunitatea de a discuta cu *junior* şi *senior account executives* (M.M., S.L., I.C.) şi *account manager* (L.V.), în cadrul departamentului de *client service.*

B. STORYTELLING ÎN AGENȚIE

În ceea ce priveşte povestea înființării agenției, angajații cunosc faptul că a fost printre primele agenții de publicitate din România, precum şi vârsta organizației („am aflat că agenția împlineşte 25 de ani pentru că a fost sărbătorită şi, întâmplător, am fost şi eu anul acesta de față" – S.L., *junior account executive*), însă detaliile nu sunt cunoscute, întrucât nu pare a fi un subiect pe care se pune accent în mod necesar în discuțiile manager – subordonat sau în povestirile care sunt relatate între colegi – „încă nu am apucat să aud povestea înființării agenției, poate şi pentru că sunt de mai puțin de un an aici" (M.M., *junior account executive*). Ca subiecte des abordate în povestirile organizaționale, I.C. (*senior account executive)* ne relatează: „povestim deseori despre muncă, proiecte, clienți..., dar avem şi prostul obicei de a povesti despre viețile personale, de exemplu, cât de mult *online shopping* facem", iar M.M. (*junior account executive*) completează: „majoritatea colegilor sunt cu zece ani mai mari ca mine, aşa că aud des poveşti despre familiile lor, viitoare căsătorii şi copii. De fapt, vorbim despre orice, e o agenție foarte *family-like*" („ca o familie"). Povestirile sunt folosite, în special, pentru a creşte familiaritatea între colegi, întrucât povestirile personale predomină în discuții, de la hobby-uri precum cumpărăturile *online*, la familiile celor din departament; putem deduce că acest aspect contribuie la sentimentul de „familie" şi „agenție umană" pe care unii angajați îl resimt față de locul de muncă.

Ca povestiri din partea managerului, *account manager*-ul (L.V.) declară: „încerc foarte mult să povestesc despre cum sunt rezolvate problemele profesionale şi să laud colegii care depun eforturi extraordinare. Consider că este important să subliniem ce a mers bine în proiectele trecute, ca să le putem folosi ca exemplu sau să învăţăm din greşelile trecutului". M.M. (*junior account executive*) ne arată o imagine asemănătoare cu aceasta, ea relatându-ne: „din partea echipei manageriale, aflu mai ales despre agenţiile în care au mai fost ei, despre diverse proiecte mai mult sau mai puţin reuşite", la care I.C. (*senior account executive)* adaugă: „aud poveşti despre foşti colegi şi despre locurile unde au ajuns". Constatăm că povestirile funcţionează aici ca mecanism de învăţare, managementul folosindu-se de lecţiile trecutului pentru a le utiliza ca substitut de experienţă pentru angajaţii mai noi. De asemenea, povestirile despre foştii colegi pot servi şi ca un tip de istoric-substitut şi de situare a agenţiei într-un context mai larg al pieţei de publicitate (întrucât angajaţii ajung să cunoască legăturile dintre agenţia lor şi locurile unde au ajuns foştii colegi şi proiectele lor). Privind sursa povestirilor, angajaţii au fost de acord în unanimitate că nu există un istoric oficial al organizaţiei sau, cel puţin, nu cunosc ei unul, întrucât acesta nu este considerat de o mare importanţă în discuţiile dintre colegi. Majoritatea povestirilor, aşadar, „provin din experienţa colegilor mei, conform intuiţiei mele", ne spune S.L. (*junior account executive*). Pe de altă parte, I.C. (*senior account executive)* afirmă, de asemenea: „bănuiesc că trebuie să fii de mult timp în agenţie ca să cunoşti toate poveştirile despre ce s-a întâmplat de-a lungul timpului".

În ceea ce priveşte scopul povestirilor, conform lui M.M. (*junior account executive*), „rolul povestirilor este să unească oamenii. Să existe *bonding* („legături/relaţii afective)", ceea ce este congruent cu cele relatate mai devreme în interviu, mai exact, sentimentul de „familie" resimţit în atmosfera din agenţie. Există, astfel, un acord între angajaţi privind faptul că povestirile îi ajută să se aproprie; putem deduce că povestirile personale, despre familii şi alte evenimente din viaţa colegilor, sporesc coeziunea socială din agenţie. Managerul ne spune: „multe din cele relatate de mine au ca rost perpetuarea valorilor intrinseci ale agenţiei"; deşi angajaţii nu menţionează sau nu realizează acest aspect ca posibil rost al povestirilor, putem constata că povestirile relatate de manager angajaţilor ating acest scop prin intermediul răspunsurilor la întrebarea despre efectele povestirilor – conform lui I.C. (*senior account executive*): „din câte am observat eu, efectul principal este că te ajută să înţelegi *job*-ul în sine şi oamenii din jur, oamenii cu care lucrezi", afirmaţie care apare într-o formă sau alta şi în restul răspunsurilor. Putem vedea astfel că povestirile contribuie semnificativ la integrarea angajaţilor în organizaţie şi în procesul muncii. În ceea ce priveşte rolul reamintirii regulilor şi a valorilor agenţiei în luarea unei decizii, angajaţii au fost de acord că, în acest caz, în mod obişnuit, preferă să apeleze imediat la discuţii directe cu managementul; însă, ceea ce este de notat aici este că managerul ne spune că preferă, de asemenea, discuţiile directe cu subordonaţii, dar în care face referire la

situații similare din trecut: „încerc să împărtășesc din experiența mea pentru a ajuta colegul să ajungă la o soluție". Managementul se foloseşte în mod abil de povestiri pentru a transmite cunoaştere, de asemenea povestirile contribuie şi la transmiterea valorilor agenției, prin exemplele de povestiri pe care angajații îşi amintesc că le-au auzit din partea managerilor; anume, M.M. (*junior account executive*) ne relatează că una dintre povestirile preferate auzite de la manager este despre o fostă colegă, foarte lăudată, care s-a mutat în străinătate, însă căreia „conducerea agenției i-a promis că o să aibă de lucru în agenție, indiferent de când se întoarce". Tot M.M. (*junior account executive*) ne explică mai departe că „mi se pare că spune multe despre agenție şi de faptul că se pune accent pe oameni" – această remarcă ne arată „aspectul uman" al agenției, idee sugerată şi de alți respondenți din agenție.

Ocaziile cu care povestirile organizaționale sunt relatate, atât pe relația angajat-angajat, cât şi pe relația manager-angajat, sugerează, de asemenea, modul cum acestea contribuie semnificativ la coeziunea socială din cadrul agenției. I.C. (*senior account executive*) îşi aminteşte: „foarte des am auzit povestiri, de obicei când ieşim la fumat sau avem un proiect asemănător cu unul deja realizat". M.M. (*junior account executive*) ne spune că, recent, a colaborat direct cu managerul său pentru un proiect important, iar „de regulă, ne auzeam seara la telefon şi povesteam despre ce a mers prost şi ce a mers bine. Comparam de multe ori cu campanii similare, care a fost parcursul lor şi cum s-au finalizat". Faptul că această comunicare continuă şi în afara agenției ne arată, din nou, cum povestirile (despre muncă) sporesc apropierea dintre membrii organizației; în plus, acestea au fost folosite în continuare ca mecanism de înțelegere, pentru a putea îmbunătăți performanța agenției. În ceea ce priveşte captarea atenției celor care ascultă aceste povestiri, managerul ne spune: „mă bazez pe conexiunea deja creată între noi, încerc să fiu cât mai naturală"; pe de altă parte, S.L. (*junior account executive*) mărturiseşte: „mă atrage în special limbajul non-verbal, cum ar fi tonul vocii, poziția corpului, sunt atent la modul în care vorbeşte, dar aceste detalii cred că spun multe despre om şi nu despre organizație în sine". Ca recomandări în această arie, angajații sunt de acord că nu prea este nevoie ca managerul să-şi îmbunătățească această abilitate, ba chiar, I.C. (*senior account executive)* declară: „i-aş cere să-mi povestească mai multe". Aceste două aspecte, considerate împreună, demonstrează o legătură puternică între manager şi angajați, susținută în mod consecvent de povestirile organizaționale.

C. REMARCI CONCLUZIVE

Povestirile organizaționale contribuie în mod semnificativ, în această organizație, la coeziunea socială dintre angajați şi constituie un mecanism de învățare şi îmbunătățire a performanțelor agenției. Cultura puternică prezentă în agenție este susținută în mod constant prin povestiri, care contribuie la crearea unui mediu primitor de lucru, în care angajații se simt ca „în familie".

ORGANIZAȚIA A5. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENȚIEI

Organizația A5 este prezentă pe piața din România din 2009. Este o agenție înființată cu capital românesc, deținută în continuare de aceleaşi persoane care au fondat-o. Este o agenție de publicitate *digital*, oferind, în principal, servicii din aria de digital marketing (reclame *online*, de tipul bannere, *Facebook ads*, *Google ads*, *Seach Engine Optimization* ş.a.), *social media marketing* şi *web development* (creare şi programare de pagini de *web*). Deşi au reuşit să îşi crească cifra de afaceri în mod semnificativ de la înființare, numărul angajaților a crescut treptat, de la trei angajați acum şapte ani la cei 7 angajați din prezent (www.risco.ro), fără să-i socotim şi pe cei doi fondatori acționari – este o agenție mică. În această organizație am avut ocazia de a discuta cu *social media manager* (S.I., membru al echipei de *top management* a agenției), *account executive* (V.C.) şi *social media executives* (A.C., T.G.), în cadrul departamentului de *social media*.

Descriind agenția în câteva cuvinte, managerul *social media* a vorbit despre modul în care ea „a crescut organic de-a lungul anilor", iar V.C. (*account executive*) o descrie ca fiind o „agenție mică, locală", angajații în general vorbind despre cum este organizată în diferite departamente, tipul de clienți cu care lucrează şi tipul de proiecte realizate de agenție; răspunsurile au fost foarte asemănătoare, aspect deloc surprinzător într-o organizație de dimensiune mică, în care datele sale sunt aflate de angajați cu mai mare uşurință.

B. STORYTELLING ÎN AGENȚIE

Povestirea despre înființarea agenției este binecunoscută în rândul angajaților. „A pornit dintr-o nebunie a lui C. (proprietarul agenției) când era ceva mai tânăr... după ce şi-a pierdut locul de muncă într-o agenție de digital străină, s-a chinuit zile şi nopți pentru a pune bazele propriei firme", ne relatează, de exemplu, V.C. (*account executive*). Ca subiecte des abordate în povestiri, sunt menționate cel mai mult aspecte ce țin de hobby-uri şi timpul liber, dar şi „cele mai frecvente povestiri sunt legate de *pitch*-urile câştigate, de proiectele mai speciale, cu şedințe, dar şi poveşti din *teambuilding*-uri", ne explică A.C. (*social media executive*). T.G. (*social media executive*) ne spune că aceleaşi tipuri de povestiri aude şi din partea echipei manageriale, doar că acele povestiri fac referire, mult mai des, „fie la începuturile firmei, fie la începutul colaborării cu un client anume". Mai mult, S.I. (*social media manager*) afirmă: „ne conversăm cu <cărțile pe față>, astfel că le povestesc atât din greşeli, cât şi din succese". Ca sursă de inspirație pentru aceste povestiri, V.C. (*account executive*) ne arată: „nu există un istoric oficial al companiei, aşadar totul este transmis verbal. De cele mai multe ori, chiar patronul

nostru este <povestitorul> agenției", iar S.I. (*social media manager*) menționează că se referă „mereu la istoricul personal, pentru că sunt de patru ani în agenție şi am trecut prin multe întâmplări aici". Observăm cum povestirile se bazează, în mare parte, pe trăirile personale legate de agenție ale angajaților mai vechi, pentru a putea împărtăşi cu o mai mare uşurință din experiența lor celor mai noi. Povestirile sunt folosite des şi există un element de onestitate în ele, tocmai pentru a le putea spori efectul educațional, detaliat şi în cele ce urmează. Mai mult, toate referirile la începuturile agenției sau la începuturile colaborării cu clienții pot servi drept metodă de a le reaminti angajaților valorile ce stau la baza agenției.

Privind scopul povestirilor, S.I. (*social media manager*) admite că „rolul povestirilor este de a învăța, absolut. Sunt situații în care ai luat decizii şi s-au dovedit a fi bune sau mai puțin bune – experiența este de dat mai departe". Observăm, aşadar, că povestirile sunt folosite în mod conştient de management ca instrument în îmbunătățirea procesului învățării la angajați. Mai mult, A.C. (*social media executive*) consideră: „probabil, rolul lor este de a crea coeziune, să ştim cu toții cum a pornit agenția, cum a crescut şi care trebuie să fie parcursul ei pe viitor"; rolul şi efectele menționate de A.C. (*social media executive*) nu țin neapărat de coeziune, ci vedem mai degrabă cum povestirile sunt folosite aici pentru trasarea unei direcții strategice pentru agenție. Ca efecte ale povestirilor, S.I. (*social media manager*) crede că „povestirile le stârnesc [angajaților] curiozitatea de a face încercări pe propria piele, îi determină să-şi pună întrebări cărora trebuie să le găsească răspuns". Din punctul de vedere al angajaților, s-a vorbit despre faptul că „grație acestor povestiri mă simt mai apropiată de oamenii din firmă şi înțeleg mai bine traiectoria de urmat" (A.C.), iar V.C. (*account executive*) afirmă: „mă ajută să învăț cum să relaționez cu clienții şi să înțeleg care este standardul de calitate al agenției". Efectele, în acest caz, se corelează foarte bine tocmai cu rolurile menționate în răspunsurile anterioare. Povestirile sunt menite să învețe şi să apropie oamenii, atât în relație cu munca lor, cât şi ca echipă în cadrul agenției, iar aceste efecte sunt recunoscute de angajați.

Pentru reamintirea valorilor agenției, managerul preferă să apeleze la „comunicarea directă, prin expunerea argumentelor", iar T.G. (*social media executive*) admite: „în cazul meu, cel mai uşor este să mă gândesc cum ar acționa managera mea în locul meu – ea este busola mea". Vedem că povestirile nu sunt folosite în acest caz, cel puțin nu în mod direct; putem doar specula că, atunci când un angajat încearcă să îşi imagineze ce ar face managerul în locul său, acesta ar putea face referire şi la povestirile auzite anterior.

Ca subiecte de povestiri din partea managerului, atât angajații, cât şi managerul au ezitat să ofere exemple concrete, vorbindu-ne, în schimb, despre ele în linii generale – S.I. (*social media manager*) ne-a relatat: „vorbim adesea despre proiecte la care am muncit poate prea mult, unde am depus multă pasiune şi efervescență", pe când V.C. (*account executive*) ne explică: „managera mea ne povesteşte de multe ori începuturile colaborărilor cu clienții noştri, ca să ne

reamintească ce i-a atras să lucreze cu noi de la început". Ca ocazii pentru aceste povestiri, angajații sunt de acord că acestea apar frecvent în discuțiile cu echipa managerială, de exemplu, „când avem de pregătit o prezentare mai mare, mai specială" sau „când avem *meeting*-uri importante legate de derularea proiectelor". Având în vedere răspunsurile la aceste două întrebări, vedem cum rolul de mecanism de învățare este întărit în continuare – povestirile organizaționale sunt folosite tocmai pentru a putea pregăti angajații înainte de proiecte importante şi înainte de a interacționa cu clienții.

Referitor la atragerea şi captarea atenției, angajații sunt atraşi, în mod special, de „modalitatea în care spune poveştile, e relaxată, ne spune multe detalii, insistă pe aspectele amuzante, dar poate fi şi serioasă" (T.G., *social media executive*, referindu-se la S.I., managerul *social media*). Aşadar, în acest caz, limbajul non-verbal şi tonalitatea în care sunt relatate povestirile joacă un rol mai important decât conținutul în sine. Ca recomandări din partea angajaților, a existat un consens în răspunsuri în privința faptului că managerii agenției ar trebui să se simtă mai încurajați să se folosească de povestiri şi mai frecvent, „deoarece ele ajută mult, mai ales pe oamenii noi, să-şi creeze o imagine despre ce înseamnă agenția noastră" (A.C., *social media executive*), iar acest aspect ne arată că ele sunt văzute ca un fenomen pozitiv în organizație, care contribuie la integrarea noilor membri.

C. REMARCI CONCLUZIVE

Constatăm că povestirile joacă un rol important în cadrul acestei organizații, deşi ezităm să spunem că ele au aici un rol esențial sau fundamental. Deşi sunt folosite în multe contexte, nu pare să existe un set de povestiri la care angajații sau managerii să poată apela cu uşurință pentru a (-şi) putea reaminti valorile şi normele organizației, sau pentru a putea întări presupozițiile de bază ale culturii organizaționale. Povestirile, aici, sunt însă folosite în mod abil, atât pentru a transmite cunoaştere între angajați, cât şi pentru a îmbunătăți relațiile dintre angajați.

ORGANIZAȚIA A6. STUDIU DE CAZ

A. PREZENTAREA AGENȚIEI

Organizația A6 este o agenție de publicitate cu capital românesc, care a început ca departament într-o agenție de publicitate în 2014, ca apoi, în 2015 să se desprindă şi să devină o agenție de sine stătătoare. Este mai degrabă un „butic de creație", având în vedere numărul redus de angajați – personalul permanent numărând 4 angajați (www.risco.ro), cât şi faptul că serviciile oferite, până de curând, erau relativ nişate.

Este o agenție concentrată, în special, pe servicii de creație publicitară, care în perioada următoare va încerca să se îndrepte şi spre servicii de publicitate BTL,

branding, *social media marketing* şi crearea de identități vizuale pentru *brand*-uri. În această organizație am avut ocazia de a discuta cu *social media executive* (M.V.)*, art executive* (B.N.), *account executive* (S.D.) şi *managing director* (S.C.). Datorită faptului că agenția, până în momentul de față, a oferit doar servicii de creație, iar dimensiunea ei este mică, angajații nu sunt structurați în departamente.

B. STORYTELLING ÎN AGENȚIE

Povestea înființării agenției este bine cunoscută de toți angajații – de exemplu, B.N. (*art executive*) ne relatează că „agenția a pornit din dorința unuia dintre colegi de a-şi înființa propria companie" (de remarcat utilizarea termenului de „coleg", şi nu de „şef/manager"). Acest lucru este posibil, probabil, datorită dimensiunii mici a agenției, unde toți angajații se cunosc foarte bine între ei şi lucrează alături de proprietarul agenției, zilnic. Ca subiecte abordate des în povestiri, se numără „mersul la sală, sportul", „ce seriale mai urmărim", „filme noi la cinema", plus alte tipuri de hobby-uri, evenimente din viața personală şi povestiri despre proiectele în curs ale agenției. Angajații enumeră multe hobby-uri asemănătoare, întărind presupunerea privind selectarea angajaților în funcție de similitudinea lor cu valorile deja existente ale agenției. În genere, povestirile din partea managerului par a fi menite să încurajeze angajații în momentele cu volum de muncă mai mare – de exemplu, M.V. (*social media executive*) ne spune că, de obicei, „de la el aud că, deşi unele zile vor fi grele, lungi şi obositoare, răsplata va fi pe măsură". Managerul confirmă: „Povestesc despre agenția însăşi des, povestesc despre experiențe din trecut, ca să-şi dea seama ce am făcut până acum şi cum s-ar putea integra mai bine în colectiv"; aşadar încearcă să folosească povestirile ca instrument pentru a transmite din cunoaşterea sa angajaților cu mai puțină experiență. Ca sursă de inspirație pentru povestirile organizaționale, ele se bazează doar într-o oarecare măsură pe istoricul oficial al agenției (care, de altfel, este foarte scurt, având în vedere înființarea recentă a acesteia), dar povestirile „le auzi mai mult de la colegi, deci probabil se bazează mai mult pe propria lor experiență de viață", aflăm de la S.D. (*account executive*). Povestea înființării agenției, de exemplu, există şi ca variantă oficială, scurtă, publicată pe pagina de web a agenției, precum şi sub formă orală, mai detaliată, pe care o cunosc doar angajații agenției.

Referitor la scopul povestirilor, angajații au menționat, în mare parte, scopuri ce țin de coeziunea socială a grupului: „să ne ajute să ne integrăm în echipă" (B.N., *art executive*) şi „să mă acomodez mai bine cu agenția, respectiv colegii" (M.V., *social media executive,* care era şi cea mai nouă angajată a agenției). În acest caz, managerul ne relatează că „poveştile au rol de detaşare, în primul rând, dar şi rol de a le arăta angajaților că aici avem o echipă plăcută şi unită". Ca efect al povestirilor, S.D. (*account executive*) afirmă: „de multe ori, poveştile mă fac să mă simt ca şi cum aş lucra cu un prieten", iar M.V. ne spune, de asemenea, că „ele creează un sentiment de apropiere între mine şi persoanele cu care lucrez zi de zi".

Pe lângă acest aspect de îmbunătățire a relațiilor sociale, managerul mai adaugă şi aspectul învățării: „sper ca poveştile despre alte proiecte să servească drept exemplu de muncă pentru cei care vin aici", subliniind din nou utilitatea povestirilor în transmiterea către angajați a cunoaşterii şi a deprinderilor de a învăța. Acest lucru este întărit tocmai de următorul răspuns al managerului, care ne mărturiseşte că, atunci când agenția este confruntată cu o situație mai dificilă, „consider că este util să apelez la situații similare prin care am trecut şi să povestim despre modul în care am reuşit să depăşim anumite momente-cheie". Pe de altă parte, întâlnim din nou situația în care angajații preferă să apeleze imediat la manager pentru a-şi aminti valorile şi regulile într-o situație dificilă, totuşi S.D. (*account executive*) afirmă că, în cazul în care managerul nu este disponibil pentru o perioadă de timp, „încerc să îmi imaginez ce ar face F. (managerul) în situația dată". Putem remarca, astfel, că F. reprezintă un pilon pentru cultura organizației, nu doar prin prisma funcției sale formale, ci şi prin faptul că serveşte ca punct de reper, un exemplu de urmat, în luarea deciziilor. Exemplele de povestiri din partea managementului, însă, au fost sărace în detalii şi puține; M.V. (*social media executive*) ne-a relatat, de pildă, despre un moment în care „în timpul unui eveniment, s-a defectat o parte din aparatură, iar colegii mei au improvizat şi soluționat rapid problema", iar managerul ne-a relatat, de asemenea, o povestire asemănătoare despre „un eveniment stresant, din cauza căruia am pierdut multe ore de somn, dar care a fost de succes în final". Se prea poate ca, din nou, luând în considerare timpul scurt de existență a agenției, efectiv să nu se fi „sedimentat" nicio povestire anume, cu detalii mai precise şi o relevanță mai mare, ca parte a culturii organizației.

În ceea ce priveşte ocaziile cu care aceste povestiri sunt relatate, ele sunt transmise, mai ales, în cadre neoficiale, cum ar fi „când ieşim la țigară", „când povestim la masă", iar S.D. (*account executive*) afirmă că, practic, acest lucru „se întâmplă de fiecare dată când petrecem timp împreună şi nu muncim" – aşadar, deşi povestirile nu sunt prezente în timpul muncii în sine, ele reprezintă o parte integrantă a mediului de lucru. Vorbind despre ceea ce le reține atenția cel mai bine atunci când ascultă o povestire din partea managerului, angajații au făcut în special referire la „pasiunea" şi „entuziasmul" pe care le afişează acesta, de exemplu, B.N. (*art executive*) apreciază: „F. pare să iubească foarte mult ceea ce face". Managerul, în schimb, se bazează pe context, explicând: „încerc să inserez poveşti doar în contexte potrivite, ca să nu pară că încerc constant să forțez anumite lucruri".

C. REMARCI CONCLUZIVE

În fine, putem observa că, deşi cultura acestei organizații este nouă, „abia născută" şi este în formare, povestirile sunt integrate în ea, angajații şi managerul folosindu-se, în special, de abilitatea acestora de a creşte coeziunea socială a grupului, cât şi ca mecanism de învățare şi transmitere a cunoaşterii. Însă, la fel ca

restul culturii prezente în această agenție, povestirile încă nu sunt bine sedimentate, nu există un set de povestiri anume la care se apelează în anumite contexte sau situații.

5. CONSIDERAȚII FINALE

Povestirile organizaționale există, sub diverse forme, în toate agențiile analizate în cercetarea noastră. Ele reprezintă o parte integrantă a mediului de lucru, chiar şi atunci când ele nu sunt folosite în mod intenționat de către echipele manageriale ale agențiilor, iar acest lucru se întâmplă prin prisma faptului că ele îndeplinesc multiple şi complexe funcții în orice grup de persoane. Într-o singură agenție (organizația A1), echipa managerială exclude încă de la început *storytelling*-ul organizațional ca instrument ce ar putea contribui la un management mai eficient al organizației; însă, chiar şi în acest caz, managerul este conştient de faptul că povestirile organizaționale (în special cele despre muncă, organizație, colegi) sunt prezente şi se transmit printre angajați în continuare.

Sintetizând răspunsurile primite de la managerii intervievați, observăm că povestirile relatate de aceştia au, cel mai adesea, drept scopuri transmiterea cunoaşterii lor şi creşterea coeziunii sociale din agențiile sau departamentele pe care le conduc. Managerii apelează des la experiența lor personală, precum şi la povestirile despre experiența altor persoane cu vechime în domeniu, pentru a exemplifica concepte, pentru a trasa direcții de urmat şi pentru a da un exemplu de luat aminte pentru angajați, în acțiunile pe care ei le întreprind. Mai mult, *storytelling*-ul este folosit adeseori ca instrument esențial pentru a creşte apropierea atât dintre angajați şi manager, cât şi dintre angajați, şi pentru a ajuta la integrarea acestora în grup; acest lucru se întâmplă mai ales prin împărtăşirea povestirilor care nu au ca subiect principal aspecte ce țin de munca în organizație, ci acelea care țin de aspecte personale ale vieții celor care le relatează.

În ceea ce priveşte efectele şi perceperea povestirilor, observăm că în acele organizații care par să prezinte culturi slabe, în care valorile, normele şi presupozițiile de bază ale agenției nu sunt împărtăşite de toți membrii organizației, povestirile sunt folosite cel mai adesea, de către angajați, pentru a da voce nemulțumirilor care îi frământă în legătură cu locul de muncă. În acest caz, povestirile despre muncă şi organizație par să amplifice aspectele negative ce țin de organizație, mai ales atunci când angajații le folosesc pentru a transmite zvonuri sau presupuneri cu privire la nedreptăți şi situații neplăcute şi delicate care au avut loc în cadrul organizației. Pe de altă parte, în acele agenții de publicitate care au îmbrățişat, într-o mai mică sau mai mare măsură, *storytelling*-ul ca parte a culturii lor organizaționale, observăm că există şi tendința ca acele agenții să dispună de culturi mai puternice, mai statornice, în orice caz, să existe un oarecare consens privind ceea ce înseamnă organizația pentru angajați. Mai mult, acolo unde

storytelling-ul este folosit în mod abil de către echipele manageriale, angajaţii au vorbit adesea despre faptul că aceste povestiri îi ajută să se simtă mai motivaţi în ceea ce fac, mai apropiaţi de colegii lor şi, în special, să înţeleagă mai bine ce înseamnă munca lor şi agenţia pentru care lucrează, într-un context mai larg.

În funcţie de caracteristicile agenţiilor, datele obţinute din interviuri arată că povestirile organizaţionale sunt influenţate în special de numărul de angajaţi ai organizaţiilor, şi mai puţin de natura capitalului şi de specificul activităţii agenţiilor de publicitate. Din punctul de vedere al numărului de angajaţi, am constatat că povestirile, ca instrument folosit de management, sunt mai des întâlnite în organizaţiile mici şi medii decât în cele mari, unde se pierde mult din caracteristica personală a culturii organizaţionale. Organizaţiile mari studiate au avut tendinţa de a avea culturi organizaţionale neclare, iar managementul se putea folosi mult mai puţin eficient de *storytelling* pentru a putea transmite anumite valori sau norme. În aceste organizaţii mari povestirile au prezentat tendinţa de a avea ca subiect principal aspecte negative ale organizaţiei. În agenţiile mici şi mijlocii, povestirile au avut tendinţa de a avea ca subiect experienţa profesională, în special a celor din management, proiecte din trecutul agenţiilor, povestiri despre clienţi şi campanii publicitare ale altor agenţii şi, bineînţeles, subiecte personale, aspecte ce ţineau de viaţa personală a fiecăruia. Povestirile au fost transmise mai ales de angajaţi, în organizaţiile mari, iar în agenţiile mici şi mijlocii, în special de manageri, dar acest aspect poate fi un semn al implicării mai directe şi mai personale permise de dimensiunea redusă a departamentelor în agenţiile mici şi mijlocii.

Din punctul de vedere al naturii capitalului, nu s-a observat existenţa unor diferenţe sesizabile în tipul povestirilor relatate sau în modul acestora de transmitere, întrucât prezenţa şi efectele *storytelling*-ului par să fi depins în mai mare măsură de stilul de conducere şi de implicarea managerilor, şi mai puţin de istorii oficiale din partea „agenţiilor-mamă" sau a reţelelor internaţionale din care fac parte agenţiile. Din punctul de vedere al specificului activităţii, din nou, nu am sesizat diferenţe sesizabile, excepţie făcând, din nou, organizaţia A1 (agenţie de cercetare de piaţă), unde era dorită o prezenţă cât mai mică a *storytelling*-ului, pentru a concentra atenţia angajaţilor asupra procedurilor de lucru, iar acest lucru se poate întâmpla şi datorită muncii foarte tehnice şi precise care este cerută în astfel de agenţii. Restul agenţiilor studiate, deşi au avut specificuri diferite (servicii de media, agenţii *full-service*, publicitate digitală şi creaţie), au fost, în mare parte, asemănătoare în privinţa tipurilor de povestiri şi a modalităţii de transmitere a acestora, probabil datorită faptului că în aceste agenţii structura internă nu diferă foarte mult, iar modul în care relaţionează cu clienţii este, de asemenea, similar.

Constatăm, mai departe, că există o legătură între tipul de cultură organizaţională întâlnit în agenţiile analizate şi tipurile de povestiri cel mai frecvent întâlnite în cercetarea noastră. Mai exact, putem observa că, în acele agenţii pe care le-am descris ca având o cultură slabă (A1 şi A3), au predominat povestirile cu tente negative – ele s-au concentrat, în mare parte, asupra aspectelor negative ale

deciziilor echipelor manageriale, dar au luat şi forma „bârfelor" şi a zvonurilor despre colegi şi evenimente negative întâmplate în cadrul agenţiei. În schimb, în agenţiile pe care le-am putut caracteriza ca având o cultură puternică, am observat o predilecţie accentuată spre povestirile despre trecutul agenţiei, precum şi despre proiecte, clienţi şi diverse situaţii profesionale din trecut, cu care s-au confruntat, în special, managerii şi angajaţii cu multă vechime în domeniu. Aceste povestiri erau folosite, în mod eficient, pentru a întări normele şi valorile organizaţiei (de exemplu, angajaţii care au descris agenţia ca pe o familie sau cei care se simţeau „norocoşi" gândindu-se la povestirile managerilor), însă aceste povestiri erau frecvent utilizate şi ca instrument de transmitere a cunoaşterii specializate către cei cu mai puţină experienţă în domeniu, deci ca mecanism de învăţare.

Deoarece cercetarea noastră s-a realizat pe un lot limitat de agenţii, ezităm să tragem concluzii generale privind subiectul studiat, mai ales în ceea ce priveşte caracteristicile ce ar putea fi influenţate de natura capitalului şi de specificul activităţii agenţiilor de publicitate. Propunem ca direcţie pentru cercetările viitoare o analiză mai amănunţită asupra acestor două aspecte, care să fie studiate în legătură cu fenomenul *storytelling*-ului organizaţional.

BIBLIOGRAFIE

1. Adorisio Musacchio, Linda Anna (2009). Stories, Narratives and Storytelling Practices, în Musacchio Adorisio, Anna Linda, *Storytelling in organizations: from theory to empirical research*, London: Palgrave McMillan, 7–50.
2. Alvesson, M. (2001). Knowledge work: Ambiguity, Image and Identity, *Human relations*, 54(7), 863–886.
3. Barker, R.T., Gower, K. (2010). Strategic application of storytelling in organizations toward effective communication in a diverse world, *Journal of Business Communication*, 47(3), 295–312.
4. Belch, G.E., Belch, M.A. (2007). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*, Irwin: McGraw Hill.
5. Boje, D.M. (2011). Introduction to Agential Antenarratives That Shape the Future of Organizations, în D.M. Boje, (ed.), *Storytelling and the future of organizations: An antenarrative handbook*, London: Routledge, 1–22.
6. Boje, D.M. (2001). Introduction, în D.M. Boje, *Narrative methods for organizational and communication research*, London: Sage Publications, 1–17.
7. Brown, A.D., Yiannis, G., Gherardi, S. (2009). Storytelling and change: An unfolding story, *Organization*, 16 (3), 323–333.
8. Brown, J.S. (2005). Storytelling in Organizations, în J. S. Brown et al., *Storytelling in organizations: Why storytelling is transforming 21st century organizations and management*, Boston: Routledge, 15–37.
9. Carr, A.N., Cheryl, A., Reissner, S.C., Du Toit, A. (2011). Power and the tale: coaching as storyselling, *Journal of Management Development*, 30 (3), 247–259.
10. Chelcea, S. (2004). *Iniţiere în cercetarea sociologică*, Bucharest: Comunicare.ro.
11. Chen, K.K. (2013). Storytelling An Informal Mechanism of Accountability for Voluntary Organizations, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42 (5), 902–922.
12. Corvellec, H. (2012). Narratives in and about organizations: An anthropology, a mode of inquiry and a leadership tool, *Service Studies*, 2012 (16).

13. Czarniawska, B. (2004). *Narratives in social science research*, London: Sage Publications.
14. Deetz, S. (1992). *Democracy in an Age of Corporate Colonization*, New York: State University of New York Press.
15. Deetz, S., Alvesson, M. (2005). Critical Theory and Postmodernism Approaches to Organizational Studies, în S. Clegg, C. Hardy, W. Nord (eds.), *Handbook of Organization Studies*, London: Sage Publications.
16. Driver, M. (2009), From loss to lack: Stories of organizational change as encounters with failed fantasies of self, work and organization, *Organization*, 16 (3), 353–369.
17. Drummond, H. (2000). *Introduction to Organizational Behaviour*, New York: Oxford University Press.
18. Foucault, M. (1999), *Arheologia cunoaşterii*, Bucureşti: Univers.
19. Gabriel, Y. (2004). *Myths, Stories, and Organizations: Premodern Narratives for Our Times*, Oxford: Oxford University Press.
20. Giddens, A. (2001). *Sociologie* (ediția a treia), Bucureşti: All.
21. Handy, C. (1985). *Understanding organizations*, New York: Penguin Books, Harmondsworth.
22. Hatch, M.J. (1997). *Organizational Theory. Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives*, New York: Oxford University Press.
23. Hoffman, O. (2004). *Sociologia organizațiilor*, Bucureşti: Editura Economică.
24. Howard-Grenville, J.A. (2006). Inside the "Black Box" How Organizational Culture and Subcultures Inform Interpretations and Actions on Environmental Issues, *Organization & Environment*, 19 (1), 46–73.
25. Johns, G. (1998). *Comportament organizațional: întelegerea şi conducerea oamenilor în procesul muncii*, Bucureşti: Editura Economică.
26. Kaye, B., Jacobson, B. (1999). True tales and tall tales: the power of organizational storytelling, *Training & Development*, 53 (3), 44–50.
27. Kostera, M. (2008). *Organizational Olympians: Heroes and heroines of organizational myths*, New York: Palgrave McMillan.
28. Lapp, C.A., Carr, A.N., Mills, A.J., Durepos, G., Wiebe, E. (2010). Storyselling, în Albert J. Mills, Gabrielle Durepos, Elden Wiebe (eds.), *Encyclopedia of Case Study Research*, vol. 2, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 895–898.
29. Lapp, C.A, Carr, A.N. (2007). The dialectics of storytelling and storyselling: Sometimes the facts get in the way of the story, *Proceedings of the Critical Management Studies Conference*, Manchester.
30. Leon, R. (2015). Poveştile motivează: Storytelling pentru manageri, în Florina Pînzaru (ed.), *Business Storytelling: branduri şi poveşti*, Bucureşti: Tritonic.ro, 59–94.
31. Leovaridis, C. (2007). *Industria publicității: o abordare organizațională*, Bucureşti: Editura Universitară.
32. Leovaridis, C. (2006). Organizațiile intensiv-cognitive – un nou tip de organizații, specifice societății cunoaşterii, *Revista română de sociologie*, 17 (5–6), 543–558.
33. Maclean, M., Harvey, C., Chia, R. (2012). Sensemaking, storytelling and the legitimization of elite business careers, *Human Relations*, 65(1), 17–40.
34. McCarthy, J.F. (2008). Short Stories at Work Storytelling as an Indicator of Organizational Commitment, *Group & Organization Management*, 33(2), 163–193.
35. Miller, K. (2012), *Organizational communication: Approaches and processes*, Boston, MA: Wadsworth.
36. Nicola, M., Petre, D. (2004). *Introducere în publicitate*, Bucureşti: Comunicare.ro.
37. Peirano-Vejo, M.E., Stablein, R.E. (2009). Constituting change and stability: Sense-making stories in a farming organization, *Organization*, 16(3), 443–462.
38. Schein, E.H. (2010). *Organizational culture and leadership*, vol. 2 (ediția a patra), San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
39. Sole, D., Wilson, D.G. (2002). *Storytelling in organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations*, LILA Harvard Graduate School of Education.

40. Treem, J.W. (2016). How Organizations Communicate Expertise Without Experts Practices and Performances of Knowledge-Intensive Firms, *Management Communication Quarterly*, 30(4), 1–29.
41. Vătămănescu, E.-M. (2015). Storytelling şi storycatching, în Florina Pînzaru (ed.), *Business Storytelling: branduri şi poveşti*, Bucureşti: Tritonic.ro, 29–58.
42. Zwack, M., Kraiczy, N.D., Von Schlippe, A., Hack, A. (2016). Storytelling and cultural family value transmission: Value perception of stories in family firms, *Management Learning*, 47(5), 1–25.
43. *** (2018). RisCo Business Intelligence, *Datele tuturor firmelor din România*, www.risco.ro.

Knight Digital Media Center Multimedia Training

Multimedia Storytelling

By Jane Stevens

For updates and discussion on this tutorial, visit:
http://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/reporting/starttofinish

Introduction

Not all stories make good multimedia stories. The best multimedia stories are multi-dimensional. They include action for video, a process that can be illustrated with a graphic (e.g., "how tornadoes form" or "how this new surgery works"), someone who can give some pithy quotes for video or audio, and/or strong emotions for still photos and audio. Most multimedia stories require that the reporter go into the field to report the story face-to-face with sources, rather than doing a story entirely by telephone.

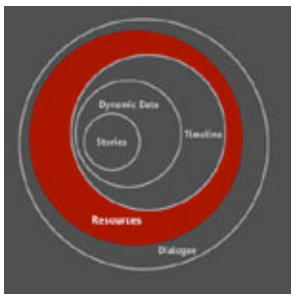
What is a Multimedia Story?

A multimedia story is some combination of text, still photographs, video clips, audio, graphics and interactivity presented on a Web site in a nonlinear format in which the information in each medium is complementary, not redundant.

Nonlinear means that rather than reading a rigidly structured single narrative, the user chooses how to navigate through the elements of a story. Not redundant means that rather than having a text version of a story accompanied by a video clip that essentially tells the same story, different parts of a story are told using different media. The key is using the media form - video, audio, photos, text, animation - that will present a segment of a story in the most compelling and informative way.

Here are some examples:

Touching Hearts



360 Degrees.org

Heroes

Race in America

When news organizations take full advantage of two other important characteristics of storytelling on the Web -- context and continuity -- multimedia stories are wrapped in a story "shell" that provides background information on the story. This could include everything from databases, timelines and infoboxes to lists of related stories, links to other resources and online forums. The information in each shell gives the reader a sense of the context of a story and where it fits in with other stories on the same topic.

Each story shell, in turn, is part of a broader issue or beat shell at a news site that defines the more general context for each story - politics, foreign policy, education, crime, etc. And those issue/beat shells are wrapped in a general shell - usually a home page with its navigational menus - that defines what a journalism organization stakes out as its territory.

Here are some examples of how news organizations have wrapped stories in the different layers of shells:

Story Shell

Issue Shell

Beat Shell

General Shell

What isn't a multimedia story?

Sites such as CNN, the Washington Post, NPR and MSNBC.com are multimedia sites. They have text. They have video clips. They have audio. They have still photographs. They have interactive graphics. But the main stories on these sites are often linear and produced in either text or video or audio to stand alone. The text is often augmented with photos, as it would be in a newspaper or magazine. The video is usually the same version that appears on television. Rarely are video, text, still photos, audio and graphics integrated into the same story. Usually, they are stand-alone stories, each produced for a different media about the same subject, that are then aggregated into multimedia packages.

CNN

Washington Post

MSNBC

NPR

Reporter-driven vs. editor- or producer-driven stories

There are two basic types of multimedia stories:

-- Those in which a reporter is in charge of putting the story together. The story is usually a daily beat story, a feature or part of an investigative series or special project. The reporter -- sometimes called a "backpack journalist" -- goes into the field and uses his digital video camera as a multimedia reporter's notebook. He gathers video clips, video from which to grab still photos, audio, and information that will go into text and graphics. The story is in his head, and he makes the basic decisions on how to assemble the pieces that make up the whole. Joe Weiss' "Touching Hearts" is a reporter-driven story.

-- Those in which the editor/producer is in charge, generally breaking news or special projects. The editor assigns individuals to produce pieces of a breaking news story, e.g. tornadoes damaging a city. She asks a photographer for photos, a reporter to go into the field to do interviews, a videographer to go into the field and film the destruction, another reporter to gather information by phone, and a graphic artist to produce maps and illustrations. The story's in her head, and she makes the basic decisions on how to assemble the pieces that make up the whole. The Minneapolis Star-Tribune's "Local Heroes" is an editor- or producer-driven story.

This course walks you through putting together a multimedia feature story on your own. But the skills you derive from doing this story can be used to assemble a team to do a breaking news multimedia story as well.

How does convergence fit into multimedia storytelling?

When you report a story for print -- using a reporter's notebook to write down information from interviews or what you see or hear -- what you gather is useful only for print. When you report a story for television -- using a video camera to shoot only interviews or events that will be visual elements in a clip -- what you gather is useful only for television.

But when you report a story for the Web -- using a video camera to shoot interviews or events, as well as using it to grab still pictures, record audio and collect information that can be used in text or graphics -- what you gather can be used to produce a multimedia story, a television story, a print story or a radio story.

In a converged newsroom, you can do a multimedia version of the story for the Web, but also produce different versions for a print publication like a newspaper, for a television newscast, for a radio program or even a pure text version for wireless applications.

Choosing a Story

Not all stories make good multimedia stories. The best multimedia stories are multi-dimensional. They include action for video, a process that can be illustrated with a graphic (e.g., "how tornadoes form" or "how this new surgery works"), someone who can give some pithy quotes for video or audio, and/or strong emotions for still photos and audio. Most multimedia stories require that the reporter go into the field to report the story face-to-face with sources, rather than doing a story entirely by telephone.

The story used in this course to illustrate how to do a multimedia piece has action, process, and a person who can give pithy quotes. It's about the "dancing" rocks of Death Valley National Park. Rocks, some as large as boulders, move across a dry lake bed in a remote section of Death Valley and leave trails, some as long as half a mile. Since the rocks were discovered in the early 1900s, people have offered many theories on how they move. This story follows a high-tech geologist as she solves the mystery. Gathering Preliminary Information

Before you venture into the field to shoot a story, gather as much information as possible to put together a rough storyboard - an outline of the story that lays out the multimedia possibilities. This means doing a preliminary interview with the source or sources for background, getting a basic idea of what to expect in the field, and looking up anything the sources have published in print or on the Web. Then collect as many available visuals -- photos, videos, maps and graphics -- as you can from your sources or from the Web to get an idea of what the story's components may be. Track down any previous stories on the topic -- print, video, radio or Web.

Here's the information available about "Dancing Rocks."

Dr. Paula Messina's Web site

A print story about the Dancing Rocks

A telephone interview with Paula Messina

View the final Dancing Rocks story & Web site

Storyboarding

Why Do a Storyboard?

A storyboard is a sketch of how to organize a story and a list of its contents.

A storyboard helps you:

- Define the parameters of a story within available resources and time
- Organize and focus a story
- Figure out what medium to use for each part of the story

How to Do a Rough Storyboard

A multimedia story is some combination of video, text, still photos, audio, graphics and interactivity presented in a nonlinear format in which the information in each medium is complementary, not redundant. So your storyboard should be put together with all those elements in mind.

The first thing to tackle is the part about the story being nonlinear.

1. Divide the story into its logical, nonlinear parts, such as:

- a lead or nut paragraph, essentially addressing why this story is important
- profiles of the main person or people in the story
- the event or situation
- any process or how something works
- pros and cons
- the history of the event or situation
- other related issues raised by the story

Instead of thinking "first part," "second part", "third part", "fourth part", think "this part", "that part", "another part", and "yet another part". It helps to avoid linear thinking. The home page comprises a headline, nut graph, an establishing visual (can be a background or central photograph, a slide show or a video), and links to the other parts, which are usually subtopics of the overall story.

Next, divide the contents of the story among the media -- video, still photos, audio, graphics and text.

1. *Decide what pieces of the story work best in video.* Video is the best medium to depict action, to take a reader to a place central to the story, or to hear and see a person central to the story.
2. *Decide what pieces of the story work best in still photos.* Still photos are the best medium for emphasizing a strong emotion, for staying with an important point in a story, or to create a particular mood. They're often more dramatic and don't go by as quickly as video. Still photos used in combination with audio also highlight emotions. Panorama or 360-degree photos, especially combined with audio, also immerse a reader in the location of the story.
3. *Does the audio work best with video, or will it be combined with still photos?* Good audio with video is critical. Bad audio makes video seem worse than it is and detracts from the drama of still photos. Good audio makes still photos and video seem more intense and real. Avoid using audio alone.
4. *What part of the story works best in graphics?* Animated graphics show how things work. Graphics go where cameras can't go, into human cells or millions of miles into space. Sometimes graphics can be a story's primary medium, with print, still photos and video in supporting roles.

5. *Does the story need a map?* Is the map a location map, or layered with other information? GIS (geographic information systems) and satellite imaging are important tools for reporters. Interactive GIS can personalize a story in a way impossible with text by letting readers pinpoint things in their own cities or neighborhoods - such as crime or meth labs or liquor stores or licensed gun dealers.
6. *What part of the story belongs in text?* Text can be used to describe the history of a story (sometimes in combination with photos); to describe a process (sometimes in combination with graphics), or to provide first-person accounts of an event. Often, text is what's left over when you can't convey the information with photos, video, audio or graphics.
7. *Make sure the information in each medium is complementary, not redundant.* A little overlap among the different media is okay. It's also useful to have some overlap among the story's nonlinear parts, as a way to invite readers to explore the other parts of the story. But try to match up each element of a story with the medium that best conveys it.
8. *Interactivity means giving the reader both input and control in a story.* By making the story nonlinear, you've introduced an element of interactivity, because the user can choose which elements of a story to read or view and in which order. By including online forums or chats, you give readers input into a story. Some news sites have included interactive games so the reader can construct his own story. One newspaper let people help plan a waterfront redevelopment project with an online game in which they placed icons on a map of the waterfront showing where they thought parks, ballfields, restaurants, shops and so on should be located. For more examples of how news Web sites are including different types of interactivity, check out J-Lab -- the Institute for Interactive Journalism.

When you're done breaking a story down into its elements - both in terms of its content and the different media you could use - you need to reassemble all that into a rough storyboard.

On a sheet of paper, sketch out what the main story page will look like and the elements it will include. What's the nut graph? What are the links to the other sections of the story? What's the menu or navigation scheme for accessing those sections? What multimedia elements do you want to include on the main page as the establishing visuals, whether video or pictures.

Then do the same for the other "inside" pages that will be the other parts, or subtopics, in your overall story. What is the main element on each page and what other information should be included there? What video, audio, pictures or graphics would best tell this part of the story?

A rough storyboard doesn't have to be high art - it's just a sketch. And it isn't written in stone - it's just a guide. You may very well change things after you go into the field to do your interviews and other reporting.

What storyboarding does is help point out the holes in your story. It helps you identify the resources (time, equipment, assistance) you'll need to complete the story, or how you have to modify the story to adjust to your resources. A good way to learn storyboarding is to take a newspaper feature story and sketch out a storyboard of all the elements in it, the multimedia possibilities if it were more than a print story and how you might break it up into a nonlinear Web presentation.

Example - Dancing Rocks Rough Storyboard

Here's a rough storyboard for the "Dancing Rocks" story.

From the preliminary interview in which Dr. Paula Messina explained what she does in the field, her Web site, and a review of an existing story, the content -- existing and anticipated -- broke down into:

Nonlinear parts -- Home page with four inside pages. The four parts are the quest (research), a bio (of

Messina), the rocks (how they move), and the site of the dancing rocks, Death Valley's Racetrack Playa (its colorful history).

Video -- Anticipate video from the field trip: Messina mapping the rock trails, assembling her gear, the trip to and from the playa.

Audio -- Anticipate audio from the field trip: Messina explaining how she works, what the gear does, and why she does what she does. Maybe what the Racetrack Playa sounds like.

Still photos -- Available from Messina's Web site, and professional photographers, if necessary. Anticipate grabbing still photos from video of wide-angle shots of the playa, rocks and trails, maybe Death Valley National Park rangers.

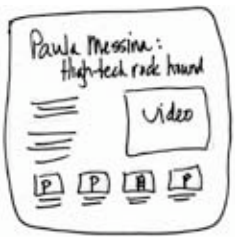
Graphics -- Existing aerial photo, maps and rock trails.

Text -- History of research, history of the Racetrack Playa from interviews with Messina, other researchers, and the park rangers.

This is a sketch the rough storyboard (click for larger versions):

Home page -- Background photo of Messina and sliding rock in Racetrack Playa, with headline and four links to inside pages.

The Quest -- Research history and application in text, how Messina did her research in video, and a competing theory in text and photos, if available.



Bio -- Messina background in text, why she does what she does in video, day-in-the-life-of-a-high-tech geologist in photos grabbed from video and text captions.

Rocks -- Pick up graphic from Messina's Web site and use text blocks to explain in more detail than research page how rocks move. Maybe highlight a couple of rocks to show trails -- photos, graphics from Messina's Web site.

Racetrack Playa -- History in text, map placing it in Death Valley, and photos of playa, perhaps park rangers on patrol.

View the Dancing Rocks site

Fieldwork

The Complete Equipment Guide for Backpack Journalists

Whether you're driving across town to interview a zookeeper or flying to Alaska to interview a bear tracker, the basic equipment list is the same:

- Laptop computer loaded with Photoshop, Dreamweaver, iMovie or Pinnacle Studio 8 (or Final Cut Pro or Adobe Premiere if you're doing advanced video editing), Flash and a text editor such as Word.
- Video camera and accessories (lenses, filters, microphones, headphones, batteries, cables, tripod)
- Digital video tape (more than you think you'll need - tape's cheaper than missing the most important shot of the story)
- Lens cleaners (brush, tissues, solution -- clean your lens before every outing)
- Absorbent soft towel (for emergency lens cleaning)
- Duct tape (if some part of your camera breaks, as mine did in a Moscow subway station)
- Pocket knife (remember to put this in your checked luggage when traveling)
- Rubber bands (you never know)
- Extra batteries for microphones (replace these every few months)
- Camera and microphone manuals (unless you've memorized both)
- Plastic bags for camera (as emergency protection if you don't have a raincoat for your camera, or if you're moving between extremes of heat and cold and need the camera to adjust slowly)
- Plastic bags, small and zip-lock for used DV tapes
- Water bottle (for you)
- Power bars (for you -- you never know when you're going to skip a meal)
- Pens (if nothing else, to jot a quick ID on the tape you've just shot)
- Small notebook (of course, your camera is your reporter's notebook, but a small notebook is handy for writing down shots that you don't want to forget, especially if it's raining and you can't read what you've written on your hand)
- Backpack journalist vest with many pockets (you don't have to go the extreme of still photographers with their 87 pockets, but it's more efficient to have towel, batteries, DV tape, notebook, pen, knife and duct tape within easy reach)

All main equipment should fit in a camera/computer case that works for you, one that is configured as a backpack, preferably, especially if you also have to carry a satellite phone. If you're flying, never check your camera bag -- always carry it with you. You may have to check your tripod, so buy one that fits into your suitcase.

The Backpack Journalist at Work

Memorize your rough storyboard, or have a handy reference to it, before you start gathering information in the field. Always work with your storyboard in mind. Is this a part that's going into video for sure? If so, then shoot a series of sequences (see Sequences in the Shooting Tips tutorial). Is this a part that works better in still photos? If so, then pay more attention to framing and setting up the shot, with close-ups and extreme close-ups that will likely be used as still photos.

Consider doing interviews twice: once while the person is actually doing the action that will be depicted in video clips, and another in a quiet, controlled area to describe again the action and comment on the implications of the action. The reason is that the sound in the field may be contaminated with airplanes overhead, lawnmowers being used nearby, protestors, etc., that mask the words. You may get enough in the action shot for part of a pithy quote, and then overlay the audio from the controlled setting to explain the

action.

Be flexible -- opportunities for unanticipated video, stills and other interview materials suitable for text are likely to pop up when you least expect them. Go for them -- don't hesitate. Tape is cheap. Visuals aren't like print – if you miss the shot, you can't use the phone to fill in the gaps. The only thing you can do is describe it in text, or put a talking head on camera to describe the action, neither of which is as effective as getting the real action, either in video or stills.

If you have to file multimedia stories daily:

- Review your tape and grab still photos and potential video clips as you go. Write detailed information on your tapes, such as the tape number, date of video, main subjects, important sequences, your name and phone number (in case you lose the tape).
- Make notes on the story elements as you go through your tape -- send a nut graph and rough storyboard to your editor, if necessary. Usually, if you're filing daily, you and your editor will have designed a couple of templates to choose from that will lay out some basic schemes for including video, photos and text on a Web page.
- Edit still photos and video clips in the field (rather than deferring to judgments of the editor back home).
- Send still photos (sending video clips from the field can still be dicey, so send photos, which take less bandwidth, first).
- Write accompanying text blocks and send them in.
- Send video clips (this often takes some time to process, so it's a good opportunity to prepare for the next day).
- Send appropriate graphics if available (scientists especially often work on their own laptops and may have information to give you).

If you're not on a daily deadline:

The strategy's a bit different if you don't have to file until you're back at your desk, especially if you're working on a longer feature story.

In the field:

- Review and label your tapes every night
- Transcribe interview material that's likely to go into text blocks or captions
- Make notes on the shots and information you need to get the next day
- Review your rough storyboard and make adjustments if necessary

Back in the office:

- Review your tape, grab obvious photos and video clips for later editing
- Do a detailed storyboard
- Gather the rest of the information you need for the story (graphics? maps?)
- Start assembling the content for the pages, rough text blocks first, then the visual elements. It's likely that you'll be working with your immediate editor and graphics editor at this point, so you may be doing some back-and-forth on photos and video clips

Above all, remember this: don't panic, and take a nap whenever the situation presents itself.

Example: Dancing Rocks of Death Valley

The fieldwork for this story took five days: one day of travel and four days in the field. Three days were with Dr. Messina on Racetrack Playa; one day with park rangers Dillenges and Forner.

Camera: Canon XL-1, comes with good shotgun microphone. Purchased separate wide-angle lens -- couldn't have done the story without it.

Additional microphone -- Lectrosonic remote lavalier

Mini DV tapes -- brought 10, used 4

Computer -- Sony VAIO (eventually switched to hardier iBook, and now have Powerbook G4)

View the Dancing Rocks site.

Editing

Refining the Storyboard

Now's the time to make decisions about exactly what information is going into video, audio, still photos, graphics and text. For this you need to refine your rough storyboards, figuring out what's changed from your original vision of the story, and mapping out what you media have and what should appear on each page. Here are some general guidelines about using the different media:

Video -- Keep videos short -- three or four minutes, tops, and preferably around 1 or 2 minutes. Keep talking heads to a minimum -- a few seconds -- and then switch to "B-roll" (any shots other than the on-camera interview of your main subject - such as action of the subject while he or she is working or playing or whatever the individual is doing when not being interviewed by you, as well as the environment that person moves around in, whether micro -- office -- or macro -- city or country). Usually, the video screen isn't large enough and the frame rate isn't high enough on the Web to capture the nuances of emotion that make some talking-head interviews on television compelling (think "60 Minutes" and Barbara Walters' interviews). Make sure the B-roll is specific to what's being addressed in the interview. This is different from television. For example, if you're doing a story about a research discovery for television, anything that lights up or moves, whether it's directly related to the research or not, is fair game. However, for the Web, the video should act more like the content of a still photo in a newspaper -- the visual specifically illustrates an aspect of the story. And action shots with a lot of movement usually display poorly on the Web, with its low frame rate.

Audio -- It's got to be high-quality. Unless it's the long-lost and only recording of the Abominable Snowman, there's no excuse for poor audio. (An exception is really old recordings, but then those have to be scratchy and tinny, by definition.) Don't be afraid to use subtitles with the audio if necessary (see Oscar's Story in Joe Weiss' Touching Hearts series for an example) to get the point across and you have no other options. Subtitles also can be used to reinforce an important point. Unless it's pertinent to the story, avoid using music as a background.

Still photos -- The Web is a VISUAL medium, so be sure to include photos. Use them to replace 1,000 words, not as accessories to words. If used together, text and photos should complement each other visually, as well as in their content. Don't be afraid to use Photoshop to put text directly on your photos, either. Photos can be used two ways -- individually, to set a mood or introduce a story or section of a story; and sequentially, to tell a story via a "slide show".

Graphics -- Make them interactive and/or animated (with Flash). Used with GIS (geographic information systems), you can let readers personalize the story by selecting a geographic area (such as their neighborhood) and getting information related to it. Don't be afraid to use graphics as the centerpiece of a story or part of a story, and, in that case, make the text secondary. Most crime reporting as it exists now and much of international reporting, for example, can be presented as graphics with text blocks.

Text -- For headlines, captions, with photos in a pas de deux, for history, and for first-person descriptions. Watch out, print folks -- this is your comfort zone, the medium you fall back on when you can't think of anything else to do. If you've got a page that has a lot of text, ask a graphic designer or a photographer or a videographer for ideas for another approach. This is not to say that some stories shouldn't be text -- op-eds, many political stories, analyses, and short updates work best in text. But this is a multimedia story you're doing. Text is what's left when you've put as much information as possible into every other medium.

Here are examples from the Dancing Rocks story of how the media choices and layout change from the early rough storyboards to the more refined storyboards (as well as some notes on how things were further refined

in the finished product):

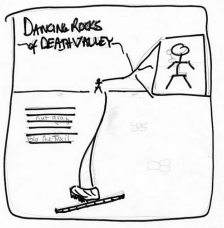
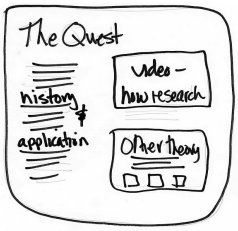
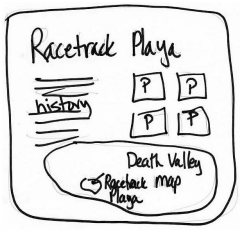
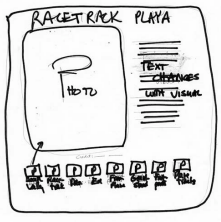
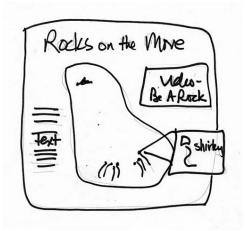
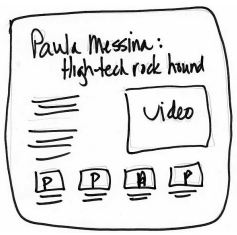
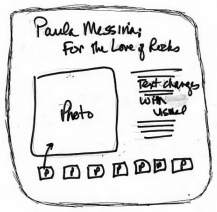
Rough	Page	Refined
 Background photo of Messina and sliding rock in Racetrack Playa, with headline and four links to inside pages.	Home page	 The concept for this page didn't change much. I decided to downplay the navigation elements because a navigation bar would have detracted from the intriguing photo. Embedding the nav elements in the trail instead also echoes the search of the scientist.
 Research history and application in text, how Messina did her research in video, and a competing theory in text and photos, if available.	Research	 This page changed from the rough storyboard because I wanted to add a simple interactive quiz to a page dense with scientific information. This page has the most text, and the most video. "Quest" was dropped in the final version in favor of "Puzzle", and the page was dominated by the question: What moves the rocks?
 History in text, map placing it in Death Valley, and photos of playa, perhaps park rangers on patrol.	Playa	 I wanted to have the user go through a linear storytelling experience within this page, by clicking on the photos and having the main photo and text change with each thumbnail

		photo selected. But this proved too daunting with the Web editing software I was using, so I ended up going with something that was organized more like the rough storyboard, with some photo/text links embedded as blocks in the large aerial photograph.
 Pick up graphic from Messina's Web site and use text blocks to explain in more detail than research page how rocks move. Maybe highlight a couple of rocks to show trails -- photos, graphics from Messina's Web site.	Rocks on the Move	 The basic concept remained the same between the rough and detailed storyboard, except that I took video that simulated a rock's movement along its trail, and decided to include it on the page. As the page came together, it seemed that it would be less cluttered if the video were linked from within the main graphic/aerial photo. And separate photos of rocks with links to their trails worked well below the text. This page also presented the opportunity to be a little more poetic than scientific in the writing style.
 Messina background in text, why she does what she does in video, day-in-the-life-of-a-high-tech geologist in photos grabbed from video and text captions.	Profile	 The "high-tech rockhound" was altered to "for the love of rocks," since that seemed a more accurate frame for Dr. Messina's motivation. As with the "Racetrack Playa" page, my plan in the refined storyboard to try doing a linear story here with clickable thumbnail photos proved impractical, so I decided to go with a narrated still-photo (mostly) essay in QuickTime. I also embedded in a

		large photo text with some additional biographical information.

Editing the Content

In print, you generally write the story and then find or assign photos to illustrate or augment the text. In television, you pick out the best visuals, write a script, then begin adjusting each until they work together.

In multimedia, the best approach is to put together your refined storyboard first, and then:

- grab the pieces of the video for the stills, clips and audio you've decided to include
- edit the video, photos and audio and assemble the graphics for each page
- finish by writing and editing the text (captions, text blocks, headlines and nut graph)

View the Dancing Rocks site.

Assembling Your Story

Why does a reporter have to assemble a story?

While a multimedia reporter will use storyboards to map out a story and then pull together all the different elements to be used, the final design of the multimedia site is likely to be taken over by a publication's Web designer. However, as outlined in the Editing section, it's important for you to decide the parts of a story, the flow of a story, and what's most important in each section of your story. For example, deciding what visuals need to be the centerpieces of the story and displayed prominently, vs. what visuals are just ancillary.

It's similar to what a print reporter does in deciding how to organize the story -- usually putting the most important parts of the story toward the top, identifying which people and places are the most important to be photographed, reviewing graphic information to see if and where it fits into the story. Just as graphic designers then take all that information and develop a layout for print, so they can improve your rough multimedia story layout to make it more pleasing to the eye and help communicate better what you're trying to convey.

After reporters complete a few multimedia stories, they can work with graphic designers to develop a selection of templates to be used for inside pages. A unique home page usually should still be created for each story, but then the layout of inside pages can be selected from several templates developed beforehand. Dropping story components into templates saves time, since the reporter can put her effort into helping design the home page and the interactive elements. And having a variety of templates to choose from will reduce the predictability in design that can bore readers.

Example: Dancing Rocks of Death Valley

I originally did the Dancing Rocks story for Discovery Channel's Web site, Discovery.com, in 1998. This was an expedition, so I filed four stories from the field. There was no fast way then to send video from the field, so the story was presented only in text and photos, much as most news organizations present stories on the Web today. After Discovery.com was redesigned in 2000, the story was removed from the site.

For this online course, I reconstructed the Dancing Rocks of Death Valley story as a new Web site. I re-interviewed Dr. Messina, updated the text, redesigned the site as a nonlinear feature story instead of a chronological expedition series, and added video clips.

This whole story as you see it today took me about two weeks to complete. In 1998, I spent four days in Death Valley National Park and two days in travel. In 2003, I redid interviews with Dr. Messina, redid the rough and refined storyboards to change them from a chronological expedition story package to a new nonlinear feature story package, edited three video clips, chose different still photographs from those I used in 1998, and rewrote the text and headlines. I used Photoshop to put most of the pages together (photos, text and headlines). Then I worked with our Web designer, Scot Hacker, for four hours to put the pages together in Dreamweaver. He then spent another 10 hours tweaking out the bugs.

Here's the final product and what went into each page:

Home page: The elements of this page -- text and still photos -- were put together in a single Photoshop file that was converted to a jpg and embedded in a Web page as an image. The hotspots on the trail that link to the inside sections were added by Scot when he put together the Web page.

Onthemove page (How Rocks Rock Out): The elements of this page -- text, aerial photo/graphic, photos of the rocks and the navigation bar -- were put together in a single Photoshop file that was similarly converted to a jpg. The links to the video and rock trails were added by Scot.

Playa page (The Eerie World of Racetrack Playa): The headline and locater map were combined with the aerial photo in Photoshop. This again was converted into a jpg file and inserted into the top left column of a Dreamweaver table. The text on the right side was put into a form using Dreamweaver that lets the user scroll the text without disturbing the placement of the photos and text elsewhere on the page. The photo of Dan Dillenges was dropped into the left column (with text wrapped around it) and the photo of Ed Forner was placed in the right column at the bottom of the table. The links on the aerial photo (locater map, other photo/text blocks) and the image nav bar at the bottom were added when Scot built the Web page.

Profile page (For the Love of Rocks): This is another Photoshop file that was turned into a jpg and dropped onto the page as an image. The links to the video clip and the nav bar were added by Scot.

Research page: This page was also constructed in Photoshop, after a disastrous try in Dreamweaver, in which, on some browsers, text and images overlapped and appeared in unexpected places on the page. It also had an additional headline that looked okay on the storyboard and in my head, but made the page much too busy. So, that headline was yanked and replaced with a smaller subhead that became the link to the video. The entire page was constructed in Photoshop, and the pop-ups and links were added when Scot did the Web page.

Hopefully, this all has given you a good idea of how a multimedia story is put together from beginning to end. You've seen all the different elements that go into a multimedia story and the various steps and stages needed to pull everything together. I hope you also have some appreciation for the challenges and last-minute glitches that invariably arise

Now it's time for you to go out and start doing your own multimedia projects. To help you along, use the tutorials listed in the menu on the left. There you can find step-by-step instructions on how to use a video camera, video shooting techniques, and how to edit photos, video and the final Web project. Let us know if you think we need to add anything else. We'd love to hear your suggestions.

View the Dancing Rocks site

Print Story about the Dancing Rocks

By Robert Evans
Smithsonian Magazine
July 1999

Heed the words of Robert Frost one day and take a road less traveled by, one that will make all the difference. Go northwest from Furnace Creek in Death Valley, between the jagged rim of the Grapevine Mountains and the peaks and canyons of the Cottonwood Range. Turn south-southwest past the vast bowl of the exploded Ubehebe Crater, and take a rocky unpaved track for twenty-five miles until you descend into a broad desert valley. Slow down now, rest your rut-and-boulder-shaken frame. Around one last bend in the water-gouged and gulleyed road, prepare for a sight the like of which you have never imagined: the tracks of the sliding rocks of Racetrack Playa, a sight unique on Earth.

Only 2.8 miles from north to south and about 1.3 miles wide, the tan-colored Racetrack is arid, devoid of vegetation, and so flat that the north end is less than two inches higher than the south. Near that north end, the Grandstand, a small island of bare rock, looms dark against its light surroundings. Dozens of rocks, some weighing hundreds of pounds, rest on the surface of the playa. Each rock is at the end of a grooved track incised into the hardened clay of what was once an ancient lakebed, now dry except for rare flooding after heavy rain that makes it dark and slick.

Tracks may be long or short, some half-a-mile, others mere tens of yards. Engraved straight as a ruler, or curving and sinuous, adjacent trails may be parallel with each other or cross and cross again. Some veer abruptly more than ninety degrees from their original route. Here and there, groups of two or three loop back on themselves, leaving trails that remind you of the paths of dancers in some stately, elegant minuet of centuries past. And like dancers, some of the rocks must have spun as they moved, leaving wide and then narrower tracks, then wide again.

The rocks themselves may be as small as a fist, or as large and blocky as an ice-chest. They weigh anywhere from a few ounces to more than seven hundred pounds. Of the 162 recorded recently on the playa, more than ninety percent fell from a bed of rock known to geologists as the Racetrack Dolomite, which forms a steep promontory at the extreme south end of the Racetrack. From that birthplace, most of the dancers on the playa have progressed to the northeast, winding and cavorting for hundreds of yards across the flat surface.

Take a walk out onto the Racetrack and you can imagine that the sun-cracked hexagons beneath your feet are the perfect cobbles on some medieval street in Europe. As you walk, your feet crunch into curled clay cereal-flakes and break a silence that is almost absolute, save for the sound of air moving past your head as you walk. And if you venture a few yards up the slopes around the Racetrack, you can trace a trail made thousands of years ago when this valley was filled by a lake, and when the indigenous people walked its shores. In the shimmering 120-degree heat of the desert summer you may still see a lake in this valley, but only as a mirage.

Since the turn of the century, prospectors, scientists, and the merely curious have traveled here to see the moving rocks and their trails. On foot or horseback, by automobile and even by aircraft-for the flat valley floor makes a perfect runway-they come from all over the world. The visitors are mystified by what they see, and guess that the rocks rolled onto the playa, or were dropped there in a fraternity prank. No one has ever seen one in motion, and only since 1948 have scientists made serious attempts to explain what makes the rocks move.

In that year, two U. S. Geological Survey geologists suggested that erratic whirlwinds known as dust-devils

could have caused some of the rocks to trace serpentine paths on the playa. Dust-devils flit across the desert southwest during summer, when air heated by the hot surface rises, twisting skyward, and creating miniature but powerful tornadoes of dust that is picked up as the whirlwinds move. To create his own wind, one enterprising geologist flew a plane onto the playa in 1952, soaked the clay surface to make it slick and then made movies of rocks that he blew about in the propeller wash of his aircraft. He was mimicking in a small way what nature showed him on the Racetrack. That same year came a different suggestion, when George Stanley of Fresno State College in California mapped some parallel trails, and, knowing that ice did occasionally form during winters in the mountains, concluded that the rocks became frozen in ice-sheets that floated about on shallow water.

This served to stimulate two other geologists to try to settle the matter once and for all: Was it ice, or was it only the wind that moved the rocks? Robert Sharp of California Institute of Technology and Dwight Carey of the University of California at Los Angeles watched 30 of the rocks for seven years between 1968 and 1974. Coming back twice a year, they recorded the movements and mapped the paths of the 28 rocks that moved. As he and Carey worked, Sharp began a whimsical tradition. "The first time I visited Racetrack Playa, I was with a friend," Sharp said. "His wife Mary Ann was along. Later once we started monitoring the rocks, we found one with a beautiful trail and named this first one after her." He and Carey then named others after secretaries and laboratory assistants, all women. "Jean was my wife's name and Grace was named after my aunt," Sharp said, "who lived to be 103 years old and was one of my favorite people."

To test the ice-floe hypothesis, Sharp and Carey made a corral of stakes around some of the rocks, reasoning that ice frozen against the rocks would also be fast to the stakes, preventing any sliding or dancing. If there were no ice, any rock that moved would do so with the aid of wind alone. On two occasions, a lone rock sneaked out of the corral, leaving others still trapped. Another time, one rock joined a cluster of some others that were undisturbed. To Sharp and Carey, this indicated that although ice may play a part in some movements, it is not the only means by which Mary Ann and Jean and Grace danced their minuet on the Racetrack.

As often as they went there, Sharp and Carey never saw a rock move, nor were they able to say conclusively that wind and wind alone was the cause. In a rare bit of levity-and an expression of their frustration-Sharp and Carey wrote in the Geological Society of America Bulletin that "Some immutable law of nature probably prescribes that movements occur in the darkness of stormy moonless nights, so that even a resident observer would see newly made tracks only in the dawn of a new day."

By the middle seventies, when Sharp and Carey finished their study, the U. S. National Park Service was making serious attempts to protect the Racetrack, vulnerable to vandalism by scientists and tourists alike. Already in 1969, they had dug a ditch along the west side of the playa to prevent vehicles from driving on its surface, for tire tracks last years in the arid climate. Rangers regularly inspected the place, removing rocks that had been placed for curiosity, cleaning up debris that visitors left, including shell casings and ammunition clips. Some researchers left stakes hammered into the surface, brought in extraneous rocks, and painted or carved numbers and symbols on the original residents. The rangers noticed, too, that some of the sliding rocks had been stolen as souvenirs.

The latest research has produced two strong opinions, almost defined by the gender of the scientists. For John Reid, Jr., of Hampshire College in Amherst, Massachusetts, the rocks move in lockstep, rigid in a sheet of ice that floats on shallow water when the playa is occasionally flooded. As the ice is blown about by the wind, the rocks scrape parallel trails in the fine mud of the playa surface. Paula Messina, professor of geology at San José State University, sees the rocks, individually or in pairs and small groups, as being more free-spirited, responding to the wind across the wet and slick mud. The rocks seem to dance their individual paths, sometimes in delicate loops and twirls like performers in a minuet. Messina continued Robert Sharp's tradition of using female names as identifiers, keeping the ones he had used, and adding the names of people in her

own life. This delighted Sharp. "He felt like he had found his lost children. He was just thrilled."

Between 1987 and 1994, Reid took some of his students to the Racetrack to measure the force it takes to move a rock and then calculate how much wind speed is necessary to provide that force. It was hundreds of miles per hour, far greater than was realistic. But Robert Sharp is skeptical, because the finest dust on the playa-the clay particles that are the slickest when wet-is soon blown away after it dries, and probably was not there during the experiments. The wind speeds necessary are therefore much lower.

As for the trails, Reid used a geometric way of measuring how parallel they were, reasoning that the further apart parallel tracks were, the less likely it was that the wind had formed them, and the more likely that ice slabs were involved. Seven tracks made by movements in the 1980s were very similar, as were six tracks formed in 1992-3. "For the wind to move two rocks several hundred yards apart and make exactly parallel lines," Reid says, "would be the equivalent of setting a bunch of monkeys down at typewriters and have one of them produce a Shakespearean sonnet."

Messina does not agree. In 1996, she began a complete survey and analysis of every sliding rock on the Racetrack. It was a combination of the traditional geologic methods of walking and careful observation, and modern technology: satellite-based Global Positioning System (GPS) and computer-based geographic information system (GIS). With GPS she could map all the trails quickly, and to an accuracy of less than a foot, and with the computer she was able to superimpose her maps on images of the terrain, and then integrate wind data to see how the rocks and the winds interacted.

" No one had looked at the big picture," Messina explains. "I wanted to see what the playa was saying." The playa was saying some surprising things, for although there are some parallel tracks, the vast majority are not. Pamela, Amelia and Cynthia showed the spirited moves of accomplished dancers, progressing to the northeast, then rotating, turning this way and that, back to the northwest, finally parading together to the southeast. Julie and Jacki came closer and closer in their minuet, eventually turning and twisting southeast, northwest, then southeast again, making a grand loop back to the northwest, another to the northeast, with a few quick steps and turns back and forth before parading to the southeast as Pamela, Amelia and Cynthia had done. Helen was evidently a solitary dancer, looping a complete circle first counterclockwise, then clockwise, before ending her dance in a straight path to the southeast.

" Reid's plots are remarkable. They are stunning," Messina says. "But I'm not sure you can look at only those few trails and conclude that ice is necessary for all the others. The overwhelming number of trails don't show parallelism, so you can't rule out wind alone." After studying them, Paula Messina was satisfied that the dancers had not been locked together in ice. They were too free, too idiosyncratic. And she showed that the complicated patterns were traced where strong winds from two directions merged on the playa to create dust-devils, with their powerful winds in a vortex, whirling across the playa and making the rocks dance.

Modern technology could easily resolve the controversy. Install small transmitters on the rocks to monitor their movement, and install a weather station to record the rain, the wind and the freezing of the playa. If we can track animals, we can surely track rocks. But the entire Death Valley is now a national park, an International Biosphere Reserve designated by the United Nations, and carefully protected. The regulations say there can be no "perturbation of natural features" on the Racetrack because it is a wilderness area. That means that nothing can be moved, nor anything-like markings, labels, scientific equipment-added. It belongs to everyone, not only curious scientists, although some of the other visitors are curious in their own way.

Dan Dillenges is the ranger responsible for protecting Racetrack Playa. He has worked in Death Valley since 1977, full-time since 1984, and has watched the strange behavior of people visiting the sliding rocks. Apparently, the very uniqueness and isolation of the Racetrack induce a freedom of expression that is not available in the everyday lives of many visitors. He has seen them dance around naked on the ancient lakebed.

Nudity, however, is not a breach of national park rules, at least not in the naked desert. On one occasion, Dillenges heard the beating of gongs in a Tibetan religious ceremony on the Racetrack. On another, he apprehended a man who had been driving on the playa, insisting he was being chased. Shown that there was only one set of tracks on the playa, the man confessed he had not taken his medication.

The Racetrack's remoteness and smooth natural runway made it attractive for drug-dealers and their transactions. To this day, you can see the faint tracks of twin-engined aircraft on the playa, and although regular surveillance by Dillenges and his colleagues has reduced the likelihood of it being used now as a clandestine landing strip, they have to be careful. Tipped off one night that someone was taking a generator and lights up to the playa, Dillenges prepared for the worst. "It appeared to us as though they were drug-dealers," he said, but as he and another ranger sneaked closer, they were surprised to see the Grandstand illuminated by hundreds of tiny lights flicking on and off.

" The whole place lit up like a damned Christmas tree. They were all drunk, but just normal kind of folks," says Dillenges. He sobered them up by having them work all night to remove the lights and wires, and sent them on their way. Racetrack Playa is an affecting place, as Paula Messina can warrant.

" My first glimpse was one of those pivotal moments. It was so unlike anything I had ever seen before," she says. "You come around the bend in the road and you see this perfectly flat area with a mountain sticking up out of its north end. It just looks so beautiful." She was instantly captivated. "I could not believe what I was seeing," Messina says. "I had to come back and see the place again."

Both Reid and Messina plan to continue their researches, for the Racetrack draws them both. "My students and I love going out there so much that we are going back to figure out the subtler parts of the process," says Reid. And Messina hopes to show that the rocks can move in the summer storms, when no ice is possible. But if she isn't able to confirm what she believes, Messina won't mind. "I like the idea of sleuthing and trying to figure things out," she says. "But I prefer that something remain a mystery, for if you know too much, the work is no longer romantic."

Solving the mystery or not, she and Reid will separately take that road less traveled by. In the light of an ending day, they will leave the dark mass of the Grandstand fading into the long evening shadows. On the playa the rocks will sit, waiting for that combination of rain and then high wind or cold that will set them moving across the Racetrack. And out of sight of human eyes on one moonlit night, as Robert Sharp imagined, Pamela, Amelia, Cynthia, Jackie, Julie and all the others will begin the second or third movement in their elegant but mysterious minuet in the desert.

Reprinted with permission of author.

Phone Interview With Dr. Paula Messina

She's agreed to let a reporter go with her when she does another trip to Death Valley to update the movement of the sliding rocks of Racetrack Playa.

The mapping will take three days, maybe four. She's planning day trips from a motel in the national park. She leaves two hours before dawn to get to the Racetrack Playa just before dawn. She has lunch there and leaves mid- to late afternoon.

The Racetrack Playa is very remote, and there's nothing within 30 miles except a dry lakebed and rocks. Bring plenty of water and food, enough for two or three days if the car breaks down, which is possible on the very rough, unpaved road. It might take that long for a park ranger or another visitor to appear.

Once on the playa, Paula will use her maps to identify old rocks, and GPS equipment to figure out if they've moved since the last time she visited. If she comes across new rocks, she'll map their trails and take their measurements. She will identify or map every rock that she finds.

She will email contact information for other researchers who have worked on trying to solve the mystery and park rangers.

She suggests checking out her Web site for background information, photos and maps, and reading a Smithsonian article about the sliding rocks.

Related Links

A Spanish version of this site is located here:
http://www.jcwarner.com/colombia/multimedia-instrucciones.html courtesy of Janine Warner and David LaFontaine.
© The Regents of the University of California

Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric 13 (2) : 66-79, 2015

Camelia GRADINARU
"Al. I. Cuza" University of Iași (Romania)

Digital Storytelling as Public Discourse

Abstract: Technology is a part of our living and an important instrument through which we can construct and manage our identity. The discursive nature of new media accentuated the importance of storytelling. Also, the strong propensities towards sharing and interpersonal dialogical relationships encouraged the production and dissemination of digital stories. Moreover, the interactive modalities of self-expression gave voice to the "ordinary people", creating micro-celebrities and making public various small-scale stories. In this vein, my article focuses on the intersection zone between the personal content of the online narratives and the public ways of telling them. The digital production of self-stories that are now disseminated in a public form redraws the line between public and private and shapes the interpretation of identity. Because online spaces can be private, semi-public or public, the cultural, societal and mediatic interpretation of such self-expressions becomes complicated, concepts such as "mediation", "mediatization" or "remediation" being here at work.

Keywords: digital storytelling, public discourse, mediation, mediatization, personal stories, digital self, online archive.

1. Introduction

My paper has as starting point the idea that cyberspace represents a discursive place, where different kind of people can express their "voices". New media are a meta-medium that makes possible different forms of ontology of discourse. The early stages of the computer-mediated communication enabled the development of a powerful technological imaginary that produced a range of paradigmatic discursive

constructions. Thus, we can map these frames and observe that these theorizations are profoundly polarized, divided in utopian and dystopian perspectives. On the one hand, we can notice the image of new technologies as a "new arena for communication, a new public sphere that can replace the old now crippled by commodification and fragmentation" (Tsagarousianou 1998, 3); they are "technologies of freedom" (Bentivegna 2002, 51) that can accomplish Habermas's ideas. On the other hand, new media are seen as an important factor that drives us away from the "real" public life and moreover re-creates a perfect Panopticon or Big Brother scene, that represents the opposite of the "electronic agora" (Rheingold 2000, 376). In this context, the studies were focused on the public discourse through Internet especially tied to this typology, emphasizing the political discourse and the relationships between new media and politics. My paper is concentrated rather on the constituent discourse of the digital self, in an attempt to decipher the intersection zone between the public discourse and the computer-mediated communication. The digital production of personal stories that are now told in a public form redraws the line between public and private and shapes the interpretation of identity. The public way of the construction of the identitary landmarks using the digital tools brings with it some opportunities (as the multiple modalities of composition) and limitations (as the problem of digital archive, because the identity-forming process is shaped by the narrative pieces that we select as representative). The digital identity emphasizes the conscious and active ways in which an individual constructs her or his image (constructivism and symbolic interactionism being here at work). Thus, the public self-narratives constitute a valuable category of discourses that compose the large sphere of Internet voices.

2. The narrative self

Human beings are storytellers by nature (Bruner 1986), our experience and our memory being organized "in the form of narrative – stories, excuses, myths, reasons for doing and not doing, and so on. Narrative is a conventional form, transmitted culturally and constrained by each individual's level of mastery and by his conglomerate of prosthetic devices, colleagues, and mentors" (Bruner 1991, 4). Stories represent a natural way to connect us with the profound human level and to build our identity in a significant manner. The culture itself is created by the medium of a history – a tissue of stories that link the past with the

present, and through which the knowledge transfer occurred. Even if narratives can achieve only "verisimilitude" (Bruner 1991, 4), the culture seen as a whole is nurturing its legitimacy and its continuity by stories. We learn, teach, comfort, understand ourselves and interpret the world using stories, so, as Espen Aarseth said, "the dominant mode of communication in our culture, long before the modern media, is the story" (Aarseth 2001, 229).

Narratives are also an "equipment for living" (Burke 1966), narrative identity being a relevant realm that pointed out that stories are constructed to make sense of our lives while they are reconciling ourselves with the image about us. Six common principles of the narrative study of life are able to create an idea about this concept: the self is storied; stories integrate lives; stories are told in social relationships; stories change over time; stories are cultural texts, and some stories are better than others (McAdams 2008). In this "social ecology of everyday life", life stories interfere with practices, meaning systems and even dispositional traits.

Marie-Laure Ryan (2001, 2) responds in ten standpoints to the interrogation "What is narrative?". One fruitful idea discussed by Ryan is the independence of narrativity from fictionality and tellability. Moreover, problem-solving is the most important narrative pattern and that can explain why narrativity isn't specific only for literature. A narrative consists into a sign that has a signifier (discourse) and a signified (that can be a story, an image, a mental representation). For Ryan, the narrativity is located at the signified level, thus "narrativity should therefore be defined in semantic terms. The definition should be medium-free" (Ryan 2001, 2). This is an interesting but objectionable point of view, which emphasizes the content against the form or the medium that makes possible the transmission of that discourse. The process of mediation is an important factor that can intervene in the understanding of a story. Thus, each medium disposes of a number of tools that can shape the production and the final form of a story: "new cultural tools change the use of narratives and the act of storytelling in fundamental ways" (Erstad and Wertsch 2008, 28). Ryan nuanced her position when she discussed Janet Muray's statement "Narrative beauty is independent of medium", giving one false and one true interpretation of it. The false one is when narrativity is conceived as a cognitive pattern that can be represented by no matter what medium – an interpretation that ignores the idiosyncrasies of each medium. The true one for Ryan implies that "the abstract cognitive structure we call narrative is such that it can be called to mind by different

media, but each medium has different expressive resources, and will therefore produce different concrete manifestation of this abstract structure" (Ryan 2001, 5). The transportation of a story from a medium to another may have significant effects on it, by changing paths of meaning or restricting some other possibilities of expression. Knowing which types of stories are suitable for each type of medium remains a central problem for the author. In the same vein, when we talk about digital media, we have to distinguish their most important characteristics that enhance narrativity. Even if we discuss about hypertext, computer games, VR environments or social networking sites, it seems that interactivity is the main resource of digital media. Through interactivity, digital stories are personalized and participative, the readers becoming co-authors of them.

3. Stories in cyberspace

Technology is a part of our living and an important instrument through which we can construct and manage our identity. The techno-sphere is a kind of natural environment for the contemporary human beings; in this context, computer-mediated communication, where it is possible (excluding "digital divide" cases), became easy and usual. As Abbe Don (1990) pointed out, in our culture computers can have the function that the storyteller had in the oral culture. The discursive nature of new media (seen as "conversational technologies") accentuated the importance of storytelling. Also, the orality of digital era (Ong 1982, Soffer 2010) supports this idea, oral features being creatively utilized with a high level of intentionality. The strong propensities towards sharing and interpersonal dialogical relationships encourage the production and dissemination of digital stories.

Moreover, the interactive modalities for the self-expression gave voice to the "ordinary people", creating micro-celebrities and making public various small-scale stories. The "ordinary voices" (Burgess 2007) constitute an effect of the democratization of technologies and of the transformation of the consumer in a creative media producer. As Henry Jenkins (2006) noticed, the "participatory culture" represents the counterpart to the passive media "spectatorships", giving the possibility to take part in this emerging culture, in terms of personal skills and abilities. Thus, digital storytelling can be interpreted as a "field of cultural practice" (Burgess 2007, 207), not only as a media form. It complements this democratization of participation with an esthetic that creates authenticity and impact. Also, digital storytelling can be interpreted as a

movement that magnifies the ordinary voice, because it aims "not only to remediate vernacular creativity, but also to *legitimate* it as a relatively *autonomous* and worthwhile contribution to public culture" (Burgess 2007, 207). The self-narrative repertoire has grown, digital storytelling flourished on YouTube, social networking sites, blogs. Beyond the analysis of those narratives as form, the research in terms of societal phenomenon is truly challenging.

The possibility to perform a digital management of impression introduces self-stories in an active tissue of activities and methods. Because self-disclosure is emphasized by this medium, the stories told in cyberspace may constitute significant parts of the identity of a person. Of course, in the case of anonymous or fake identities, the interpretation of the relevance of digital identitary archive becomes more difficult. Anyhow, the digital representations in the first person are seen as identitary markers and, following Giddens's perspective (Gradinaru 2014), they are included in the "reflexive project of the self". The latter is defined as "the process whereby self-identity is constructed by the reflexive ordering of self-narratives" (Giddens 1991, 244). The identity is constructed and interpreted through narratives of the self; thus, the self-identity is a conscious process that has to be incessantly made (Giddens 1991, 75). The reflexive awareness of this identitary discourse became a constant evaluation of our biography that questions the past, the present and also the future (Giddens 1992, 30). Reflexivity and rationality are two main traits that give coherence to the entire story of our life. In the contemporary world, personal narratives are inscribed in various media, so the effort required for keeping them united and coherent seems to be significant. The management of online texts in an expressive way is also an important tool for the strategic presentation of self in cyberspace.

Blogs represent a privileged way of "telling lives", giving voice to a personal interpretation of experiences. In short, "blogs still function as an important outlet for emotion and self-expression throughout the Internet community" (Fullwood, Sheehan, and Nicholls 2009, 688). Even if the "narrative trail" is sometimes difficult to follow, the repository created by the texts posted in this form can construct a suggestive frame of our identity and can offer an integrative image about specific fragments of our life. In the same time, the reconstruction of the self through the interpretation of a blog may conduct to false or contradictory pictures. Also, blogging was analyzed as a symptom of the compulsive consumption of the past and of the tendency to live the present through the lens of the anticipated gatekeepers. In this vein, blogging can be seen

as a "form of self-memorialization, and an impulse to save the most trivial details of one's past" (Haskins 2007, 407). The archival tendency is calculated to be obsolescent. As Gillis pointed out, "we can no longer be sure what to save, so we save everything… The scale of collecting increases in inverse proportion to our depth perception" (Gillis 1994, 15). In this respect, digital narratives evoke the problems of memory, archive and participation in the digital culture.

Even if not all the profiles, posts, storytelling on mobile phones or photos disposal are narratives in a proper sense, they

> "have brought about an important change insofar as they store this type of autobiographical information to a degree that is unprecedented. All our email exchanges, all of the exchanges on Facebook 'walls', etc., are stored and can in principle be accessed. This fact has an important potential consequence for questions of personal identity. The existence of abundant stored autobiographical narratives may have an impact on our ongoing identity-forming processes of self-reinterpretation" (Rodogno 2012, 326).

This impact is still unclear and its direction is also uncertain. The abundant online *archive* requires certain abilities in selecting, ordering and linking them. The Internet is the contemporary vehicle of producing, preserving, and collecting mementos in various forms (texts, pictures, videos, e-mails etc.), with all its merits and limitations. Thus, all digital stories can become a part of public memory, not only of a personal one. The classical professional memory gatekeepers have to acknowledge the role of ordinary people in "history making", through the integrative process of participation. At the same time, "in exploring the internet's promise as a medium of public memory, it is important to realize that the contemporary Western obsession with recording traces of the past is an ambivalent cultural trend – it signals not only the 'democratization' of memory work but also the acceleration of amnesia" (Haskins 2007, 418). The lack of selection and the archival compulsion may conduct rather towards oblivion than towards the guaranteed recall of the past. As Haskins explained (2007, 401), digital memory collapses the distinction between modern memory, that is above all archival, and the traditional memory, that was a "lived" one. This collapse is due to the interplay of functions that Internet can provide at once: storage, ordering, interactivity. The collective digital authorship is another problem that occurs, dissipating the responsibility and the mainstream curatorial practices. Thus, "the boundaries between the official and the vernacular, the public

and the private, the permanent and the evanescent will cease to matter, for all stories and images will be equally fit to represent and comment on the past" (Haskins 2007, 405).

4. Between public and private discourses

The public character of digital self-stories is explicit from the very beginning, in many definitions of the concept. For example, they are seen as "personal stories being told in public form with digital tools" (Lundby 2008, 12). The definitions condense in a genuine form the public identitary discourse and the private characteristics of the individual life, challenging Rorty's dichotomy between vocabularies of public deliberation and vocabularies of self-creation: "the vocabulary of self-creation is necessarily private, unshared, unsuited to argument. The vocabulary of justice is necessarily public and shared" (Rorty 1989, xiv). The users, anyhow, mix the public and the private in the perception of the stories transmitted online as well as in their construction. In legal terms, the personal Facebook profile, for example, is a public space, not a private one, even if this is accessible to a limited number of "friends". Social networking sites are emerging social spaces that draw an interesting borderline zone, neither public, neither private, with a blended discourse. This zone is between open and closed space for the audience, even if the sharing of private information is sometimes exacerbated. Thus, "Privacy is not an 'all or nothing' proposition, and it is at least possible that a reasonable social network participant might still expect privacy in her profile, despite the social nature of the site or the possibility that she has a large number of Facebook friends who have access to the information that she posts" (Burkell et al. 2014, 966-967). The possibility of "privacy in public" seems to be the right hypothesis to research. T. Fahey considered that instead of the public – private dichotomy, "it may be more accurate to speak of a more complex re-structuring in a series of zones of privacy" (Fahey 1995, 688). Lange (2007) talks – in the context of YouTube – about two degrees of "publicness": "publicly private" and "privately public" behaviours. The first concept signifies that the identity of the video maker is known, while the latter involves a limited access to the producer's identity, even if the content may be visualized with many viewers. In this case, the private sphere is not relied with the concept of spatial entity, as the studies of public – private relationships in the use of mobile telephones showed. The video-stories are public, but the identity

is the factor that can be revealed or not and which can turn on or off the privacy rules.

In their research about information sharing practices, Burkell and collaborators have a user-centric perspective for finding if online social spaces are perceived as public venues. Examining the ways in which users treat their own information and also that of others, their analyses

> "reveal that online social spaces are indeed loci of public display rather than private revelation: online profiles are structured with the view that 'everyone' can see them, even if the explicitly intended audience is more limited. These social norms are inconsistent with the claim that social media are private spaces; instead, it appears that participants view and treat online social networks as public venues" (Burkell et al. 2014, 966).

Thus, these results are linked with the studies done by Boyd and Gelman, in which the online spaces are seen as "networked publics" with interconnected audiences. The presupposition of the participants when they use the online social networks is that their stories are available to a large and undefined audience. Their practices confirm this hypothesis, the online information sharing being treated as "public", even if their profiles are customized and only one participant had a totally open profile.

In another study about students' attitudes on public and private spheres on Facebook, Anne West, Jane Lewis, and Peter Currie also found that the strict dichotomy public – private doesn't hold, the participants conceptualizing these notions in multiple and nuanced modalities. Moreover, their use doesn't fit the way in which the academic literature presented them, social networking sites being associated with the constructions of new concepts that surround the "old" public – private separation. Thus,

> "on the basis of our findings, interviewees did not appear to conceive of there being two distinct realms of the public and the private. Facebook was construed by some as part of the public or 'semi-public' sphere. […] Our findings do not necessarily suggest zones of privacy, with the connotations of distance. Rather they suggest a fuzzier understanding of what is private. In short, the user's private social world is his or her 'public', comprising Facebook friends (West et al. 2009, 624).

The audience's mixture makes this fuzziness to be more apparent in the case of Facebook than in other occurrences.

Thus, when we talk about the public trait of the digital stories we have to take into consideration the audiences, that become interconnected and with blurry boundaries. In the contemporary computer-mediated communication, an important public of our digital narratives consists of well-known friends, parents, or other people with which we have relations in the offline environment, too. On the one hand, the digital stories created by the user must maintain a satisfying degree of coherence (for instance, Facebook, Twitter, Pinterest accounts or the personal blog have to be semantically and pragmatically synchronized). On the other hand, the digital stories have to match offline narratives, in order to achieve a unitary image of the self. The dichotomy between online identity and offline identity is a thesis labeled today as limited (Marwick 2013). Also, network-generated content and the collapse of context are some valuable things that constrain the deliberate construction of identity. In this respect, the online autobiographical stories are to a great extent verifiable and reality-oriented. The inner reflexivity of self-stories made another point on their coherence, no matter what mediational means are used for express them.

Anyhow, the participation of this audience cannot be guaranteed, "storytelling does not elicit the participation of audiences through claims to the 'prompt verifiability' of information, as Benjamin finds in newspapers. Rather, storytelling invites participation by 'leaving it up to' the reader to interpret the way she or he understands the events" (Langellier and Peterson 2011, 180). As Benjamin argued, newspapers only disseminate information and because of this central function they don't practice storytelling. Blogs are also collaborative spaces that are both monologic and dialogic in nature, involving both the personal and the public sphere: "identity with the blog genre is based on a balance between the need for privacy (if one doesn't want to be found) and the need for community based on identification with others through sameness. The balance of public and private in a blog shows how blogs constitute their own genre rather than a new form of an old one" (Rak 2005, 176). The engagement of audience in storytelling is variable, "contextually marked, collaboratively mediated, and provisional" (Langellier and Peterson 2011, 181). Those traits had questioned the authenticity of the discourse in weblogs, for example, but blog readers are more interested about the writing style and representation of the author's life that about the truth of the stories. The poststructuralist ideas seem to be fulfilled in the digital storytelling that is detached from its author, deconstructs linear reading, reflects different cultural voices, and is

opened to multiplicity of interpretations. The identity becomes a text that is submitted to an audience, in an online context hardly controllable, opened to the criticism of the audience. Thus, blogs can promote a suspicious and superfluous attitude: "what weblogs share with daily life is a disposition to trust in appearances" (Langellier and Peterson 2011, 182).

Another important problem related to the public traits of the digital self stories is the mediated way of their existence. In other words, does the mediation of narratives shape their public character? Taking into consideration the concept of "mediatization", developed by Stig Hjarvard and Winfried Schulz, and the concept of "mediation", developed in particular by Roger Silverstone, Nick Couldry analyzed the digital storytelling through these two different perspectives. Thus, "mediatization" is related with media form, suggesting that a unitary media-based logic is prevalent. In this respect, digital storytelling has distinctive patterns and features that can be resumed in: a pressure to blend text with other type of materials (narrative becoming more visual), a restraint of the narrative length, a trend towards standardization and the unknown character of the audience (Couldry 2008, 382). The presence of logic of use or of social expectations in the construction and management of digital narratives constitute a counter-argument to the idea of a single logic of mediatization. The adjustment of stories problematizes the idea that

> "social networking sites represent simply the mediatization (and publicization) of formerly private self-narratives […] On the contrary, we might argue that by holding back personal narratives from such sites, young people are protecting an older private/public boundary rather than tolerating a shift in that boundary because of significant social pressure to have an online presence" (Couldry 2008, 383).

In this interpretation, the division public/private remains stable, even if the mediation enters the scene powerfully. In Silverstone's approach, mediation is seen as a dialectical process in which institutionalized media "are involved in the general circulation of symbols in social life" (2002, 762). Digital storytelling as mediation can be understood as the resultant of flows of production, circulation, interpretation, and recirculation, including the study of their long-term consequences for particular types of people. If these practices formed around digital stories will be stabilized and will have consequences in the distribution of power remains a central question. If this hope is

characteristic to Joe Lambert's vision, Couldry detects the seeds of doubt in Silverstone' articulation of mediation:

> "that digital storytelling is, and will remain, a largely isolated phenomenon cut off from broader media and, more importantly, cut off from the broader range of everyday life, both private and public/political. To put it crudely: a phase that individuals and groups 'go through', which is not recognized more widely in the regular distribution of social and cultural authority or respect" (Couldry 2008, 388-389).

Thus, the power of the digital "voice" is a key factor that can convert the personal traits of digital narratives into a public force. For that, the process of remediation that ensures the transformation of quotidian experiences into public culture is not enough to establish the relevance of the contribution of digital narratives to the latter.

In this context, the question is: what kind of media are those who make public stories from private lives? As Marika Lüders (2007) pointed out, self narratives are mediated through personal media that are opposed to mass media. Because online spaces can be private, semi-public or public, the evaluation of such self-expressions becomes complicated. In this respect, Lüders emphasized that mediated communication has to be interpreted in the context of technologies and not through comparison with the gold standard of face-to-face communication (2007, 179). The self-presentations are altered through mediation, being filtered versions of the self, and in this way "digital network media are used to mediate personal experiences and bring what is private into public spaces" (Lüders 2007, 125). The borders between mass media and personal media are regularly overdrawn through Internet technologies, as well as between mass communication and interpersonal communication:

> "with blogs, private homepages, message boards and newsgroups, people are never sure who will constitute the Ego(s) who select an understanding from their utterances. This is arguably the most fundamental change which has occurred, and explains how personal media forms may take on mass communication characteristics. Popular private blogs may have a huge anonymous audience and are, as such, personal media with mass communication characteristics. In other cases,

personally-mediated utterances may not be received by anyone at all, despite being publicly available online" (Lüders 2008, 689).

While various stories and actions remain available to an audience independent of time and space, "the Internet is more public" (Lüders 2007, 123). Thus, the multitude of combinations and degrees of public and private behaviours is much better grasped, with a special attention for its nuances, revealing the importance of other factors that intervene in this equation.

5. Conclusions

This article focused on the digital storytelling in the new media context. The relevance of digital narratives as media forms, as cultural practices or as identitary projects was emphasized and a large part of my paper was dedicated to the goal of understanding them in connection to the concepts of "public" and "private". Online narratives shape in many ways the traditional dichotomy between these two terms, reinventing their boundary within the new forms of discourse. Because online spaces can be private, semi-public or public, the digital narratives may have also many degrees. The studies made on various kinds of sample indicated that the use of concepts of "public" and "private" doesn't match the way in which the academic literature presented them, social networking sites being associated with the constructions of new concepts that overcome the traditional public – private dichotomy.

Thus, the discussion is not just about the "colonization" of new media tools in order to express the self, but more than that, it is about the societal, media, and power effects that technology and storytelling can produce when they are interconnected.

References

AGRE, Phil. 1998. "The Internet and Public Discourse". *First Monday*. Available at: http://www.ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/581/502.

BENTIVEGNA, Sara. 2002. „Politics and New Media". In *Handboook of New Media*, edited by Leah A. Lievrouw, Sonia Livingstone, 50-61. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.

BRUNER, Jerome S. 1986. *Actual Minds, Possible Worlds.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

BURKE, Kenneth. 1966. *Language as symbolic action: Essays on life, literature, and method*. Berkeley: University of California Press.

BURKELL, J., FORTIER, A., WONG, L. L. Y. C., & SIMPSON, J. L. 2014. "Facebook: Public space, or private space?". *Information, Communication & Society* 17 (8): 974-985.

COULDRY, Nick. 2008. "Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling". *New Media & Society* 10 (3): 373-391.

DON, Abbe. 1990. "Narrative and the Interface". In *The Art of Human-Computer Interface Design*, edited by Brenda Laurel, 383-391. Reading, MA: Addison-Wesley.

ERSTAD, Ola and WERTSCH, James V. 2008. "Tales of mediation: Narrative and digital media as cultural tools". In *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media*, edited by Knut Lundby, 21-40. New York: Peter Lang Publishing.

ESPEN, Aarseth. 2001. "Virtual worlds, real knowledge: Towards a hermeneutics of virtuality". *European Review* 9 (2): 227-232.

FAHEY, T. 1995. "Privacy and the family". *Sociology* 29: 687-703.

FISHER, D. R. & WRIGHT, L. M. 2001. "On utopias and dystopias: Toward an understanding of the discourse surrounding the Internet". *Journal of Computer-Mediated Communication* 6 (2). Available at: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00115.x/full

FULLWOOD, Chris, SHEEHAN, Natasha, and NICHOLLS, Wendy. 2009. "Blog Function Revisited: A Content Analysis of MySpace Blogs". *CyberPsychology & Behaviour* 12 (6): 685-689.

GIDDENS, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.

GIDDENS, Anthony. 1992. *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies*. Cambridge: Polity Press.

GILLIS, John R. 1994. "Memory and Identity: A History of a Relationship". In *Commemorations: The Politics of National Identity*, edited by John R. Gillis, 1-24. Princeton: Princeton University Press.

GRADINARU, Camelia. 2014. "Online Identity as a Narrative Project". *International Journal of Communication Research* 4 (3): 238-244.

HASKINS, E. 2007. "Between archive and participation: Public memory in a digital age". *Rhetoric Society Quarterly* 37(4): 401-422.

HAYTON, Kavita. 2009. "New expressions of the self: autobiographical opportunities on the Internet". *Journal of Media Practice* 10 (2 & 3): 199-213.

JENKINS, Henry. 2006. *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.

LANGE, P. G. 2007. "Publicly private and privately public: social networking on YouTube". *Journal of computer-mediated communication* 13(1): 361-380.

LANGELLIER, Kristin and PETERSON, Eric E. 2011. *Storytelling in daily life: Performing narrative*. Philadelphia: Temple University Press.

LÜDERS, Marika 2007. *Being in mediated spaces. An enquiry into personal media practices*. Doctoral thesis submitted for the degree of PhD, Department of Media and Communication, Faculty of Humanities, University of Oslo, https://www.academia.edu/406070/Being_In_Mediated_Spaces_An_Enquiry_Into_Personal_Media_Practices.

LÜDERS, Marika. 2008. "Conceptualizing personal media". *New Media & Society* 10 (5): 683-702.

LUNDBY, Knut. 2008. "Digital storytelling, mediatized stories". In *Digital Storytelling, Mediatized Stories: Self-representations in New Media*, edited by Knut Lundby, 1-18. New York: Peter Lang Publishing.

MCADAMS, Dan P. 2008. "Personal Narratives and the Life Story". In *Handbook of Personality: Theory and Practice*, edited by Oliver P. John, Richard W. Robins, and Lawrence A. Pervin, 242-262. New York: The Guilford Press.

MITRA, A., & WATTS, E. 2002. "Theorizing cyberspace: the idea of voice applied to the internet discourse". *New media & society* 4(4): 479-498.

RAK, Julie. 2005. "The Digital Queer: Weblogs and Internet Identity". *Biography* 28 (1): 166-182.

RHEINGOLD, Howard. 2000. *The Virtual Community*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

RODOGNO, R. 2012. "Personal identity online". *Philosophy & Technology* 25 (3): 309-328.

RORTY, Richard. 1989. *Contingency, Irony, and Solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.

RYAN, Marie-Laure. 2001. "Beyond Myth and Metaphor. The Case of Narrative in Digital Media". *The International Journal of Computer Game Research* 1 (1): 1-14.

SILVERSTONE, Roger. 2002. "Complicity and collusion in the mediation of everyday life". *New literary history* 33 (4): 761-780.

TSAGAROUSIANOU, R. 1998. "Electronic democracy and the public sphere: Opportunities and challenges". In *Cyberdemocracy: Technology, cities and civic networks*, edited by R. Tsagarousianou, D. Tambini, and C. Bryan, 167-178. London: Routledge.

WEST, Anne, LEWIS, Jane & CURRIE, Peter. 2009. "Students' Facebook 'friends': public and private spheres". *Journal of Youth Studies* 12 (6): 615-627.

ZHAO, Shanyang. 2005. "The Digital Self: Through the Looking Glass of Telecopresent Others". *Symbolic Interaction* 28 (3): 387-405.