Conținuturi implicite în bancurile generate de pandemia Covid-19: repere teoretice (I)

Daiana FELECAN, Oliviu FELECAN*

Keywords: *humor*; *Covid-19*; *semantic and pragmatic analysis*; *jokes*

1. Râsul în vremea lui Covid-19

Pe lângă discursul oficial, formal, de o seriozitate incontestabilă, declanșat de pandemia de Covid-19, în spațiul public românesc – mai cu seamă pe rețelele sociale – circulă un discurs paralel, pe dos, în poantă, al cărui scop este de a atenua din gravitatea informațiilor furnizate permanent populației prin media, nu doar la ore de maximă audiență. Tot ceea ce se transmite de către autorități despre noul coronavirus se face cu intenția de a actualiza în receptori (potențiali pacienți) sentimente asemănătoare cu cele provocate de o calamitate naturală iminentă și catastrofală. În aceste condiții, nu este surprinzătoare apariția unui discurs anecdotic, de tip scut, care să facă mai suportabilă traversarea etapelor critice din existența cotidiană a indivizilor atinși de simptomele unei „maladii" la fel de amenințătoare în evul în care trăim, și anume frica[1]. Puțini sunt aceia care au tăria de a rămâne asimptomatici la această molimă a lumii moderne. De netrecut cu vederea este spiritul hâtru românesc nativ[2], mereu ispitit de tentația poantei iscusite, făurite *ad hoc*, mai exact pentru a se salva pe sine și pe semenii săi de efectele dezastruoase ale asimilării unor știri preponderent negative. Ne referim la bancurile care circulă pe rețelele de socializare[3] de la declanșarea epidemiei și în țara noastră și care se constituie într-un discurs în permanentă facere, la concurență cu discursul știrilor care anunță obsesiv, la aceleași ore, pe de o parte, numere mari transformate în bilanțuri de pierderi umane, de îmbolnăviri recente și, pe de altă parte, numere cu mult mai mici de oameni deveniți sănătoși. Nu este puțin lucru ca, într-un război care se poartă pe frontul

* Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord Baia Mare, România (olifelecan@yahoo.com).

[1] Psihiatrul și scriitorul Viktor E. Frankl, întemeietorul logoterapiei și supraviețuitor al lagărelor naziste, considera că „umorul este o armă a sufletului în lupta pentru autoprezervare", este un instrument vital de supraviețuire (v. https://www.dw.com/ro/coronavirus-râsul-este-permis/a-52896313).

[2] Pentru o caracterizare a capacității românului de a lua în derâdere/ de a sancționa diversele situații din viața reală, vezi Felecan 2020.

[3] „Laughter is preferentially shared by lesser related individuals and non-kin. […] the bulk of information revealed by humor is shared by the community and therefore can be considered altruistic" (Polimeni, Reiss 2006: 361).

„Philologica Jassyensia", an XVI, nr. 2 (32), 2020, p. 265–271

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

a șase continente, cu un inamic vizibil doar microscopic, dar imprevizibil în evoluție odată pătruns în firavul corp uman (ce luptă nedreaptă între părți inegale!), ființa care trăiește sub zodia amenințării perpetue să găsească resurse de subzistență a râsului. A râsului-plânsului, atâta vreme cât dușmanul perfid „se împrietenește" cu trupul în care se depune, ba chiar își replică generații noi, dar fără să-i lase corpului primitor anticorpii. Pe ritmurile simfoniei în care virusul viclean își râde de noi, omul a ales să înscrie și el o arie, în virtutea faptului că râsul este molipsitor: își râde și el de virus, conștient că această exprimare vitală a dimensiunii lui umane – *homo ridens* – îl poate costa viața. *Râsul bate moartea* este zodia sub care ia naștere anecdoticul în vremea lui Covid-19 în România. Pornind de la teoria lui Freud, Cristini, Camporese și Forabosco susțin că

> humour is a mind resource to alleviate suffering. Differently from other defence mechanisms in which the escape from reality occurs at a cost to the integrity of mental health, humour does not lose contact even with the most painful experiences of life. To allow oneself moments of spontaneous, genuine irony, is to be considered an advanced condition of psychic functioning, one the highest psychological functions (2017: 5).

Fiind o condiție pentru funcționarea normală a oricărei societăți, umorul este o trăsătură omniprezentă a vieții umane, care traversează diviziunile rasiale, etnoculturale, sexuale și de clasă. Umorul reprezintă un mijloc de autoidentificare, o modalitate de exprimare a emoțiilor, ce contribuie la dezvoltarea relațiilor dintre oameni și le oferă posibilitatea de a trece mai ușor peste greutăți și situații limită. Umorul verbal este o strategie conversațională aplicabilă unor nivele lingvistice diferite. „Disjuncția scenariilor" este specifică formelor umoristice scurte, cum sunt și bancurile (v. Zafiu 2007: 500).

> La receptare, un enunț poate fi identificat ca umoristic prin recunoașterea *intenției* sau/și producerea *efectului*; cele două condiții se pot asocia (în cazul fericit al unui act de umor reușit), dar pot funcționa și independent. Recunoașterea unei intenții umoristice care nu și-a atins scopul de a amuza conduce în mod normal la o evaluare negativă («umor forțat», («lipsă de haz»), iar producerea unui efect comic poate fi atribuită situației, unei erori sau unei stângăcii a locutorului («umor involuntar») (*ibidem*: 497).

2. Corpus, metodologie, cadru teoretic

În prezenta lucrare, vom avea în vedere o parte dintre bancurile apărute în media socială din România odată cu începutul epidemiei de Covid-19 în țara noastră. Concret, corpusul va fi extras din internet, mai exact, dintre bancurile care circulă pe Facebook, și din câteva publicații electronice care au întocmit compendii cu „cele mai tari glume" având ca obiect pandemia.

> Recent investigations indicate the growing importance of social media in humour production and reception. A lot of researchers draw their exemplifying data from the Internet, while others focus on the distinctive characteristics of online humour. This is not surprising since social media facilitate spreading traditional forms of humour, such as canned jokes […], and enable new applications of other traditional forms, such as creative conversational humour in

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

> online interactions […]. Most importantly, social media serve as vehicles for the production and dissemination of *multimodal* humour that is impossible in offline interactions, reflecting and shaping contemporary socio-cultural humour trends (Dynel, Poppi 2019: 1).

Preceptele pragmaticii și ale semanticii se vor constitui drept bază a metodologiei utilizate.

În privința cadrului teoretic, trebuie precizat că, în lumea științifică internațională, umorul s-a bucurat de o atenție constantă din partea cercetătorilor din lumea întreagă, materializată în cărți[4], dintre care amintim doar câteva, editate în engleză, care își revendică perspective diverse asupra umorului: *Handbook of Humor Research* (McGhee, Goldstein eds. 1983), *Semantic Mechanisms of Humor* (Raskin 1984), *The Language of Humour* (Nash 1985), *The Language of Jokes: Analysing Verbal Play* (Chiaro 1992), *Linguistic Theories of Humor* (Attardo 1994), *The Language of Humour* (Ross 1998), *The Psychology of Humor: An Integrative Approach* (Martin 2007), *Language and Humour in the Media* (Chovanec, Ermida eds. 2012), *Encyclopedia of Humor Studies* (Attardo ed. 2014), *The Routledge Handbook of Language and Humor* (Attardo ed. 2017), *The Language of Humor. An Introduction* (Nilsen, Nilsen 2018). În peisajul științific și cultural contemporan, nu putem face abstracție de studiile publicate sporadic în diferite reviste din domeniul psihologiei, sociologiei, lingvisticii, literaturii, antropologiei, studiilor culturale, medicinei, artei, pedagogiei, filozofiei, chiar religiei etc., dar mai ales în revistele de specialitate dedicate tematicii în discuție, dintre care amintim: „Humor – International Journal of Humor Research", „International Studies in Humour", „The European Journal of Humour Research", „Studies in American Umor". Toate acestea demonstrează că studierea umorului, pornind de la geneza tripartită în nepotrivire, ostilitate și eliberare, reprezintă un demers interdisciplinar, atractiv și cât se poate de serios.

Cultura românească nu este mai prejos, mai ales că, în ultimele decenii, s-a consolidat credința românilor în funcția cathartică a râsului, materializată într-o rezistență prin râs în fața oricărui pericol sau a vreunei forme de cenzură. Potrivit lui Arieșan,

> unitatea lăuntrică și gradul de coeziune al unui popor sub raport umoristic pot fi evidențiate cel mai bine prin comparație cu umorul altor popoare, considerat – pentru necesități teoretice – de asemenea ca unitate-etalon (2010: 206).

Așa cum există umor britanic, francez, german, rusesc, evreiesc, la fel putem vorbi de un umor românesc, prezent în literatura populară sau cultă, în publicistică, în cinematografie, în caricatură, în publicitate, dar și în bancuri, lozinci. Dintre lucrările elaborate în România, care au oferit câteva direcții de cercetare ale umorului, putem aminti: *Râsul patriarhilor. O antropologie a deriziunii în patristica răsăriteană* (Baconsky 1996), *Hermeneutica umorului simpatetic. Repere pentru o comicologie românească* (Arieșan 1999), *Între surâs*

[4] Unele s-au clasicizat, constituind „manuale" pentru tot ce s-a elaborat ulterior: *Le rire*/ *Teoria râsului* (Bergson 1899/ 1992), *Comicul și umorul* (Freud 1905/ 2002).

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

și rugăciune. Modele culturale din comicologia clasică și patristică (Arieșan 2003), *Geneza comicului în cultura română* (Arieșan 2010).

3. Identitatea instanțelor comunicative

Ca o trăsătură comună a bancurilor investigate se constituie relația specială dintre emițător și receptor: aceștia trebuie să împărtășească o anumită simetrie gnoseologică, să posede un cumul de cunoștințe enciclopedice comune, o istorie conversațională mutual împărtășită, care să asigure o corectă decodare a mesajului reținut în bancuri și, în cele din urmă, să garanteze reușita comunicării[5].

În ceea ce îl privește pe emițător, nu avem date factuale care să ofere un profil reperabil biografic; este un *Ich-Origo* care aparține lumii fenomenale singular sau colectiv, Locutorul inițial – din teoria polifoniei lingvistice[6] – care s-a asigurat de transmiterea textului prin „raportarea" lui la cel puțin un interlocutor. Acesta din urmă trebuie să se afle într-o relație dialectică cu polul emiterii, să beneficieze de același cod de credințe, cunoștințe și ideologii. În absența deținerii aceluiași bagaj deopotrivă informațional și inferențial, actul comunicativ de tip banc rămâne suspendat. Prin urmare, cei doi agenți ai comunicării se impune să fie buni „mânuitori" ai competenței pragmatice, aceea prin a cărei accesare se apelează la fondul aperceptiv comun.

Avem un emițător și mai mulți receptori-interpreți care, la rândul lor, vor colporta (distribui) bancul. Intenția emițătorului este de a i se decoda corect mesajul depozitat în textul respectiv. A decoda corect înseamnă a stârni, la receptare, hazul (de necaz). Dacă receptorul rămâne indiferent, funcția persuasivă (perlocuționară) nu s-a activat, iar comunicarea este nereușită.

Schematic, avem următoarea situație comunicativă:

– *Emițătorul* = producătorul lumii „anapoda", anecdotice, având un statut ontologic neasumat;

= elaborează un discurs neserios cu intenția de a modifica ceva în fizionomia cititorului/ ascultătorului (*i. e.* stârnirea râsului);

= nu are o existență reperabilă, dar se cunoaște faptul că este un individ din realitatea imediată prin bunul ancoraj în reportajul vieții cotidiene;

= actualizează funcția emotivă prin autoimplicare în cele asertate (*vox populi*);

– *Receptorul* = destinatarul mesajului formulat de către emițător;

= poate fi singular sau un grup de destinatari;

= proiecție a emițătorului, un receptor abstract, ideal, care ar corespunde universului de așteptare al destinatorului, adică ar îndeplini exigențele de lectură ale acestuia (*i. e.* comprehensiunea informațiilor încărcate

[5] „The ability to use language with a metacommunicative purpose, such as making a joke, is based on the idea that the speaker and hearer share enough social and cultural context, i.e. common background and information, so that the utterance is understood as humorous" (Cisneros, Alexanian, Begay, Goldberg 1980: 5).

[6] Pentru noțiuni legate de polifonia lingvistică, v. Felecan 2011: 9–69.

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

în banc, dar mai ales capacitatea de realizare a inferențelor necesare pentru o lectură reușită).

– *Bancul* = specie umoristică de obicei concisă, aparținând folclorului urban.

– *Bancul* = se produce cu intenția de a provoca un anumit tip de trăire emoțională la receptare: râsul de ceva (reperarea unei victime – umor excluziv) sau râsul *cu cineva* (instituirea unei complicități – umor incluziv, v. și Zafiu 2007: 497).

– *Bancul* = text neserios[7] sau prefăcut (simulat) serios, având de obicei dimensiuni reduse, prin intermediul căruia se scot în evidență diverse tipuri de comportamente ale indivizilor sau situațiile cu care aceștia se confruntă, scopul fiind un soi de bagatelizare moralizatoare a acestora. Are la bază o întâmplare adevărată sau inventată, care stârnește umorul sau indignarea, dar ținta pe care emitentul și-o propune prin banc este uniformizatoare (indiferent de tipul de eveniment care l-a determinat): provocarea râsului.

Acest act verbal expresiv își desfășoară lectura pe două paliere:

– unul explicit (conține datele necesare constituirii *semnificației* textului, partea „văzută", lizibilul, literalul) și
– altul implicit (alcătuit din reconstituirile întreprinse pe baza textului-sursă; conține datele necesare pentru refacerea *sensului* textului, inferențele care îl repun pe acesta în echivalențele primare).

În cazul unora dintre bancuri, textul scris este completat/ susținut de imagine, pentru ca mesajul intenționat să fie cât mai pertinent.

Din cele relatate, rezultă că bancul este un *act de vorbire neserios*, care absolvă vorbitorul de orice angajament. Judecata lectorului este condiționată de un „contract" cu emițătorul, în care este reglementat modul cum trebuie percepută realitatea produsă de text. În baza acestui contract, interpretul aderă (sau, mai rar, nu) la cele afirmate în banc și „mimează" judecarea conformității lumii textuale cu ceea ce reprezintă lumea reală.

Bibliografie

Arieșan 1999: Claudiu T. Arieșan, *Hermeneutica umorului simpatetic. Repere pentru o comicologie românească*, Timișoara, Editura Amarcord.

Arieșan 2003: Claudiu T. Arieșan, *Între surâs și rugăciune. Modele culturale din comicologia clasică și patristică*, Timișoara, Editura Universității de Vest.

Arieșan 2010: Claudiu T. Arieșan, *Geneza comicului în cultura română*, Timișoara, Editura Excelsior-Art.

Attardo 1994: Salvatore Attardo, *Linguistic Theories of Humor*, Berlin, Walter de Gruyter.

Attardo 2014: Salvatore Attardo (ed.), *Encyclopedia of Humor Studies*, Sage.

Attardo 2017: Salvatore Attardo (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor*, Routledge.

[7] Caracterul neserios al bancului rezultă și din definiția dată de DEXonline: „glumă ieftină, anecdotă, minciună" (https://dexonline.ro/definitie/banc).

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

Baconsky 1996: Teodor Baconsky, *Râsul patriarhilor. O antropologie a deriziunii în patristica răsăriteană*, București, Editura Anastasia.
Bergson 1992: Henri Bergson, *Teoria râsului* [Le rire], Iași, Institutul European.
Chiaro 1992: Delia Chiaro, *The Language of Jokes: Analysing Verbal Play*, Routledge.
Cisneros, Alexanian, Begay, Goldberg 1980: Ruth E. Cisneros, Joey Alexanian, Jalon Begay, Megan Goldberg, *The Language of Humor: Navajo*, în *Santa Barbara Papers in Linguistics vol. 18, Proceedings from the Ninth Workshop on American Indigenous Languages*, https://www.linguistics.ucsb.edu/sites/secure.lsit.ucsb.edu.ling.d7/files/sitefiles/research/papers/18/Cisneros.et_.al_vol18.pdf.
Chovanec, Ermida 2012: Jan Chovanec, Esabel Ermida, *Language and Humour in the Media*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing.
Cristini, Camporese, Forabosco 2017: Carlo Cristini, Valeria Camporese, Giovannantonio Forabosco, *Humour in a Psychoanalytical Perspective*, în „International Studies in Humour", 6 (1), p. 4–15.
Dynel, Poppi 2019: Marta Dynel, Fabio I. M. Poppi, *Risum teneatis, amici?: The socio-pragmatics of RoastMe humour*, în „Journal of Pragmatics", 139, p. 1–21, https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.10.010.
Felecan 2011: Daiana Felecan, *Aspecte ale polifoniei lingvistice. Teorie și construcție*, Ediția a II-a, revizuită, Cluj-Napoca, Editura Mega.
Felecan 2020: Daiana Felecan, *Numire și multiculturalism în bancuri: cum îi percep românii pe ceilalți?*, în O. Felecan, A. Bugheșiu (eds.), *Proceedings of the Fifth International Conference on Onomastics „Name and naming". Multiculturalism in Onomastics*, Cluj-Napoca, Editura Mega, Editura Argonaut.
Freud 2002: Sigmund Freud, *Comicul și umorul. Opere*, vol. 8, București, Editura Trei.
„Humor – International Journal of Humor Research", http://humorstudies.org/JournalCenter.htm.
https://dexonline.ro (accesat în mai 2020).
https://www.dw.com/ro/coronavirus-râsul-este-permis/a-52896313 (accesat în mai 2020).
„International Studies in Humour", http://www.doc.gold.ac.uk/ephraim/Humor-E-Journals/IntStudiesHumour/Global/links-webpage.htm
Martin 2007: Rod A. Martin, *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*, Elsevier.
McGhee, Goldstein 1983: Paul E. McGhee, Jeffrey H. Goldstein (eds.), *Handbook of Humor Research*, Springer.
Nash 1985: Walter Nash, *The Language of Humour*, Routledge.
Nilsen, Nilsen 2018: Don Nilsen, Alleen Pace Nilsen, *The Language of Humor. An Introduction*, Cambridge University Press.
Polimeni 2006: Joseph Polimeni, Jeffrey P. Reiss, *The First Joke: Exploring the Evolutionary Origins of Humor*, în „Evolutionary Psychology", 4, p. 347–366.
Raskin 1985: Victor Raskin, *Semantic Mechanisms of Humor*, Springer.
Ross 1998: Alison Ross, *The Language of Humour*, Routledge.
„Studies in American Humor", https://www.jstor.org/stable/10.5325/studamerhumor.6.1.0236?seq=1
„The European Journal of Humour Research", https://www.europeanjournalofhumour.org/index.php/ejhr
Zafiu 2007: Rodica Zafiu, *Evaluarea umorului verbal*, în Gabriela Pană-Dindelegan (coord.), *Limba română. Stadiul actual al cercetării*, București, Editura Universității din București, p. 497–505.

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)

Implicit Content in Jokes Generated by the Covid-19 Pandemic: Theoretical Landmarks (I)

No other phenomenon has affected the natural course of life of the entire planet since World War II until the outbreak of the Covid-19 pandemic. In addition to implementing the rules generated by the state of emergency or by the state of alert, the citizens are seeking parallel solutions, that function as a refuge, where they can withdraw from fear. Being out of control, this feeling can irreparably paralyse rational thinking. Natively endowed with a very well-developed sense of humour, our compatriots found an opportunity to turn it to account by using their ingenuity. They created a rich inventory of comic texts, which would sweeten the fear of the unfriendly profile of this coronavirus. In this paper we refer to a special type of urban folk literature, generated, as previously stated, by physical isolation at home, but which occurred simultaneously with the exit from latency of a spirit which is thirsty for figment. To be more specific, we analyzed some of the jokes that have circulated on various communication channels (especially electronic ones) and whose invariant theme is the human existence during the epidemic, captured in all its fundamental aspects. A condition for the successful communication of a joke is placing the interlocutors in a familiar context of immediate conceptions, interests and aspirations, which means that both the speaker and the recipient benefit from a common background. On the one hand, we tried to identify the semantic meaning of the texts we took into consideration, and on the other hand, we studied how we are led, "activated" to the pragmatic meaning of the statement through latent, implicit content.

BDD-A31839 © 2020 Institutul de Filologie Română „A. Philippide"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.169 (2026-11-07 03:06:16 UTC)