Umorul, un remediu de îmbunătăţire a comunicării interpersonale şi instituţionale

Conf. univ. dr. LIDIA KULIKOVSKI
Biblioteca Municipală „B. P. Hasdeu"
Chişinău

Abstract

Humour, as a Remedy for Improving the Interpersonal and Institutional Communication

The role of humour in social communication in the librarian field is stated by the author in the following sentence - to communicate with humour, by using humour, in a field where communication is very serious is a great advantage for the institution and for the person that is practicing it. Starting with the theoretical approach of using humour as a remedy for improving the process of communication, the author refers to some examples used in the librarian environment (within the manager-collaborator relation, in the personal and professional relations, and in all the communication activities - debates, dialog, presentations etc). The author identifies several advantages of using humour in communication stressing up the idea that the librarian must develop his humorous skills and the institution must encourage the development and the preservation of these feature by providing models.

Keywords: *humour, interpersonal communication, institutional communication, charisma, libraries.*

„Oamenii trăiesc în comunitate în virtutea lucrurilor pe care le au în comun,
iar comunicarea este modalitatea prin care ei ajung
să deţină în comun aceste lucruri.
Comunicarea e un mod de a exista al comunităţii."
John Dewey

Raportând, aceste spuse ale lui J. Dewey, la comunitatea noastră profesională, mă întreb: cum comunică/există domeniul nostru profesional? Cum împărtăşeşte gândurile, sentimentele, ideile şi experienţele? Pentru că, a comunica înseamnă exact procesul de împărtăşire a ceea ce avem în domeniul nostru. A comunica înseamnă a

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

susţine procesul prin care înţelegem şi transmitem sensurile propriilor noastre valori şi convingeri.

Modul în care ne exprimăm atitudinile faţă de noi înşine şi de meseria pe care o împărtăşim, o profesăm, se realizează prin interacţiunea cu ceilalţi membri ai acestei profesiuni şi ai membrilor societăţii. Noi avem în societate un stereotip - de breaslă tăcută, conservatoare, plicticoasă. Aceste caracteristici determină şi stereotipia că bibliotecarii sunt proşti comunicatori.

Comunicarea eficientă depinde de mulţi factori/abilităţi - abilitatea de a asculta, abilitatea de a exprima constructiv emoţiile, abilitatea (mai rar întâlnită la bibliotecari) de a menţine o varietate largă de opţiuni comunicative, abilitatea (tot cam rar întâlnită la noi, bibliotecarii) de a manevra relaţiile cu cei cu care comunici, abilitatea de a gestiona emoţiile celor cărora te adresezi. Aceste abilităţi formează competenţa socială.

Cum s-o îmbunătăţim? Cum s-o dezvoltăm? O putem îmbunătăţi, dezvolta şi anima cu ajutorul umorului. Umorul are o atracţie universală, indiferent de categoria profesională din care face parte comunicatorul, sau receptorul spre care este adresat mesajul.

Specialiştii în reclamă afirmă că *reclamele premiate la festivalurile internaţionale de publicitate, în proporţie de 80% sunt reclamele cu umor, iar restul sunt cele care beneficiază de bugete de execuţie foarte mari*. De ce? Ei şi răspund: *Pentru că umorul vinde. Umorul atrage atenţia publicului, îl relaxează, îl face să ţină minte reclama şi să-i fie simpatică. În general, toată lumea cedează, până la urmă, la umor. E o reţetă veche de când lumea. Rar o să refuzi o comedie sau un partener de drum cu umor, aşa cum nu poţi spune despre o carte că nu-ţi place, fiindcă autorul are prea mult umor*, susţine Codin Caradimu.

Acest exemplu ar trebui să ne sugereze şi nouă, bibliotecarilor, ceva. Reclama este cel mai dezvoltat, abil şi eficient instrument de comunicare între o instituţie şi utilizatorii produselor sale. Într-o lume a stresului, oamenii pledează pentru modul de comunicare amuzant. Exemplul reclamei umoristice demonstrează că o preferă şi chiar şi plătesc pentru ea.

Umorul este un ingredient important al comunicării sociale. Nu credem că în tagma noastră, a bibliotecarilor, putem găsi vreo situaţie de comunicare interpersonală sau instituţională în care să nu întâlnim situaţii vesele, amuzante. Glumele, replicile amuzante, anecdotele, epigramele sunt prezente în interacţiunile sociale susţinute de specia umană şi au impact mare asupra calităţii interacţiunilor umane.

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

În relaţiile de comunicare pot apărea, însă, în anumite momente, diverse blocaje (cauza: percepţii, gânduri, identităţi, convingeri, valori, ruşine). Ele influenţează negativ mesajele pe care le primim sau le transmitem. O comunicare, un dialog cu şeful, sau susţinerea unei prezentări, comunicări poate fi o experienţă dificilă, atât în faţa câtorva oameni, cât şi în faţa unei săli arhipline. Cum putem depăşi sincopele în relaţiile interpersonale? Unii specialişti afirmă că umorul ar putea fi, iar după noi chiar este, de o utilitate importantă în diminuarea ruşinii. Ruşinea este emoţie neproductivă, care are influenţe paralizante asupra individului. Utilizarea umorului în comunicarea cu ruşinoşii asigură un cadru confortabil şi eliberant pentru ei. Una dintre teoriile umorului este şi teoria - *eliberarea prin umor*, care se referă la energia eliberată prin utilizarea umorului, şi la actul de a renunţa la bariere şi de a râde, care are un efect de eliberare asupra omului. În consecinţă, râsul ajută la eliberarea emoţiilor acumulate şi la descărcarea tensiunii, depăşirea stării emoţionale de ruşine, de neîncredere în sine, de frica de reacţia celorlalţi.

La fel de eliberant este rolul umorului în managementul delegativ (activitatea de tutoriat sau mentoring) - aria unde poate fi cu succes utilizat umorul - pentru că relaţia de mentoring se bazează pe o comunicare eficientă între tutore sau mentor şi angajat. În această activitate umorul nu trebuie să fie ironic, nici sarcastic şi nici batjocoritor. O doză temperată de umor la momentul potrivit, în contextul solicitant, îi poate oferi angajatului o distanţare în raport cu situaţia ce-l preocupă, sau în raport cu soluţia pe care o propune. Umorul salvator, şi totodată, productiv nu poate fi planificat de către mentor. El apare în comunicarea cu angajatul, în condiţii şi contexte propice, spontan, simplu şi are rolul de a destinde atmosfera. Umorul poate fi folosit pentru a orienta angajatul spre o nouă perspectivă asupra procesului de muncă sau asupra conţinutului pe care-l dezvoltă, percepându-le altfel şi conştientizând că nu este singularizat în dificultatea pe care o are.

Umorul spontan - este marele umor, susţine Val Panaitescu. Umorul mic sunt glumele, bancurile, anecdotele, comicsurile, epigramele, fabulele, caricaturile - instrumente foarte utile în susţinerea unei comunicări eficiente. Oamenii utilizează umorul mic şi umorul mare în practica de toate zilele - în relaţiile manager-colaborator, în relaţiile profesionale şi personale, respectiv în toate activităţile de comunicare - dezbatere, dialog, prezentare.

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

Criteriile care stau la baza evaluării unei dezbateri, a unui discurs sunt: *argumentarea*, *organizarea*, *stilul* (maniera de prezentare). Alături de aceste criterii, importanţă au şi elementele care sporesc persuasiunea discursului. Umorul este unul dintre elementele care influenţează şi sporeşte valoarea unui discurs. Chiar dacă utilizarea umorului, ironiei pentru a exemplifica şi evidenţia greşelile denotă un nivel superior de analiză şi argumentare, umorul nu trebuie să ţină locul argumentării. Conform ***The Internet Encyclopedia of Philosophy***, umorul are patru funcţii: (1) *pune în contrast* două idei neconcordante; (2) *implică superioritate* faţă de unul din partenerii de dialog; (3) *destinde atmosfera* în rândul celor din public; (4) *modelează mediul* (stabileşte legătura de încredere cu publicul). Toate aceste funcţii sunt utilizate în dezbateri, discursuri, dialog - mai puţin se recomandă utilizarea umorului ca superioritate faţă de parteneri.

Alături de aceste patru funcţii, utilizate şi în procesul instruirii, în prezentări se mai utilizează şi alte elemente de fineţe care sporesc comunicarea cu cursanţii: (1) limbajul nonverbal (mimica, privirea, gesturile) şi paraverbal (tonalitatea, ritmul vocii); (2) observarea semnalelor nonverbale ale grupului pentru a detecta acordul sau dezacordul în cadrul audientei; (3) utilizarea într-o manieră pozitivă a glumelor, bancurilor, sau a istorioarelor hazlii; (4) încheierea prezentării prin trucuri elegante şi originale, umoristice.

Utilizarea umorului ca instrument al succesului este o abilitate-cheie pentru formatori şi aduce multiple beneficii:

- maximizează efectul prezentării;
- adaptează mai repede formatorul la audienţă;
- îmbunătăţeşte atitudinea audientei faţă de mesajele pe care le transmite formatorul;
- motivează şi inspiră audienţa;
- diversifică şi animă metodele folosite;
- amplifică aspectul ludic al prezentării.

Umorul este important şi prin alte aspecte: în primul rând, efectul lui - umorul îl face pe recepţioner să accepte mult mai uşor mesajul; în al doilea rând, umorul face mesajul mai memorabil.

Comunicarea înseamnă mai mult decât ceea ce spunem. Înseamnă şi cum spunem acel lucru. Comunicarea constă în a vorbi şi a asculta, dar şi în acţiunea de a destăinui reciproc gânduri şi sentimente interioare (aşa-

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

numitul „feedback"). Un comunicator bun, excelează în toate domeniile de activitate profesională - relaţii cu publicul, serviciul de referinţe, informaţii la telefon, serviciul personal, relaţii cu presa.

Comunicarea înseamnă a transmite eficient şi conştient un mesaj. Însă comunicatorul mesajului nu are un control asupra modului în care receptorul mesajului va înţelege ce i se transmite. Doar când receptorul înţelege mesajul primit putem vorbi de o comunicare eficientă.

O exemplificare: Ion şi Gheorghe ies de la biserică. Ion se întreabă dacă poate să fumeze în timp ce se roagă. Gheorghe răspunde: „De ce nu întrebi preotul?" Şi Ion se duce şi-l întreabă: „Sfinţia ta, pot să fumez când mă rog?" Preotul spune: „Nu, fiule nu se poate. E o lipsă de respect pentru religia noastră." Ion se întoarce la prietenul lui şi-i spune ce i-a răspuns preotul. Gheorghe spune: „Nu mă miră. Ai pus întrebarea greşit. Ia să încerc şi eu." Şi Gheorghe se duce la preot şi îl întreabă: „Sfinţia ta, pot să mă rog în timp ce fumez?" La care preotul răspunde: „Bineînţeles, fiule. Bineînţeles."

Alt exemplu de cum răspunsul pe care-l primeşti depinde de întrebarea pe care o pui, sau ce mesaj pui în întrebarea adresată. La Biblioteca Municipală se lucrează la elaborarea unui proiect: zarvă mare, gălăgie, agitaţie. Elena are nevoie de câteva zile de concediu. Concediu? Acum? Nici în ruptul capului - răspunde şeful. Eşti într-un proiect! Tatiana, însă, merge la şef, comunică ce rezultate are până acum, ce trebuie să mai facă şi cum se gândeşte să facă şi în încheiere, întreabă şeful: „Pot să lucrez la proiectul ăsta în concediu?" Da, bineînţeles, răspunde şeful, numai vii cu sarcina realizată!

Sau un altul: Un om foarte gras stătea în faţa unei biblioteci pentru copii. O bibliotecară îl observă că stă cam mult, se gândeşte că-şi aşteaptă copilul, se apropie de el şi-l întreabă:

- Nu va supăraţi, aşteptaţi un copil?

Replica bărbatului gras:

- Nu... aşa sunt eu, mai gras!

Umorul, în comunicare, are proprietatea, alături de sporirea atenţiei, asigurarea memorabilităţii conţinutului, de a mai declanşa emoţii pozitive, favorabile comunicatorului, procesului de comunicare în general.

Comunicarea trebuie întotdeauna să ţină cont de receptor. Comunicarea umoristică, însă, alături de faptul că trebuie să fie un proces normal şi natural, ca orice proces de comunicare, trebuie să depindă de interlocutor, aşa cum cer legile comunicării, să depindă şi de moment. Un

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

banc, o poantă, spuse nelalocul lor, face mai mult rău comunicării decât bine - umorul nu poate fi forţat. Dacă conţinutul şi audienţa sau persoana/receptor nu se potrivesc cu umorul, mai bine nu încercăm.

A comunica cu umor, prin umor, într-o branşă în care se comunică doar foarte serios este un avantaj al instituţiei, al personalităţii care o practică. Este, însă, şi foarte dificil să găseşti poanta necesară, adecvată contextului, pe gustul grupului, individului, totdeauna proaspătă şi originală. Umorul este un gen dificil, care ridică aşteptări destul de mari din partea audienţei. Oameni din teatru recunosc că „*e mai greu să faci comedie decât sa faci dramă.*" Răzvan Capanescu, arătând că, spre deosebire de dramă - în care este vorba de trăiri intense şi care se face cu alte mijloace - „*umorul de calitate, care este memorabil şi atinge acele resorturi emoţionale pe care vrei să le atingi, este mai greu de făcut, pentru că merge pe acea linie fină pe care există întotdeauna riscul să cazi, cu mare uşurinţă, în vulgar, în burlesc etc.*"

Lumea crede că la bibliotecă se lucrează după reguli, politici reglementatoare şi nu ai cum să fii original. Oricum, când trebuie să vorbeşti unui grup, exploatezi specificul grupului, vezi cum abordează situaţia, cum se comportă la o glumă, un banc, astfel îţi poţi da seama cum poţi aborda umorul în relaţia cu ei. Dificultatea de a aplica umorul reuşit este că trebuie să-l faci pe placul publicului căruia i te adresezi, iar pentru aceasta trebuie să-ţi cunoşti foarte bine segmentul de audienţă. Umorul poate fi utilizat cu succes doar dacă îi creezi un stil personal. În domeniul nostru profesional toţi recunosc stilul umoristic al directorului Bibliotecii Naţionale, Alexe Rău - fin, uşor sarcastic, filosofic, gândit; şi al directorului Bibliotecii Municipale „B. P. Hasdeu" - spontan, vesel, ironic, de situaţie, uneori destul de sarcastic. Doi oameni - două stiluri.

Umorul, oriunde l-ai utiliza, pe scena teatrului sau pe scena vieţii, cere un singur lucru - să fie de calitate. Calitatea e măsura în care e receptat, apreciat de receptori. Dacă înţelege, prinde poanta şi râde la glumă, ai siguranţa că e de calitate. Important e să construieşti, pe întregul parcurs al comunicării, puncte de atracţie memorabile. Specialiştii spun că cel mai greu este să-i abordezi şi să-i faci să râdă pe categoriile de oameni cu venituri scăzute. Dacă raportăm profesiunea noastră la venituri, atunci trebuie s-o înscriem în această categorie. Nu e uşor, spun aceeaşi specialişti, pentru că ei nu prea au motive de râs şi sunt şi greu de convins. Sunt de acord că au prea puţine motive de râs, dar nu sunt de acord că bibliotecarii nu râd.

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

Umoristul rus Mihail Zadornov vine cu un argument forte. El a tras o concluzie din multele observaţii pe care le analiza după fiecare seară de umor. Zadornov spune următoarele: „*Cel mai bine râd locuitorii oraşului Novosibirsk. Pe locul doi se situează cei de la Sankt Petersburg. Cei care nu ştiu a râde sunt moscoviţii*." El lămureşte rezultatele obţinute în felul următor: oraşul Novosibirsk este creierul academic al Rusiei - adică oameni cu un potenţial cognitiv sporit; în oraşul Sankt Petersburg, oamenii citesc foarte mult - au un potenţial perceptiv, emoţional şi cognitiv foarte înalt; aceste caracteristici sunt obligatorii pentru a recunoaşte umorul, a practica umorul şi a râde de situaţiile umoristice. Iar la Moscova, oamenii nu citesc, deci nu ştiu a râde...

Aşa că noi, bibliotecarii, care citim mult, ne putem clasa în categoria oamenilor care râd, care pot utiliza umorul în activitatea lor şi în orice proces de comunicare. Studiile au demonstrat că oamenii care au un simţ al umorului dezvoltat sunt mai fericiţi, mai optimişti, au încredere în forţele proprii, gestionează mai bine problemele cu care se confruntă. Pe deasupra, oamenii cu simţul umorului, prezintă un risc scăzut de a suferi de stres sau depresie. Poate aceasta ne şi ţine, pe noi, bibliotecarii, pe linia de plutire?

Nu este niciodată prea târziu pentru bibliotecar, ca pentru orice om, să înceapă să-şi dezvolte simţul umorului. Este important ca instituţia să-i încurajeze, să le cultive această calitate. Simţul umorului este o calitate care se învaţă. iar instituţia îi poate ajuta pe angajaţi să se deprindă să adopte o atitudine relaxată, optimistă vizavi de viaţă, de profesie şi de situaţiile de zi cu zi. Cum? Managerul poate fi un prim model pentru ei:

- făcând glume, amuzându-se împreună, relatându-le povestiri amuzante din experienţa proprie, făcând haz de micile incidente şi greşeli ale angajaţilor;
- încurajând orice încercare a angajaţilor de a fi amuzanţi şi lăudându-i ori de câte ori reuşesc;
- utilizând umorul în activitatea de zi cu zi şi învăţându-i să folosească umorul şi în relaţiile cu ceilalţi, în afara instituţiei, să împărtăşească cu colegii şi cu prietenii lucrurile sau situaţiile care i se par amuzante.
- creând un mediu care să le faciliteze contactul cu umorul - la bibliotecă este foarte uşor - avem în colecţii cărţi şi reviste umoristice, CD-uri cu filme de comedie etc.; recomandaţi-le.

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

Dar, bineînţeles, trebuie să ai acest simţ al umorului. Chiar dacă nu toţi angajaţii îşi vor dezvolta simţul umorului, la nivel de utilizare în procesele de muncă, de comunicare, cel puţin vor fi mai abordabili, mai abili, mai optimişti, mai veseli, vor reacţiona pozitiv la orice tentaţie umoristică.

Se cunoaşte că însuşirile, caracteristicile native ale persoanei, reprezintă un prim determinant al comunicării interpersonale şi instituţionale. Prima este *inteligenţa.* Inteligenţa nativă se reflectă în capacitatea de a formula obiective eficace şi atractive pentru ceilalţi, în capacitatea de a atrage şi a convinge pe ceilalţi să se implice în derularea proceselor de muncă necesare. Mai recent, s-a demonstrat, prin numeroase studii, că succesul social, adică şi cel de a comunica eficient, nu este a celor cu cel mai înalt coeficient de inteligenţă, dar al celor care au un coeficient de inteligenţă emoţională ridicat. Inteligenţa emoţională se reflectă în conştientizarea propriilor emoţii şi în capacitatea de a le stăpâni, în motivaţia interioară de a evolua (dublată de iniţiativă şi optimism), capacitatea de a înţelege emoţiile şi sentimentele altora, în capacitatea de a stabili relaţii pozitive, de a coopera şi colabora cu ceilalţi, de a rezolva conflicte, de a capta atenţia. Acestea sunt şi caracteristicile unei persoane cu simţul umorului.

Esenţială este considerată şi o altă calitate - *charisma* - mai puţin abordată în managementul comunicării. Prin charismă se înţelege *abilitatea unei persoane de a inspira sau a amplifica implicarea altor persoane în derularea anumitor acţiuni.* Umorul este una din componentele esenţiale ale charismei.

Umorul este „*o foarte consistentă sursă de toleranţă, insuficient însă luată în seamă*" susţine, într-unul dintre eseurile recent publicate în ***Despre bucurie în Est şi în Vest***, Andrei Pleşu.

Într-un interviu realizat de Marius Chivu, la întrebarea *Este umorul un dat natural sau poate fi educat?,* A. Pleşu răspunde: „*Mă tem că, într-o foarte mare parte, umorul ţine de natură, de firea omului. Unii, pur şi simplu, nu au umor. În măsura în care se poate spune despre mine că am umor, cred că acesta este o trăsătură a naturii mele. Dar exercitarea umorului este, în cazul meu cel puţin, o strictă formă de politeţe. Îmi place să bine-dispun oamenii şi mi se pare* ***esenţială pentru dialog şi bună-convieţuire*** (sublinierea noastră) *o anumită formă de bună dispoziţie. Într-o atmosferă de bună dispoziţie - nu de veselie isterică sau de chicoteală infantilă - omul este şi tolerant, şi creativ. De aceea cred că* ***umorul este una din cele mai preţioase***

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Judeţeană Mureş
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

stări lăuntrice pe care poţi să le ai (sublinierea noastră). *Din păcate nu reuşesc asta tocmai cu cei apropiaţi. Când ies în lume tind să devin morocănos. Fie din epuizare, fie dintr-o insuficienţă interioară... Regret asta. E una din înfrângerile vieţii mele private.*"

Parafrazându-l pe Andrei Pleşu, cu referire la acelaşi interviu, sunt sigură că, dacă umorul ar deveni o virtute obligatorie pentru a deţine o funcţie în bibliotecă (el se referea la politicieni), lucrurile ar merge mult mai bine în domeniul biblioteconomic, pentru că *„umorul este acel combustibil util care te motivează, îţi reduce din nesiguranţă, din incertitudini, din dubiul de sine pe care orice om normal îl are."*

Deci, noi, bibliotecarii, trebuie să utilizăm umorul şi, în virtutea statutului nostru profesional - bibliotecarilor li se cere competenţă socială ridicată, iar umorul este o componentă a acestei competenţe. Această capacitate contribuie la sporirea popularităţii, la spiritul de conducere şi la eficienţă în relaţiile interpersonale. Cei care excelează în aceste abilităţi se descurcă bine în tot ceea ce înseamnă interacţiunea pozitivă cu ceilalţi, aceştia sunt adevărate vedete pe plan social şi profesional.

Aşa cum umoristul Mihail Zadornov afirmă că oamenii care citesc mult au simţul umorului şi, convinşi fiind că anume cartea este principalul mesager al ideilor - consultaţi, sau chiar citiţi următoarele cărţi care m-au inspirat în abordarea acestui subiect:

Bibliografie

- Daniel Goleman, ***Inteligenţă emoţională***, Bucureşti, Editura „Curtea veche," 2007.
- Maria Constantin, ***De ce trebuie luat în serios umorul în publicitate***, www.bizwords.ro/ştiri/advertising/1636.
- Lidia Kulikovski, ***Biblioteca şi epigrama. Amuzament cu abonament. Epigrame***. Selecţie de Ion Diviza şi A. H. Frişcu, ediţie îngrijită de Lidia Kulikovski, Chişinău, Editura Epigraf, 2007.
- Lidia Kulikovski, ***Caricatura ca test instituţional şi individual***, în ***Bibliomania***. Caricatură de Alex Dimitrov; ediţie îngrijită de Lidia Kulikovski, Chişinău, Editura Epigraf, 2007.
- Harald Hoffding, ***Humorul ca sentiment vital***, Iaşi, Editura Institutului European, 2007.
- Tom Hodgkinson, ***Ghidul leneşului: mic tratat pentru leneşii rafinaţi***, Bucureşti, Editura Nemira, 2006.

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)

- ***Manual de umor alternativ***, Bucureşti, Editura Nemira, 1999.
- Val Panaitescu, ***Humorul. Sinteză istorico-teoretică*** (2 volume), Iaşi, Editura Polirom, 2004.
- Soren Kierkegaard, ***Opere. Din hârtiile unuia încă viu. Despre conceptul de ironie, cu permanentă referire la Socrate***, Bucureşti, Editura Humanitas, 2006.
- Andrei Pleşu, ***Umorul este, în cazul meu, o strictă formă de politeţe***. Interviu realizat de Marius Chivu, în ***Dilemateca***, nr. 8, ianuarie 2007.
- ***The Internet Encyclopedia of Philosophy***, www.lep.utm.edu/h/H2
- ***Different Types of Verbal & Written Humour***, http://library.thinkquest.org/J002226F/types_of_humor.htm

BDD-A19383 © 2008 Biblioteca Județeană Mureș
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:01:17 UTC)