

Frazeologismele românești ca instrumente discursive de includere și excludere în construcția alterității

Monica Geanina COCA

Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava, România

monica.coca@usm.ro

Abstract: This article examines the cognitive and emotional impact of idioms on the perception of otherness (ethnic, religious, gender-based, social) in the context of increasing cultural diversity and migration. The analysis of cognitive and affective responses to idiomatic expressions reflecting various forms of otherness was grounded in both quantitative and qualitative methodologies and was based on data collected from a heterogeneous group of respondents, Romanian and international students with diverse cultural and linguistic backgrounds. The results reveal that idiomatic expressions may function, depending on context and communicative intent, either as mechanism of identity reinforcement or as indicators of social exclusion. Stigmatizing idioms associated with ethnic and religious differences elicited predominantly negative reactions, while those embedded in traditional value systems or used with stylistic intent were met with greater acceptance. The study highlights the potential of idioms to either perpetuate stereotypes or promote intercultural understanding, underscoring its role in shaping inclusive and tolerant attitudes among youth.

Keywords: *idioms, otherness, cultural identity, perception, cognitive and emotional evaluation.*

1. Implicațiile profunde ale modului în care frazeologismele influențează percepțiile legate de alteritate sunt justificate astăzi mai mult ca oricând, în contextul unei diversități culturale și lingvistice ce caracterizează peisajul social actual la nivel global. Migrarea populațiilor în țări cu specific cultural diferit a avut ca rezultat apariția unor fenomene complexe de segregare socială, insuficient investigate în plan local, inclusiv în analizele asupra limbajului.

1.1. Stadiul actual al cercetărilor

O privire retrospectivă asupra studiilor care au luat în considerare componenta alterității evidențiază că aceste preocupări au fost semnalate pentru prima dată în cadrul demersului de definire și clasificare a frazeologismelor în raport cu alte unități lexicale. Raportarea la aspecte ce țin de alteritate, întâlnite în demersul de descriere și caracterizare mai ales a expresiilor idiomatice din România a avut în vedere raportul dintre funcția de comunicare și cea expresivă (Dumistrăcel 1980). Capacitatea acestor structuri cu „funcție obiectivă de comunicare” de a trimite la aspecte diverse din viața

colectivității a avut ca rezultat numeroase analize asupra modului în care acestea exprimă mentalități, stereotipuri sociale și de gen (Zaharia 2005).

În ceea ce privește stadiul cercetărilor la nivel internațional, preocupările specialiștilor s-au orientat către identificarea unor domenii emergente de cercetare în domeniul frazeologiei, subliniind că aceste construcții fixe nu pot fi evaluate exclusiv din perspectivă formală, ci pot fi studiate din prisma corectitudinii politice, a alterității și a capacității de a influența comportamente sociale (Godard 2006; Beeby 2010). Un exemplu elocvent îl constituie proiectul multidisciplinar și multilingv ALIENTO (*Analyse Linguistique, Interculturelle, des ENoncés sapientiels et Transmission Orient/occident – occident/orient* – <https://www.aliento.eu/en/news/>), care, prin cercetările dedicate frazeologiei din lumea arabă, ebraică, latină (constituirea unei baze de date, cărți, studii de specialitate) a atras atenția, printre altele, și asupra importanței înțelegerii alterității și a rolului pe care înțelegerea interculturalității îl are în modelarea unei conștiințe incluzive.

Alte studii internaționale axate pe investigarea alterității exprimate la nivelul limbajului, care iau în considerare atât componenta frazeologică, cât și rolul factorilor culturali, sociali și educaționali fac referire la o serie de aspecte relevante. Un prim demers vizează *importanța factorului cultural în configurarea semnificațiilor cuvintelor și ale expresiilor*, aspect evidențiat prin studii empirice comparative pe mai multe limbi (engleză, rusă, franceză, poloneză, malaeza etc.), în volumul lui Cliff Goddard și Anna Wierzbicka (2014), *Words and Meanings: Lexical Semantics Across Domains, Languages and Culture*. De asemenea, alte cercetări în domeniu subliniază *capacitatea frazeologismelor de a exprima diferite particularități ale codurilor culturale*, așa cum reiese din articolul *Cultural characteristics of idiomatic expressions and their approaches of translation*, Journal of Literature and Art Studies, 3(2), 295-300 (Ping 2018). Literatura de specialitate de factură sociolingvistică supune și ea analizei *relația dintre limbaj și etnicitate* (Fought 2006), *Language and ethnicity, Phraseology as a reflection of a national and cultural features of the country of studied* (Czu 2024), precum și modul în care frazeologia reflectă *discriminarea de gen*: Sender Dovchin, *Translingual Discrimination* (Dovchin 2022); *A meeting of the minds: Broadening Horizons in the study of linguistic discrimination and social justice through sociolinguistic and psycholinguistic approaches* (Weisler 2022).

1.2. Obiectivul cercetării

Pornind de la premisele teoretice referitoare la relația dintre limbaj și cultură, studiul de față își propune să ofere un cadru de înțelegere a modului cum, prin sondarea acestei relații, tinerii pot ajunge la o mai bună înțelegere a alterității.

Selecția acestei categorii de vârstă se justifică prin faptul că această etapă importantă de formare a identității personale și culturale se caracterizează prin deschidere către schimbare și capacitate de a fi mai ușor de influențat față de alte generații. În plus, focalizarea asupra acestui segment de public a avut vedere implicațiile pe care le poate avea o astfel de cercetare în plan educațional. Astfel, evaluarea cognitivă și emoțională a frazeologismelor

care conțin elemente discriminatorii poate conduce la o mai bună conștientizare a efectelor utilizării acestor fapte de limbă în vorbirea curentă.

1.3. Metodologia cercetării

Metodologia cercetării a integrat atât tehnicile anchetei sociolingvistice, cât și analiza de conținut, îmbinând metode calitative și cantitative. Obiectivul central l-a constituit analiza reacțiilor cognitive și emoționale ale tinerilor la diferite expresii din registrul alterității (etnică, religioasă, de gen, socială). Eșantionul a fost format din 32 de respondenți, studenți români și străini (19 români și 13 străini), având vârste între 17 și 28 de ani, cu experiențe lingvistice și culturale diferite, originari din România, Ucraina, Grecia, Republica Moldova, care au prezentat niveluri de competență lingvistică diferite: începător, mediu, avansat. Aplicarea chestionarului s-a realizat cu respectarea principiilor care țin de etica cercetării, respectiv participare voluntară, anonimă, asigurarea confidențialității datelor.

Instrumentul de cercetare a constat într-un chestionar, aplicat față în față, care a fost structurat în trei secțiuni. Prima secțiune a vizat înregistrarea datelor demografice: vârstă, gen, naționalitate, limba maternă, nivelul de cunoaștere a limbii române, experiența anterioară în ceea ce privește analiza expresiilor.

Cea de-a doua secțiune s-a constituit într-o evaluare cognitivă, ce a urmărit, prin aplicarea analizei tematice, după modelul propus de Braun & Clarke (2006), capacitatea respondenților de a înțelege sensurile frazeologismelor referitoare la alteritate. Itemii au fost formulați sub forma unor întrebări deschise, care să acopere câmpul referențial al alterității și a inclus mai multe expresii: *Nu-i de pe la noi.*; *a se trage dintr-o familie bună*; *Bărbatul e stâlpul casei.*; *A nu se amesteca cu păgânii.*; *A fi cât casa.*; *A fi țigan.*

Ultima secțiune a chestionarului a fost destinată înregistrării reacțiilor emoționale generate de frazeologismele analizate, pe baza unei evaluări dimensionate pe cinci direcții, conform unei scale Likert: 1. Valoarea (pozitivă sau negativă, evaluată pe o scală bipolară de la -3 (foarte negativă) → + 3 (foarte pozitiv); 2. Intensitatea emoției, măsurată pe o scală de la 1 (deloc intensă) → 5 (foarte intensă); 3. Emoția resimțită, cu posibilitatea de alegere între mai multe variante prestabilite; 4. Grad de acceptabilitate, evaluat pe o scală de la 1 (inacceptabilă) → 5 (acceptabilă); 5. Gradul de familiaritate cu expresia, măsurat de la 1 (necunoscută) → 5 (foarte cunoscută). Pentru prelucrarea și interpretarea cantitativă a datelor au fost folosite metode statistice: test t, pentru compararea datelor furnizate de cele două grupuri (studenți români și studenți străini); analiza variației (ANOVA), pentru identificarea diferențelor între medii; coeficientul de corelație Pearson, pentru stabilirea relației dintre două variabile continue.

1.3.1. Evaluarea cognitivă

Dimensiunea referențială a frazeologismelor, analizată la nivel tematic, a evidențiat un tratament cognitiv al expresiilor centrat pe semnificații ce reflectă percepții nuanțate asupra alterității. Răspunsurile participanților au relevat interpretări care variază între marcarea excluderii sociale și desemnarea unei identități colective, în care expresiile sunt utilizate fie ca instrumente pentru exprimarea apropierii, fie ca indicatori ai delimitării și distanțării simbolice.

Astfel, expresia *nu-i de pe la noi* a fost interpretată în general unitar, cu sensul de persoană care nu aparține comunității de referință, care manifestă un comportament perceput ca diferit sau inadecvat. Formulări recurente precum „nu e de aici, nu e dintre ai noștri”, „nu e din zonă”, „provine din altă zonă”, „nu face parte din comunitatea noastră”, „un om necunoscut care nu locuiește în zonă”, „nu e din satul, orașul din apropiere”, „nu este de prin preajmă” sugerează distanțarea identitară, marcată frecvent prin calificativul *străin*. Din punctul de vedere al semnificației, nu au fost semnalate diferențe semantice semnificative între răspunsurile înregistrate: „este străin, nu e din regiunea natală a mea”, „este un om străin”, „om străin, din altă parte”, „nu este o persoană cunoscută, este străină”, „este străin, de altă naționalitate”, „cineva ciudat, străin”, „o persoană străină sau diferită”. Din perspectiva alterității, răspunsurile probează o percepție construită în jurul opoziției „noi” – „ceilalți”, fără a distinge o limitare fermă între distanțe de ordin spațial, cultural sau etnic.

Frazeologismul *a se trage dintr-o familie bună* a generat, în majoritatea cazurilor, răspunsuri cu conotație pozitivă, iar sferile de semnificare fac referire la calități dobândite prin instrucție sau moștenite în cadrul unei filiații familiale valorizate social. Sferile de semnificare au fost construite prin raportare la alteritate și prin luarea în considerare a unui sistem simbolic de valori (moralitate, educație, statut social), toate validate de comunitate. Respondenții au asociat frazeologismul cu explicații precum: „a face parte dintr-o familie recunoscută într-o societate”, „provine dintr-o familie educată, respectabilă”, „este educat, învățat”, „este dintr-o familie educată și are bani”, „provine dintr-o familie de oameni harnici, cuminți și bogați”, „este educat sau părinții sunt oameni buni”, „a avea maniere frumoase”, „are educație bună, un comportament politicos”, „a avea cei șapte ani de acasă” ș.a.

Următoarea expresie, *Bărbatul e stâlpul casei* a fost interpretată predominant ca o etichetă categorială, în conformitate cu funcțiile atribuite bărbatului în cadrul familiei tradiționale. Spre deosebire de expresiile anterioare, răspunsurile primite au fost semnificativ mai reduse ca structură, dar mai explicite din punct de vedere contextual, conținând formulări marcate semantic pozitiv, fapt care ar putea fi interpretat ca o formă de validare socială a acestor roluri.

Semnificațiile recurente identificate în răspunsuri pot fi grupate în trei direcții: a) *rolul de lider în cadrul familiei*: „bărbatul este capul în casă și familie, este acel care ghidează, a fi sprijinul principal în familie”, „cap al casei”, „persoana care el conduce, sprijină”, „persoană principală în familie”, „el se ocupă de treburile importante ale familiei”, „bărbatul e sprijinul în familie, omul de încredere, muncitor” sau „cel care ține casa”; b) *furnizorul de resurse financiare*: „bărbatul aduce bani acasă și ia decizii importante”; c) *actantul principal, cu rol în luarea deciziilor, autoritatea decizională supremă*: „sprijinul principal al familiei, cel care conduce casa și care își asumă toate greutățile, „tatăl familiei are ultimul cuvânt”, „bărbatul este cel care conduce casa, care o susține și o întreține, „bărbatul conduce familia”. O singură mențiune critică a fost înregistrată, care marchează o poziționare radicală față de normele tradiționale: „aberație misogină, la modul că doar bărbatul poate întreține casa și familia, că el conduce”. Din perspectiva alterității referitoare la gen, răspunsurile reflectă un raport ierarhic inegal, în care bărbatul este așezat

pe o poziție de superioritate, iar femeia, percepută ca „celălalt”, este definită indirect ca fiind lipsită de autoritate și putere de decizie.

Încadrată în categoria alterității religioase, expresia *a nu se amesteca cu păgânii* a generat răspunsuri care reflectă predominant mecanisme simbolice de excludere aplicate unor grupuri etichetate ca lipsite de moralitate sau care au o altă orientare religioasă decât cea dominantă. Cele mai frecvente interpretări fac referire la aspecte legate de moralitate (11 răspunsuri), delimitarea față de „ceilalți” fiind exprimată mai ales prin folosirea negației: „a nu se lua după oameni răi, care fac lucruri rele”, „a nu face fapte rele ca ceilalți”, „a nu avea anturaj rău”, „a nu se amesteca cu persoane rele”, „a nu ieși din granițele morale și culturale ale unei societăți”. Un număr egal de răspunsuri (11 răspunsuri) a interpretat expresia în termeni de segregare pe baza unor criterii religioase sau prin opoziție cu „celălalt”, perceput ca „altfel, diferiți, neconform”: „a nu intra în vorbă cu necredincioșii”, „a nu interacționa cu alte naționalități, religii”, „a nu te asocia cu cei considerați diferiți sau necredincioși”, „a evita influența oamenilor răi”, „a-și alege cu grijă anturajul”, „a nu ieși în evidență”, „a nu se amesteca cu oamenii răi”. În sfârșit, există și o interpretare în care accentul cade pe efectul obținut prin izolarea față de sursa dezechilibrului: „să fie un om calm, cu capul pe umeri”. Din același registru care leagă alteritatea de sentimentul religios, un răspuns izolat asociază distanțarea de „ceilalți” cu protejarea valorilor religioase: „a-și păstra religia și a se supune ei”.

În ceea ce privește frazeologismul *a fi cât casa*, acesta nu a activat conotații negative legate de alteritate. Semnificațiile menționate de respondenți s-au încadrat în sfera structurilor prin care se marchează stilistic superlativul absolut și au reflectat un grad ridicat de familiaritate, mai ales în cazul eșantionului de vorbitori români. Interpretările s-au fundamentat pe trei paliere de sens: a) *proporția fizică (înălțime, volum)*: „a fi mare și înalt, tare”, „a fi mare, înalt și puternic”, „a fi înalt și dezvoltat”, „foarte înalt”, „foarte mare”; b) *greutate*: „a fi gras, lat”, „a avea greutatea și masa corporală peste limitele normale”, „a fi o persoană plinuță”, „a avea obezitate”, „gras”; c) *forța fizică*: „a fi puternic”, „a fi puternic, sănătos”, „a fi tare sau dur”.

În sfârșit, expresia *a fi țigan*, frecvent întâlnită în limbajul cotidian și în discursul public, este cea care a generat cele mai multe răspunsuri marcate de o percepție accentuat discriminatorie față de alteritatea etnică. În ceea ce privește etichetarea etnică, aceasta este marcată prin termeni cu încărcătură negativă și cu apariție recurentă în răspunsuri, precum „viclean”, „hoț”, „leneș”, „rău”, „șiret”, „mincinos”, „urât” ș.a. Aceste calificative reflectă o varietate de reprezentări stereotipe, în care alteritatea este definită mai ales prin raportare la încălcarea normelor sociale și la comportamente deviante. Iată câteva dintre răspunsuri înregistrate: „a fi viclean, șiret, leneș”, „a fi un om leneș, care cerșește”, „a umbla cu cerutul, a fi rău”, „a se comporta zgomotos”, „a se comporta necorespunzător”, „a avea un comportament nepotrivit”, „a fi nedrept”, „a face lucrul greșit, eronat”, „a negocia peste limită un lucru”, „a fi șmecher”, „a fi hoț, a înșela”. În contrast cu aceste interpretări au fost înregistrate și două răspunsuri neutre, care fac referire la aspectul fizic sau prin care se semnalează descriptiv apartenența etnică: „membru al etniei rome”: „a fi smolit la piele”.

1.3.2. Evaluarea emoțională

Ca observație generală, reținem faptul că analiza statistică nu a evidențiat diferențe semnificative de scor între cele două grupuri de participanți (români și străini), ceea ce indică o percepție relativ uniformă din punct de vedere afectiv.

Prima dimensiune sondată prin analiză, referitoare la valența pozitivă sau negativă a arătat o prevalență a evaluărilor negative mai ales în cazul frazeologismelor ce desemnează stereotipuri etnice sau religioase. Intră în această categorie expresiile *a fi țigan* și *a nu se amesteca cu păgânii*, plasate frecvent în categoria expresiilor cu conținut discriminatoriu. La polul opus se află expresia *a se trage dintr-o familie bună*, evaluată preponderent pozitiv, alături de frazeologismul *a fi cât casa*, interpretat într-un registru emoțional neutru.

Variabila referitoare la *implicarea afectivă* a generat răspunsuri care indică faptul că reacțiile cele mai puternice le-au generat expresiile marcate etnic sau religios, respectiv *a fi țigan* și *a nu se amesteca cu păgânii*. Deși a înregistrat o intensitate ridicată (~ 3, 5, pe o scală de la 1 → 5), fără conotații negative, expresia *a fi cât casa* reflectă un grad ridicat de activare afectivă în rândul respondenților.

În ceea ce privește *familiaritatea* cu expresiile analizate, răspunsurile cu cele mai ridicate scoruri au fost înregistrate pentru frazeologismele *a se trage dintr-o familie bună* (~4,47) și *a fi cât casa*, mai ales în cazul respondenților români. La polul opus, expresia *a nu se amesteca cu păgânii* a fost percepută ca fiind puțin cunoscută (~2, 1). Se remarcă faptul că expresiile frecvent întâlnite tind să fie percepute neutru sau pozitiv, în timp ce lipsa familiarității are ca efect, mai ales în cazul respondenților străini, incapacitatea de a reacționa emoțional. Un scor ridicat de familiaritate în rândul studenților străini l-a obținut expresia *a fi cât casa...* (~ 3, 53), enunț descriptiv relativ ușor de interpretat, mai ales în absența unor elemente culturale și simbolice specifice.

În cazul celui de-al patrulea item testat, *acceptabilitatea*, datele au evidențiat că o percepție discriminatorie influențează negativ gradul de validare socială a expresiilor. Cea mai acceptată expresie este *a se trage dintr-o familie bună*, cu un scor de ~4, 48, urmată de *Bărbatul e stâlpul casei* și *a nu se amesteca cu păgânii*, ~ 3. Expresia percepută ca fiind cea mai inacceptabilă a fost *a fi țigan*, cu un scor de ~ 2, 58, indicând o percepție stigmatizantă larg răspândită și o conștientizare în rândul vorbitorilor a implicațiilor negative ale utilizării unor astfel de expresii discriminatorii.

În ceea ce privește analiza emoțiilor resimțite, aceasta a indicat o gamă diferită de emoții selectate de respondenți. În cazul expresiilor cu conținut discriminatoriu, emoțiile menționate frecvent au fost: „rușine”, „milă”, „revoltă”. În contrast, din seria emoțiilor pozitive, cele mai des raportate au fost „bucuria” și „satisfacția”.

Concluzii

Frazeologismele, prin conținutul și sensul lor figurativ, au capacitatea de a surprinde mentalități colective și stereotipuri culturale, cu rol în modul de evaluare a imaginii de sine, dar și în modelarea percepției alterității. În calitate de purtătoare de coduri culturale și de instrumente de construire, cristalizare și

legitimare a alterității, frazeologismele activează, în funcție de contextul cultural specific respondentului și de variabilele testate (în cazul nostru intensitate, familiaritate, acceptabilitate), reacții emoționale diverse, prin care se structurează mai multe niveluri de construire a alterității.

În ceea ce privește dinamica internă a reprezentărilor referitoare la alteritate, datele obținute în urma analizei au evidențiat prevalența alterității negative, faptul că expresiile purtătoare de semnificații stigmatizante sunt percepute cu o mai mare intensitate emoțională și cu un grad de acceptabilitate mai redus. Acest fapt a fost confirmat, de altfel, și de „rezultatele cercetărilor contemporane care arată că oamenii își amintesc mai bine informația care este incongruentă decât cea care este congruentă cu stereotipurile și expectanțele lor [...], iar mecanismul ce stă la baza acestui fenomen este cel al *atenției automate* (A. R. Baron ș.a., 1998)” (Iacob 2003: 184). Un aspect convergent este reflectat și de relativa omogenitate a percepției asupra alterității în rândul respondenții români și străini, atât în ceea ce privește intensitatea, cât și acceptabilitatea acesteia, ceea ce poate indica o asimilare comună a unor coduri culturale dominante.

Există totuși și detalii semnificative, mai ales în cazul expresiilor referitoare la alteritatea religioasă și cea etnică (*a se amesteca cu păgânii, a fi țigan*), care sunt percepute ca imposibil de integrat. Lucrurile stau diferit atunci când raportarea se face la valorile tradiționale (*a se trage dintr-o familie bună; Bărbatul e stâlpul casei.*) sau când frazeologismele sunt percepute mai ales prin prisma capacității lingvistice de potențare a intensității (*a fi cât casa, nu-i de pe la noi*), fără a exclude transformarea lor în instrumente de excluziune sau incluziune, în funcție de contextul în care sunt convocate.

BIBLIOGRAFIE

- Beeby 2010: Joan Beeby, *Language, usage and cognition*, Cambridge University Press, disponibil online: https://books.google.fm/books?id=Htwy_iPG114C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false (accesat 28 iunie 2025).
- Braun 2006: V. Braun & V. Clarke, “Using thematic analysis in psychology”, în *Quantitative Research in Psychology*, 3 (2), pp. 77-101, disponibil online: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp0630a> (accesat 28 iunie 2025).
- Czu 2024: Czu Zujkan, *Phraseology as a reflection of a national and cultural features of the country of studied*, disponibil online: <https://dspace.spbu.ru/items/53e3a648-f661-4b93-b8a2-42a834616645> (accesat 28 iunie 2025).
- Dovchin 2022: Sender Dovchin, *Translingual Discrimination*, Curtin University, disponibil online: <https://www.cambridge.org/us/universitypress/subjects/languages-linguistics/applied-linguistics-and-second-language-acquisition/translingual-discrimination?format=PB&isbn=9781009209731> (accesat 28 iunie 2025).
- Dumistrăcel 1980: Stelian Dumistrăcel, *Lexic românesc. Cuvinte, metafore, expresii*, București, Editura Științifică și Enciclopedică.
- Fought 2006: C. Fought, *Language and ethnicity*, Cambridge University Press, disponibil online: https://www.sil.org/system/files/reapdata/14/56/03/145603268862356962767904506087399096018/SILEBR_2009_004.pdf (accesat 28 iunie 2025).
- Godard 2006: Cliff Godard (ed.), *Ethnopragmatics: understanding discourse in cultural context*, Berlin, Mouton de Gruyter.

- Godard & Wierzbicka 2014, 2016: Cliff Goddard & Wierzbicka Anna, *Words and Meanings: Lexical Semantics Across Domains, Languages and Culture*, Oxford University Press.
- Iacob 2003: Luminița Mihaela Iacob, *Etnopsihologie și imagologie. Sinteze și cercetări*, Polirom.
- Ping 2018: Ping Wang, "Cultural characteristics of idiomatic expressions and their approaches of translation", in *Journal of Literature and Art Studies*, 3(2), pp. 295-300.
- Weissler 2022: Elizabeth Weissler, *A meeting of the minds: Broadening Horizons in the study of linguistic discrimination and social justice through sociolinguistic and psycholinguistic approaches*, Cambridge University Press, disponibil online: <https://www.cambridge.org/core/journals/annual-review-of-applied-linguistics/article/abs/meeting-of-the-minds-broadening-horizons-in-the-study-of-linguistic-discrimination-and-social-justice-through-sociolinguistic-and-psycholinguistic-approaches/A79767FF55D5E1FBACFC86D8F479220C> (accesat 28 iunie 2025).
- Zaharia 2005: Casia Zaharia, „Reflectarea alterității în expresii idiomatice. Studiu de caz”, în „Analele Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. Secțiunea IIIe. Lingvistică”, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.