

Universitatea Babeş-Bolyai
Facultatea de Ştiinţe Politice, Administrative şi ale Comunicării
Institutul de Studii Doctorale
Şcoala Doctorală de Ştiinţe Politice şi ale Comunicării
Ştiinţele Comunicării

TEZĂ DE DOCTORAT

REZUMAT

Mituri Arhetipale în Discursul Jurnalistic de Război: Modelul Discursiv-Mitocritic

şi Construcţia Macro Mitologic-Discursivă a Ştirilor Publicate de The New York Times despre Conflicte Armate Internaţionale

[Titlul original: *The Archetypal Myths of War News Discourse: The Discourse-Mythocritical Model and The New York Times' Macro Mythological-Discursive Construction of International Armed Conflicts*]

Coordonator ştiinţific: Prof. univ. dr. Andreea-Alina Mogoş

Doctorand: Teodora-Elena Grapă

Copyright © 2026 Teodora-Elena Grapă. Toate Drepturile Rezervate.

Cuprins

Capitolul I: Introducere	1
Problema de Cercetare: Forța Motrice a Cercetării	1
Soluții Teoretice, Conceptuale, Analitice, Metodologice și Empirice	2
Capitolul II: Literatura de Specialitate și Cadru Teoretic	4
Capitolul III: Modelul Discursiv-Mitocritic	5
Capitolul IV: Design de Cercetare	6
Teza Teoretică și Bonusul (Studiul Pilot): Scop, Obiective, Întrebări de Cercetare	6
Metodologie	8
Limitări, Reproductibilitate și Replicabilitate.....	10
Capitolul V: Analiză și Rezultate	11
Capitolul VI: Discuții și Concluzii. Contribuții Originale	12
Bibliografie	16

Capitolul I: Introducere

Problema de Cercetare: Forța Motrice a Cercetării

Capitolul I al tezei doctorale de față oferă o introducere (**subcapitolul 1.1.**) și o prezentare generală a conținutului capitolelor lucrării (**subcapitolul 1.2.**). Introducerea include explicații asupra particularităților scopului, focalizării, obiectivelor și întrebărilor de cercetare, precum și ale procesului de dezvoltare și rafinare a multiplelor contribuții ale studiului: Modelul Discursiv-Mitocritic și cele 30 de macro mituri, metodele inovatoare de abordare a discursului narativ, dar și studiul pilot (cercetarea preliminară) care testează și demonstrează fezabilitatea Modelului Discursiv-Mitocritic.

Întrucât scopul inițial al cercetării a fost de a determina care sunt miturile arhetipale care construiesc discursul jurnalistic despre diverse evenimente și actori sociali/politici, și din moment ce procesul de cercetare presupune parcurgerea literaturii de specialitate și identificarea a unui cadru teoretic și analitic relevant acestui scop, misiunea cercetării a ajuns să fie obstrucționată, încă de la început, de lipsa răspunsurilor pertinente științelor comunicării și studiului critic al discursului. Mai exact, din perspectivă teoretică și conceptuală, literatura de specialitate abordează legătura între textul media și arhetip fie (1) bazându-se pe cadre teoretice/conceptuale înrădăcinate în domeniul psihanalizei (mai ales psihanaliza Jungiană) mai degrabă decât în domeniul științelor comunicării, (2) fie nu oferă o alternativă conceptuală, și niciun studiu precedent nu oferă un model conceptual și analitic cuprinzător și precis, care să fie potrivit procesului de identificare a miturilor arhetipale și a particularităților construcției acestora la nivel discursiv.

Pe lângă acestea, din perspectivă metodologică, cercetările anterioare (1) fie întrebuințează, în mod exclusiv, metode calitative de analiză în procesul de identificare a temelor arhetipale care construiesc evenimente media/actori sociali/politici, adesea prin abordarea selectivă a datelor care reprezintă cel mai evident construcția arhetipală, (2) fie folosesc metode mixte limitate la o listă foarte scurtă de arhetipuri generale (adesea erou, răufăcător și victimă). Prin urmare, din literatura de specialitate lipsește și o metodă de analiză mitologic-discursivă, iar în general, lipsește un cadru analitic precis care să fie util în procesul de identificare a caracteristicilor textuale specifice miturilor arhetipale care structurează discursul despre diverși actori sociali/politici și diverse tematici/probleme la care se face referire în evenimentele mediate.

Identificarea *gap*-urilor teoretice și conceptuale în domeniul științelor comunicării a condus la o căutare multidisciplinară extinsă (a definiției conceptului de arhetip), o călătorie dincolo de studiile media și de definiția Jungiană adesea citată și întrebuințată, prin filosofia antică, medievală și modernă, logică, antropologie culturală, studii culturale și înapoi spre lingvistica cognitivă și sociolingvistica cognitivă. Expediția s-a dovedit utilă în a sprijini procesul de a formula definiții originale pertinente și relevante care stabilesc fundamentele teoretice și conceptuale necesare pentru a putea operaționaliza cu precizie miturile arhetipale ca și categorii analitice în cercetarea relevantă științelor comunicării. În ceea ce privește lacunele analitice și metodologice, căutările au fost definite de un lung proces de testare (multiple abordări analitice și metode, mai multe tipuri de software de analiză de text), învățare (lingvistică computațională, întrebuințarea limbajelor de programare și a instrumentelor relevante) și din nou testare intensivă, în procesul de dezvoltare și rafinare a soluțiilor originale de rezolvare a problemei.

Astfel, teza de față se angajează într-o triplă provocare menită să rezolve problema acestor lacune majore (teoretice, conceptuale, analitice și metodologice) în cercetare în domeniul științelor comunicării: (1) formularea unor definiții ale arhetipului și mitului arhetipal relevante domeniului, (2) conceptualizarea unui set de scheme narative și indicatori lingvistici ai miturilor arhetipale și (3) operaționalizarea și aplicarea categoriilor analitice (mituri arhetipale) întrebuințând și metode cantitative, nu doar calitative. Având în vedere că scopul principal al acestei cercetări este sublinierea și definirea unei logici discursiv-mitologice care să fie fundamentată în cadrul paradigmatelor științelor comunicării și operațională în procesul analizei dimensiunii arhetipale ale discursului, în special axată pe esența poveștii (conflict) și focalizată pe discursul mediatic despre conflict, principala întrebare de cercetare care ghidează demersul științific este: „Cum sunt construite narativ și discursiv arhetipurile, în contextul discursului despre război și conflict?”.

Soluții Teoretice, Conceptuale, Analitice, Metodologice și Empirice

Modelul Discursiv-Mitocritic (MDM) [trad. engl.: *The Discourse-Mythocritical Model (DMM)*], propus prin cercetarea de față, este conceput pentru a răspunde la întrebarea principală a prezentului studiu științific și pentru a sprijini cercetări ulterioare în procesul de identificare a particularităților lingvistice ale construcției arhetipale a discursului. Ca atare, cercetarea contribuie și avansează teoria și abordările analitice cu specific mitocritic și discursiv-narativ prin conceptualizarea și cimentarea arhetipului și a mitului arhetipal în domeniul științelor comunicării.

Mai mult, întrucât teza de față este în primul rând o teză teoretică, obiectivele sale principale (la care se răspunde în detaliu în Capitolul III) sunt nu doar dezvoltarea conceptelor relevante astfel încât să poată fi operaționalizate (arhetip și mit arhetipal), dar și explorarea aprofundată a noilor propuneri: *indicatorii lingvistici* ai miturilor arhetipale, noțiunile de *macro/micro mit* și definirea unei liste de mituri arhetipale care să fie cuprinzătoare și relevante discursului despre conflict, o listă care să includă detalii exhaustive despre schemele narrative care structurează fiecare mit arhetipal, precum și indicatorii lingvistici relevanți. Ca atare, teza propune și o listă de 30 mituri arhetipale, altfel denumite interschimbabil *macro mituri*, *macro cadre media* (cadre adică *frame-uri* [trad. engl.: *frames*]), *cadre arhetipale*, *frame-uri arhetipale* sau *macro ideologii*: Haos, Ordine, Alteritate, Lider, Împărat, Tiran, Războinic, Cizmă Opresivă, Ciclu Trecut, Salvator, Victimă, Avocat, Mediator, Vindecător, Șarlatan, Rebel, Țap Ispășitor, Proscris, Martir, Expert, Înțelept, Vizionar, Confident, Informator, Scrib, Artist, Idol, Devotat, Patrie și Popor. Fiecare mit arhetipal este discutat pe larg în Capitolul III, care include și exemplificarea logicii acestora aplicată pe o varietate mare de texte (de la text istoric, diverse surse de știri, la versuri muzicale). În plus față de cele deja menționate, cercetarea include și un studiu pilot (cercetare preliminară). Scopul studiului pilot, suplimentar cercetării principale, este, ca în cazul oricărui studiu pilot, de a rezolva o *lacună empirică* prin testarea noilor teorii, noilor metodologii și/sau aplicabilitatea noilor modele conceptuale/analitice, toate acestea fiind relevante tezei de față. Fiind secundar cercetării principale, studiul pilot cere formularea unor obiective secundare, stabilite în Capitolul I și detaliate în Capitolul IV (Design de Cercetare). Pentru a îndeplini scopul și obiectivele, teza oferă: (1) un cadru conceptual și analitic care ia în considerare posibilități de diversitate în nuanțe ale logicii mitopoetice (MDM, adică Modelul-Discursiv Mitocritic), inclusiv (2) conceptualizarea detaliată a 30 de frame-uri arhetipale, toate acestea fiind elaborate exhaustiv în Capitolul III, (3) un design de cercetare inovator (detaliat în Capitolul IV) care include testarea unor metode nou-propuse, precum și triangularea lor (metode calitative și cantitative), dar și (4) un studiu pilot care, având ca scop demonstrarea fezabilității fațetelor teoretice, conceptuale, analitice și metodologice ale propunerii centrale ale tezei (și anume, MDM), se concentrează asupra știrilor despre conflictele armate între Rusia și Ucraina (primii 2 ani) și între Israel și Palestina (primele 6 luni) publicate de către The New York Times. Per ansamblu, contribuțiile originale ale tezei pentru domeniul științelor comunicării sunt multiple și de o varietate largă, cu implicații teoretice, conceptuale, analitice și metodologice, care sunt discutate pe larg în capitolele tezei.

Capitolul II: Literatura de Specialitate și Cadru Teoretic

Capitolul II este dedicat parcurgerii literaturii de specialitate și teoriilor relevante, așadar primul **subcapitol (2.1)** definește noțiunile și explică mecanismele aferente discursului mediatic, mitopoeticii și a conflictului mediatizat, concentrându-se mai întâi, în **secțiunea 2.1.1.**, pe logica media și spectacularizarea societății, evenimente media, valori informaționale și cadre media (frame-uri). Restul **subcapitolului 2.1.** explică paradigme, teorii, concepte și noțiuni precum mit, *mitemă* și perspectiva structuralistă, mitopoetică, ideologie, naratologie, discurs, narațiune, discurs jurnalistic, și trece în revistă cercetări anterioare relevante particularităților știrilor de război, inclusiv studii despre cele două conflicte analizate și despre rolul sursei de știri The New York Times (NYT) în scena globală de producție de știri. **Secțiunea 2.1.4.** explică și alegerea acestei surse de știri (NYT) ca și studiu de caz, precum și implicațiile pozitive ale focalizării studiului pilot pe știri „hard news” pentru a demonstra fezabilitatea modelului, și deci potențialul său de replicabilitate extinsă.

Al doilea **subcapitol al Capitolului II (2.2)** este rezultatul procesului de trecere în revistă a literaturii de specialitate care răspunde întrebării „ce este arhetipul?”, trasând istoria conceptului încă din antichitate până la studiile media contemporane, înainte de a trece în revistă literatura relevantă cercetării mitocritice cu focalizare pe arhetipuri în analiza media (**segmentul 2.2.4.**), și de a sublinia lacunele (*research gaps*) din cercetarea din domeniul științelor comunicării: lipsa unei definiții a arhetipului și a mitului arhetipal care să fie clară, cuprinzătoare și relevantă domeniului și deci operațională, și lipsa unui cadru conceptual și analitic corespunzător. Aceste lacune majore, teoretice, conceptuale și metodologice s-ar putea datora faptului că majoritatea cadrelor teoretice și conceptuale din domeniu sunt derivate din psihanaliza Jungiană, care astfel conceptualizează arhetipul ca fiind înrădăcinat în ceea ce psihanalistul definește ca *inconștientul colectiv* (ceea ce presupune o reconceptualizare psihanalitică a judecăților și categoriilor lui Kant, nu una centrată pe comunicare), iar alternativ, alte cercetări ocolesc cadrul teoretic și conceptual psihanalitic (și ideea de inconștient colectiv) fără să ofere o alternativă în forma unui cadru conceptual.

Capitolul III: Modelul Discursiv-Mitocritic

Capitolul III introduce și dezvoltă principala contribuție a cercetării doctorale, Modelul Discursiv-Mitocritic, care avansează cunoașterea axată pe mitocritică oferind, pe lângă fațeta conceptuală și cea analitică, o listă de mituri arhetipale dezvoltate în detaliu, cu atenție acordată schemelor narative care le structurează, dar și indicatorilor lingvistici, care posibil lipsesc din literatura de specialitate tocmai din cauza absenței unei conceptualizări a arhetipului sub o paradigmă înrădăcinată în lingvistică. Miturile arhetipale incluse în listă sunt discutate pe larg, inclusiv prin exemplificarea logicii acestora aplicată pe o varietate mare de texte (de la text istoric, diverse surse de știri, la versuri muzicale).

Primul **subcapitol, 3.1.**, se concentrează pe fațeta conceptuală a modelului MDM și explică definiția propusă pentru arhetip și mit arhetipal, iar **subcapitolul 3.2.** explică fațeta analitică a Modelului Discursiv-Mitocritic: unitățile analitice (mitema/propoziția și propoziția mare) și variabilele relevante. Pentru a facilita operaționalizarea modelului, **subcapitolul 3.3. (paginile 47-85)** definește miturile arhetipale în detaliu, începând cu logica valorizării pozitive/negative a rolurilor arhetipale în **secțiunea 3.3.1.**, și continuă cu conceptualizarea și definirea în adâncime a celor 30 de mituri arhetipale (**secțiunile 3.3.2. până la 3.3.15.**).

Întreg **subcapitolul 3.3.** este o contribuție majoră a prezentei cercetări, având în vedere că definirea detaliată a celor 30 de macro mituri include elemente originale precum indicatorii lingvistici ai miturilor (ceea ce înseamnă că *toți* indicatorii lingvistici pentru fiecare din cele 30 de macro mituri sunt o contribuție originală a acestei teze), și în majoritatea cazurilor, și schemele narative, datorită faptului că o bună parte din cercetările precedente propun o înțelegere a arhetipurilor în baza temelor/schemelor simbolice/psihanalitice și/sau funcției psihologice în povești, nu atât de des, nici aplicat pe o diversitate mare de mituri arhetipale, în baza schemelor narative clar delimitate. Mai mult, teza propune și o serie de frame-uri arhetipale original formulate, care nu au fost propuse ca atare de cercetări anterioare (**secțiunea 3.3.4., secțiunea 3.3.5., secțiunea 3.3.6., secțiunea 3.3.11., secțiunea 3.3.14., secțiunea 3.3.15.**), precum și o serie de macro mituri reconfigurate (redenumite și reconceptualizate datorită relevanței contemporane, sau pentru a elimina potențiale limitări date de denumirea arhetipurilor în funcție de roluri de gen).

Capitolul IV: Design de Cercetare

Capitolul IV explică scopul cercetării (**subcapitolul 4.1.**), obiectivele, întrebările de cercetare (**subcapitolul 4.2.**), detaliază și justifică metodologia propusă, pașii și instrumentele întrebuințate (**subcapitolul 4.3.**), limitările studiului (**subcapitolul 4.4.**) și discută aspecte legate de reproductibilitatea studiului pilot și replicabilitatea Modelului Discursiv-Mitocritic și a noilor metode de analiză propuse (**subcapitolul 4.5.**).

Teza Teoretică și Bonusul (Studiul Pilot): Scop, Obiective, Întrebări de Cercetare

Așa cum este detaliat în **subcapitolul 4.1.** și în **secțiunea 4.2.1.**, contribuția cercetării doctorale este multifacetată, iar din moment ce teza de față este, în primul rând, o teză teoretică, scopul principal este definirea și conturarea unei logici macro-mitopoetice discursive care să fie centrată pe domeniul comunicării și operațională în procesul de analiză a dimensiunilor arhetipale ale discursului. Ca atare, principala întrebare (**ÎC1** [Întrebare de Cercetare 1]: „Cum sunt construite narativ și discursiv arhetipurile, în contextul discursului despre război și conflict?” își găsește răspuns în întreg **Capitolul III**, prin (1) sintetizare și reconfigurare a paradigmatelor și conceptelor relevante din literatura de specialitate și (2) conceptualizare originală a Modelului Discursiv-Mitocritic, inclusiv a definițiilor arhetipului, mitului arhetipal, termenilor de micro și macro mit, și conceptualizarea, detalierea și exemplificarea a 30 frame-uri (mituri) arhetipale (împreună cu schemele narrative corespunzătoare și indicatori lingvistici).

Teza teoretică este însoțită și de o investigație a tiparelor mitologice sub forma unei analize empirice, într-un studiu pilot menit să demonstreze fezabilitatea propunerii teoretice și metodologice. Spre deosebire de cercetările menite să umple golurile științifice de tip populație/geografie/context/date (spre exemplu, lipsa analizelor anumitor surse de date/contexte, analize aplicate în baza unor cadre teoretice/analitice existente și anterior testate, cum ar fi, de exemplu: în analiza știrilor despre un anumit eveniment, lipsește analiza unui anumit interval de timp, sau lipsește o analiză-comparație a reprezentării mediatice a unui eveniment de către diverse surse de știri), scopul unui studiu pilot este foarte diferit – de a testa fezabilitatea unei noi teorii, a unor cadre conceptuale/analitice noi, a unor metode noi, toate aceste aspecte fiind relevante cercetării de față. În timp ce studiile empirice care rezolvă o lacună de tip populație/geografie/date

se focalizează des pe eşantioane mari de date (scopul fiind să contribuie cu analiza unor intervale de timp mai mari, unei zone mai mari, unui număr mai mare de date/surse de date), un studiu pilot se focalizează pe eşantioane mai mici, deoarece scopul este de a testa şi a demonstra fezabilitatea teoriilor netestate şi de a atinge saturaţie în eşantionare şi testare (ceea ce presupune concentrarea pe dimensiunea eşantionului minim-necesară pentru a dovedi fezabilitatea noilor teorii/paradigme).

În cazul analizei de faţă, în concordanţă cu studiile pilot cu focalizare pe analiza de text, procesul de dezvoltare, testare şi confirmare a fezabilităţii modelului propus a fost un proces laborios care a necesitat/consumat o varietate şi cantitate mare de resurse, din ce moment ce a inclus (1) dezvoltarea unei metode de analiză de a determina actori/tematici, interacţiunile, acţiunile şi descriptorii lor, o metodă dezvoltată prin valorificarea instrumentelor de lingvistică computaţională şi un angajament de lungă durată în procesul de tip „trial-and-error” (încercare-eşuare), şi (2) triangularea metodelor de analiză pentru paşii metodologici (triangulare, adică întrebuiţarea şi aplicarea a două sau mai multe metode diferite de a obţine rezultate, pentru a demonstra validitatea modelului, dar şi a noilor metode). Aceste aspecte pot explica şi focalizarea studiilor-pilot pe eşantioane mici. Totuşi, în cazul acestui studiu, eşantionul analizat este mult mai mare decât ar fi fost necesar şi suficient pentru testare, din moment ce scopul studiului, adică demonstrarea fezabilităţii şi îndeplinirea obiectivului de a ajunge la saturaţie sunt rezolvate odată cu (1) analiza unei singure luni (interval de timp) de articole de ştiri despre un singur eveniment media (un conflict), şi (2) după analiza a mai puţin de 100 de propoziţii şi a 12 propoziţii mari focalizate pe nu mai mult de 3 actori. Ca atare, contribuţia studiului empiric depăşeşte cu mult obiectivele şi scopul unei cercetări preliminare în general, prin testarea exhaustivă pe eşantioane mai mari şi analize cuprinzătoare nu doar a unuia, ci a două evenimente media, pe intervale de timp considerabil mai lungi decât necesar (6 luni, respectiv doi ani), dar şi eşantioane mai mari decât ar fi fost relevant pentru a demonstra fezabilitatea propunerii: peste 180.000 de propoziţii şi 161 de propoziţii mari în 3582 articole de ştiri. Aşa cum este detaliat în **subcapitolul 4.2., secţiunea 4.2.2.**, din moment ce studiul empiric este secundar cercetării teoretice, întrebări de cercetare şi obiective secundare sunt formulate şi justificate.

Metodologie

Subcapitolul 4.3. prezintă metodologia propusă și este împărțit în secțiuni tematice: în **secțiunea 4.3.1.** este explicată metodologia colectării datelor și strategia de eșantionare, precum și raționamentul din spatele focalizării asupra celor două evenimente, iar **secțiunile 4.3.2., 4.3.3., 4.3.4. și 4.3.5.** (**paginile 92-117** din teză) prezintă în detalii exhaustive metodele, uneltele, eșantionarea și raționamentul fiecărei decizii per întrebare de cercetare. Procesul detaliat și de lungă durată de colectare și filtrare a datelor este relevant scopului studiului empiric, un studiu pilot care presupune testare exhaustivă a metodelor cantitative și calitative și a diverselor unelte, proces eficientizat de o abordare foarte precisă asupra eșantionării, dar și de date curate. De aceea, procesul de filtrare a datelor este însoțit de două alte procese calitative importante: (1) verificare manuală a fiecărui text și rezolvarea datelor lipsă și (2) curățarea manuală a fiecărui text (articol, titlu, lead). Toate datele (setul inițial extras automat și necurățat, precum și datele filtrate și curățate) sunt incluse în materialele suplimentare.

Pentru a răspunde întrebărilor de cercetare, fiecare corpus este examinat prin triangularea metodelor, pentru a demonstra aplicabilitatea modelului. Astfel, aceleași variabile analitice sunt abordate prin două metode diferite: calitativ și cantitativ. Pentru a aborda textele prin analiză calitativă, cercetarea propune un proces în mai mulți pași: (1) clasificarea textelor prin învățare automată supervizată (trad. engl. Supervized Machine Learning), pentru a eticheta toate textele (titluri și lead-uri) pentru a determina apoi cele trei clustere de cadre (erou, răufăcător, erou & răufăcător în același text) și (2) analiza calitativă (discursiv-mitologică) a sub-eșantioanelor aparținând fiecărui cluster, analiză care presupune focalizare pe mai multe niveluri de înțelegere a textului: nivelul sintagmatic și cel paradigmatic, cu focalizare pe gramatica narațiunii și pe actanți, și aplicând raționament deductiv în baza categoriilor analitice definite în detaliu în Capitolul III, și anume, cele 30 de mituri arhetipale, schemele lor narrative și indicatorii lor lingvistic. Pe lângă multi-etichetare manuală per text (o etichetă = un mit arhetipal), analiza include adnotare manuală a fiecărui cuvânt relevant din fiecare propoziție, precum și identificarea și colectarea manuală a indicatorilor lingvistici pentru fiecare arhetip identificat în fiecare propoziție. Particularitățile și justificarea metodelor, pașilor, exemplele ilustrative, unelte, librării, raționamentul pentru fiecare alegere, sunt elaborate în **secțiunile 4.3.2., 4.3.3.** (relevante pentru ÎC2) și **4.3.4.** (pentru ÎC3), iar fiecare fișier cu fiecare analiză calitativă și toate datele adnotate, etichetele, indicatorii lingvistici

și rezultatele, dar și proiectele și codurile relevante (realizate în PyCharm folosind limbaj de programare Python) pre-procesării datelor și clasificării textelor, adică testarea, ajustarea parametrilor, evaluarea modelului de clasificare de text, BERT (Devlin et al., 2018; Kumar & Patro, 2020), sunt toate incluse în materialele suplimentare pentru reproductibilitatea studiului pilot.

Pentru a aborda textele prin analiză cantitativă pentru a determina macro mitologia actorilor/tematicilor frecvente ale fiecărui din cele două evenimente analizate (Întrebarea de Cercetare 4, detaliată în **secțiunea 4.3.5.**), cercetarea propune o nouă metodă cantitativă dezvoltată prin valorificarea uneltelor relevante lingvisticii computaționale, metoda fiind aplicată atât ambelor corpusuri întregi cât și separat (doar datelor adnotate manual), ceea ce conduce spre definirea și vizualizarea individuală (prin rețele de co-ocurențe semantice) a fiecăreia dintre cele 161 de propoziții mari, care conțin date adnotate automat. Toate cele 161 de vizualizări de date (rețele de co-ocurențe semantice), împreună cu rezultatele fiecărei analize cantitative (sub formă tabelară, cu termenii relevanți per propoziție, per actor/tematică și per mit arhetipal, cu tabele de frecvențe, adnotări și propozițiile-sursă), sunt incluse în fișierele suplimentare (aproximativ 550 de fișiere).

Abordarea cantitativă este dezvoltată și implementată într-o serie de pași utilizând PyCharm (PyCharm 2025.2, 2025), un Mediu Integrat de Dezvoltare Python (IDE), aceasta fiind una din contribuțiile originale esențiale ale cercetării de față, sub forma unui cod care poate fi folosit în cercetări ulterioare în analiza unei varietăți mari de texte. Întrebuințând o varietate de librării Python pentru structuri de date și procesarea naturală a limbajului (NLP), mai ales parser-ul de dependențe (în limba engleză) al librăriei spaCy (Honnibal et al., 2020), aspecte care sunt detaliate exhaustiv în **secțiunea 4.3.5.**, funcțiile definite facilitează automatizarea procesului de adnotare a datelor în urma identificării eficiente a termenilor care desemnează variabile analitice atent definite și ușor de generalizat. Pentru a dezvolta, testa și aplica metoda, analiza automată este însoțită de validare calitativă a rezultatelor (de aceea, rezultatele includ tabele care, pentru fiecare pereche de termeni co-ocurenți, includ și propoziția-sursă). Codul Python (funcțiile definite prin care se aplică metoda) și proiectele PyCharm (Jupyter Notebook), împreună cu codurile scrise pentru vizualizarea datelor (cu tot cu valori seed pentru reproductibilitate totală) sunt incluse în materialele suplimentare. Pentru a determina tiparele de construcții mitologice relevante fiecărui

actor/tematici, un ultim pas calitativ este aplicat rezultatelor, și anume, o citire paradigmatică a fiecărei propoziții mari (adică a vizualizărilor de date sub forma rețelelor de co-ocurențe semantice), unde, la fel ca în cazul analizei separate (cea calitativă), se aplică raționament atât deductiv, cât și inductiv (detaliat în aceeași secțiune).

Limitări, Reproducibilitate și Replicabilitate

Subapitolul 4.4. detaliază limitările relevante cercetării. Spre exemplu, o limitare relevantă abordării cantitative este lipsa rezolvării coreferinței (Mitkov, 2022), o sarcină complexă care necesită resurse adiționale, prin urmare nu este incorporată aici. Mai mult, metoda cantitativă poate fi costisitoare din punct de vedere computațional (RAM, timp de procesare), deci cercetări viitoare ar avea nevoie de resurse adiționale pentru a aplica aceleași funcții unor seturi mai mari de date. În plus, având în vedere avantajul mare al abordării cantitative, generalizabile unor varietăți mari de texte și scopuri de cercetare (fiind construită pe variabile analitice stabile, adică roluri gramaticale, nu dicționare de nișă), pentru a obține acuratețe în rezultatele date de întrebuințarea codului scris și propus prin această cercetare, datele analizate, adică toate propozițiile, trebuie să fie curate. Pentru a elimina problema, metodologia studiului de față include un proces laborios de parcurgere manuală a tuturor textelor, și, acolo unde a fost nevoie, curățare semi-automată și manuală a fiecărei propoziții din toate articolele de știri.

Așa cum detaliază **subcapitolul 4.5.** (reproducibilitate și replicabilitate), fiecare pas al analizei cantitative poate fi repetat cu expectanța de obține aceleași rezultate, din moment ce prezenta cercetare respectă principiul transparenței pe toate nivelurile și oferă materiale suplimentare (aproximativ 550, incluzând toate datele, toate analizele, toate rezultatele, vizualizările de date, și toate proiectele Python cu toate codurile și cerințele legate de toate pachetele și versiunile instalate). Fiind realizate ca parte dintr-o teză de doctorat și nu un proiect de echipă, analizele sunt realizate de un singur analist (autorul tezei), astfel, lipsa posibilității de a evalua analiza printr-un acord inter-evaluatori (multipli adnotatori) este compensată total prin folosirea triangulării metodelor pe toate nivelurile (de la colectarea datelor la fiecare tip de analiză). Prin urmare, în ceea ce privește reproducibilitatea pașilor analizei calitative, așa cum arată rezultatele analizei cantitative aplicate pe datele adnotate manual, ar fi de așteptat ca încercarea de a reproduce analiza calitativă să producă aceleași rezultate în general, luând în considerare documentarea precisă și în

profundzime a analizei (toți pașii mari, intermediari și mici) care facilitează procesul de testare și de analiză realizată de alt adnotator.

În ceea ce privește replicabilitatea cercetării, întregul set de 30 de mituri arhetipale care sunt atent definite în Capitolul III pot fi aplicate deductiv în analiza unei varietăți mari de texte și adaptate, prin traducere, altor limbi. Fiind ușor de generalizat unei varietăți mari de texte, variabilele analitice, logica Modelului Discursiv-Mitocritic și metodele propuse sunt deci sunt aplicabile datelor noi, din moment ce modelul, miturile arhetipale, fațetele cantitative și calitative sunt explicate în detaliu și exemplificate exhaustiv. Întrucât studiul pilot nu caută și nici nu pretinde replicabilitatea rezultatelor (nefiind menit să acopere o lacună de cercetare de tip populație/geografie/date), ci caută să acopere o *lacună empirică* (acesta fiind scopul oricărei cercetări preliminare), și anume testarea teoriei, modelului și metodelor propuse, îndeplinirea acestui scop (demonstrarea fezabilității și eficienței propunerii teoretice și metodologice) indică în același timp potențialul mare de replicabilitate a modelului și metodelor. Altfel spus, din moment ce prezenta cercetare avansează un nou model conceptual și analitic cu implicații teoretice, dar și o nouă metodologie, studiul pilot nu avansează rezultatele analizei (așa cum se întâmplă în cazul cercetărilor preocupate de alte tipuri de gaps), ci se *folosește* de rezultate pentru a exemplifica și demonstra validitatea modelului, astfel acoperind *lacuna empirică* (trad. engl. *empirical gap*) relevantă. Prin urmare, este o dovadă a eficienței, valorii și replicabilității modelului și metodelor propuse, de a obține rezultate diferite (din punct de vedere al combinației de macro mituri frecvente găsite, sau a listei de actori frecvenți și descriptorii și acțiunile lor, etc.) și o varietate de combinații de mitologii, în aplicarea aceluiași model și raționament conceptual, analitic și metodologic pe date noi/eșantioane diferite/mai mari.

Capitolul V: Analiză și Rezultate

Capitolul V prezintă analizele și rezultatele studiului empiric, cu scopul de a demonstra și exemplifica aplicabilitatea modelului propus. Capitolul este împărțit în trei subcapitole. Primul **subcapitol (5.1.)** este focalizat pe rezultatele analizei ambelor corpusuri de știri New York Times, mai precis toate miturile arhetipale și indicatorii lingvistici identificați în datele analizate. Astfel, este exemplificată operaționalizarea modelului și a categoriilor analitice definite, care răspunde în detaliu celui de-al treilea obiectiv al cercetării (primele două obiective sunt atinse prin dezvoltarea

Modelului Discursiv-Mitocritic în Capitolul III): identificarea indicatorilor lingvistici și a tiparelor narativ-discursive care structurează miturile arhetipale regăsite în corpusurile analizate.

Ca atare, **secțiunea 5.1.1.** prezintă analiza și rezultatele care vizează identificarea tiparelor logicii mitopoetice, în baza datelor analizate calitativ și adnotate manual, examinate prin triangularea metodelor, adică și prin aplicarea metodei cantitative datelor adnotate (Întrebările de cercetare 2 și 3). Secțiunea detaliază și tiparele problemelor definite în știri (trad. engl. *problem definition*). În total, 23 de macro mituri (din cele 30 definite în Capitolul III) desemnând diverși actori și tematici (*issues*) sunt identificate. În contextul știrilor de război analizate, sunt identificate o serie de tipare frecvente: Haos, Lider, Avocat, Împărat, Expert, Salvator și Cizma Opresivă sunt adesea subiecte gramaticale (deci agentul care efectuează acțiunea), deseori în conexiune (co-ocurență) cu obiecte gramaticale construite discursiv-mitologic drept Victima, Haosul, Alteritatea, Ciclul Trecut. Toate cele 23 de macro mituri identificate sunt incluse și discutate în prezentarea rezultatelor în Capitolul V, dar pentru a detalia construcția miturilor arhetipale, **secțiunile 5.1.2. – 5.1.16 (paginile 125-169 din teză)** oferă și un raport detaliat și exhaustiv al cercetării care arată construcția narativă și discursivă a celor mai frecvente 15 mituri arhetipale regăsite în textele analizate.

Pentru a demonstra fezabilitatea modelului cu privire la identificarea construcției mitologice a actorilor/tematicilor de știri, și deci pentru a atinge ultimul obiectiv al aceste cercetări (de a identifica care mituri arhetipale desemnează care actori/tematici, obiectiv relevant Întrebării de cercetare 4), celelalte două subcapitole ale Capitolului V, și anume **subcapitolele 5.2. și 5.3. (paginile 169-217 din teză)** sunt dedicate particularităților construcției discursiv-mitologice a celor două evenimente analizate, mai precis cei mai frecvenți actori și tematici reprezentați în fiecare corpus.

Capitolul VI: Discuții și Concluzii. Contribuții Originale

Ultimul **Capitol (VI)** discută rezultatele studiului empiric și ale cercetării în general, dar și concluziile, implicațiile și contribuțiile întregii cercetări. **Subcapitolul 6.1.** discută atât rezultatele cât și modul în care Modelul Discursiv-Mitocritic este conceput pentru a facilita studiul critic și identificarea macro mitologiilor evenimentelor media. Propunerea tezei despre arhetipuri înțelese ca macro-structuri ale discursului este reflectată în rezultatele analizei indicatorilor lingvistici ai

macro cadrajelor, determinate prin focalizare pe scheme narrative și tipare discursive vizibile atât la nivel de corpus, cât și la nivel individual (articol, titlu, lead).

Ca atare, discuțiile din **subcapitolul 6.1.** vizează (1) contextualizarea rezultatelor studiului pilot, (2) comparația construcției mitologic-discursivă celor două corpusuri de știri New York Times analizate (conflictele Rusia-Ucraina și Israel-Palestina), (3) aspectele studiului care sunt congruente cu cercetări precedente focalizate pe jurnalism de război și cele două conflicte și (4) aspectele studiului care contribuie prin rezultate despre construcția mitologică nuanțată și multi-fațetată a actorilor și tematicilor pentru intervalul de timp analizat. Mai mult, (5) este discutată și utilitatea dovezilor empirice care arată aplicabilitatea și validitatea modelului și metodologiei propuse.

Subcapitolul 6.2. din **Capitolul VI** elaborează concluziile întregii cercetări, atât ale studiului pilot cât și implicațiile și contribuțiile cercetării, și recomandări pentru cercetări ulterioare. În esență, cercetarea de față propune un model care permite operaționalizarea miturilor arhetipale, prin facilitarea procesului de a determina particularitățile construcției macro mitologice a evenimentelor media, contribuind științelor comunicării prin conceperea unui model cuprinzător și larg aplicabil care ia în considerare diverse nuanțe ale logicii mitopoetice. Modelul Discursiv-Mitocritic este conceput pentru a adresa întrebării de cercetare principale și pentru a sprijini procesul de identificare a caracteristicilor construcției arhetipale a discursurilor; prin urmare, cercetarea conceptualizează și cimentează arhetipul și mitul arhetipal în domeniul științelor comunicării. Cercetările viitoare pot întrebuința Modelul Discursiv-Mitocritic mai ales în analiza jurnalismului de război, discursului politic despre război, conflicte și crize, comunicare politică populistă, dar și o gamă largă de alte discursuri și povești (ficțiune și non-ficțiune) care construiesc evenimente, personaje, actori sociali/politici, probleme, întâmplări, experiențe, prin logica opoziției și a conflictului (chiar și doar a tensiunii date de aspirație/dorințe dacă nu de dezacorduri/confruntări directe), inclusiv social media, literatură și texte istorice.

Modelul Discursiv-Mitocritic, cadrele arhetipale propuse (relevante logicii opoziției, a conflictului, tensiunii) și definite în detaliu împreună cu indicatorii lor lingvistici, designul de cercetare care triangulează metode automate și manuale și valorifică în mod inovator instrumentele lingvisticii computaționale, operaționalizând modelul și categoriile analitice propuse, aplicate în analiza discursului mediatic al unuia dintre cele mai populare surse de știri la nivel global, New

York Times, toate acestea constituie contribuțiile multi-fațetate pentru domeniul științelor comunicării, la nivel teoretic, conceptual, analitic, metodologic, dar și empiric.

Mai precis, din moment ce teza propune o reconceptualizare a arhetipului și în consecință, a mitului arhetipal, cercetarea oferă o nouă alternativă **conceptuală** în înțelegerea și definirea arhetipurilor, ceea ce are implicații **teoretice** importante. Această conceptualizare a arhetipului și a mitului arhetipal permite o refocalizare de la scheme simbolice la discurs narativ, aplicabil empiric studiului mitocritic al evenimentelor mediatizate, de exemplu, examinarea detaliată a limbajului care contribuie legitimării ideologiilor prin mitopoetică. O altă **contribuție conceptuală** a acestei cercetări, menită să faciliteze înțelegerea caracteristicilor mitului arhetipal (macro mit) în comparație cu alte mituri, este propunerea celor doi termeni: *macro mit* și *micro mit*, și explorarea în profunzime a diferențelor conceptuale între mitul arhetipal (*macro ideologie*) și alte mituri (*micro ideologii*).

O **contribuție teoretică și conceptuală** majoră a acestei teze este lista cuprinzătoare și conceptualizarea detaliată a celor 30 de mituri arhetipale propuse (în Capitolul III), relevante studiului discursului despre conflicte și potențial unei game largi de discursuri/povești, incluzând elemente originale precum indicatorii lingvistici ai miturilor (ceea ce înseamnă că toți indicatorii lingvistici definiți pentru fiecare din cele 30 de arhetipuri intră în lista contribuțiilor originale ale tezei), și în majoritatea cazurilor, și schemele narrative, datorită faptului că o bună parte din cercetările precedente propun o înțelegere a arhetipurilor în baza temelor/schemelor simbolice/psihanalitice și/sau funcției psihologice în povești, nu atât de des, nici aplicat pe o diversitate mare de mituri arhetipale, în baza schemelor narrative clar delimitate. Miturile arhetipale incluse în lista din Capitolul III sunt discutate pe larg, inclusiv prin exemplificarea logicii acestora aplicată pe o varietate mare de texte (de la text istoric, diverse surse de știri, la versuri). În plus, teza propune și o serie de **cadraje arhetipale original formulate** (care nu au fost propuse ca atare de cercetări anterioare), precum și o serie de macro mituri nou reconfigurate (redenumite și reconceptualizate datorită relevanței contemporane, sau pentru a elimina potențiale limitări date de denumirea arhetipurilor în funcție de roluri de gen).

Studiul pilot, adică cercetarea-bonus care vine în completarea cercetării teoretice, este realizat pentru a acoperi gap-ul rămas, deci pentru a testa modelul, ca atare, contribuția tezei include un proces laborios dar fructuos de testare și demonstrare prin analiza a două evenimente mediatizate,

astfel definind **contribuția empirică** a cercetării. Prin urmare, propunerea teoretică este validată prin studiul pilot, care arată cum pot fi operaționalizate variabilele și paradigmele (miturile arhetipale).

În plus, în ceea ce privește **contribuții pe palier analitic și metodologic**, studiul duce mai departe abordări anterioare prin propunerea unui **design de cercetare** mai precis, care elimină limitările cercetărilor anterioare (lipsa metodelor cantitative de analiză mitologic-discursivă, dar și, indiferent de metode, selectarea manuală a eșantioanelor de conveniență) și oferă soluții alternative care pot fi aplicate cu acuratețe atât eșantioanelor mici cât și corpusurilor mari. O altă contribuție majoră a tezei este o **contribuție metodologică**: operaționalizarea variabilelor analitice prin analiza calitativă a textelor care, odată citite paradigmatic (aplicând paradigmele definite în Capitolul III, adică miturile arhetipale), facilitează identificarea construcției mitologice a acelor actori/tematici. Aceleași principii sunt aplicate în dezvoltarea metodei cantitative noi. Prin eficientizarea procesului de identificare a tiparelor narativ-discursive în baza dependențelor sintactice, cercetarea aduce o **nouă metodă cantitativă** de a determina actanți, ceea ce contribuie la avansarea abordărilor asupra discursului narativ în tradiția Analizei Critice de Discurs.

În cele din urmă, întrucât eșantionul studiului pilot este mai mare (număr de texte, dar și intervale de timp) decât ce ar fi fost necesar demonstrării fezabilității modelului pentru a acoperi lacuna empirică relevantă, contribuția studiului pilot depășește obiectivele unei cercetări preliminare, nu doar prin mărime, dar și prin testare exhaustivă și analiză cuprinzătoare nu doar a unuia, ci a două evenimente media. Ca atare, pe lângă contribuțiile discutate (teoretice, conceptuale, analitice, metodologice și empirice) ale tezei, o **contribuție empirică** suplimentară se observă în rezultatele analizei, în identificarea construcției macro-mitologic-discursivă nuanțată a celor două evenimente pe perioadele analizate. Cercetarea contribuie cunoașterii din domeniu asupra modului în care NYT prezintă cele două conflicte în intervalul de timp inclus în analiză, printr-o analiză critică mai cuprinzătoare (focalizare pe o varietate mai mare de constelații mitologice) decât cercetări precedente, ceea ce demonstrează concomitent utilitatea modelului și metodelor propuse. În viitor, alte cercetări pot folosi modelul și metodele propuse pentru a determina particularitățile mitologice nu doar a discursului jurnalistic despre cele două conflicte (pe alte intervale de timp sau alte surse de știri), dar și a altor evenimente mediatizate, precum și a unei varietăți mari de alte discursuri (social media, texte de opinie, tabloide, discurs populist, etc.).

Bibliografie

Această listă bibliografică conține referințele aduse în discuție în rezumatul de față, și deci reprezintă doar o parte din lista bibliografică a tezei doctorale. A se consulta teza pentru lista completă.

Devlin, J., Chang, M. W., Lee, K., & Toutanova, K. (2018). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *NAACL HLT 2019 - 2019 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies - Proceedings of the Conference, 1*(Mlm), 4171–4186.

Honnibal, M., Montani, I., Van Landeghem, S., & Boyd, A. (2020). *spaCy: Industrial-strength Natural Language Processing in Python*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1212303>

Kumar, P. V, & Patro, T. (2020). *Bert Model with 0.845 Accuracy*. Kaggle.Com.
<https://www.kaggle.com/code/vpkprasanna/bert-model-with-0-845-accuracy/notebook>

Mitkov, R. (2022). *The Oxford Handbook of Computational Linguistics 2nd edition*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199573691.001.0001>

PyCharm 2025.2. (2025). *PyCharm Documentation*. JetBrains.Com.
<https://www.jetbrains.com/help/pycharm/2025.2/getting-started.html>