



**SUSTAINABLE DEVELOPMENT,  
ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL ECONOMY**

**DÉVELOPPEMENT DURABLE,  
ENTREPRENEURIAT ET ÉCONOMIE SOCIALE**

**DANIELA ROVENȚA-FRUMUȘANI,  
VALENTINA MARINESCU  
(COORDINATORS)**

**PRESA UNIVERSITARĂ CLUJEANĂ**

**Sustainable development, entrepreneurship  
and social economy**

**Développement durable, entrepreneuriat  
et économie sociale**



**Sustainable development,  
entrepreneurship and social economy**

**Développement durable,  
entrepreneuriat et économie sociale**

**Daniela Roventă-Frumușani, Valentina Marinescu**  
(Coordinators)

**Presa Universitară Clujeană**

**2021**

*Referenți științifici:*

**Conf. univ. dr. Silvia Branea**

**Conf. univ. dr. Elena Buja**

**Dr. Bianca Fox**

ISBN 978-606-37-1313-2

© 2021 Coordonatoarele volumului. Toate drepturile rezervate. Reproducerea integrală sau parțială a textului, prin orice mijloace, fără acordul coordonatoarelor, este interzisă și se pedepsește conform legii.

**Universitatea Babeș-Bolyai**  
**Presa Universitară Clujeană**  
**Director: Codruța Săcelean**  
**Str. Hasdeu nr. 51**  
**400371 Cluj-Napoca, România**  
**Tel./fax: (+40)-264-597.401**  
**E-mail: editura@ubbcluj.ro**  
**<http://www.editura.ubbcluj.ro/>**

# Table of Contents

Daniela Roventă-Frumușani and Valentina Marinescu <i>FOREWORD.</i> <i>Sustainable development, entrepreneurship and social economy</i> .....	7
Daniela Roventă-Frumușani et Valentina Marinescu <i>AVANT PROPOS.</i> <i>Développement durable, entrepreneuriat et économie sociale</i> .....	21
<b>ABSTRACTS</b> .....	<b>37</b>
<b>ENTREPRENEURSHIP</b> .....	<b>53</b>
Silistraru Ioana <i>How the pandemic is shaping up social entrepreneurship?</i> <i>Main narratives to major changes in the global economic order</i> .....	55
Șoica Simona <i>Emotional entanglement with nature,</i> <i>a trigger for social and solidarity economy</i> .....	63
Constantinescu Alexandra-Gabriela <i>Work motivation – a continuum</i> .....	79
Talakela Lamine <i>La trajectoire d'un acteur de l'innovation et du numérique :</i> <i>Consulting-TIME</i> .....	101
<b>SUSTAINABLE DEVELOPMENT</b> .....	<b>119</b>
Alexandra Bardan et Gabriela Nicolaescu <i>Production durable dans la presse magazine : du concept éditorial</i> <i>à la chaîne graphique</i> .....	121

Simona Rodat

*Sustainability of food production in press articles on nutrition:  
The case of the German media* ..... 143

Ines Razec

*Les villes intelligentes. L'usage de la technologie pour sauver  
l'environnement*..... 163

Lavinia Enache

*Ecotourisme et développement durable. Le cas de la Roumanie* ..... 179

Rodideal Anda Anca

*Formal education for sustainable development in Romanian schools* ..... 195

**IDENTITIES AND ORGANISATIONS** ..... 205

Bogdan Ivan Gruia, Teodor Dumitrache and Antonio Amuza

*Can a state fail as a result of a dysfunctional civil service?  
From failure to social profitability: a sociological examination  
of perceived equity as a result of traditional organizational  
culture specific to the public sector*..... 207

Amuza Antonio

*Social fears: impact on the cultural identity of societies*..... 217

Ramona Marinache

*Mobility – reflecting upon the impact  
of its envisioned sustainable future* ..... 227

Arabela Briciu

*Participatory culture and entrepreneurship. Crowdfunding  
in business development* ..... 233

*Authors – Bios* ..... 249

# FOREWORD.

## Sustainable development, entrepreneurship and social economy

DANIELA ROVENȚA-FRUMUȘANI AND VALENTINA MARINESCU

### Sustainable development

The term “sustainable development” emerged as a key concept in the literature dealing with development policies in the World Commission on Environment and Development (Brundtland, 1987), report entitled “Our Common Future” in April 1987. In general, the key message of the Brundtland report (1987) argues that actions taken today should not compromise future generations. Based on this report, the “classic triad of sustainable development” was formulated (WCED, 1987) according to which sustainability is the meeting point of three major dimensions of *ecology*, *economy*, and *society*. When the Brundtland Report was written, the authors suggested that the world was going through a fundamental change (Brundtland, 1987). However, they certainly could not have imagined the scenario we actually live and the socio-political and scientific mobilization we need to assure a better world.

In 2015, 195 nations agreed with the United Nations that they can change the world for the better by signing *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. This document aims at transforming of our planet in a better world for all nations, groups, individuals. The agenda is a plan of action for the planet and the people that fights for poverty reduction, peace and freedom in the indispensable



frame of “sustainable development and resilient path” (United Nations Development Program, 2015, p. 3).

The 17 Sustainable Development Goals and the 169 targets show the scale of this new agenda built on the *Millennium Development Goals* deepening and expanding them. Governments, stakeholders, experts, NGOs seek to realize the human rights of all, to achieve gender equality, and empowerment of all women and girls.

All the objectives are integrated in the indivisible junction of three dimensions of sustainable development: the economic, the social and the environmental.

This new agenda reaffirms the conclusions of all major United Nations conferences and summits: the Rio Declaration on Environment and Development, the World Summit on Sustainable Development, the World Summit for Social Development, the Program of Action of the International Conference on Population and Development, the Beijing Platform for Action and the United Conference on Sustainable Development.

Environmental and social sustainability cannot be achieved without interconnections between fundamental systems such as food, transportation, energy, and ecosystems building a global connection that includes also science and technology, in a trans- and interdisciplinary view.

The sharing of knowledge at a planetary level could improve the actual threats and dystopias. That is why we place our team enterprise, result of an international summer school (June 2020 – *Social economy, Entrepreneurship, Sustainable Development*) under the sign of mobilization, sharing and creativity keeping in mind the image of Greta Thunberg as symbol of youth, idealism and hope. Since long-term sustainability of the planet is mainly dependent on solid new ideas around economic development, environmental protection, and social equity able to “coalesce so that the world centers around sustainable activities” (Brinkman 2020, p. 6), we will emphasize the role of media in information sharing and public mobilization for the planet’s future.

In line with numerous researches we will highlight negative trends such as climate change, pollution, incredible waste problems, short term development and consumption all over the world, but also positive directions: improvement of environmental sustainability metrics (quality of the air and water) and a great body of knowledge about environmental systems able to promote sustainable environmental practices (Brinkman, 2020, p. 8).

The past few decades have acknowledged that major transformations of production and consumption processes towards sustainability are both necessary and possible. Technologies, networks of actors, mental models, sectorial roadmaps for sustainable transformation (e.g., in energy management, the mobility sector, the agricultural industry) and entrepreneurial business models geared towards sustainability have been developed in many countries (Marinescu et al., 2021).

The media is considered to have an important part to play in this process because of its ability to reach a wide audience and raise awareness of global challenges related to democracy, climate change, and globalization. The unprecedented presence of the media in all spheres of society, a phenomenon known as the “mediatization” of society (Couldry & Hepp, 2013; Hepp, 2020; Hjarvard, 2013; Krotz, 2014; Tudor & Bratosin, 2021) has convinced scholars to state that the “media are inside the society, part of the very fabric of culture; they have become ‘the cultural air we breathe’” (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2010, p. 223). Furthermore, research on mediatization highlights the interdependence between media change and societal and cultural change (Hjarvard, 2013; Tudor & Bratosin, 2021). In fact, mediatization as a concept and paradigmatic change in contemporary society is considered a “metaprocess at the heart of hypermodernity”, “alongside globalization, democratization, climate change with profound civilizational and anthropological consequences” (Tudor & Bratosin, 2020).

Alongside globalization, digitalization and sustainability, a new important factor impacts the socio-economic and political evolution of the world.

## **Entrepreneurship**

The complex interaction of institutions supporting productive entrepreneurship, recently designed as Entrepreneurial Ecosystem and productive entrepreneurship includes entrepreneurship that generates innovation and economic growth (Baumol, 2010; Bosma et al., 2018, p. 1). Few studies have researched the productive entrepreneurship area (Bosma et al., 2018) but the first results show that financial stability, small government, and start-up skills are the most important predictors of this type of entrepreneurship. In an era of permanent (r)evolution, entrepreneurs are key agents who drive the creation of new organizational arrangements, technologies, and institutions, to better solve community and social problems.

Entrepreneurial skills may develop in any economic sector and any type of business, both in the case of men and women; entrepreneurs act in a wide range of organizations, from family businesses to large companies, from NGOs to public and private companies on the capital market. Although the gender differences are still at work in post-communist countries, the number of women entrepreneurs has significantly increased during the last decade and significantly in the COVID-19 period, which has been marked by the effervescence of family business and small business. The double segregation on the labor market (vertical and horizontal) has major influences also upon the entrepreneurial tendencies of women. Similarly to the labor market, in the field of entrepreneurship the women's interest is also oriented toward traditionally feminized sectors – education, social work; in a paternalist patriarchal culture women face more difficulties and barriers than men (in financing their business, the articulation work/family).

Even if women work in preponderantly traditionally feminine fields e.g.: public administration, commerce, education, housekeeping, and social work, their interest for self-improvement is focused on different domains such as: finances, management, environment protection, tourism, human resources or methodology (Tanase & Tanase, 2010, p. 332).

Despite the growing number of studies on tourism and women's empowerment (Scheyvens, 1999; Cole, 2006; Farahani & Dabbaghi, 2018; Alarcon & Cole, 2019; Figueroa-Domecq et al., 2020), important gaps remain with regard to the political and socio-economic conditions of countries where tourism is a strategy for economic development and where the status of women is marginalized in politics and policymaking. In addition, little research attention has been paid to gender implications in tourism career choices and in the relationship to women's empowerment, within the existing literature, largely gender-neutral. Arguably these questions also reflect the under-researched role of gender in the global economy (Seyfi et al., 2020) although the field of gender is recognized as "a critical arena action to achieve sustainable development" (Boluk et al., 2019, p. 852).

Recent research (Cole, 2018) has criticized the discussion of empowerment in the literature on development and calls for a reconceptualization of tourism entrepreneurship for women beyond its executives' economic and artificial masculinist frame (Figueroa-Domecq et al., 2020). For Cole (2018, p.2), "empowerment, as it is so often conceptualized, concerns only productive work and not reproductive, and fails to address the structural inequalities that underpin societies built on patriarchal symbolic and normative codes". Indeed, the emphasis on feminine entrepreneurship and access to microfinance as a potential empowerment only strengthens the existing gender-specific structural inequalities in global and national economic and financial systems.

## **Social and solidarity economy**

The development of the social economy sector takes place in the space left by the government and market sectors, since there are social needs that are not adequately addressed by the private capitalist or public sectors, respectively “for which no easy solution can be found by self-adjustment of markets or traditional macroeconomic policy” (Center for Research and Information on the Public, 2012, p. 12).

The complex dimension of social entrepreneurship (SE) activities arises from the two broad meanings associated with the concept, the broad meaning that takes into account “individuals who are currently starting or leading any type of activity, organization or business. initiative which has a particularly social, environmental or community objective”, and a narrow meaning, with two clear indications / restrictions indicating“ that this activity, organization or initiative (i) gives priority to social and environmental value rather than to financial value; and (ii) operates in the market by producing goods and services “(Bosma, Schøtt, Terjesen & Kew, 2016, p. 5).

The central role of the entrepreneur (his individual qualities, his motivation, his knowledge etc.) is completed by the process followed to become an entrepreneur, strongly conditioned by formal and informal institutions (Racolta-Paina, 2018), hence the importance of individual agency and institutional quality.

Social economy (SE) and its associated activities seek solutions to various problems (such as poverty, unemployment and social exclusion), problems that go together (Reianu, 2015, p. 14). Therefore, the solutions seem to come more from civil society than from government or the business sector (Zoehrer, 2017, p. 8), which requires early education in initiative and innovation (Bornstein, 2007).

Since the end of the twentieth century and the decline of Soviet socialism first, and then of social democracy, the renewed interest in cooperatives and the social economy has rebounded several times. If it appears, in the words of Erik Olin Wright (Wright, 2020), like a blow to

play in the interstices, to prepare an erosion of capitalism, others nevertheless blame it for its slowness (Andreas Malm, 2020), when it is about accelerating the transformation to avoid the capitalist ecological catastrophe – in the context of pandemic and climate change “there can be no excuse for inaction any longer”.

Reformist or radical environmentalists have been involved in the project of renewing social solidarity economy since the 1970s. The contemporary project of building an organic food chain from consumer cooperatives to market gardening and other crops, up to energy recycling is a new version of the cooperative extension strategies.

For some authors, the extension of the SE is carried out at the expense of the public economy rather than the market economy, and is a consequence of the end of state capitalism and of the relative withdrawal in some countries, of the social state (Hély, 2008; Hély & Moulévrier, 2009) with a concession of enclaves. “However, is the extension of the social and organic sector in food, from catering to market gardening in this case a laboratory of another society?”

The development of entrepreneurship, and implicitly of social enterprises, implies the existence of entrepreneurship ecosystems made up of several individual elements that combine in a complex way, the general areas of culture, politics and leadership, finance, human capital, markets, support (Isenberg, 2010, p. 41). Therefore, the “environment and ecosystem” of the social economy is a major factor which can “facilitate the development of the social economy or can constitute an obstacle external to these entities” (European Economic and Social Committee, 2017, p. 7).

Social and solidarity economy is a complex and diverse phenomenon, given its three levels of manifestation, i.e. macro – through processes and policies on societal change (social innovation), meso-operational mechanisms of organizations with a social purpose (social enterprises) and micro – represented by individual actions of social entrepreneurs (Douglas, Rogers & Lorenzetto, 2014).

## **Presentation of the volume**

The first section of the volume (“Entrepreneurship”) is centered on the issues of social entrepreneurship, of work, social and solidarity economy.

In the chapter “How the pandemic is shaping up social entrepreneurship. Main narratives to major changes in the global economic order” Ioana Silistraru discussed the way in which the pandemic has disrupted the stability of the economy and shifted educational and social-cultural activities and the ways in which social entrepreneurship and sustainable development themes as they are tackled by scientific research during the pandemics. The chapter stressed the fact that the narrative from the studies emerging through the pandemic made a clear reference to the risks for sustainability, the change in work efficiency and the digitization within the social entrepreneurship.

Looking through the lens of cultural and emotional geographies Simona Șoica used aesthetics as main positive emotional value in her chapter “Emotional Entanglement with Nature, Trigger for a Social and Solidarity Economy”. Her aim was to emphasize that the emotional entanglement between humans and nature could lead to environmental solidarity and be used as a way to promote environmental initiatives and develop environmental communication strategies. The chapter brought forward important concepts ranging from solidarity, place attachment or topophilia to environmental aesthetics, ecological aesthetics or functional beauty, in order to invite professionals in communication sector to develop communication strategies towards environmental education and solidarity.

Alexandra Gabriela Constantinescu authored the chapter “Work motivation – a continuum” where the subject of motivation at work is addressed. The chapter made a chronological presentation of the inflection points in the development of the field and presented in details

the types of motivation at work. The chapter presented authors and theories which are the most representative for the understanding of work in contemporary societies.

Lamine Talakela presented a personal perspective on the issue of entrepreneurship in his chapter (“La trajectoire d’un acteur de l’innovation et du numérique: *Consulting-TIME*”). The author discusses entrepreneurship, social economy and sustainable development using vivid examples in order to stress the open the field of possibilities and opportunities. The reader is, as such, invited to create or contribute through individual actions, to become involved in the collaborative entrepreneurship, in social and solidarity economy systems and sustainable development.

In the second section of the volume (“Sustainable development”) the chapters focused on the ways in which sustainability and development enriched the contemporary world.

Alexandra Bardan and Gabriela Nicolaescu discussed in their chapter (“Sustainable production in the magazine press: from the editorial concept to the graphic chain”) the topic of sustainable production in print and digital. The chapter questioned the major stages of the workflow based on a critical review of studies and reports concerning the production of print media, including magazine press. The variables of environmentally friendly design are explored for a hypothetical magazine with an ecological theme, starting from general issues related to funding, target audience and the articulation of main editorial concepts.

In the chapter “Sustainability of food production in press articles on nutrition: The case of the German media” Simona Rodat presented the results of an analysis regarding the ways in which the environmental issues and the sustainability of food production are addressed in the German media. Her analysis discussed the extent and ways in which links and correlations are made in the German media between food and environmental issues, the extent to which the journalists approach specific topics and the extent to which the German



press makes connections between unhealthy nutrition and unsustainable food production, or debates on various diets, controversies and social trends related to human nutrition, and subsequent discussions about the food of the future.

“Smart cities”, authored by Ines Razec, started from the assumption that nowadays the greatest number of people lives in cities, and, as a result, a structural change must begin with reducing the environmentally harmful actions that take place during the process of urbanization. The author argued that the metamorphosis of cities into smart cities represents a solution that encourages the adoption of sustainable policies through the implementation of smart systems in charge of city management, thus preventing waste, reducing pollution and encouraging effective communication between members of the community.

The issue of sustainable development and ecotourism in Romania is presented in the chapter “Ecotourism and sustainable development – the case of Romania” (Lavinia Enache). In the first part of the chapter the author presented the characteristics of ecotourism and the fundamental values of it. The second part of the chapter focused on an analysis of Romanian ecotourism destinations, their specific activities and objectives.

In the chapter “Formal education for sustainable development in Romanian schools” Anda Anca Rodideal analyzed the means and the method of studying and explaining concepts of “sustainable development, “social economy” and “social entrepreneurship” to Romanian children within formal education. The chapter brought arguments and empirical evidence in favor of the thesis that Romanian school curriculum is not completely adapted to the actual social issues related with sustainability, social economy and entrepreneurship.

The third section of the volume (“Identities and Organizations”) dealt with various aspects of social rules and norms in contemporary societies and the ways in which the present can offer solution for the future.

In the chapter “Can a state fail as a result of a dysfunctional civil service? From failure to social profitability: a sociological examination of perceived equity as a result of traditional organizational culture specific to the public sector” Bogdan Ivan Gruia, Teodor Dumitrache and Antonio Amuza aimed to identify the main causes of the high degree of perceived inequity in relation to the activities of civil servants and private-sector employees. The chapter focused the debate on highlighting the confidence scores and variables that influence the perception of equity among the Romanian populations, with the goal of examining the underlying causes in order to improve the level of social justice through specific administrative policies.

Starting with the need of studying “fear” from a sociological perspective, the chapter “Social fears: impact on the cultural identity of societies” (authored by Antonio Amuza) aimed to find specific cultural elements which grounded fears at the level of society. Awareness of fears, argued Amuza, can be the first step in the process of a cultural revolution of society, in the era that is coming to an end of late modernity, it can be a chance to save for all those stigmatized because of their limitations.

Starting from two main premises that the current climate changes happen due to the ways people lived and consumed so far, and that if no action is taken the Earth and the life on Earth will die, Ramona Marinache discussed in her chapter “Mobility – reflecting upon the impact of its envisioned sustainable future” the socio-technical possible futures of mobility. Reviewing the possible futures the author identified one major focus – the type of fuels used for mobility and the miles travelled by individuals in their lifetime, in connection with four types of futures – and presented the possible trends of mobility accompanied by the challenges they bring.

In the chapter “Participatory culture and entrepreneurship – *Crowdfunding* in business development” Arabela Briciu discussed the concept of participatory culture and its implications in business development. According to Arabela Briciu *crowdfunding* is a solution for

business development to raise financial capital with the support of external publics and online platforms that entails collaboration between producers and consumers.

## References

- Alarcón, D. M., & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283>.
- Allemand, S. (2010). L'économie sociale et solidaire à l'heure de l'entrepreneuriat social. *Marché et organisations*, 1(11), 93 – 105.
- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of innovative entrepreneurship*. Princeton: Princeton University Press.
- Boluk, K.A., Cavaliere, C.T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847-864.
- Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford University Press.
- Bosma, N., Content, J., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in Europe. *Small Business Economics*, (2018) 51, 483–499.
- Bosma, N., Schøtt, T., Terjesen, S., & Kew, P. (2016). *Global entrepreneurship monitor 2015 to 2016: special topic report on social entrepreneurship*. Retrieved on June 22, 2021 from: <https://www.american.edu/kogod/research/innovation/upload/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship.pdf>
- Brinkman, R. (2020). *Environmental Sustainability in a Time of Change*. Palgrave Macmillan.
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Retrieved on June 22, 2021 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Centre of Research and Information on the Public (CIRIEC). (2012). *The Social Economy in the European Union*. Retrieved on June 22, 2018 from: <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf>
- Cole, S. (Ed.). (2018). *Gender equality and tourism: Beyond empowerment*. CABI.
- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism *Journal of sustainable tourism*, 14(6), 629-644.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23, 191-202.

- Douglas, H., Rogers, J., & Lorenzetto, A. (2014). Design thinking and social enterprise innovation. In A. Hermens (Ed.). *Proceedings of the 28th Australia and New Zealand Academy of Management Conference, ANZAM* (pp. 1-15). Sydney, Australia.
- Eme, B., & Laville, J. L. (2004). L'économie solidaire ou l'économie comme écologie sociale. *Ecologie politique*, (1), 13-25.
- European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe Eurydice Report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Economic and Social Committee. (2017). *Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union*. Retrieved on June 24, 2018, from: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf>
- Figueroa-Domecq, C., de Jong, A., & Williams, A. M. (2020). Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 84, 102980.
- Hély M. (2008). « L'économie sociale et solidaire n'existe pas », *La vie des idées*, avril 2008.
- Hély, M., & Moulévrier, P. (2009). « 'Économie sociale et solidaire': quand les sciences sociales enchantent le travail », *Idées économiques et sociales*, 158, 4, 30-41.
- Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*, NY, New York: Routledge.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2010). Mediatization-Empirical perspectives: An Introduction to a special issue. *Communications*, 35, 223–228.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. *Nordicom Review*, 29, 105–134.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40-50.
- Krotz, F. (2014). Mediatization as a mover in modernity: Social and cultural change in the context of media change. In K. Lundby (Ed.). *Handbook on Mediatization of Communication* (pp. 131–162), DeGruyter: Berlin, Germany.
- Malm, A. (2020). *Corona, climate, chronic emergency: war communism in the twenty-first century*. London; New York: Verso.
- Marinescu, V., Fox, B., Cristea, D., Roventa-Frumusani, D., Marinache, R., & Branea, S. (2021). Talking about Sustainability: How the Media Construct the Public's Understanding of Sustainable Food in Romania. *Sustainability*, 2021, 13, 4609.
- Racolta-Paina, N. D. (2018). Challenges for the development of social Entrepreneurship in Romania. *On-line Journal Modelling the New Europe*, 27, 160-182.

- Reianu, D. G. (2015). Mainstreaming the gender dimension in the Europe 2020 Strategy. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Studia Europaea*, LX(4), 5-18.
- Scheyvens, R. (1999). Eco tourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management* 20, 245-249.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Vo-Thanh, T. (2020). The gendered effects of statecraft on women in tourism: Economic sanctions, women's disempowerment and sustainability? *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18.
- Social Enterprise Ecoystem (SEE GR). (2017). *Social Enterprise Ecoystem*. Retrieved on June 4, 2019 from: <http://www.see-gr.eu/site>
- Tanase A., & Tanase D. (2010). Gender Disparities in the Entrepreneurial Field in Western Romania. *Annals of Faculty of Economics, University of Oradea, Faculty of Economics*, 1(2), 330-334.
- Tudor, M.A., & Bratosin, S. (2020). Croire en la technologie. Médiatisation du futur et futur de la médiatisation. *Communication*, 37(1). Retrieved December 30, 2021 from: <http://journals.openedition.org/communication/11021>.
- Tudor, M.A., & Bratosin, S. (2021). *La médiatisation. Nouveaux défis pour les sciences et la société*. Paris, L'Harmattan.
- United Nations Development Program (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retrieved on November 16, 2021 from: <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- United Nations Development Program (2019). *Sustainable Development Goals* Retrieved on November 16, 2021 from: <https://sdgs.un.org/goalsb>
- United Nations. (2019). *Global Sustainable Development Report 2019: The Future Is Now – Science for Achieving Sustainable Development*. Retrieved on December 20, 2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/gedr2019>
- United Nations. Transforming our World. (2020). *The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retrieved on December 20, 2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/documents>
- Wright, E. O. (2020). *Stratégies anticapitalistes pour le XXIe siècle*. La Découverte, Paris.
- Zoehrer, K. (2017). Social entrepreneurship in southeastern Europe – Comparative analysis of the cases of Croatia, Serbia and Greece. *Social enterprise for sustainable societies LLN, ECSP-6EMES-02*, 1-39

# AVANT PROPOS.

## Développement durable, entrepreneuriat et économie sociale

DANIELA ROVENȚA-FRUMUȘANI ET VALENTINA MARINESCU

### Développement durable

Le terme « développement durable » est apparu comme un concept clé dans la littérature traitant des politiques de développement dans le rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement (Brundtland, 1987), intitulé « Our Common Future » en avril 1987. En général, le message clé du rapport Brundtland soutient que les mesures prises aujourd'hui ne doivent pas compromettre les générations futures (Brundtland, 1987). Sur la base de ce rapport, la « triade classique du développement durable » a été formulée (WCED, 1987) selon laquelle la durabilité est le point de rencontre de trois dimensions majeures : l'écologie, l'économie et la société. Lorsque le rapport Brundtland a été rédigé, les auteurs ont souligné que le monde traversait un changement fondamental (Brundtland, 1987). Cependant, ils n'auraient certainement pas pu imaginer le scénario que nous vivons actuellement et la mobilisation socio-politique et scientifique dont nous avons besoin pour assurer un monde meilleur.

En 2015, 195 pays ont convenu avec les Nations Unies qu'ils pouvaient changer le monde pour le mieux en signant *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Ce document vise la transformation de notre planète en un monde meilleur pour toutes les nations, groupes, individus. L'agenda est un plan d'action pour la planète

et les peuples qui luttent pour la réduction de la pauvreté, la paix et la liberté dans le cadre indispensable d'un « développement durable et d'une voie résiliente » (United Nations Development Program, 2015, p. 3).

Les 17 Objectifs de Développement Durable et les 169 cibles montrent l'ampleur de ce nouvel agenda construit sur les Objectifs du Millénaire pour le Développement en les approfondissant et en les élargissant. Les gouvernements, les parties prenantes, les experts et les ONG cherchent à réaliser les droits humains pour tous et toutes, à réaliser l'égalité des sexes et l'autonomisation de toutes les femmes et filles. Tous les objectifs sont intégrés dans la jonction indivisible de trois dimensions du développement durable : l'économique, le social et l'environnemental.

Ce nouvel agenda réaffirme les conclusions de toutes les grandes conférences et sommets des Nations Unies, la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement, le Sommet mondial pour le développement durable, le Sommet mondial pour le développement social, le Programme d'action de la Conférence internationale sur la population et le développement, le Programme d'action de Beijing et la Conférence des Nations Unies sur le développement durable.

La durabilité environnementale et sociale ne peut être atteinte sans des interconnexions entre les systèmes fondamentaux tels que l'alimentation, les transports, l'énergie et les écosystèmes, qui créent une connexion mondiale, incluant aussi la science et la technologie, dans une vision trans et interdisciplinaire.

Le partage des connaissances au niveau planétaire pourrait améliorer les menaces et les dystopies actuelles. C'est pourquoi nous plaçons notre livre, fruit d'une université d'été internationale (juin 2020 – *Économie sociale, Entrepreneuriat, Développement durable*) sous le signe de la mobilisation, du partage et de la créativité en gardant à l'esprit l'image de Greta Thunberg – symbole de jeunesse, d'idéalisme et d'espoir. Étant donné que la durabilité à long terme de la planète dépend principalement de nouvelles idées solides autour du développement économique, de la protection de l'environnement et de

l'équité sociale capables de « s'unir pour que le monde se concentre sur des activités durables » (Brinkman, 2020, p. 6), nous soulignerons le rôle des médias dans le partage de l'information et la mobilisation du public pour l'avenir de la planète.

En accord avec de nombreuses recherches, nous mettrons en évidence des tendances négatives telles que le changement climatique, la pollution, d'incroyables problèmes de déchets, le développement et la consommation à court terme dans le monde entier, mais aussi des orientations positives : l'amélioration des paramètres de durabilité environnementale (qualité de l'air et de l'eau) et un grand corpus de connaissances sur les systèmes environnementaux capables de promouvoir des pratiques environnementales durables (Brinkman, 2020, p. 8).

Les dernières décennies ont reconnu que des transformations majeures des processus de production et de consommation vers la durabilité sont à la fois nécessaires et possibles. Des technologies, des réseaux d'acteurs, des modèles mentaux, des feuilles de route sectorielles pour une transformation durable (par exemple, dans la gestion de l'énergie, le secteur de la mobilité, l'industrie agricole) et des modèles commerciaux entrepreneuriaux orientés vers la durabilité ont été développés dans de nombreux pays (Marinescu et al., 2021).

Les médias sont considérés comme ayant un rôle important à jouer dans ce processus en raison de leur capacité à toucher un large public et à sensibiliser aux défis mondiaux liés à la démocratie, au changement climatique et à la mondialisation. La présence sans précédent des médias dans toutes les sphères de la société, un phénomène connu sous le nom de « médiatisation » de la société (Couldry & Hepp, 2013 ; Krotz, 2014 ; Hepp, 2020 ; Hjarvard, 2013, Tudor & Bratosin, 2021) a convaincu les chercheurs d'affirmer que les « médias sont à l'intérieur de la société, partie du tissu même de la culture » ; ils sont devenus « l'air culturel que nous respirons » (Hepp, Hjarvard & Lundby, 2010, p. 223). Par ailleurs, les recherches sur la médiatisation mettent en évidence l'interdépendance entre le



changement médiatique et le changement sociétal et culturel (Hjarvard, 2013 ; Tudor & Bratosin, 2021). En effet, la médiatisation en tant que concept et changement paradigmatique dans la société contemporaine est considérée comme un « métaprocessus au cœur de l'hypermodernité », « à côté de la mondialisation, de la démocratisation, du changement climatique aux profondes conséquences civilisationnelles et anthropologiques » (Tudor & Bratosin, 2020).

Parallèlement à la mondialisation, à la numérisation et à la durabilité, un nouveau facteur important influe sur l'évolution socio-économique et politique du monde, à savoir l'entrepreneuriat.

## **Entrepreneuriat**

L'interaction complexe des institutions soutenant l'entrepreneuriat productif, récemment conçu comme écosystème entrepreneurial comprend l'entrepreneuriat qui génère l'innovation et la croissance économique (Baumol, 2010 ; Bosma et al., 2018, p. 1). Peu d'études ont abordé le domaine de l'entrepreneuriat productif (Bosma et al., 2018), mais les premiers résultats montrent que la stabilité financière, la petite administration et les compétences entrepreneuriales (*entrepreneurial skills*) sont les prédicteurs les plus importants de ce type d'entrepreneuriat. À une époque de (r)évolution permanente, *les entrepreneurs* sont des *agents clés* qui conduisent à la création de nouveaux arrangements organisationnels, technologies et institutions, afin de mieux résoudre les problèmes communautaires et sociaux.

Les compétences entrepreneuriales peuvent se développer dans tout secteur économique et tout type d'entreprise, tant chez les hommes que chez les femmes ; les entrepreneurs agissent dans un large éventail d'organisations, des entreprises familiales aux grandes entreprises, des ONG aux entreprises publiques et privées sur le marché des capitaux. Bien que les différences de genre soient toujours à l'œuvre dans les pays post-communistes, le nombre de femmes entrepreneures a considérablement augmenté au cours de la dernière décennie et de

manière significative dans la période COVID, qui a été marquée par l'effervescence des entreprises familiales et des petites entreprises. La double ségrégation sur le marché du travail (verticale et horizontale) a également des influences majeures sur les tendances entrepreneuriales des femmes. De même que pour le marché du travail, dans le domaine de l'entrepreneuriat l'intérêt des femmes est également orienté vers les secteurs traditionnellement féminisés – éducation, travail social. Dans une culture patriarcale paternaliste les femmes font face à plus de difficultés et de barrières que les hommes (dans le financement de leur entreprise, l'articulation travail / famille). Même si les femmes travaillent dans des domaines à traditionnellement féminins, par exemple : l'administration publique, le commerce, l'éducation, l'entretien ménager et le travail social, leur intérêt pour l'amélioration personnelle se concentre sur des domaines tels que : les finances, la gestion, la protection de l'environnement, le tourisme, les ressources humaines ou la méthodologie (Tanase & Tanase, 2010, p. 332).

Malgré le nombre croissant d'études sur le tourisme et l'autonomisation des femmes (Scheyvens, 1999 ; Cole, 2006; Farahani & Dabbaghi, 2018; Alarcon & Cole, 2019; Figueroa-Domecq et al., 2020), des écarts importants subsistent en ce qui concerne les conditions socio-économiques des pays où le tourisme est une stratégie de développement économique et où le statut des femmes est marginalisé dans la politique et l'élaboration des politiques. En outre, peu d'attention de la recherche a été accordée aux implications du genre dans les choix de carrière dans le tourisme et dans la relation avec l'autonomisation des femmes, dans la littérature existante, largement neutre en termes de genre. On peut soutenir que ces questions reflètent également le rôle sous-étudié du genre dans l'économie mondiale (Seyfi et al., 2020) bien que le domaine du genre soit reconnu comme « une arène critique d'action pour parvenir au développement durable » (Boluk et al., 2019, p. 852).

Des recherches récentes (Cole, 2018) ont critiqué la discussion sur l'*empowerment* dans la littérature sur le développement et appellent à

une reconceptualisation de l'entrepreneuriat touristique pour les femmes au-delà de son cadre économique masculiniste artificiel (Figuroa-Domecq et al., 2020). Pour Cole (2018, p. 2), « l'autonomisation, telle qu'elle est si souvent conceptualisée, ne concerne que le travail productif et non pas celui reproductif, et ne parvient pas à traiter les inégalités structurelles qui sous-tendent les sociétés construites sur des codes symboliques et normatifs patriarcaux ». En outre, l'accent mis sur l'entrepreneuriat féminin et l'accès à la microfinance comme potentiel d'autonomisation ne fait que renforcer les inégalités structurelles sexospécifiques existantes dans les systèmes économiques et financiers mondiaux et nationaux.

### **L'économie sociale et solidaire**

Le développement du secteur de l'économie sociale a lieu dans l'espace laissé par les secteurs gouvernementaux et marchands, car il y a des besoins sociaux qui ne sont pas suffisamment pris en compte par les secteurs privé capitaliste ou public, respectivement « pour lesquels aucune solution facile ne peut être trouvée par soi-même – ajustement des marchés ou politique macroéconomique traditionnelle » (Centre de recherche et d'information sur le public, 2012, p.12).

La dimension complexe des activités d'entrepreneuriat social (ES) découle des deux sens associés au concept : le sens large qui prend en compte « les individus qui démarrent ou dirigent actuellement tout type d'activité, d'organisation ou d'entreprise, initiative qui a un objectif particulièrement social, environnemental ou communautaire », et le sens étroit, avec deux indications / restrictions claires indiquant « que cette activité, organisation ou initiative (i) donne la priorité à la valeur sociale et environnementale plutôt qu'à la valeur financière ; et (ii) opère sur le marché en produisant des biens et des services » (Bosma, Schøtt, Terjesen & Kew, 2016, p. 5).

Le rôle central de l'entrepreneur (ses qualités individuelles, sa motivation, ses connaissances etc.) est complété par le processus suivi

pour devenir entrepreneur, fortement conditionné par les institutions formelles et informelles (Racolta-Paina, 2018), d'où l'importance de l'agencité (*agency*) individuelle et de la qualité institutionnelle.

ES et ses activités associées cherchent des solutions à divers problèmes (tels que la pauvreté, le chômage et l'exclusion sociale), problèmes qui vont de pair (Reianu, 2015, p. 14). Par conséquent, les solutions semblent venir davantage de la société civile que du gouvernement ou du secteur des entreprises (Zoehrer, 2017, p. 8), ce qui nécessite une éducation précoce à l'initiative et à l'innovation (Bornstein, 2007).

Depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle et le déclin du socialisme dans les pays du bloc de l'Est d'abord, puis de la social-démocratie, le regain d'intérêt pour les coopératives et l'économie sociale a rebondi à plusieurs reprises. S'il apparaît, selon les mots d'Erik Olin Wright (Wright, 2020), comme un coup à jouer dans les interstices, pour préparer une érosion du capitalisme, d'autres critiquent sa lenteur (Andreas Malm, 2020), dans la transformation nécessaire pour éviter la catastrophe écologique capitaliste-« dans le contexte actuel de pandémie et changement climatique il n'y a plus d'excuses pour l'inaction ».

Des écologistes réformistes ou radicaux se sont engagés dans le projet de renouveau de l'économie sociale et solidaire depuis les années 1970. Le projet contemporain de construction d'une filière bio depuis les coopératives de consommation jusqu'au maraîchage et autres cultures, jusqu'au recyclage énergétique est une nouvelle version des stratégies des coopératives.

Pour certains auteurs, l'extension de l'ESS se fait aux dépens de l'économie publique plutôt que de l'économie de marché, et est une conséquence de la fin du capitalisme d'État et du retrait relatif dans certains pays, de l'État social (Hély, 2008 ; Hély & Moulévrier, 2009) avec une concession d'enclaves.

Le développement de l'entrepreneuriat, et implicitement des entreprises sociales, implique l'existence d'écosystèmes entrepreneuriaux qui combinent de manière complexe, les domaines généraux de la

culture, de la politique et du leadership, de la finance, du capital humain, des marchés, de l'accompagnement (Isenberg, 2010, p. 41). Ainsi, « l'environnement et l'écosystème » de l'économie sociale est un facteur majeur qui peut « faciliter le développement de l'économie sociale ou peut constituer un obstacle extérieur à ces entités » (Comité économique et social européen, 2017, p. 7).

L'économie sociale et solidaire est un phénomène complexe et diversifié (Allemand 2010), compte tenu de ses trois niveaux de manifestation, à savoir *macro* – à travers des processus et des politiques de changement sociétal (innovation sociale), des mécanismes *méso*-opérationnels d'organisations à finalité sociale (entreprises sociales) et *micro* – représenté par des actions individuelles des entrepreneurs sociaux (Douglas, Rogers & Lorenzetto, 2014).

## **La présentation du volume**

La première section du volume (« Entrepreneuriat ») est centrée sur les enjeux de l'entrepreneuriat social, du travail, de l'économie sociale et solidaire.

Dans le chapitre « Comment la pandémie façonne l'entrepreneuriat social. Principaux récits des changements majeurs dans l'ordre économique mondial » Ioana Silistraru a discuté la manière dont la pandémie a perturbé la stabilité de l'économie et modifié les activités éducatives et socioculturelles et la manière dans laquelle les thèmes de l'entrepreneuriat social et du développement durable sont abordés par la recherche scientifique pendant les pandémies. Le chapitre a souligné le fait que le récit des études émergeant de la pandémie faisait clairement référence aux risques pour la durabilité, le changement dans l'efficacité du travail et la numérisation au sein de l'entrepreneuriat social.

En regardant à travers le prisme des géographies culturelles et émotionnelles, Simona Şoica a utilisé l'esthétique comme principale valeur émotionnelle positive dans son chapitre « Enchevêtrement

émotionnel avec la nature, déclencheur d'une économie sociale et solidaire ». Son objectif était de souligner que l'enchevêtrement émotionnel entre les humains et la nature pouvait conduire à une solidarité environnementale et être utilisé comme un moyen de promouvoir des initiatives environnementales et de développer des stratégies de communication environnementale. Le chapitre vise à mettre en avant des concepts importants allant de la solidarité, l'attachement au lieu ou la topophilie à l'esthétique environnementale, l'esthétique écologique ou la beauté fonctionnelle, afin d'inviter les professionnels du secteur de la communication à développer des stratégies de communication vers l'éducation environnementale et la solidarité.

Alexandra Gabriela Constantinescu est l'auteur du chapitre « La motivation au travail – un continuum » où le sujet de la motivation au travail est abordé. Le chapitre a fait une présentation chronologique des points d'inflexion dans le développement du domaine et a présenté en détail les types de motivation au travail. Le chapitre présente les auteurs et les théories les plus représentatives pour la compréhension du travail dans les sociétés contemporaines.

Lamine Talakela a présenté un point de vue personnel sur la question de l'entrepreneuriat dans son chapitre (« La trajectoire d'un acteur de l'innovation et du numérique : *Consulting-TIME* ») ; l'auteur aborde l'entrepreneuriat, l'économie sociale et le développement durable à l'aide d'exemples vivants afin de souligner l'ouverture du champ des possibles et des opportunités. Le lecteur est, à ce titre, invité à créer ou à contribuer par des actions individuelles à s'impliquer dans l'entrepreneuriat collaboratif, dans les systèmes d'économie sociale et solidaire et du développement durable.

Dans la deuxième section du volume (« Développement durable »), les chapitres se sont concentrés sur les manières dont la durabilité et le développement ont enrichi le monde contemporain.

Alexandra Bardan et Gabriela Nicolaescu ont abordé dans leur chapitre (« Production durable dans la presse magazine : du concept

éditorial à la chaîne graphique ») le thème de la production durable en print et digital. Le chapitre interroge les grandes étapes du *workflow* à partir d'une revue critique d'études et de rapports concernant la production de supports imprimés, incluant la presse magazine. Les variables de la conception respectueuse de l'environnement sont explorées pour un magazine hypothétique avec un thème écologique, à partir de questions générales liées au financement, au public cible et à l'articulation des principaux concepts éditoriaux.

Dans le chapitre « Durabilité de la production alimentaire dans les articles de presse sur la nutrition : le cas des médias allemands », Simona Rodat a présenté les résultats d'une analyse concernant la manière dont les questions environnementales et la durabilité de la production alimentaire sont abordées dans les médias allemands. Son analyse a porté sur l'étendue et la manière dont les liens et les corrélations sont établis dans les médias allemands entre les questions alimentaires et environnementales, la mesure dans laquelle les journalistes abordent des sujets spécifiques et la mesure dans laquelle la presse allemande établit des liens entre une alimentation malsaine et une production alimentaire non durable ; l'analyse évoque aussi les débats et controverses concernant divers régimes alimentaires, les tendances sociales liées à la nutrition humaine, ainsi que le futur de l'alimentation.

Les « villes intelligentes », analyse signée par Ines Razec, part de l'hypothèse qu'aujourd'hui, le plus grand nombre de personnes vit dans les villes et, par conséquent, un changement structurel doit commencer par la réduction des actions néfastes pour l'environnement qui ont lieu au cours du processus d'urbanisation. L'auteure a soutenu que la métamorphose des villes en villes intelligentes représente une solution qui encourage l'adoption de politiques durables grâce à la mise en œuvre de systèmes intelligents en charge de la gestion des villes, évitant ainsi les déchets, réduisant la pollution et encourageant une communication efficace entre les membres de la communauté.

La question du développement durable et de l'écotourisme en Roumanie est présentée dans le chapitre « Écotourisme et développement

durable. Le cas de la Roumanie » (Lavinia Enache). Dans la première partie du chapitre, l'auteure présente les caractéristiques de l'écotourisme et ses valeurs fondamentales. La deuxième partie du chapitre s'est concentrée sur une analyse des destinations écotouristiques roumaines, de leurs activités et objectifs spécifiques.

Dans le chapitre « L'éducation formelle pour le développement durable dans les écoles roumaines », Anda Anca Rodideal a analysé les moyens et la méthode pour étudier et expliquer les concepts de « développement durable », « d'économie sociale » et « d'entrepreneuriat social » aux enfants roumains dans le cadre de l'éducation formelle. Le chapitre a apporté des arguments et des preuves empiriques en faveur de la thèse selon laquelle le programme scolaire roumain n'est pas complètement adapté aux problèmes sociaux réels liés à la durabilité, à l'économie sociale et à l'entrepreneuriat.

La troisième section du volume (« Identités et organisations ») aborde divers aspects des règles et normes sociales à l'œuvre dans les sociétés contemporaines et des modalités dont le présent peut offrir une solution pour l'avenir.

Dans le chapitre « Un État peut-il échouer à cause d'un dysfonctionnement de la fonction publique ? De l'échec à la rentabilité sociale : un examen sociologique de l'équité perçue comme résultat de la culture organisationnelle traditionnelle propre au secteur public » Bogdan Ivan Gruia, Teodor Dumitrache et Antonio Amuza visent à identifier les principales causes du degré élevé d'iniquité perçue par rapport aux activités des fonctionnaires et des employés du secteur privé. Le chapitre a concentré le débat sur la mise en évidence des scores de confiance et des variables qui influencent la perception de l'équité parmi les Roumains, dans le but d'examiner les causes sous-jacentes afin d'améliorer le niveau de justice sociale à travers des politiques administratives spécifiques.

Partant de la nécessité d'étudier la « peur » d'un point de vue sociologique, le chapitre « Peurs sociales : impact sur l'identité culturelle des sociétés » (rédigé par Antonio Amuza) vise à trouver des éléments



culturels spécifiques qui fondent les peurs au niveau de la société. La prise de conscience des peurs, peut représenter selon Amuza, la première étape du processus d'une révolution culturelle de la société, à l'ère qui touche à la fin de la modernité tardive ; cela peut être une chance de sauver ceux qui sont stigmatisés en raison de leurs limites.

Partant de deux prémisses principales selon lesquelles les changements climatiques actuels se produisent en raison de la façon dont les gens ont vécu et consommé jusqu'à présent, et que si aucune mesure n'est prise, la Terre et la vie sur Terre mourront, Ramona Marinache discute dans son chapitre « Mobilité – réfléchir sur son impact sur un avenir durable » les futurs possibles de la mobilité de point de vue socio-technique. Passant en revue les futurs possibles, l'auteure a identifié un axe majeur – le type de carburants utilisés pour la mobilité et les kilomètres parcourus par les individus au cours de leur vie, en lien avec quatre types de futurs – et a présenté les tendances possibles de la mobilité accompagnées des défis qu'elles apportent.

Dans le chapitre « Culture participative et entrepreneuriat. Le financement participatif dans le développement des affaires » Arabela Briciu a discuté le concept de *culture participative* et de ses implications dans le développement des affaires. Selon Arabela Briciu, le financement participatif est une solution de développement commercial pour lever des capitaux financiers avec le soutien de publics externes et de plateformes en ligne, ce qui implique *une collaboration* entre producteurs et consommateurs.

## References

- Alarcón, D. M., & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1588283>.
- Allemand, S. (2010). L'économie sociale et solidaire à l'heure de l'entrepreneuriat social. *Marché et organisations*. 1(11), 93–105.
- Baumol, W. J. (2010). *The microtheory of innovative entrepreneurship*. Princeton: Princeton University Press.

- Boluk, K.A., Cavaliere, C.T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 847–864.
- Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. Oxford University Press.
- Bosma, N., Content, J., Sanders, M., & Stam, E. (2018). Institutions, entrepreneurship, and economic growth in Europe. *Small Business Economics*, (2018) 51, 483–499.
- Bosma, N., Schött, T., Terjesen, S., & Kew, P. (2016). *Global entrepreneurship monitor 2015 to 2016: special topic report on social entrepreneurship*. Retrieved on June 22, 2021 from: <https://www.american.edu/kogod/research/innovation/upload/gem-2015-report-on-social-entrepreneurship.pdf>
- Brinkman, R. (2020). *Environmental Sustainability in a Time of Change*. Palgrave Macmillan.
- Brundtland, G. H. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Retrieved on June 22, 2021 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Centre of Research and Information on the Public (CIRIEC). (2012). *The Social Economy in the European Union*. Retrieved on June 22, 2018 from: <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-en-c.pdf>
- Cole, S. (Ed.). (2018). *Gender equality and tourism: Beyond empowerment*. CABI.
- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism *Journal of sustainable tourism*, 14(6), 629-644.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23, 191-202.
- Douglas, H., Rogers, J., & Lorenzetto, A. (2014). Design thinking and social enterprise innovation. In A. Hermens (Ed.). *Proceedings of the 28th Australia and New Zealand Academy of Management Conference, ANZAM* (pp. 1-15). Sydney, Australia.
- Eme, B., & Laville, J. L. (2004). L'économie solidaire ou l'économie comme écologie sociale. *Ecologie politique*, (1), 13-25.
- European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe Eurydice Report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Economic and Social Committee. (2017). *Recent Evolutions of the Social Economy in the European Union*. Retrieved on June 24, 2018, from: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-en-n.pdf>
- Figuroa-Domecq, C., de Jong, A., & Williams, A. M. (2020). Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review. *Annals of Tourism Research*, 84, 102980.

- Hély M. (2008). « L'économie sociale et solidaire n'existe pas », *La vie des idées*, avril 2008.
- Hély, M., & Moulévrier, P. (2009). « 'Économie sociale et solidaire': quand les sciences sociales enchantent le travail », *Idées économiques et sociales*, 158, 4, 30–41.
- Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*, NY, New York: Routledge.
- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2010). Mediatization–Empirical perspectives: An Introduction to a special issue. *Communications*, 35, 223–228.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. *Nordicom Review*, 29, 105–134.
- Hjarvard, S. (2013). *The Mediatization of Culture and Society*. Routledge.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40–50.
- Krotz, F. (2014). Mediatization as a mover in modernity: Social and cultural change in the context of media change. In K. Lundby (Ed.). *Handbook on Mediatization of Communication* (pp. 131–162), DeGruyter: Berlin, Germany.
- Malm, A. (2020). *Corona, climate, chronic emergency: war communism in the twenty-first century*. London; New York: Verso.
- Marinescu, V., Fox, B., Cristea, D., Roventa-Frumusani, D., Marinache, R., & Branea, S. (2021). Talking about Sustainability: How the Media Construct the Public's Understanding of Sustainable Food in Romania. *Sustainability*, 2021, 13, 4609.
- Racolta-Paina, N. D. (2018). Challenges for the development of social Entrepreneurship in Romania. *On-line Journal Modelling the New Europe*, 27, 160–182.
- Reianu, D. G. (2015). Mainstreaming the gender dimension in the Europe 2020 Strategy. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Studia Europaea*, LX(4), 5–18.
- Scheyvens R. (1999). Eco tourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management* 20, 245–249.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Vo-Thanh, T. (2020). The gendered effects of statecraft on women in tourism: Economic sanctions, women's disempowerment and sustainability? *Journal of Sustainable Tourism*, 1–18.
- Social Enterprise Ecoystem (SEE GR). (2017). *Social Enterprise Ecoystem*. Retrieved on June 4, 2019 from: <http://www.see-gr.eu/site>
- Tanase A., & Tanase D. (2010). Gender Disparities in the Entrepreneurial Field in Western Romania. *Annals of Faculty of Economics, University of Oradea, Faculty of Economics*, 1(2), 330–334.
- Tudor, M.A., & Bratosin, S. (2020). Croire en la technologie. Médiatisation du futur et futur de la médiatisation. *Communication*, 37(1). Retrieved on December 30, 2021 from: <http://journals.openedition.org/communication/11021>.

- Tudor, M.A., & Bratosin, S. (2021). *La médiatisation. Nouveaux défis pour les sciences et la société*. Paris, L'Harmattan.
- United Nations Development Program. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retrieved on November 16, 2021 from: <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- United Nations Development Program. (2019). *Sustainable Development Goals*. Retrieved on November 16, 2021 from: <https://sdgs.un.org/goalsb>
- United Nations. (2019). *Global Sustainable Development Report 2019: The Future Is Now – Science for Achieving Sustainable Development*. Retrieved on December 20, 2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/gsdr2019>
- United Nations. Transforming our World. (2020). *The 2030 Agenda for Sustainable Development*. Retrieved on December 20, 2020 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/documents>
- Wright, E. O. (2020). *Stratégies anticapitalistes pour le XXIe siècle*. La Découverte, Paris.
- Zoehrer, K. (2017). Social entrepreneurship in southeastern Europe – Comparative analysis of the cases of Croatia, Serbia and Greece. *Social enterprise for sustainable societies LLN, ECSP-6EMES-02*, 1-39.



# ABSTRACTS



# ENTREPRENEURSHIP

## How the pandemic is shaping up social entrepreneurship. Main narratives to major changes in the global economic order Silistraru Ioana

**Abstract.** The life of every person around the globe has been to some extent disrupted by the pandemic. The challenge had a dual nature, on the one hand, it confronted people with the sanitary crisis, and, on the other hand, made them struggle with the economic fallout. The pandemic has disrupted the stability of the economy and shifted educational and social-cultural activities. As the COVID-19 pandemic is not near to its end in terms of social impact, we suggest that research should follow the social entrepreneurship and sustainable development themes as they are tackled by scientific research. While the social dynamic has been in constant change all over the world as the sanitary restrictions fluctuate between severe lockdown and relative ease of imposed regulations, the narratives are changing along with the social situation. The narrative from the latest studies emerging through the pandemic involves several aspects: the risk to sustainability and survival of the economic entities, the change in work efficiency during the COVID-19 pandemic, and the digitization within the social entrepreneurship.

**Keywords:** *Social Entrepreneurship (SE), social innovation, sustainable development, growth.*



**Emotional Entanglement with Nature,  
Trigger for a Social and Solidarity Economy**  
**Șoica Simona**

**Abstract.** The social and ethical turn in nowadays society highlights the social and environmental objectives that prevail in the economic activity over profits, as Utting (2015) remarks. Looking through the lens of cultural and emotional geographies, I use aesthetics as main positive emotional value in order to emphasize that the emotional entanglement between humans and nature, favored by memory and self-landscape engagement, could lead to environmental solidarity and be used as a way to promote environmental initiatives and develop environmental communication strategies. The landscaping serves as groundwork for interpretive paths that can be perceived as symbolic spaces which, throughout the emotions, might raise awareness regarding the importance of protecting the environment. The example used in this study is the interpretive trail of “Butterflies and Flowers” on Tâmpa mountain from Brașov, Romania. The study aims to bring forward important concepts ranging from solidarity, place attachment, or topophilia to environmental aesthetics, ecological aesthetics or functional beauty, in order to invite professionals in communication sector to develop communication strategies towards environmental education and solidarity.

**Keywords:** *topophilia, communication strategies, self-landscape engagement, functional beauty.*

## **Work motivation – a continuum**

### **Constantinescu Alexandra Gabriela**

**Abstract.** This article addresses the subject of motivation at work, making a chronological presentation of the inflection points in the development of the field, and continuing with a presentation of the types of motivation, such as: extrinsic and intrinsic, positive and negative, financial and non-financial, explanatory theories of motivation, with the classical structure of Content and Process Theories, and concluding with a new perspective on work motivation. The authors and theories presented are among the most representative in the field of research, and constitute a must-have for students, researchers or enthusiasts of the subject.

**Keywords:** *work motivation, motivation types, motivation theories.*

## **La trajectoire d'un acteur de l'innovation**

### **et du numérique : *Consulting-TIME***

#### **Talakela Lamine**

**Résumé.** L'entrepreneuriat, l'économie sociale et solidaire, et le développement durable. Différents termes, différentes notions, mais quels rapports entre eux ? Des synergies possibles ? Notre modeste contribution, illustrée de partages et d'exemples concrètement mis en œuvre, permettra je l'espère aux lecteurs et lectrices de s'approprier le sujet quel que soit l'endroit où ils se trouvent dans le monde et de se rendre compte qu'ils peuvent ouvrir le champ des possibles, saisir des opportunités et créer ou contribuer par leurs actions individuelles à des dispositifs d'entrepreneuriat collaboratif, d'économie sociale et solidaire et de penser leur impact en terme de développement durable. Penser ses

systemes de valeurs, adopter une attitude positive dans ses actions comme dans sa manière, se créer des relations interpersonnelles, nouer des synergies de manière sincère et les entretenir, c'est de tout cela que je traiterais dans ma contribution, et j'espère qu'elle alimentera vos réflexions pour que vous puissiez rayonner en tant qu'individus, groupement, élément d'un système vertueux et voir l'avenir de manière optimiste et durable.

**Keywords :** *le numérique, développement durable, Consulting-TIME.*

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT

### **Production durable dans la presse magazine : du concept éditorial à la chaîne graphique Bardan Alexandra et Nicolaescu Gabriela**

**Résumé.** Avec l'urgence des débats sur la crise climatique, l'industrie média, et en particulier les acteurs du secteur de la presse magazine comptent plusieurs stratégies destinées à minimiser les impacts négatifs de l'industrie sur l'environnement. Les transformations profondes engendrées par la transition digitale, les investissements croissants dans les technologies numériques et leur intégration dans la publication, ainsi que l'espace de distribution ouvert par l'agrégation des plateformes en ligne apportent non seulement des solutions respectueuses pour l'environnement, mais aussi de nouveaux défis. Les effets de l'usage croissant du numérique sont constamment sous-estimés, du fait de plusieurs facteurs, dont on remarque en particulier la fréquente mise en comparaison avec les anciens flux et le processus de travail de l'ère analogique. Cet article met en perspective la production durable en imprimé et en numérique tout en questionnant les étapes majeures du flux de travail à partir d'une revue critique d'études et de rapports concernant la production de la presse écrite, dont notamment la presse magazine. Les variables du design respectueux envers l'environnement sont explorées pour une revue hypothétique à thématique écologique, intitulée « Magazine Vert », en partant des problématiques générales liées au financement, au public cible et à l'articulation des concepts comme : éditorial et graphique, jusqu'aux repères techniques de la chaîne graphique, comme la fabrication et

l'impression, en questionnant également les variables liées à la distribution.

**Keywords :** *production durable, transition digitale, presse magazine.*

**Sustainability of food production in press articles  
on nutrition: The case of the German media  
Rodat Simona**

**Abstract.** Food production and changes in the environment are in a complex relationship of mutual influence. On the one hand, the increment in food production, as a result of the increasing growth of the world's population, has repercussions on the environment. On the other hand, ecological changes have negative effects on agricultural production and the nutrition of a significant part of the world's population, posing a major threat to food and nutrition security on a global-scale. That is why, new topics and approaches such as food sovereignty and the sustainability of food production have lately emerged in the media coverage of the vast issue of nutrition. This paper presents the results of an analysis regarding the ways in which the environmental issues and the sustainability of food production are addressed in the German media. More precisely, the analysis focused on the online press articles dealing with human nutrition. The paper discusses the extent and ways in which links and correlations are made in the German media between food and environmental issues, the extent to which the journalists approach topics such as: sustainable food production, food sovereignty, organic and local agriculture, local animal husbandry, as well as the extent to which the German press makes connections between unhealthy nutrition and unsustainable food production, or debates on various diets, controversies and social trends related to human nutrition, and subsequent discussions about the food of the future. The methodology of the study presented in this paper

includes a thematic qualitative and quantitative content analysis of the German online articles on nutrition published during 2014 and 2016 as well as a secondary analysis of this broader research, which aimed at the specific, focused objective of conducting a quantitative and qualitative analysis of the way in which media covered aspects regarding the sustainability of food production.

**Keywords:** *food, nutrition, sustainability of food production, food sovereignty, media coverage, Germany.*

## **Les villes intelligentes**

**Razec Ines**

**Résumé.** Aujourd'hui, le monde se confronte avec des nombreux changements qui se produisent vite et auxquels l'individu doit s'adapter constamment, afin de pouvoir mener son existence quotidienne. Paradoxalement, à fur et à mesure que la société évolue, le désir des individus pour le progrès augmente aussi. C'est pour cette raison que nos besoins ont commencé à se diversifier, couvrant les secteurs principaux d'activité, comme : le transport, la santé, le travail, l'économie, la communication. Pourtant, dans l'avalanche des nouvelles technologies qui nous promettent d'améliorer nos vies et faciliter notre existence, on oublie souvent le coût qu'on doit payer et qui a des conséquences directes au niveau de l'environnement. A présent, à cause de l'excès dans l'utilisation des ressources naturelles, l'humanité se confronte à un danger imminent, qui fait sa présence de plus en plus évidente par les désastres naturels, les changements climatiques, l'épuisement des ressources d'eau et des aliments, l'augmentation de la pollution, etc. C'est ainsi que les conséquences de nos actions deviennent plus évidentes que jamais et nous obligent à chercher des solutions rapides et efficaces pour résoudre ce problème. Commençant par la prémisse que le plus grand nombre d'individus habitent dans les

villes, le changement doit aussi commencer par la réduction des actions nocives pour l'environnement qui ont lieu pendant le processus d'urbanisation. Quand-même, tenant compte que la dégradation de l'environnement s'est produite pendant des décennies, il est presque impossible de rectifier la situation dans la période courte de temps qui nous reste. La métamorphose des villes dans des villes intelligentes représente une solution qui encourage l'adoption des politiques soutenables par l'implémentation de systèmes intelligents chargés de la gestion de la ville, ainsi prévenant le gaspillage, réduisant la pollution et encourageant une communication efficace entre les membres de la communauté.

**Mots-clés :** *villes intelligentes, intelligence artificielle, soutenabilité environnementale, innovation.*

## **Ecotourisme et développement durable.**

### **Le cas de la Roumanie**

**Enache Lavinia**

**Résumé.** Ces dernières années, la tendance dans l'industrie du tourisme était celle du retour vers la nature et vers les valeurs culturelles authentiques. Parmi toutes les formes de tourisme, l'écotourisme se distingue par le lien le plus fort avec l'environnement naturel et culturel, représentant la forme de manifestation la plus précieuse du tourisme durable, avec le rythme de croissance le plus rapide au monde. Dans la première partie de notre recherche, nous soulignons les caractéristiques de l'écotourisme et nous insistons sur les valeurs fondamentales de ce concept. Le concept de développement durable est désormais présent dans tous les domaines économiques, sociaux, y compris dans le domaine du tourisme. Cet article présente donc la problématique du développement durable et de l'écotourisme en Roumanie. La deuxième partie de l'étude fait référence aux

destinations écotouristiques roumaines et présente leurs activités et objectifs spécifiques.

**Mots-clés :** *développement durable, écotourisme, environnement, communautés locales, nature, culture, Roumanie.*

**Formal education for sustainable development  
in Romanian schools  
Rodideal Anda Anca**

**Abstract.** Education for Sustainable Development represents the key to educate worldwide citizens to act responsibly towards environmental integrity, economic viability and a fair society, so the next generation could fulfill their needs in the future society. In close connection with the sustainable development, concepts like “social economy” and “social entrepreneurship” were introduced to enforce its application in the socio-economical field. The sustainable development principles are scheduled to be implemented in 2030, and one of the most important steps represents the education of the population in this direction. This “education for sustainable development” is meant to be formal and informal, addressing people of all ages, but a special attention should be paid to young learners and formal learning in schools. This article will analyze the means and the methods of studying and explaining concepts such as: “sustainable “development, “social economy” and “social entrepreneurship” to Romanian children within formal education. We will seek to identify to what extent these concepts are found in the school curriculum of “Social Education” subject, studied in gymnasium. An exploratory research was conducted using the method of content analysis based on the units of analysis – the above mentioned concepts and their operationalized forms –, advancing the hypothesis that the more often they are found in the curriculum of “Social Education”, the higher the chances of implementing an



education for sustainable development for the Romanian students. The results show that these concepts are almost absent, only “sustainability” appears one time in the school curriculum for gymnasium. The operationalized form of the concepts appears more often, proving that at least partial knowledge related to this very actual issues are explained to Romanian gymnasium children. This research proves that the Romanian school curriculum is not completely adapted to the actual social issues related with sustainability, social economy and entrepreneurship.

**Keywords:** *sustainable development, Romanian schools, social education, social economy, social entrepreneurship.*

## IDENTITIES AND ORGANISATIONS

**Can a state fail as a result of a dysfunctional civil service?  
From failure to social profitability: a sociological examination  
of perceived equity as a result of traditional organizational  
culture specific to the public sector**

**Gruia Bogdan Ivan, Dumitrache Teodor, Amuza Antonio**

**Abstract.** “An eternal life would be like a mineral existence – inanimate, undifferentiated, inexpressible, like a stone”- it’s the contradictory manner in which Costică Brădăţan (2018) compresses the meaning of life and, therefore, existence. In order to increase the level of equity perceived, our study proposes the eradication of cultural practices in the realm of public institutions and their replacement with performance standards adopted from the private sector, at least as a projective exercise of deprivation. By comparison, we aim to identify the main causes of the high degree of perceived inequity in relation to the activities of civil servants and private-sector employees, and to suggest a list of guidelines directed at rescuing the administration from its mineral, inanimate, and dead condition. In this regard, our paper focuses on highlighting the confidence scores and variables that influence the perception of equity among the Romanian populations, with the goal of examining the underlying causes in order to improve the level of social justice through specific administrative policies. For this, the article will concisely summarize the findings of a survey conducted in September 2021 by the Romanian Institute for Evaluation and Strategy (IRES) on public trust in government institutions. We will provide a model for organizing civil service jobs and a framework for mapping behavioral

skills based on these data in order to raise the degree of perceived equity as a result of a potential procedural implementation in the mechanics of public institutions.

**Keywords:** *civil service, government institutions, behavioral skills.*

## **Social fears: impact on the cultural identity of societies**

**Amuza Antonio**

**Abstract.** The term “fear” is loaded with so much shame, Delpierre writes, that the natural decision is to hide it. We bury in our depths the fear that twists our bowels (Delumeau, 1978, 2020). But what do we do if fear is defining our identity? Are we getting rid of her? This article wants to point out that fear, along with trust, anxiety, and authenticity is one of the decisive experiences in contemporary society. The specificity of the moment of our existence is given by a growing number of social threats reported in perception studies around the world (Collins, 2018). The reaction to them is defined as the construction of individual, cultural, or national identities. We appreciate a public figure for how he overcame a fear, we call those who overcame fear heroes, but what do we do when fear is defining for an entire culture? Who and with what right can fight this? For a long time, fear was a concept reserved exclusively for the study of psychologists, being a theme that revolved around emotions and described as a perception of danger, not a real danger (Ambroz & Bukuvec, 2015). In other words, psychologists have taken care of the impact that various obstacles of life have on the representations of individuals. However, when mysticism that compensates for rational solutions becomes a widespread practice, we are talking about cultural imprints that educate not only individuals but groups or even generations. When reason fails to find answers, and stereotypical formulas (Dâncu, 2009) replace judgment, societies become dependent on their limitations, and initiative, dialogue, and solidarity are slow to materialize. My research aims to verify this hypothesis and

to find those specific cultural elements, to group them under the label of social fears. Awareness of fears can be the first step in the process of a cultural revolution of society, in the era that is coming to an end of late modernity; it can be a chance to save for all those stigmatized because of their limitations.

**Keywords:** *social fear, cultural identity, social threats, late modernity.*

**Mobility – reflecting upon the impact  
of its envisioned sustainable future  
Marinache Ramona**

**Abstract.** These days (first half of November 2021) the western world media seems to be focused on two main topics – the ongoing pandemic situation, researched extensively by numerous scholars, and the forecasted consequences of the climate changes through which Earth is currently passing, on which I will focus in this chapter. Starting from the two main premises (used by some as axioms) that the current climate changes happen due to the ways people lived and consumed so far, and that if no action is taken the Earth and the life on Earth will die, as I write this chapter, world leaders met in Glasgow to discuss about ways to stop the climate change by changing the ways humans produce, consume and travel. I am not going to focus here on the validity of the two premises or the debate regarding their scientific bases. In an exercise of thought, I will focus only on the socio-technical possible futures of mobility considered to be the solution to the above mentioned premises, and their socio-economic consequences. Reviewing these possible futures, I identified one major focus – the type of fuels used for mobility and the miles travelled by individuals in their lifetime, in connection with four types of futures. I will present these possible trends of mobility accompanied by the challenges they bring.

**Keywords:** *possible futures, trends of mobility, fuels.*

**Participatory culture and entrepreneurship.  
Crowdfunding in business development  
Briciu Arabela**

**Abstract.** Nowadays, new technologies as mobile devices shape and facilitate the communication and collaboration between individuals, groups, and communities; therefore, organizations are facing new challenges in a highly competitive environment. This chapter aims to explore the concept of participatory culture and its implications in business development, as collective potential is also considered. Businesses and entrepreneurs can benefit from the public's (crowds) active participation in the production, development, and circulation of their products, ideas, and services. Crowdfunding is a solution for business development to raise financial capital with the support of external publics and online platforms, that entails a collaboration between producers and consumers. This idea is supported by the examples of crowdfunding platforms and campaigns presented in this chapter.

**Keywords:** *crowdfunding, businesses, participatory culture, entrepreneurship.*

# ENTREPRENEURSHIP



# **How the pandemic is shaping up social entrepreneurship? Main narratives to major changes in the global economic order**

**SILISTRARU IOANA**

## **Introduction**

Once we go through the literature and apply an in-depth analysis of the narratives, we return to the well-defined role of social entrepreneurship (SE), and the subsequent social problems on which it was founded (Amelinda, 2020). Even before the pandemic struck, the social problems were present as a vast challenge to be addressed by several means: alleviating poverty, improving healthcare access, preserving the environment, providing adequate education and training to vulnerable populations, advocating and campaigning for social and human rights (El Zowalaty, Young & Järhult, 2020; Amelinda, 2020; Sahadevan & Bhagat, 2020). Some of the main research and narrative themes are explored in this chapter, considering the profound change the pandemic has brought to all the social and public activities such as: healthcare, economic, political, and personal levels. The major disruption the pandemic has brought affects all social layers almost identically. According to the specialists, there is no exception in the number of lives that were affected by the virus to some degree. According to recent studies, as disruptions are likely to occur in the future, given the expected post-pandemic social and economic manifestations, social entrepreneurship will still play a significant role.



The recent literature on the pandemic evolution of SE and the sustainability of available models contains a rich list of narratives, which are not solely contained by the present chapter. The sample of subjects and narratives used in this study is based on the occurrence and frequency of this subject in the articles available between 2020 and 2021.

As the pandemic crisis is unfolding, it is posing new challenges to the social entrepreneurs, who are going through severe sanitary restrictions, as lockdowns were imposed by governments throughout 2020, in the attempt to contain the virus. Alongside SE intrinsic challenges, authors point out that the beneficiaries of social entrepreneurship are severely impacted themselves, by the loss of jobs and income, health problems, and psychological distress.

### **The risks and challenges during pandemic times**

Especially in the healthcare services, the pandemic disruption has proved to be the most challenging since the outbreak of COVID-19. One of the main subjects of the healthcare narratives with regards to social services is the fact that the same challenge was posed to rich or poor healthcare systems, which means that the same issues were challenging both population and healthcare providers, regardless of the economic status of the system.

A survey recently performed in the Russian Federation with regards to the challenges posed by the pandemic crisis to social entrepreneurship has revealed that SE is a factor in achieving economic growth in the accepted modern concept of sustainable development (Kulkova, Galimova, Kursina & Matveeva, 2021). Therefore, the existing entities were actively identifying the appropriate practices to fit their own goals. According to the study, once the crisis conditions were revealed to the actors, they engaged in activities such as intensive networking, employing digital technologies, exploring new directions and markets (Kulkova et al., 2021).

## **Themes and subthemes of social entrepreneurship**

The need for social entrepreneurs has been already tackled by the literature and editorialists, who suggest that people acting as social entrepreneurs need to have the necessary qualities to navigate the social and economic challenges of the pandemic (Foote, 2021).

Another recurrent theme identified in the literature concerns the involvement of women in social entrepreneurship due to their high motivation to assist and give back to the communities towards which they are naturally inclined (Rosca, Agarwal & Brem, 2020). One recent example comes from the case study of an Indian self-help group, which assisted their community during the peak of COVID-19 infections in the Indian state of Kerala (Sahadevan & Bhagat, 2020). As the first coronavirus case in Kerala was identified on January 30, 2020, the existing group of women has offered to assist the impoverished population with food and medicine distribution. As the study case reveals, the women acted as agents of change, being more active in the Indian state where healthcare challenges required their input and work power.

## **Digitalization during the pandemic crisis as support to social entrepreneurship activities**

The way in which digitalization supports the SE during the COVID-19 crisis is to be further analyzed, but the literature suggests that not only does the digital transformation imply the use of new digital technologies (Internet tools, (IoT), robotics, artificial intelligence, big data), but also deep and complex transformation of products and services, organizational structure and development strategy of the organization, organizational culture, interactions with stakeholders (suppliers, partners, and customers) (Kulkova et al., 2021).

How does this definition apply to the research emerging from India during the COVID-19 crisis? The Kerala women's group worked

through WhatsApp groups, to coordinate their social activities. While lacking prior experience, the self-help group (SHG) had to implement a strategy to deliver food packets to the vulnerable population. As the authors suggest, the situation has been tackled through a sustainable solution to an emerging problem (Sahadevan & Bhagat, 2020, p. 5862).

### **Adaptability and flexibility in the field of social entrepreneurship**

SE's ability to provide innovative solutions to social problems becomes more valuable during a crisis. While the COVID-19 crisis is still unfolding, the literature suggests that developing flexible and innovative methods to new arising social problems will attract more economic and social support from the donors and stakeholders. Recent studies have employed structural models, such as the ones emerging from the Theory of Planned Behavior, to research the intentionality of engaging with social entrepreneurship projects during the crisis (Ruiz-Rosa, Gutiérrez-Taño & García-Rodríguez, 2020).

### **Resilience and creativeness of SE entities**

Businesses worldwide are in a full process of reinventing themselves during the crisis. Similarly, the social entrepreneurs gather up to meet the new arising social challenges within the vulnerable social groups. The need to adapt to the new pandemic needs generates new business approaches oriented towards mobile medical units, manufacturing masks and face coverings, while engaging economically vulnerable groups who had fallen under the effects of the pandemic worldwide crisis (BehLih Yi, 2021).

### **Engaging into the new normal**

While speaking about resilience, creativity, and flexibility in social entrepreneurship during the crisis, the authors take into consideration reinventing the leadership in SE, due to the changes that

the COVID-19 pandemic has brought not only to healthcare, but to economic, social, political, and cultural activities (Oberoi, Halsall & Snowden, 2021). On one hand, the containment of the crisis effects has been implemented in some countries through injections of capital into affected health sectors in order to be able to manage the sanitary crisis. Moreover, governments have been supporting the professional categories affected by the lockdowns in their respective countries, since many professions have had a limited capacity of earning wages (e.g. the hospitality industry). On the other hand, various institutions in public or private sectors are the ones generating leadership and change during the crisis, especially through SE. Young (1987) defined social entrepreneurship as the driving force of the economy and government policy.

We can define it as the organizing and catalytic effort responsible for bringing about the new economic activity (new goods or services) or the provisions of these products in some innovative way [...]. Entrepreneurship requires the melding of ideas and opportunities with resources and overcoming whatever constraints lie between the conception and the successful implementation of a project. (Young, 1987, p. 168).

Disruption of lives is the main characteristic of the pandemic situation, which creates a massive disruption at every level of human life: health, economic, education, culture, and social aspects. As SE's main role is to alleviate the difficulties people faced during the pre-pandemic times through the energy and innovative approach of social entrepreneurs, during the COVID-19 pandemic everything has shifted and became more and more accelerated, as the number of people affected increased (Amelinda, 2020).

The following question arises in several recent articles on SE concerning the propensity for social entrepreneurship during difficult times: "Is the behavior changing amidst crises? How is the SE developing in a pandemic situation, as the timeline for the sanitary crisis is still in progress and the end of it is still unknown?" Since it has been declared a pandemic, the COVID-19 crisis has spread rapidly, and

the number of sufferers and victims is increasing daily. The psychological burden brought by the pandemic could act as a threat to social solidarity, therefore the more the need for SE to be active and efficient. One recent study (Amelinda, 2020) emphasizes the five factors of propensity to solidarity and active involvement during the crisis, exploring students' intent for engaging in social entrepreneurship under the conditions of coronavirus outbreak in Jakarta, Indonesia. In April 2020, 180 students filled online questionnaires regarding the pandemic, and the results showed a positive mindset towards SE, whereas the sanitary crisis acts as a trigger to engage in social entrepreneurship. According to the authors, five of the identified variables predict propensity to social entrepreneurship: 1) empathy; 2) moral obligation; 3) social entrepreneurial self-efficacy; 4) perceived social support and 5) prior experience with SE.

Finally, the above-mentioned study shows that all the five variables are interrelated, out of which, the most important ones that influence the propensity to social entrepreneurship in Jakarta, Indonesia among the studied population, are: the perceived social support, the moral obligation, and prior experience, contrarily to the lowest of mean value, such as: the empathy and the self-efficacy variables.

## **Discussions**

The Coronavirus outbreak has affected and will continue to disrupt the social and economic status of many people. The continuous change of social dynamics due to the supply and demand patterns make social entrepreneurs involve themselves more in fulfilling them (Sahadevan & Bhagat, 2020). Existing literature suggests that SE should follow their sustainable growth in filling the gaps between supply and demand, and rely on digital transformation (Kulkova et al., 2021), social innovation across urban-rural landscapes (Desa & Jia, 2020), pro-social behavior (Amelinda, 2020) and rethinking the connections between

social entrepreneurship and leadership, and management (Oberoi et al., 2021).

Undeniably, social entrepreneurship should preserve its driving force, according to several studies. Paying attention to themes and narratives emerging in critical social and economic situations, as the COVID-19 pandemic proves to be, will provide valuable insights as to how the mechanism should work (Oberoi et al., 2021). The narratives would also point into some directions, such as the statement of imminent crisis:

COVID-19 has greatly impacted economies across the world, with many countries' economies affected by unemployment, health disasters, and a drop in the movement of people from one country to another. The COVID-19 pandemic has caused much disruption and calls for an urgent reset of economic, social, and political societal structures (Oberoi et al., 2021, p. 121).

## References

- Beh Lih Yi, N. (2021). 'In the DNA': How social entrepreneurs are getting creative in the pandemic. *Reuters*. Retrieved September 19, 2021 from: <https://www.reuters.com/article/us-global-business-health-coronavirus-tr-idUSKBN27Z0AT>
- Desa, G., & Jia, X. (2020). Sustainability transitions in the context of a pandemic: an introduction to the focused issue on social innovation and systemic impact. *Agriculture and Human Values*, 37(4), 1207–1215.
- El Zowalaty, M. E., Young, S. G., & Järhult, J. D. (2020). Environmental impact of the COVID-19 pandemic – a lesson for the future. *Infection Ecology & Epidemiology*, 10(1), 1768023.
- Kulkova, V., Galimova, A., Kursina, I., & Matveeva, E. (2021). Social entrepreneurship as a factor of sustainable development in the context of 'Crisis 2020' in the Russian Federation. *E3S Web of Conferences*, 274, 10008.
- Nuringsih, K., Nuryasman, M. N., & Amelinda, R. (2020). The propensity for social entrepreneurship during the coronavirus outbreak. *Jurnal Manajemen*, 24(2), 174-193.
- Oberoi, R., Halsall, J. P., & Snowden, M. (2021). Reinventing social entrepreneurship leadership in the COVID-19 era: engaging with the new normal. *Entrepreneurship Education*, 4(2), 117–136.

- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting and Social Change*, 157, 120067.
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., & García-Rodríguez, F. J. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of COVID-19 pandemic: A structural model. *Sustainability (Switzerland)*, 12(17), 9–12.
- Sahadevan, P., & Bhagat, A. K. (2020). Impact of Corona Pandemic on social entrepreneurship in India. *Xajzkjdx. Cn*.
- Young, D. R. (1987). Executive leadership in nonprofit organizations. In W. W. Powell (Ed.). *The Non-profit sector: A research handbook* (pp. 167–179). Yale University Press.

# **Emotional entanglement with nature, a trigger for social and solidarity economy**

ȘOICA SIMONA

## **Environmental communication and emotional geographies**

Environmental objectives make an important issue on the agenda of social and solidarity economy, with environmental communication strategies drawn up under the rubrics of globally promoted environmental discourses and environmental education. The qualitative turn in geography has empowered scholars with academic backgrounds in either anthropology, sociology, biology, ecology, cultural and communication studies, or linguistics to add geographical and biological knowledge to their research agenda.

One strand of research in the field of environmental communication for communication scholars is the connection between emotions and places investigated through the lens of emotional geographies. Based on the feminist, non-representational, psychoanalytic and phenomenological forms of critical geography (Davidson & Smith, 2009), academics who are interested in emotional geographies focus on the meanings attached to places through emotions (Davidson & Milligan, 2004; Davidson, Bondi & Smith, 2007). Thus, the meaning of places stems from their emotional associations, the feelings they inspire of awe, dread, worry, loss or love. An emotional geography, then, attempts to understand emotion – experientially and conceptually – in terms of its socio-spatial mediation and articulation rather than as entirely interiorized subjective mental states (Bondi, Davidson & Smith, 2007, p. 3).



Emotions have been acknowledged as a key part in our relationship with the world (Davidson & Smith, 2009) and have been granted the role of altering “the way the world is for us, affecting our sense of time as well as space” (Davidson & Milligan, 2004, p. 524) while also contributing to the (re/de) composition of the “geographies of our lives” (Davidson & Smith, 2009). The non-representational theory (Thrift, 2007; Thrift & Dewsbury, 2000) has redesigned the relation between the subject and the object, helping to make sense of the world through multi-sensual practices and experiences. The way we experience nature through our senses is based on emotions, which means that there is an interdependent relationship between our experience and our feelings, thus allowing us to create “personal geographies”. This concept has been defined by Lowenthal (1961), who constructed geographic knowledge as not only scientific, but also emotional and subjective.

Scholars such as Di Enno and Thompson (2013), Jones and Garde-Hansen (2012), Smith (2007), Bell, Westley, Lovell and Wheeler (2018) have shown that the emotional entanglement with nature may lead to environmental solidarity, thus becoming a trigger for social and solidarity economy leading producers, workers, consumers and citizens to act collectively and in solidarity (Utting, 2015).

In this chapter, I will make a literature review on emotions perceived as determinants for an environmental solidarity, using as example “The Butterflies and Flowers” path on Tâmpa mountain to show the way in which interpretive paths may appeal to emotions in order to raise awareness regarding the importance to protect the environment.

### **Emotions, determinants for environmental solidarity**

Along with the cultural geography assuming its specific role within the boundaries of geography, geographers have begun to perceive the landscape as being “composed not only of what lies before

our eyes but what lies within our heads" (Meinig, 1979, p. 34), while also investigating the bond between people and landscapes or the natural environment. Concepts like "landscape attachment" introduced by Lowenthal (1978) or "topophilia" described by Tuan (1974) have functioned as bases for researches that shed light on the important part played by emotions in developing environmental solidarity (for example, DiEnno & Thompson, 2013).

Lowenthal (1978) classifies place attachment in terms of the following categories: intuition, innate grounds, literary sources, landscape evaluation and other surveys. Tuan (1974) maintains that human's love for places or "topophilia" is grounded in aesthetic appreciation, bodily contact, relations of health, familiarity or awareness regarding the past.

DiEnno and Thompson (2013) conducted a qualitative study to show that emotional connections and place attachment may be used to recruit volunteers to participate in an ecological restoration. Thus, the emotional relation with nature may lead to an increased engagement with the natural environment. Lin and Lockwood (2014) also support the idea that the sense of place for a particular natural area has affective components, apart from the functional and cognitive ones: "Places are incarnated by experiences and aspirations that emphasize human emotions and relationship" (p. 74, *apud*. Tuan, 1977). This supports Lowenthal's (1978) view that people do not necessarily have to be familiar with a landscape in order to develop an attachment to it. The American scholar believes that we get more attached to a type of landscape and to the experiences associated with it, rather than to a particular place (Cheng & Kuo, 2015, Lin & Lockwood, 2014).

In this study, the landscape attachment or "topophilia" was analysed from the point of view of the emotional entanglement with nature, as expressed through an affective engagement towards the landscape or through intertextual knowledge set by memory. Memory brings the individual back to childhood or to imagined geographies as pictured in fiction or films (see for instance Urry, 2002).

In the following sections, I will analyse the connection between the memory and the self-landscape engagement, as an expression of the connection between emotions and environmental solidarity.

## **Memory**

One manifestation of the bond between emotions and environmental solidarity is set by the memory. Jones (2007) and Jones and Garde-Hansen (2012) “unpack a range of literature” to emphasize that emotional associations of memories tell us a lot about the way people make sense of a place: “Memory must play a key, formative role in the construction of our ongoing emotional and imaginative geographies” (Jones, 2007, p. 210). According to Jones (p. 215), “the emotions of childhood are imprinted onto whatever landscape they are acted out in”. Thus, the emotions of the past mirror our current relationship with the environments and shed light on our “becoming” in the world (Jones & Garde-Hansen, 2012).

Environmentalists interviewed by Foster (2009) epitomize the link between the childhood emotional relation with the nature and future activities in the field of ecology and environmental protection: “When asked to describe their entry point into environmentalism, many report a lifelong interest in ecology based on unstructured childhood time exploring local creeks, woodlots and fields” (p. 102). These researches resonate with the seminal works conducted by Tuan (1974, 1977) and Lowenthal (1978), who recalls childhood and landscape memories as future “openness to environmental experience” (p. 50).

## **Self-landscape engagement**

Self-landscape engagement refers to the connection between emotions and environment solidarity. Conradson (2007) appreciates the “emotional gains” of the encounters with the landscape, such as

walking, gardening or cycling: “environmental encounters are in part appreciated for their capacity to move us to think and feel differently” (p. 103). Feelings of curiosity, happiness, sadness or anger arise from our interaction with the landscape. It is emotions that make us build a subjective image of a particular geographical place. As Smith (2007) argues, emotion, along with ethics are “key features of those intimate participatory practices that draw us closer to others, affecting our modes of being-in the-world, giving us a feeling for and an understanding of our relational emplacement within that world” (p. 219). This emphasizes once again the fact that environmental communicators should explore the role of emotions in inspiring people to get closer to and protect nature. This is what Smith (2007) names “emotional openness to circumstance that enables the previously determined boundaries of our being to be re-constituted and re-interpreted” (p. 221). In addition, during her touring of the Yosemite, Thien (2011) emphasizes the role of nature in creating emotional geographies. Through close observation and reflection, Thien traces the power of emotions in geography. According to her, the power of emotions is to “tell us” about our relation with nature, a relation that goes beyond the visual or the textual (see Aderson & Smith, 2001), beyond the representational.

Like Thien, other scholars such as: Crowley (2013), Bell et al. (2018), Hill, Curtin and Gough (2014) investigated the role of emotions in mediating our relation with the world. As far as the relationship with the nature is concerned, Crowley (2013) notices that the love for nature is “rethought” through exploring the outdoors, because only when we spend time in nature do we begin “to understand its rhythms, its contours and its dynamics” (p. 46). Bell et al. (2018) remark that the well-being of humans arises from their interaction with plants and animals, at the same time emphasizing that aesthetics and multisensory encounters generate “emotional human responses” (p. 3). As Pocock,

Collett and Baulch (2015) remark, “emotions are the source of all our thinking and integral to the relations we have with our world and the people in it” (p. 32).

The literature unveiled in the previous pages highlights that our emotions respond when we engage with nature or reminisce about our past experiences with it. Aesthetics is considered to be a value that favours either the childhood emotional relation with nature or the emotional engagement with nature. Foster (2009) considers “aesthetic encounters as critical environmental determinants” (p. 97). Crowley (2013), also stresses that “in many ways, deep ecology – and Western environmentalism more broadly – can be seen as an extension of the Romantic longing for cultural and emotional reconnection with nature” (p. 46). Crowley’s thoughts call for a brief explanation of what the Romantic period the nineteenth century meant in terms of the relationship between humans and the nature. The Romantic Movement marked a change in the way in which people perceived nature. The wild nature, such as mountains, which were perceived as “hideous, hostile places best avoided by all sane, God-fearing men” in the medieval times were turned into “objects of aesthetic pleasure” (Thompson, 2007, p. 29; see also Urry, 2002) during the Romantic period.

Brook (2018) also emphasizes the aesthetics as essential value in our relationship with nature. He remarks that just as in the art world we wouldn’t normally watch dance without music, so the fact that the landscape speaks to all our senses, and particularly the kinaesthetic sense, means that just to view it would be not only to miss the richness of the landscape experience but also to fail to become part of that aesthetic field (p. 44).

Aesthetics perceived as a spark for positive emotions and positive attitude towards nature has also set the premises for new approaches to the environmental communication. Researchers such as Gobster, Nassauer, Daniel and Fry (2007), Daniel (2001), Carlson (2001),

Parsons and Carlson (2008) have explored the relationship between landscape ecology and aesthetics, thus noticing that humans' affective responses towards nature influenced the environmental management policies. In the next section, I will conduct a review of the literature that associates environmental aesthetics with emotions in order to promote environmental initiatives and develop environmental communication strategies.

### **Environmental aesthetics and emotions**

To begin with, it is important to observe that aesthetics viewed as a positive emotional value ranks first when evaluating the relationship between humans and nature. Back in the eighties, Stephen Kellert (1984, 1994) conducted some seminal research on people's perception of particular species. Kellert (1994) puts forward the four factors that frame the attitude towards wildlife, namely "wildlife values, perceptions of particular species, knowledge and understanding of wildlife, and people-animal interactions". The wildlife values are classified into two groups of ethical values (ecological, scientific, moral, humanistic) that can be explored both at a cognitive and an affective level (the emotional values). By approaching the landscape studies from an emotional point of view, we can notice the division of emotions into two groups, namely: positive emotional values (naturalistic, humanistic and aesthetical), and negative emotional values (utilitarian, dominant, negative). It is the former group of emotions that researchers deem responsible for the development of a positive appreciation of nature.

Knowledge and understanding of wildlife influence our attitude towards nature. Carlson (1981) considers that knowledge helps develop a "significant appreciation of nature" (p. 25). As far as emotions are concerned, Carroll (1993) perceives the appreciation of nature from a visceral perspective: "often involves being moved or emotionally aroused by nature" (p. 245). In his research on preference of species,

Kellert (1984) remarks that the preferred species are two domestic animals, the dog and the horse, followed by two highly aesthetic bird species and one insect order, the robin, the swan, and the butterfly. Furthermore, Kellert (1994) comes to the conclusion that among the perceptions of individual species, namely “the phylogenetic relationship of the animal to people, the animal's presumed aesthetic value, its size, assumed intelligence, cultural and historic relationship, perceived dangerousness, likelihood of inflicting property damage, morphology, and mode of locomotion” (p. 44), aesthetic ranks first among the factors related to “public's willingness to protect endangered wildlife” (1984, p. 192).

These ideas are related to some works of scientific literature that perceive aesthetics as a mean to promote environmental initiatives and develop environmental communication strategies.

Foster's (2009) point of view, that “environmental aesthetics plays a strong role in shaping and lending meaning to people's lives by prompting, stirring and congealing emotional interpretations of the world, its infinite complex relationships, and one's own place in the world” (p. 98) is shared and discussed by many scholars who attempt to identify the best ways to inspire environmental solidarity.

During the Romantic period “preservationist attitudes” of artists such as George Catlin or William Wordsworth originated in aesthetics and gave birth to the creation of the first national parks. Hargrove (1989) postulates that “the perception of the world of modern ecologists and environmentalists is little different from and is directly traceable to the aesthetic perceptions of early botanists, biologists, and geologists” (p. 177).

“Positive aesthetics” is regarded as “ground for preservationist action” (Hargrove, 1989, p. 179) and heralds “productive and salutary overlaps and intersections between aesthetic and ethical value” (Brady, 2009, p. 318).

The term “functional beauty”, proposed by Parsons and Carlson (2008) highlights the transition from the aesthetic value perceived as superficial, founded on the perception of animals (such as birds or insects) strictly as objects of admiration for their appearance to the ethical and moral value, viewed as a means to appreciate the beauty of animals on account of their functionality, both in terms of their abilities and body parts. Thus, the elements of nature are not mere “objects of art” to be gazed at, but living creatures whose aesthetic qualities emerge out of their ability to perform certain tasks. In this spirit, Gobster et al. (2007) propose a model that integrates the aesthetic pleasure from landscapes with ecological functions, thus connecting the ecological aesthetics to the scenic aesthetics by virtue of “the more dynamic, polysensual and active engagement with the environment, and on an understanding of environmental functions”, as Jorgensen (2011, p. 353) remarks in her analysis of the scenic versus ecological aesthetics. Tribot, Deter and Mouquet (2018) consider species’ conservation and biodiversity as a success of the ecologically oriented landscape aesthetics.

All these studies have in common the following communication strategies towards environmental education: linking human emotions to conservation policies, claiming knowledge intervention to bring aesthetic and ecological goals into a closer alignment, showing how aesthetic experience, along with rational knowledge, positively affect “environmental behavioural intention” and “environmental value”.

### **Interpretive paths, emotional spaces of environmental solidarity**

The concept of landscape took a spatial turn in social and cultural studies, thus making it possible for geographical places to turn into symbolic spaces. Goh (2014), talks about a “paradigm of a new imaginative transformation of landscape” (p. 263) referring to the processes by which parts of New Zealand were imaginatively recreated



as a phantasy place in light of the “Lord of the Rings” and “The Hobbit” movies. MacLeod (2017) discusses the contribution of trails “to the processes inherent in the construction and experience of tourist space” (p. 423), which are essentially symbolic (Wearing, Stevenson & Young, 2010). The design of particular geographical settings, for example the placement of interpretive boards along a mountain path, aims not so much at a physical transformation, but at a symbolic transformation of the place. Interpretive nature trails are designed, as Timothy and Boyd (2015) explain, “in interesting and important environments where visitors are taught about the value of protecting the environment” (Timothy & Boyd, 2015, p. 62).

Beyond the educational and informative role, interpretive paths perform the role of (re)constructing geographical places in resonance with the emerging values of the social and solidarity economy. A big challenge for the designers of interpretive trails is to promote “emotional and sensory response to a visit, rather than a purely educational or aesthetic experience” (MacLeod, 2017, p. 426). As shown above, aesthetics ranks first among the factors that influence people’s willingness to protect wildlife. Applying the models of ecological aesthetics or functional beauty may constitute a further step in promoting environmental solidarity through self-engagement or memory.

The butterflies and flowers path is an interpretive trail on Tâmpa mountain, situated just within the city of Brasov, in Romania. The narratives on the interpretive boards placed along the path may be interpreted in terms of both scenic and ecological aesthetics, or in terms of functional beauty. However, there is a need for a profound insight into researches on environmental aesthetics that might stimulate environmental communicators to identify new approaches to the environmental communication from an emotional and ethical perspective.

## Figures



Interpretive path of “Butterflies and Flowers” on Tâmpa Mountain

Tâmpa Mountain is mostly renowned for the big carnivore mammal, the bear, especially due to its occasional “visits” to the garbage bins in the outskirts of Valea Cetății neighbourhood. At the same time, Tâmpa Mountain is the habitat of 975 species of butterflies, as well as of many species of flowers. The creation of “Butterflies and Flowers” path gives Tâmpa Mountain a romantic, peaceful, aesthetic aura. Thus, by informing and making visitors aware of the importance to preserve the ecological integrity, the natural, anthropic and cultural values of the protected area, the designers of the path use the positive emotions produced by the view in a practical way.

The beautiful pictures of flowers and butterflies are joined by narratives such as: “Rocky meadows are sprinkled with species of stunning flowers in diverse colours” or “Along with forests and scrublands, the landscape of Tâmpa Mountain unveils meadows and limestone cliffs that cater for aesthetic particularities” that echo the scenic aesthetic, which is similar to a work of art exhibited in a museum. In addition to describing the beauty of butterflies or the nature, interpretive boards also express appreciation for the mountain or for the

butterflies on account of their characteristics and capacity to perform particular tasks. There are also narratives that highlight ecological aesthetics, such as “Limestone cliffs are able to accumulate solar energy, which released during the night, functions as an economical radiator. Plants, invertebrates and vertebrates, especially reptiles, they all have learnt to take advantage of this limestone” or “Butterflies enrich the landscape, enable plants polarisation and are also environmental indicators”.

The narratives found on the interpretive boards mirror an emotional entanglement with the nature in light of the ecological aesthetics that promote an understanding of the environmental functions of the landscape. To a certain extent, the boards also point to natural elements (butterflies and flowers) in a performative, non-representational way, emphasizing the interaction between visitors and the natural environment, composed of: flowers, rocks, meadows by using action verbs such as: “cross”, “notice”, “see”.

Due to their symbolic power, interpretive paths turn to spaces where memory and self-landscape engagement express the connection between emotions and environmental solidarity. In order for emotional and sensory responses to be generated, the visitor must be engaged in the experience. Environmental communicators need to perceive the “emotional attachment, experiences, and meanings that individuals attribute to particular locations” (Cheng & Kuo, 2015, p. 540) from a creative point of view, and use aesthetics and other positive emotional values in order to raise awareness regarding the importance of protecting the environment.

## **Conclusion**

In this chapter, I took a glimpse into the field of emotional geographies closely related to the field of environmental communication. I believe that the emotional entanglement with nature is a determinant factor for a social and solidarity economy. Subsequently, the agenda of

communication and cultural studies should be enriched with knowledge from the field of cultural geography. Concepts like solidarity, friendship or connectivity, attachment or topophilia unveil a large spectrum of positive emotions that professionals in communication are invited to explore for the sake of our relationship with nature.

## References

- Anderson, K., & Smith, S. (2001). Editorial: Emotional Geographies. *Transactions of the Institute of British Geographers* 26(1), 7-10.
- Bell, S.L., Westley, M., Lovell, R., & Wheeler, B.W. (2018). Everyday green space and experienced well-being: The significance of wildlife encounters. *Landscape Research*, 43, 1-12.
- Bondi, L., Davidson, J., & Smith, M. (2007). Introduction: Geography's 'emotional turn'. In J. Davidson, L. Bondi, & M. Smith (Eds.). *Emotional Geographies* (pp.1-16). Burlington: Ashgate.
- Brady, E (2009). Environmental Aesthetics. In J. Callicott & R. Frodeman (Eds.). *Encyclopedia of Environmental Ethics and Philosophy*, Vol. 1 (pp. 313-321). Detroit: Macmillan.
- Brook, I. (2018). Aesthetic appreciation of landscape. In P. Howard, I. Thompson, E. Waterton, & M. Atha (Eds.). *The Routledge companion to landscape studies* (pp. 39-50). London: Routledge.
- Carlson, A. (1981). Nature, aesthetic judgment, and objectivity. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 40(1), 15-27.
- Carlson, A. (2001). Aesthetic preferences for sustainable landscapes: Seeing and knowing. In S.R.J. Sheppard, & H.W. Harshaw (Eds). *Forests and landscapes: Linking ecology, sustainability and aesthetics* (pp. 31-85). Wallingford: CABI Publishing.
- Carroll, N. (1993). On being moved by nature: between religion and natural history. In S. Kemal, & I. Gaskell (Eds.). *Landscape, natural beauty and the arts* (pp.244-66). Cambridge: Cambridge University Press.
- Cheng, C.H., & Kuo, H.Y. (2015). Bonding to a new place never visited: Exploring the relationship between landscape elements and place bonding. *Tourism Management*, 46, 546-60.
- Conradson, D. (2007). Freedom, Space and Perspective: Moving Encounters with Other Ecologies. In J. Davidson, L. Bondi, & M. Smith (Eds.). *Emotional Geographies* (pp.103-16). Burlington: Ashgate.

- Crowley, T. (2013). Climbing mountains, hugging trees: A cross-cultural examination of love for nature. *Emotion, Space and Society*, 6, 44-53.
- Daniel, T.C. (2001). Aesthetic preferences and ecological sustainability. In S.R.J. Sheppard, & H.W. Harshaw (Eds.). *Forests and landscapes: Linking ecology, sustainability and aesthetics* (pp. 15-30). Wallingford: CABI Publishing.
- Davidson, J. & Milligan, C. (2004). Embodying Emotion sensing space: Introducing emotional geographies. *Social & Cultural Geography*, 5(4), 523-532.
- Davidson, J., & Smith, M. (2009). Emotional geographies. In R. Kitchin, & N. Thrift (Eds.). *International encyclopedia of human geography* (pp. 440-445). Amsterdam: Elsevier.
- Davidson, J., Bondi, L., & Smith, M. (2007) (Eds.). *Emotional Geographies*. Burlington: Ashgate
- DiEnno, C.M., & Thompson, J.L. (2013). For the love of the land: How emotions motivate volunteerism in ecological restoration. *Emotion, Space and Society*, 6, 63-72.
- Foster, J. (2009). Environmental aesthetics, ecological action and social justice. In M. Smith, J. Davidson, L. Cameron, & L. Bondi (Eds.). *Emotion, Place, Culture* (pp. 97-114). Burlington: Ashgate.
- Gobster, P.H., Nassauer, J.I., Daniel, T., & Fry G. (2007). The shared landscape: What does aesthetics have to do with ecology? *Landscape Ecology*, 22, 959-972.
- Goh, R.B.H. (2014). The Lord of the Rings and New Zealand: Fantasy pilgrimages, imaginative transnationalism and the semiotics of the (ir)real. *Social Semiotics*, 24(3), 263-282.
- Hargrove, E. C. (1989). *Foundations of environmental ethics*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hill, J., Curtin, S., & Gough, G. (2014). Understanding tourist encounters with nature: a thematic framework. *Tourism Geographies*, 16(1), 68-87.
- Jones, O. (2007). An ecology of emotion, memory, self and landscape. In J. Davidson, L. Bondi, & M. Smith (Eds.). *Emotional Geographies* (pp. 205-214). Burlington: Ashgate.
- Jones, O., & Garde-Hansen, J. (2012). Introduction. In O. Jones, & J. Garde-Hansen (Eds.). *Geography and memory. Explorations in identity, place and becoming* (pp. 1-18). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Jorgensen, A. (2011). Beyond the view: Future directions in landscape aesthetics research. *Landscape and Urban Planning* 100, 353-355.
- Kellert S.R. (1994). Public attitudes toward bears and their conservation. *International Conference on Bear Research and Management*, 9(1), 43-50.

- Kellert, S.R. (1984). American attitudes toward and knowledge of animals: An update. In M.W. Fox, & L.D. Mickley (Eds). *Advances in Animal Welfare Science 1984/85* (pp. 177-213). Washington, DC: The Humane Society of the United States.
- Lin, C.C., & Lockwood, M (2014). Forms and sources of place attachment: Evidence from two protected areas. *Geoforum*, 53, 74-81.
- Lowenthal, D. (1961). Geography, experience, and imagination towards a geographical epistemology. *Annals of the Association of American geographers*, 51(3), 241-60.
- Lowenthal, D. (1978). Finding valued landscapes. *Progress in Human Geography*, 2(3), 373-418.
- MacLeod, N. (2017). The role of trails in the creation of tourist space. *Journal of Heritage Tourism*, 12(5), 423-430.
- Meinig, D. W. (1979). The beholding eye. Ten versions of the same scene. In D.W. Meinig (Ed.). *The interpretation of ordinary landscapes: Geographical essays*. New York: Oxford University Press.
- Parsons G., & A. Carlson, A. (2008). *Functional beauty*. Oxford: Oxford University Press.
- Pocock, C., Collett, D., & Baulch, L. (2015) Assessing stories before sites: identifying the tangible from the intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 21(10), 962-982.
- Smith, M. (2007). On 'being' moved by nature: Geography, emotion and environmental ethics. In J. Davidson, L. Bondi, & M. Smith (Eds.). *Emotional Geographies* (pp. 219-230). Burlington: Ashgate.
- Thien, D. (2011). Emotional life. In V.J. Del Casino, M.E. Thomas, P. Cloke, & R. Panelli (Eds.). *A companion to social geography* (pp. 309-325). Oxford: Blackwell Publishing.
- Thompson, C. (2007). *The suffering traveller and the romantic imagination*. Oxford: Oxford University Press.
- Thrift, N. (2007). *Non-representational theory: Space, Politics, Affect*. Routledge: London.
- Thrift, N., & Dewsbury, J. D. (2000). Dead geographies and how to make them live. *Environment and Planning D: Society and Space*, 18, 411-432.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W. (2015). *Tourism and trails: Cultural, ecological and management issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Tribot A.S., Deter J., & Mouquet N. (2018). Integrating the aesthetic value of landscapes and biological diversity. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 285.

Sustainable development... / Développement durable...

Tuan, Y.F. (1974). *Topophilia. A study of environmental perception, attitudes, and values*. New York: Columbia University Press.

Tuan, Y.F. (1977). *Space and place: the perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. London: Sage publications.

Utting, P. (2015). Introduction: The challenge of scaling up social and solidarity. Economy. In P. Utting (Ed.). *Social and solidarity economy. Beyond the fringe* (pp.1-40). London: Zed books.

Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2010). *Tourist cultures: Identity place and the traveller*. London: Sage.

# Work motivation – a continuum

CONSTANTINESCU ALEXANDRA-GABRIELA

## Classical research on work motivation

A presentation of this subject must start with the “Scientific Management” theory, proposed by Frederick W. Taylor (1856-1915), an American engineer whose career is related to work at the American steel mills “Midvale Steel”, “Simonds Rolling Machine” and “Bethlehem Steel”. Taylor was able to develop a streamlined approach of work, introducing the observation and measurement of all operations that employees had to perform in factories, which were considered as workloads divided into several basic units. For steelmakers, Taylor proposed a method that quantifies the optimal amount of shovel load with the number of shovels a worker had to load during the work schedule. Taylor was particularly concerned about increasing labor productivity, believing that employees deliberately avoided performing certain tasks because of laziness, which was considered inherent in the human nature, and the fear that labor standards would increase without overtime being paid as such.

In his fundamental work entitled “Principles of Scientific Management”, Taylor (1911) defines four fundamental principles in the scientific / optimal organization of work:

1. development of science, understood as applications of scientific knowledge for different types of activities: study of movement, time, the best ways to analyze an activity. By applying scientific knowledge to the activity specific to each job, we reach the “functional management”, in which each employee has an employer who is



specialized in a sequence of activities and who tells him what exactly should be done, at some point, for efficient production;

2. scientific selection, training and progressive staff development;

3. engaging the scientifically selected and trained personnel in the development of science;

4. the division of labor, understood as a collaboration between employers and subordinates, must function differently and be strictly respected.

In summary, the characteristics of Taylorism refer to: rationality of work, economic profitability, simple execution of work tasks, study of time and execution, remuneration for each piece made, scientific selection, and specialized technological experience. Taylor appreciated that the application of his management model could lead to an increase in salaries by 30-100% (Druță, 1999).

Taylor's ideas were revolutionary and had a strong impact on application management. However, his vision of work motivation was simplistic and limited (but in line with the realities of his time) for a contemporary observer (Bogathy, 2004). The most important finding resulting from the introduction of scientific management was that the simple increase of the salary cannot automatically and certainly lead to an increase in the employee's motivation.

### **“The School of human relations”**

“The school of human relations” is based on the research conducted in 1927 by Elton Mayo and his collaborators F.J. Roethlisberger and W.J. Dickson, at the Western Electric's Hawthorne plant in Chicago. The studies have shown that the human factor is as important in motivating workers as the money they are paid. The mechanism of human relations was studied in management studies based the results of this research. The mechanism of human relations is based on the assumption that the employees who are happy and satisfied with their job will be motivated to achieve better results.

Mayo has shown that people don't just work for money. Belonging to a social group, which at the same time plays a role in defining the norms and supporting them, is a much stronger motivating factor than money. The ideas for which Mayo remained famous are:

- work is a group activity; it is more important to develop a sense of belonging than to improve the physical conditions of work;
- communication between the employer and the employees is essential for the development of the feeling of belonging inside the group;
- the interest in work is more important for the employee than the financial reward.

The conclusion was that the level of human relations is directly related to the level of performance. Therefore, the humanization of work, social motivations, team morale, individual satisfaction, interpersonal communication and participation in decision making are fundamental internal factors in increasing labor productivity (Boboc, 2000).

From the point of view of work motivation, Hawthorne's (1927-1932) studies have shown that people like to feel important and see that their work is appreciated; they like to be praised rather than criticized; they wish to be consulted and involved in making decisions that directly affect them.

Zoltan Bogathy (2004) summarizes the two models presented above in the two following aspects:

1. the concept of rational-economic motivation, whose main representative, Frederick Taylor, considered that employees will work harder for higher wages, and their performance could only be limited by fatigue;

2. the social conception of motivation: following Hawthorne's studies, researchers (representatives of the school of human relations) showed that employees work to meet several needs, out of which, an important role is played by social recognition.

After the two historical moments (Taylor in 1911 and Mayo in 1927), research on work motivation started to bloom.

### **Conceptual clarifications**

“Motivation” was defined differently by various researchers. For example, Alexandru Roșca (1943, p. 73) defined it as: “all the internal motives of behavior, whether born or acquired, conscious or unconscious, simple physiological needs or abstract ideals”; Jean Piaget (1965, p. 28) defined it as: “a structuring structure”; Roger Muchielli (1966, p. 82) as: “everything that incites or has an individual to have a certain type of behavior or to make a certain type of decision in certain situations”; Pantelimon Golu (1973, p. 10) as “subjective model of objective causality, causality reproduced mentally, accumulated in time, transformed and transferred through learning and education in the internal acquisition of the person”. Motivation was also considered “a learned reaction, associated with a stimulus” in behaviorist theories or “a spontaneous activity that energizes the body and explains the transition from a state of rest to another of action” (Zlate, 2000, p. 151), and “a psychological factor that influences behavior” (Zlate, 2000, p. 151).

Motivation was studied sometimes according to the Darwinian model of adaptation, sometimes according to that of homeostasis, sometimes according to the physical model of energy discharge proposed by Freud, sometimes according to the cognitive processes that replace the motivation of cognitive anticipation processes (Zlate, 2000).

Reviewing the various approaches to the study of motivation, I cannot agree with the theories that reduce motivation to the level of biochemical activity of some tissues or with the ones that consider motivation to be directly related to the nervous activity of the brain, thus limiting it. I consider the theories regarding motivation in its dynamic dimension to be more relevant, because they facilitate the subject’s interaction with the world, thus orienting the human behavior towards one’s points of interest. Joseph Nuttin (1980) proposes a

definition of motivation based on a relational conception of behavior, which places the starting point of motivation in the dynamic character of the relationship that unites the individual with his environment:

the general and abstract term of motivation will be used to designate the dynamic and directional aspect of the behavior. Motivation is responsible for the fact that a behavior is oriented, preferably, towards one category of objects more than another. (Nuttin, 1980, p. 101)

Motivation can also be considered a preferential search for denominator types of satisfactions (Decker, 1989, *apud* Stanciu & Ionescu, 2005). The preferential attribute is used to indicate that motivations vary from individual to individual. Motivation is the sum of internal and external energies that initiate and direct human behavior towards a certain goal. “This goal, once achieved, will determine the satisfaction of another need” (Stanciu & Ionescu, 2005, p. 220). Other contemporary authors have defined the concept of motivation on other dimensions such as: the will to achieve something (Lindner, 1998); the extent to which a persistent effort is directed to achieve a goal (Johns, 1998).

In summary, motivation refers to “the psychological processes that determine the initiation, direction and maintenance of goal-oriented voluntary actions” (Zlate, 2007, p. 388). Motivation, as a factor that triggers human activity, has the role of directing this activity towards the goal, by also allowing the prolongation of the activity if the goal was not immediately achieved or, on the contrary, the cessation of the activity if the goal has been achieved. Motivation can sustain the activity performed by the body for a shorter or longer time, despite more or less difficult obstacles to be overcome. A qualitative effect of motivation is that it allows the human being to move from one goal to another.

“Work motivation” has been defined as the process by which behavior is energized, directed and sustained in organizational settings (Steer & Porter, 1991). “The Oxford Handbook of Human Motivation” edited by Ryan (2012) defined work motivation as the human psychological processes that directs, energizes, and maintains actions

toward a job-related behavior. In the literatures there are a number of theories that provide different conceptualizations of the factors that drive this process. These factors are seen as sources of motivation (Leonard, Beauvais & Scholl, 1999).

One early theory which examines different sources of motivation was proposed by DeCharms (1968). He suggests the dichotomy of intrinsic vs. extrinsic motivation to characterize the different locus of causality. Intrinsically motivated behaviors (i.e. those behaviors that occur in the absence of external controls) are said to represent internal causality, whereas behaviors that are induced by external forces are said to represent external causality. Deci (1975) explores the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation and suggests that intrinsically motivated behaviors create two categories. The first category includes behaviors that individuals engage in to seek out challenging situations. These challenges represent incongruities between stimuli and comparison standards. The second category includes behaviors aimed at reducing these incongruities (i.e., overcoming challenges). Thus, intrinsically motivated behavior, according to Deci (1975), is conceptualized as a continual process of seeking and overcoming challenges.

Another understanding of intrinsic and extrinsic motivation is offered by Katz and Kahn (1978). They argue that the bases of motivation can be categorized in terms of legal compliance, external rewards and internalized motivation. Internalized motivation is further broken down into self-expression (derived directly from role performance), and internalized values (resulting when group or organizational goals become incorporated into the value system of the individual). Extrinsic motivation is presupposed by "guidance for certain reasons that lead to the avoidance of a punishment or to the reception of a reward external to the person" (Pânișoară & Pânișoară, 2005, p. 141). Therefore, this motivation involves performing behaviors to receive tangible, particular elements of external stimulation. When they disappear, either due to punishment or due to reward, the action is also interrupted (if it is supported exclusively extrinsically). Often, the

external rewards obtained by the individual weaken his personal interests, the joy and satisfaction he has experienced, since the person does something for reasons other than the work itself. This deficiency of extrinsic motivation has been highlighted in the study of Carlson (1993). Remuneration, direct employer's competence, job security, promotion, work schedule, various additions and supplements, company policy and various forms of supervision are examples of extrinsic motivators. In Herzberg's model from 1960, these motivators are found as "hygiene factors" (generators of dissatisfaction) (Pânișoară & Pânișoară, 2005, p. 42). Intrinsic motivation refers to the internal rewards obtained by the individual that are considered to be satisfying from a personal point of view. This motivation comes from the direct relationship between the worker and the task and is usually self-applied. Hoffman (2007, p. 269) stated that "intrinsic motivations" (also called "work motivations") are those motivations that refer to the results that affect the individual himself regarding the intimate relationship between him and the work done". Intrinsic motivation is valuable because the reinforcing element, respectively the motivator, represents "a part included in the very structure of the task" (Pânișoară & Pânișoară, 2005, p. 141). It therefore presupposes a behavior motivated only by the pleasure of the individual to do a certain thing.

The category of intrinsic factors (or content) includes the following elements: feelings of accomplishment, fulfillment, challenge and competence arising from the performance of duties; interest in the activity itself; the accomplishment, or the continuous fulfillment of some interesting work tasks; the ability to use skills and knowledge; autonomy and creativity; the possibilities of control over one's own work; recognition, as an appreciation of a job well done; responsibility for one's own work and that of others; perceiving the results of one's own effort; professional development; the feeling of debt; the attachment to the organization; the attachment to the profession; promotion, ascending change of status. In Herzberg's model, these motivations are found as "motivators" (Pânișoară & Pânișoară, 2005,

p. 43). The weak point of this classification is that it refers to an arbitrary hierarchy of factors, since an extrinsic motivator (a bonus or a salary increase) can be the expression of a recognition, skills and appreciation of work, so an intrinsic motivator. Despite the fact that the distinction between intrinsic and extrinsic motivation is unclear, many theories of motivation implicitly make this distinction.

The second dichotomy regarding the process of motivation is observed between positive and negative motivation. This type of motivation involves a reward (positive motivation) or sanction / punishment (negative motivation) approach. Positive motivation occurs when the results of work are directly associated with a positive attitude towards work. Managers use a whole set of means to induce a positive motivation: material rewards, job guarantees, the award of titles, the award of trust, praise and manifest gratitude. The type of behavior that will be rewarded must be measurable, rational, and easy to understand. Every progress of the employee in the direction of an adequate behavior must be rewarded, so that he is motivated to continue (Stanciu & Ionescu, 2005). Negative motivation is based on threat, punishment, and fines. The application of these means must be limited, because the organization cannot develop on a culture with negative valences. Sanctions have low motivational effects, being considered by employees as exaggerated. Frequent application of sanctions creates a state of permanent tension at work. Research has confirmed that negative motivational factors systematically lead to decreased professional performance of employees. The desired results appear only by applying the means of positive stimulation. The most interesting result is that negative motivation proved to be more harmful for performance than the total lack of motivation (Stanciu & Ionescu, 2005).

The third dichotomy regarding the process of motivation is observed between the financial and the non-financial motivation. Research that continued Abraham Maslow's theoretical line included the salary among the primary necessities, its role being considered as

essential in an employment relationship. From this perspective, the managerial policy considers that the high salary necessarily and directly entails a high level of motivation for work. However, studies that began in 1959 have shown a contrary tendency of people to disregard the direct relationship between motivation and high pay (Stanciu & Ionescu, 2005). This perspective is a confirmation of the classification made by Herzberg on motivating factors, which considered that salary is a hygienic factor, which has no motivating value in itself, but has a supporting role to avoid dissatisfaction.

Financial motivation sets the minimum amount of effort that an employee must put into the workplace to receive a certain amount of money. An argument that leads to a non-financial motivation of employees is represented by the shortcomings of the financial reward system:

1. from the point of view of the employee, the salary is due to him, so he has a reduced motivational role;
2. money does not determine loyalty to the employer, because, upon receiving a better financial offer from the competition, the employee will leave the company;
3. 85% of employees spend their salary during a month, and when the money runs out, the cause is placed at the level of the employer who does not pay a sufficiently high salary;
4. the salary is the most expensive form of motivation, since, for 100 lei earned by the employee, the company pays around 150 lei;
5. the effect of cash rewards is short-lived: 75% of employees forget, after 30 days, the amount of the bonus / bonus received;
6. the costs for the company increase continuously, because the employee wants the salary to be increased annually, regardless of the economic conditions or the results of the company (Constantinescu, 2014, p. 60).

There is a perspective in human relations that argues that beyond salary (and sometimes above it), alternative / complementary /



non-financial motivation policy produces a more complex balance that captures more aspects than just the policy of financial reward. Non-financial motivation techniques have the role of recognizing the employee's merits and providing feedback on the performance achieved (therefore, the role is identical to that of financial motivation), but when there is a low or non-existent cost for the company. Research conducted by Pânișoară and Pânișoară in 2005 showed that for this motivation technique to work, it must have a long-term application in organizations, in order to create a "tradition" of these motivators (Pânișoară & Pânișoară, 2005).

### **Traditional theories of work motivation**

The systematization of motivation theories is done, almost unanimously, based on the thematic criterion, which groups them into content theories and process theories. This thematic criterion appeared during the 80s and 90s in organizational-managerial psychology. Content theories aim to identify specific needs that motivate human behavior (they are also called needs theories), and process theories are interested in describing and analyzing how motivational processes or mechanisms set in motion human behavior.

#### ***Content theories***

One of the first questions that motivational theories tried to answer was: "What motivates the individual, what determines him to act?". To this question, a theoretical current, influenced by psychologists, answered: the individual is motivated and can be determined to act due to some needs that he has. Some of these needs are concrete, tangible, others are intangible, difficult to appreciate (self-esteem, professional satisfaction). Needs-based theories, known as content theories, are motivational theories that specify the categories of needs that people have and the conditions under which they will be

motivated to meet those needs in a way that contributes to performance (Johns, 1998). These theories focus on what motivates people. The most representative need-based theories are: the instrumentalist theories, Maslow's theory of the hierarchy of needs, the bi-factorial theory of Herzberg, McGregor's X and Y theory, and McClelland's theory of success.

### ***Instrumentalist theories – Murray (1938), Catell (1950)***

This type of theory has been widespread in psychology, and many behaviors have been explained by using them. In essence, this category of theories involves making lists of needs, similar to inventories. In 1938, H. A. Murray (*apud Zlate, 2000*) established a list of needs corresponding to some types of socially motivated behaviors, with applicability in many fields. According to this author, there are two categories of needs: primary or viscerogenic (number of 12: need for water, food, air, sex etc.) and secondary or psychogenic needs (number of 27, such as the need for affiliation, recognition, autonomy, achievement, submission, aggression, counteracting, defense, deference, dominance, exhibition, neutralizing negative effects, avoiding unpleasant situations, caring and giving help, order, playful spirit, rejection, sensitivity / sensuality, sexuality, cognitive understanding, support and helping oneself etc.). A similar list was proposed by R. B. Catell in 1950 (*apud Zlate, 2000*): organic needs and viscerogenic needs. There is a great resemblance between the two categories of "lists", as well as the similarity of needs included by the two authors with the list of needs of the much more famous Abraham H. Maslow (1954).

### ***The theory of the hierarchy of needs – Abraham Maslow (1954/1970)***

Maslow assumes that humans have five sets of needs (later returned to them, filling them up to eight needs) placed in a hierarchy of

importance (Maslow, 1954/2007). Built on overlapping floors of growing importance, Maslow's pyramid has eight distinct levels: the physiological needs (from the employee's perspective these needs are met with a minimum wage and working conditions that allow for existence), the security needs (needs security in the organizational environment can be met by: guaranteed jobs, fair and realistic rules and regulations, health insurance, pensions and occupational safety conditions, payment above the minimum subsistence level), needs of group membership, needs esteem and social status (promotion to higher jobs, with increased responsibility, or receiving honors and awards, or other forms of gratitude), knowledge needs (manifested by the need to know, understand, explore), aesthetic needs (symmetry, order, beauty), needs for self-realization (learning a new profession, starting a new career or, the desire to become the best) and the level of transcendence (which consists in the need to help others to realize themselves). The results of a study conducted in 1980 by Ronen and Kraut support the classic intrinsic/extrinsic division of work motivation and also the Maslow's categories are supported.

### ***The Bifactorial theory – Frederick Herzberg (1960)***

This theory is, in fact, a complement to Maslow's theory. Prior to Herzberg's interviews, the general assumption was that employee satisfaction and dissatisfaction are at opposite poles, on the same intensity scale. After Herzberg's interviews, it was observed that satisfactions and dissatisfactions are two distinct states and not variations on a continuum ranging from maximum satisfaction to maximum dissatisfaction, that they coexist and differ in their intensity, which led to the conclusion that each person it has its own scale, both for satisfactions and for dissatisfactions. The two scales of intensity, which coexists, can be considered quantitative (volumetric) and, in this way, the satisfactions, respectively the dissatisfactions, vary from zero to a maximum value that can be different for the two emotional states.

Herzberg argues that satisfactions and dissatisfactions are instinctive dimensions of emotional states and lead to an increase or decrease in motivation. Factors that reduce motivation have been called “hygiene factors” (referring to the extrinsic working conditions, with a maintenance role), and those that promote motivation have been called “satisfiers” (referring to the intrinsic working conditions, with a development role) (Pânișoară & Pânișoară, 2005, pp. 42-43). The development factors are: achievement, recognition, responsibility, advancement, professional career in general, and the work itself. These factors are usually considered motivational factors, because their presence leads to increased motivation. The absence of these factors does not necessarily lead to dissatisfaction, but their presence creates satisfaction. Occupational factors responsible for the emergence of dissatisfaction (hygiene factors) refer to annoying supervision, unfavorable working conditions, tense interpersonal relationships (informal and formal), unethical work pay, questionable workplace safety, personnel policies and managerial aspects of the organization are not explicit, insecure and distant in relation to the wishes and aspirations of the employees.

### *Theory X and Theory Y – Douglas McGregor (1960)*

The concepts of Theory X and Theory Y were advanced by Douglas McGregor in his book, “The Human Side of Enterprise”, published in 1960. Theory X is a concept that analyzes the general motivation of workers, and is consistent with the idea of Taylor’s scientific management. Theory X has the following assumptions:

- people have an innate aversion to work, so they will try to avoid it;
- consequently, people will act effectively only in a strongly controlled work environment, where they must be threatened (using disciplinary sanctions) in order to make effective efforts.

The logical result of these assumptions will be a strongly

controlled work environment, in which managers make all decisions and employees only execute orders;

- the average person prefers to be directed, he wants to avoid responsibilities, he has few ambitions and the main need is to ensure security.

Theory Y is a concept regarding the general motivation of employees, and is consistent with the idea of the mechanism of human relations. Theory Y assumes that employees accept the work and responsibility for achieving the goals of the organization, if done in such a way as to also obtain a reward for it. The premises of this theory are:

- people do not naturally dislike work; in fact, work is an important, natural and pleasant part of their lives, and, by their nature, people make an effort in their activities;
- people will work for goals for which they feel committed, in this case we still need guidance because work provides satisfaction;
- people become engaged in achieving goals, when it will be very clear to them that achieving goals will bring personal rewards. The most important reward is the satisfaction of individual needs for self-affirmation;
- people often look for and want to accept responsibilities, if there are appropriate conditions;
- employees have the necessary potential to help effectively achieve the goals of the organization, because they like to use their imagination and creativity to make decisions to solve problems.
- organizations, in general, do not do everything possible for the efficient and rational use of their human resources (Zlate, 2004, pp. 242-243).

This view is completely different from that of Theory X and much more constructive than this. McGregor argues that most managers behave in accordance with Theory X, but he notes that Theory Y is much closer and more effective for a guide to managerial actions.

The choice of one of the two approaches depends on the circumstances. Employees conducted under Theory Y are generally considered to be much more efficient than those conducted under Theory X, but it is precisely this assumption that has generated the strongest criticism of McGregor's theory. It has been shown that there are categories of employees who prefer to be guided and who are not inclined to take responsibility. They will achieve better results under the leadership of authoritarian managers. The empirical research that the human resources research institute Sirota Consulting has done over 35 years has statistically proven that most employees bend to theory Y, not theory X, which means that these employees can be given The "presumption of innocence" in their work interests (Constantinescu, 2014, p. 70).

### *Theory of Success – David McClelland (1962)*

Unlike Maslow, McClelland was not interested in identifying a hierarchical relationship between needs, but was concerned with the specific behavioral consequences of needs. In other words, he wanted to know under what conditions certain needs would likely lead to particular patterns of motivation.

McClelland pointed out that the main needs are (Johns, 1998, pp. 156-157):

- The need for self-fulfillment, for achievement refers to the permanent desire of the individual to want success and self-transcendence. This need is not hereditary, so people can be taught to develop a strong motivation in this regard. Individuals who have a great need for achievement have the following characteristics: a preference for situations in which personal responsibility for results can be assumed; a tendency to set medium difficulty objectives that correspond to calculated risks; a trend of feedback of results. These people are strongly motivated by sales positions or by running a small business.

- The need for power refers to the need to influence and lead others, to have a great impact and to “make an impression”. It is very strong for those who have a profession in the field of company management or in journalism / television.
- The need for affiliation refers to the desire to establish, maintain and strengthen a positive emotional relationship with others. These people tend to communicate frequently with others, either face-to-face or mediated. They prefer to avoid conflicts and competition with others, sometimes showing a strong conformity to the wishes of their friends. These people are motivated by positions in the field of social activities or customer relations.

The author points out that there is no perfect correspondence between a person's structure of needs and his behavior, because needs are only one of the determinants of behavior (which is also influenced by personal values, habits, abilities, external conditions). Of the three needs identified, the most important is the need to achieve, because it has the most stable tendency to manifest and is most strongly activated by external events. McClelland believes that all individuals have all three needs, but in different proportions, only one having the strength to motivate behavior at a time.

Abraham Maslow, Douglas McGregor and David McClelland are considered as three of the five theorists who have changed the face of human resources, by reinterpreting their existing relationships in organizations and between employees, as well as between employees and the work itself.

### **Process theories**

If content theories explain what the elements are, the causes that motivate people to perform a certain activity, process theories focus on explaining the process behind which motivation arises. In other words, this group of theories answers the question: “How does motivation appear?”

### *The theory of expectation – Victor Vroom (1964)*

The theory of expectation, developed by Victor Vroom in “Work and Motivation” (1964), completed in 1968 by Lyman Porter and Edward Lawler, in “Managerial Attitudes and Performance”, is a complex motivational model, in which motivation depends on the intensity desire and the probability of its fulfillment, and is determined by the results that people expect to appear as a result of their actions at work.

Victor Vroom considers that any motivated behavior is the product of three key variables (Johns, 1998, pp. 159-160):

- The valence (in the sense of attractiveness) of a certain result for the individual in question; it is the anticipatory satisfaction of obtaining the results, the degree to which they can be attractive or unattractive for the individual (which differentiates, in the author’s opinion, the value of value, the latter being the present satisfaction offered by the results). Valence can be positive (getting a better salary in the future) or negative (the possibility of being fired in the future), but both motivate the employee.
- Instrumentality represents the probability that a first-order result (productivity) will produce a second-order result (e.g. salary increase). The first order result is productivity (which can be high or medium), and the second order results can be: money, the feeling of fulfillment / job satisfaction, acceptance of equals, fatigue. If this probability is high, and if the valence attributed to the result is high, a third variable appears, the expectation.
- The expectation measures the degree to which the individual considers that he can obtain the first order result.

The model highlights the fact that the individual’s effort is determined by the way the employee perceives aspects of work. People are not seen as inherently motivated or not, the motivational level depending on the way of interpreting the way of working, of people’s expectations.



### *The Equity Theory – Stacey Adams (1965)*

The theory is conceived by Stacy Adams in “Inequality in Social Exchange” (1965). The theory states that employees compare the efforts they have made in their workplace and the rewards they receive with the efforts and results of another relevant person or group. When these relationships are equal, the employee should feel that there is a fair exchange between him and the organization. Such a fair exchange contributes to job satisfaction. When relationships are not equal, employees perceive the existence of inequity, they face job dissatisfaction, at least if the exchange puts them at a disadvantage compared to others. Thus, individuals are motivated by a fairer exchange relationship. Inequity is unpleasant and stressful and people will consume considerable energy to reduce inequity and achieve equity. The main tactics through which this can be achieved are: changing the perception of one's own efforts and rewards; distorting the perception of the efforts and rewards of the person and group being compared; choosing another person or group for comparison; modifying personal efforts and rewards; leaving the exchange relationship. The theory of equity starts from the premise that people are motivated, for a start, to obtain and maintain a certain sense of equity. We define equity as the totality of the rewards distributed, directly proportional to the contribution of each worker to the results of the organization. Not everyone needs to receive the same reward, but the reward must be consistent with the individual contribution.

In summary, the balance of the own balance (own inputs – outputs) is the premise of the positive motivation, and the balance of the balances of the other employees represents the confirmation of the equity in the personnel policy practiced by the organization. This reinforces the positive motivation. If the input sizes are higher than the output, there is a decrease in effort and results, altered perception of work results, frustrations, feelings of dissatisfaction, tendencies to

abandon, demotivate or leave the organization. If the balance is tilted in the other direction, the individual may perceive that overestimating his activity is a way of being urged to produce more and better (Stanciu & Ionescu, 2005). Research has shown a tendency for people to compare themselves to other employees of the same sex, not the opposite sex. This may be an explanation for why women are paid less than men for doing similar work.

### **The present and the future in work motivation**

Professor Klaus Schwab announced a new Industrial Revolution (the fourth), in 2011 at Hannover Messe. A common definition and a specific of this forth industrial revolution is the disruption of work (World Economic Forum, 2016; World Economic Forum, 2018). The deep integration of digitalization and mechanical hardware is remolding every range of industrial activities. Among most discussed contemporary industrial technologies are industrial Internet of things (IoT), autonomous production, smart factory system, data integration, blockchain, 3D printing, new materials and artificial intelligence (AI). The above breakthrough technologies together with other cutting-edge innovation are promising higher yet stable effectiveness and efficiency. As a result, it is inevitable that need for human workforce in the new industrial revolution is reallocating (Tan & Rajah, 2019). Among traditional criticisms of AI is its potential to gradually eliminate low-skilled employees. Ambient intelligent, advanced robotics, machine learning, and all other kinds of cutting-edge technologies are showing better work performance than human, thus triggering lesser need for low-skilled human workforce (Mortensen, 2017, *apud* Tan & Rajah, 2019). The new workforce is more inclined to be cognitive workers, and the demand for such intellectual workforce has increased. The new industry requires employee with higher level of creativity, reasoning, problem solving, and all kinds of thinking ability, plus emotional attachments to work, such as passion, courage, innovative, and

engagement. These characteristics are (and will be) the key to organizational successes (Pfeiffer, 2016, *apud* Tan & Rajah, 2019).

The current workplace evolution has again urged the necessity of work redesign (integrating the work-from-home models) to cope with a whole new set of work requirements and expectations. Work motivation science, subsequently, has to revise its variables and models to continue providing organizations with important references.

## References

- Adams, S. (1965). *Inequality in Social Exchange*. New York, Academic Press.
- Boboc, I. (2000). *Calitatea vieții de muncă*. București, Editura Protector AS.
- Carlson, N. (1993). *Psychology. The Science of Behaviour*. Boston, Allyn and Bacon.
- Constantinescu, A. G. (2014). *Motivație și satisfacție în procesul de muncă. Comparație 2008-2010*. București, Editura Universității din București.
- DeCharms, R. (1968). *Personal causation: The internal affective determinants of behavior*. New York: Academic Press.
- Decker, J-F. (1989). *Réussir son développement personnel et professionnel*. Paris, Les Editions d'Organisation.
- Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum.
- Druță, F. (1999). *Motivația economică*. București, Editura Economică.
- Golu, P. (1973). *Motivația, un concept de bază în psihologie*. Revista de Psihologie, nr. 3.
- Hoffman, O. (2007). *Sociologia organizațiilor*. București, Editura Economică.
- Johns, G. (1998). *Comportament organizațional: înțelegerea și conducerea oamenilor în procesul muncii*. București, Editura Economică.
- Katz, D., & Kahn, R. L (1978). *The social psychology of organizations*. New York: Wiley.
- Leonard, N., Beuavais, L., & Scholl, R. (1999). Work Motivation: The Incorporation of Self-Concept-Based Processes. *Human Relations*, vol. 52, no. 8.
- Lindner, J. R. (1998). Understanding Employee Motivation. *Journal of Extension*, Ohio 36 (3). Retrieved on April, 22, 2008 from: <http://job.sagepub.com>.
- Maslow, A. (1954) (2007). *Motivație și personalitate*. București, Editura Trei.
- McGregor, D. (1960) (2010). *The Human Side of Enterprise*. New York, McGraw Hill.
- Muchielli, R. (1966). *Introduction à la psychologie structurale*. Bruxelles, Charles Dessart.
- Nuttin, J. (1980) (2000). *Théorie de la motivation humaine: du besoin au projet d'action*. Paris, Presses Universitaires de France.

- Pâinișoară, G., & Pâinișoară, I. O. (2005). *Motivarea eficientă*. Iași, Polirom.
- Piaget, J. (1965). *Psihologia inteligenței*. București, Editura Științifică.
- Porter, L., & Lawler, E. (1968). *Managerial Attitudes and Performance*. Illinois, Homewood.
- Ronen, S., & Kraut, A. (1980). An Experimental Examination of Work Motivation Taxonomies. *Human Relations*, vol. 33, no 7, 505-516.
- Roșca, A. (1943). *Motivele acțiunilor umane. Studiu de psihologie dinamică*. Cluj, Editura Institutului de Psihologie al Universității.
- Ryan, R. M. (2012). *The Oxford handbook of human motivation*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Stanciu, Ș., & Ionescu, M. A. (2005). *Cultură și comportament organizațional*. București, Comunicare.ro.
- Tan, S. K., & Rajah, S. (2019). Evoking Work Motivation in Industry 4.0. *Sage Journals*, Volume 9, no. 4. <https://doi.org/10.1177/2158244019885132>
- Taylor, F.W. (1911). *Principles of Scientific Management*. New York, Harper & Brothers Publishers.
- Vroom, V. (1964). *Work and Motivation*. New York, Wiley.
- Zlate, M. (2000). *Fundamentele psihologiei*. București, Editura Pro Humanitate.
- Zlate, M. (2004). *Tratat de psihologie organizațional-managerială*, vol. I. Iași, Ed. Polirom.
- Zlate, M. (2007). *Tratat de psihologie organizațional-managerială*, vol II. Iași, Polirom.
- World Economic Forum. (2016). *The future of jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution*. Retrieved on August 19, 2021 from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf)
- World Economic Forum. (2018). *Mapping global transformation*. Retrieved on August 19, 2021 from: <https://toplank.weforum.org/knowledge/explore/all>



# La trajectoire d'un acteur de l'innovation et du numérique : *Consulting-TIME*

TALAKELA LAMINE

## Préambule sur le choix de la thématique et ma légitimité à en parler

Se lancer dans le bain de l'entrepreneuriat en 2021, dans un modèle d'activité où les notions de mobilisation des compétences, de gestion des responsabilités, de gestion des défis et des ambitions, de prise de risque et d'une dose d'innovation qu'elle soit technologique, scientifique, humaine ou économique sont un challenge permanent, et peut-être encore plus après 1 an et demi de pandémie mondiale, peut accentuer le sentiment d'une aventure difficile, hasardeuse et individuelle, souvent associée extérieurement à la seule volonté de développement capitalistique.

Au-delà des classiques comme la comptabilité, le commerce, le recrutement, le management ... en somme des compétences contemporaines dites dures – les *hard skills* – sont requises comme le numérique, le e-marketing, l'intelligence financière, ou encore le code informatique ... il devient aussi désormais et encore plus qu'avant pour l'entrepreneur-dirigeant d'avoir des capacités humaines développées et élevées – les *soft skills* – qui mettront en exergue sa motivation, sa capacité de gestion, son management, son leadership, son relationnel, ses émotions ... en bref, ses compétences diverses et surtout savoir les utiliser en milieu professionnel auprès de ses collaborateurs, de ses partenaires ou de ses clients. Cela signifie donc qu'entreprendre est à la fois pour l'entrepreneur(e) (la personne), mais aussi ses collaborateurs et la structure juridique

(l'entreprise) en elle-même, un processus d'une certaine complexité mais que la valeur humaine est bien plus présente qu'il n'y paraît de prime abord.

En réalité et à titre personnel, je pense qu'il est nécessaire de recentrer la perception extérieure de ce qu'est l'entreprise, qu'elle est et doit encore plus être perçue avant tout comme une structure humaine en terme opérationnel que ce soit à petite comme à grande échelle, et qu'elle doit absolument être inclusive en mettant en avant les valeurs qu'elle porte, incarne et auxquelles elle doit contribuer au-delà de sa propre entité, au service de notions universelles.

C'est déjà ce qui existe, mais n'est pas suffisamment visible et connu, c'est pour cela que de mon point de vue c'est ce qui doit se généraliser progressivement car dans l'économie du 21<sup>ème</sup> siècle, à l'ère du numérique et de l'information digitale, quel que soit le secteur ; agricole et énergie, industriel, tertiaire, ... c'est ce qui fonctionne ; nous allons l'explicitier et le démontrer tout au long de notre participation à cet ouvrage. Mais avant de développer cela, qui suis-je pour aborder ce sujet ?

Je me présente, Lamine Talakela, 39 ans, entrepreneur depuis 10 ans (2011), dans trois activités principales, l'une en conseil, ingénierie et stratégie d'innovation numérique en France et à l'international (*Consulting-TIME*). La seconde en tant qu'organisme de formation et conférencier sur la sensibilisation et le développement du Numérique d'une part, et de l'Entrepreneuriat et la vie de l'entrepreneur d'autre part (*MotDiese*).

La troisième qui est en pont entre toutes ces activités et domaines ; un groupement associatif international de compétences, dispositifs et outils permettant de créer de l'impact social et économique sur des territoires en local, régional, national ou international, dans une trentaine de pays (*Be Positive*). Passionné de nouvelles technologies, d'informatique, et de projets que je qualifierais d'« utiles » ; c'est-à-dire à impact positif, et ce depuis mon enfance.

Après un parcours universitaire et quelques expériences professionnelles je me suis rendu compte que ce qui m'animait le plus c'était d'identifier et comprendre un besoin, de mettre en place un plan stratégique pour concevoir et mettre en œuvre la réponse à ce besoin, et de le réaliser dans la mesure où cela est utile à au moins 1 personne, ou 1 entité, ou un groupe d'individus, ou un territoire ; c'est cela que j'appelle créer de l'impact.

En essayant toujours d'y associer des valeurs fondamentales telles que : la bienveillance, l'attitude constructive, l'exemplarité, le respect environnemental et animal, l'éducation, ... c'est le côté « positif ». Cet impact peut être à portée économique, technologique, social, ... mais il doit avant tout être centré sur l'humain et l'impliquer pour lui, dans son environnement territorial, dans la société ou la globalité. Que ce soit dans les télécommunications, la mobilité, le web, les smart cities, la communication digitale ou l'innovation numérique au sens large et son impact économique, mes contributions et projets auxquels j'ai participé ou ceux que j'ai initiés se sont déroulés en France et à l'international sur 3 continents dans des contextes très divers et variés.

Dans le domaine liant l'entrepreneuriat, l'employabilité, et l'innovation, pour de l'évènementiel à caractère pédagogique, des conférences, séminaires et autres symposiums, ou des dispositifs et programmes plus ancrés dans la durée ont été déployés par nos équipes en France, en Europe occidentale, orientale et centrale, en Afrique francophone et au Moyen-Orient, ainsi que quelques projets en Amérique du Nord et en Asie ; nos actions ont depuis 2015 permis de concerner directement plus de 50 000 personnes, plus de 200 évènements, concernés une 100aine d'universités, écoles supérieures et tiers-lieux et mobilisés plus de 750 experts des 4 coins du globe.

Si l'on ajoute à cela nos médias promotionnels et contributions diverses (Facebook, Youtube, Instagram, Clubhouse, ... en publications et autres retransmissions en streaming live ou différées), l'ensemble de nos actions ont impactée en six ans plus de 1 million de personnes.



## **L'E.S.S., et le développement durable ; vision et partage sur l'entrepreneuriat, et la mission d'une entreprise**

L'E.S.S. est l'acronyme couramment utilisé pour parler de l'Économie Sociale et Solidaire, faut-il encore définir ce que c'est ; voici la définition que je vous propose. Rappelons brièvement tout d'abord ce qu'est une économie : c'est une activité humaine qui consiste en la production, la distribution, l'échange et la consommation de biens et de services. Tenons-nous-en simplement à cela afin de rester sur l'essentiel de la compréhension, même si bien évidemment l'économie est bien plus complexe que cela. L'aspect social et solidaire en matière économique est le fait de connecter les individus ou groupes d'acteurs avec les acteurs territoriaux existants (publics comme privés) – c'est une manière d'inclure les acteurs et entités sociales – pour finaliser leurs actions nouvelles et/ou contribuer à créer de la valeur pour d'autres ; c'est en ce sens que cette économie (l'E.S.S.) est à la fois sociale mais aussi solidaire.

Ainsi, pour résumer, l'économie sociale et solidaire est un mouvement initié par un acteur (ou plusieurs) qui fait intervenir d'autres acteurs existants pour alimenter des synergies dans le but de créer un produit, un service, une activité, et plus largement une dynamique qui puisse avoir un rôle bénéfique sur la solidarité d'une manière territoriale ou sociale ou écologique ou technologique ou environnementale ou autre par le biais de son économie. Bref, que cette économie soit inclusive et avec un impact à petite, moyenne ou grande échelle. Une fois cela défini, nous allons maintenant parler de développement durable, thématique devenue en vogue ces dernières années, mais pour une fois on peut dire qu'une tendance n'est pas forcément un simple effet de mode, à partir du moment où son principe est positif et qu'il incite au changement bienveillant.

Comment pourrions-nous définir le développement durable ? Par un ensemble de valeurs méthodologiques, peut-être ? C'est ce qui

semble s'en rapprocher le plus dans mon esprit et qui permet de manière transversale d'essayer de l'appliquer dans toutes les composantes de sa vie professionnelle et personnelle. Un ensemble de valeurs, pourquoi ? Car je pense que ce sont nos valeurs qui nous définissent avant tout, puis se matérialisent par nos intentions, puis nos actions pour les réaliser. Par exemple, si l'on est sensible à la justice et l'équité, et que cela fait partie de nos valeurs fortes, alors il est plus facile de penser nos intentions puis nos actions en intégrant ces notions de justice et d'équité quel que soit le type de réalisation auquel nous participons.

Ensuite, il y a la méthode, pourquoi cela ? Car c'est le guide et le plan stratégique qui permettent de concevoir et mettre en œuvre ses actions pour les réaliser en intégrant ses valeurs pour leur donner une vision ou même plus, une philosophie « long-termiste » ; d'où le terme de durabilité qui vient ici s'exprimer. Ainsi, on parle fréquemment du développement durable pour évoquer l'environnement, l'écologie, ou encore l'énergie, mais c'est bien plus vaste que cela et l'on peut adopter et appliquer cet ensemble de valeurs et de méthodes à tous nos projets et engagements du quotidien.

En d'autres termes, pour moi, le développement durable est la capacité à créer le pont entre les valeurs et les projets à accomplir, c'est le lien qui permet de penser ses actions de manière endogène, et de les réaliser de manière altruiste sur la durée, au-delà de ses propres intérêts. C'est ici aussi, une manière de produire de l'impact, et c'est en ce sens que c'est intéressant dans notre sujet en rapport avec l'entrepreneuriat, l'économie sociale et solidaire, et donc le développement durable.

L'entrepreneuriat, quant à lui est une discipline que je définirais à ma façon de manière très simple et concrète : c'est l'ensemble des démarches et actions mises en œuvre pour capter ou créer de la valeur et en proposer un produit, un service ou une offre qui répond à un besoin. Par ce biais, c'est aussi une manière de créer et de définir son propre emploi, tant que celui-ci répond à des besoins existants ; en effet

ce qui est capté ou créé doit trouver son marché, sinon la démarche n'aura pas de finalité. L'entreprise créée pour cette démarche, sera donc l'entité représentative, opérationnelle et juridique qui portera cette activité.

J'aimerais également ajouter qu'aujourd'hui en 2021, il y a à mon sens 3 types d'entreprises au sens de modèles d'entreprises :

- *Brick & Mortar* ; celles qui relèvent de « la brique et du mortier », c'est le lieu physique où se déroule l'activité, tel qu'un commerce, une usine.
- *Pure Player* ; celles qui relèvent d'une activité qui peut se dérouler à 100% en ligne, on n'a pas besoin d'un lieu pour rencontrer ses clients ou partenaires, internet et les différents réseaux qu'il véhicule, sont le terrain de jeu économique de ces entreprises qui ont ce modèle.
- *Click & Mortar* ; celles qui sont hybrides entre le lieu physique et internet, par exemple les activités de commande en ligne et de collecte de la marchandise dans un lieu physique (le click & collect).

Pour compléter, je dirais que selon moi, une entreprise doit avoir une vocation à se développer, que ce soit de manière économique, oui mais pas uniquement, cela peut être sur sa notoriété, sa capacité à renouveler sa création de valeur au-delà des produits, services et offres, en créant de l'emploi, en participant à la formation de jeunes de la même filière d'activité, en publiant et partageant son expertise et son expérience, en s'engageant ou en renforçant son engagement dans sa responsabilité sociétale comme le développement durable par exemple.

L'entreprise ou l'activité entrepreneuriale doit de toutes façons d'après mon expérience, pour perdurer et même « survivre » aux crises et à la l'évolution du monde d'un point de vue très macroscopique, comme l'évolution de la société dans laquelle elle existe et du contexte économique local et national d'un point de vue plus microscopique, s'adapter, évoluer et se réinventer régulièrement, avant même de parler de développement.

## **En quoi les valeurs de l'entreprise, de l'ESS et du développement durable sont complémentaires et peuvent créer de la valeur solidaire ensemble**

Après avoir vu ensemble les rappels et définitions proposées de l'entrepreneuriat, et de la mission d'une entreprise, de l'économie sociale et solidaire, puis du développement durable, allons un peu plus loin pour bien comprendre en quoi toutes ces notions lorsqu'on les mêlent entre elles peuvent créer de la valeur solidaire ensemble et que l'on peut même parler de cercle vertueux. Puis nous concluons dans la dernière partie par quelques exemples de cas très concrets que nous avons mis en œuvre.

Lorsque l'on crée une entreprise et que l'on se lance (si c'est la 1<sup>ère</sup> fois) ou que l'on poursuit dans l'entrepreneuriat, il y a bien entendu l'idée de produit, service ou offre que l'on a déjà probablement en tête et qui motive cela. L'une des toutes premières actions à mettre en place en tant qu'entrepreneur, que l'on soit seul ou avec des associés, c'est de définir son système de valeurs : ses valeurs personnelles en tant que personne morale et les valeurs de son entreprise ou plus précisément, celles que l'on aimerait refléter dans son entreprise. Prendre le temps de faire cet exercice est très important. Il est d'autant plus important que le résultat de cet exercice doit permettre dès le départ de révéler s'il y a adéquation ou désalignement entre son système de valeurs propre et celui de son projet d'entreprise (voir même celles de ses associés).

En effet, les deux systèmes de valeurs doivent être alignés dans la majorité des cas ou alors il faut être capable d'identifier entre deux et quatre valeurs fortes qui seront celles représentatives de l'entreprise, et qui doivent vous correspondre à vous et à vos associés si vous en avez. Cela est comme nous le disons dans nos formations et accompagnements de futurs entrepreneurs, le tout premier travail à réaliser en tant que porteur de projet entrepreneurial dans la démarche de structuration et création de son entreprise. Une fois cela effectué, il sera important de travailler à toutes les composantes qui seront

nécessaire à la structuration de complète du projet entrepreneurial, à son lancement, à sa confrontation au marché et à son développement : le business model et le plan marketing, le plan d'action commercial, les aspects juridiques et financiers, les ressources humaines, ... etc.

D'une manière un peu plus systémique, si l'on regarde à l'échelle d'un territoire, qu'il soit local, régional ou national, ce qui contribue à l'élan entrepreneurial, c'est un ensemble de trois éléments :

- Les entrepreneurs et les entreprises ;
- Le système éducatif (universités, écoles, instituts de formation) ;
- Les institutions publiques.

Ces trois éléments mis ensemble, induisent la création d'emplois, la formation professionnelle, et la création de richesses (produits manufacturés, transformés, services, propriété intellectuelle, travaux de recherche, etc.). L'entrepreneuriat se trouve donc ainsi au cœur d'un processus collaboratif – l'entreprise à nécessairement soit des collaborateurs, soit des partenaires – pour l'aider à travailler et créer de la richesse, mais aussi la nécessité à un moment ou un autre de se tourner vers les institutions publiques pour l'ensemble de ses démarches légales (imposition, normes & législations, administratif, appels d'offres publics) ou encore des sollicitations publiques locales tels que des clubs d'entreprises affiliés aux chambres consulaires ou l'opportunité de participer et bénéficier d'aides ou de dispositifs temporaires dans des contextes et conditions très locales.

Ou encore nouer des partenariats avec des universités et écoles supérieures par exemple ou recruter stagiaires, alternants ou futurs employés, voir même partager ses expertises et expériences à travers des formations ou moments d'échanges (conférences, séminaires, etc.). Comme nous l'avons dit précédemment, l'économie sociale et solidaire vise à mettre en œuvre une économie inclusive, c'est-à-dire qui inclut différentes parties, on peut y mentionner ici donc les trois éléments cités, contribuant à un élan entrepreneurial, mais y ajouter également les acteurs associatifs et indépendants qui ont des savoirs faire et expériences particulières qui sont des atouts d'un territoire, surtout

lorsque celui-ci est très localisé, c'est ce qui renforcera le côté impactant et solidaire de cette économie.

En effet, il fait se représenter qu'il existe des écosystèmes (au sens littérales de systèmes économiques, et ici une référence à l'économie entrepreneuriale) où l'entreprise qui se développe recrute dans les universités, écoles ou instituts de formation professionnels locaux, est active et reconnue dans sa chambre consulaire locale et régionale (type chambre de commerce ou chambre l'artisanat), partage son expérience et ses expertises auprès des jeunes, auprès de ses autres confrères entrepreneurs, et contribue par ses compétences, ses moyens matériels (locaux, machines, outils, ...), ses finances à aider des associations locales qui ont soit un lien avec leurs activités, soit un lien avec leurs valeurs ... on en revient au système de valeurs ... et par conséquent tout cela permet d'alimenter une dynamique collaborative qui a eu un impact au niveau de son territoire local, puis régional, puis même national si l'entreprise le souhaite et à le temps, les ressources et l'énergie pour le faire.

Si à cela on y ajoute une réflexion et des actions de développement durable, je pense et je suis même sûr que l'on approche de la quintessence de ce qu'un individu qu'il soit homme ou femme, en tant qu'entrepreneur(e) concrétise la finalité de sa mission professionnelle et même d'une partie de sa mission de vie : être utile.

### **Comment mettre en pratique un exemple de modèle positif pour la société ?**

Plutôt que de théoriser cela, je pense que le plus simple va être tout bonnement de vous partager à vous qui découvrirez cet ouvrage, ce que j'ai moi-même mis en place depuis 10 ans et qui me permet aujourd'hui de vivre dans une province française, donc hors de la capitale, tout en créant de la valeur et de l'impact positif aux quatre coins du monde.

En 2011, avec des mois de réflexion, je me suis lancé dans l'entrepreneuriat sur le simple constat d'un ami, devenu entrepreneur un an avant moi et qui m'a dit ceci : « ce que tu fais dans la boîte dans laquelle tu travailles, pourquoi tu ne le ferais pas tout seul ? ».

Naturellement pour moi, ma première réaction fut « non, pas du tout ... je n'ai pas les infrastructures, les serveurs, les machines, etc. ... » qui me permettrait de faire ce que mon employeur faisait et qui me permettait de faire mon métier. Sauf qu'après quelques jours et semaines de réflexion, je me suis rendu compte qu'en réalité, il n'était pas question pour moi de faire la même chose que mon employeur et dans les mêmes conditions, mais plutôt de décomposer mon rôle dans cette entreprise et de le faire à ma façon, dans d'autres contextes.

Une fois cela assimilé, je me suis murement préparé, en y incorporant une bonne dose de valeurs, en souhaitant particulièrement faire en sorte d'acquérir différentes méthodes et retours d'expériences pour maximiser mes chances de réussir mon projet entrepreneurial. Dès le départ je me suis dit en quelques sortes : je veux y arriver, et si j'y arrive, cette expérience je veux la partager.

Cela était très important pour moi, car j'ai vu à cette époque à quel point il était compliqué de rassembler les informations et connaissances pragmatiques pour savoir ce qu'il fallait faire et ce qu'il fallait absolument éviter de faire. Autre challenge que je m'étais fixé, c'était celui d'avoir une vision de développement à l'échelle de la France, mais aussi de l'international (en commençant par l'Algérie, cela me semblait tout naturel étant moi-même binational franco-algérien, et c'était pour moi aussi à titre personnel, une volonté de rendre fiers mes parents à travers mes activités depuis le pays où ils ont construit un avenir et où ils m'ont éduqué, et vers le pays de leurs origines).

Sans le savoir, j'étais à la fois en train de penser collaboratif et développement durable, et de planifier une vision stratégique à court, moyen et long terme ; ce qui est essentiel pour une entreprise moderne souhaitant avoir un impact positif et une dynamique d'économie sociale et solidaire ... mais ça je l'ai déjà expliqué précédemment. En plus,

vouloir réussir et se développer à plusieurs échelles (nationale et internationale), cela voulait dire pour moi, rencontrer d'autres personnes, d'autres entrepreneurs, qu'ils soient aguerris ou à un stade similaire au mien à cette époque ; c'est-à-dire celui d'un débutant motivé et ambitieux, et par conséquent effectuer un travail de réseautage.

En assistant et en intégrant différents réseaux : locaux, régionaux, nationaux, internationaux, centrés sur mes domaines d'activités, comme sur des thématiques plus générales ou encore axés sur la vie et la posture entrepreneuriale, ce fût une première étape capitale et je dirais même déterminante dans mon parcours. Suite à cela, les premières années je me suis en très grande partie concentré sur le lancement et le développement de mon activité ; en effet, toute cette stratégie aurait été vaine si au final, mes activités venaient à ne pas fonctionner.

Après des moments de hauts comme de bas – je vous rassure, c'est la vie d'un entrepreneur et c'est absolument normal de passer par là ... sachez que ce sont surtout les moments de bas qui seront extrêmement enrichissants pour votre expérience. D'ailleurs mon projet entrepreneurial prenait pleinement forme et je commençais à recruter mes premiers collaborateurs et obtenir premiers projets d'envergure en France, tout comme mon tout premier projet international : cela après trois années d'existence. Une fois cette période « fast » digérée, il fut important pour moi de tenir la promesse que je m'étais faite : partager et transmettre mon expérience.

Je commençais donc à intervenir dans des conférences, dans des évènements, des institutions publiques où le partage d'expérience et de savoirs faire d'entrepreneurs était demandé et recherché, puis auprès d'associations plutôt professionnelles. Il est intéressant de remarquer que prendre du temps pour partager avec autrui, permet de rencontrer des personnes qui sont dans la même démarche, mais aussi des parties prenantes et connexes à différentes fonctions qui viennent enrichir votre carnet d'adresse et identifient de manière concrète vos compétences parce que vous intervenez pour parler de vos expériences ... c'est là où progressivement le collaboratif et la dynamique positive prennent



naissance. En maintenant cette manière de faire, c'est-à-dire à la fois continuer et bien entendu développer mes activités. J'ai entretenu un pourcentage de mon temps et de mon énergie à m'engager dans des moments et des actions de partage, en France comme à l'étranger. De fil en aiguille, on rencontre des personnes, et une des clés principales de la réussite du processus de création d'une dynamique positive et vertueuse est de maintenir le lien et d'entretenir le relationnel avec les personnes que l'on a rencontrées, en ayant une attitude sincère essentielle : ne soyez pas dans l'attente d'un intérêt matériel ou financier immédiat. Soyez d'abord à l'écoute, soyez simplement curieux et sincère ; vous êtes vous-même certainement intéressant pour les autres, alors intéressez-vous aux autres. En faisant cela, en étant patient et passionnant, un jour ou l'autre, ces personnes auront besoin de vous ou vous-même vous aurez besoin de ces personnes et de leurs compétences. De cette manière, avec le temps, on ne garde que les meilleures rencontres humaines avant tout, et l'on noue les meilleures relations sur la durée ; c'est pour moi une clé très importante du succès individuel et collectif.

Car oui, c'est une dynamique que l'on peut appeler cercle vertueux (j'ai d'ailleurs appelé le premier réseau professionnel que j'ai constitué : « le Cercle des entre donneurs » pour cela) car elle finit par s'alimenter en permanence (à condition de bien l'animer) et d'apporter à tous ceux qui y prendront part un *coaching* de motivation et de performance- on appelle cela un « momentum ». C'est l'image d'une boule de neige qui dévale une pente ... au bout d'un moment et s'il n'y a pas d'obstacle fatal, plus rien ne peut l'arrêter sur son passage. C'est de cette manière que je prends l'adage africain : « seul on va vite, ensemble on va plus loin ».

Ainsi, je me suis retrouvé de conférences en France ou à l'étranger à parler d'une expertise et de partager mes compétences et expériences, à rencontrer des personnes qui sont devenues des amis puis des partenaires, voir pour certains des collaborateurs. À continuer à participer à des actions ou projets que eux initiaient, puis à les inviter

à participer aux miennes ; ces actions/projets généraient des contacts avec des institutionnels politiques, privés, composantes du système éducatif (universités, écoles, etc.) et de faire profiter d'expériences uniques des étudiants à participer à des projets inédits, de calibre professionnel et à des fins pédagogiques pour eux et leurs structures et même que cela ait une portée internationale tout en créant de la valeur de manière territoriale et efficiente.

Pour rester concret prenons deux exemples pratiques pour illustrer cela :

En 2017, je me retrouve invité à participer à un évènement de type symposium autour de l'entrepreneuriat et du web, sous un format de trois jours avec de nombreuses conférences, où je devais moi en animer deux, et prendre part au jury d'un atelier pratique.

Cet évènement se déroulait en Roumanie, une première pour moi, à l'université polytechnique de Bucarest. Ce fût un magnifique premier souvenir qui en a amené d'autres opportunités d'y retourner, mais c'était surtout les trois temps ; l'avant, le pendant, et l'après qui ont été un bouleversement très concret pour moi.

En effet, j'étais également en tant qu'acteur engagé, impliqué dans la préparation et l'organisation de cet évènement, et pour ce faire, j'échangeais depuis des mois avec des interlocuteurs que l'on m'avait recommandés, uniquement virtuellement (internet et les réseaux sociaux) car ils étaient tous dans différents pays. Cet évènement fût l'occasion de se rencontrer réellement, de le mener à bien ensemble, et de passer du virtuel au réel. Dès lors, j'ai à la fois sympathisé, mais aussi découvert et travaillé dans un environnement propice, motivant et passionnant, avec des personnes, où, de manière concrète, on a pu se connaître sur plusieurs plans : professionnel et personnel.

Cela crée rapidement des liens forts et uniques à travers ce genre d'expérience. Depuis, nous avons avec plusieurs de ces personnes rencontrées, mené ensemble environ cinq à dix projets en moyenne ensemble par an, de la Roumanie à la France, de l'Algérie au Kosovo, en passant par la Côte d'Ivoire et les États-Unis. Ces projets sont non

seulement collaboratifs, car ce qui nous lie ce sont nos valeurs, l'envie de bien faire, l'envie de réaliser des projets « rémunérateurs » dans le sens où ils sont récompensants pour nous à titre professionnel et individuel, mais aussi car ils créent de l'impact. Nous nous rassemblons par nos motivations, nos envies d'apprendre et d'évoluer, et de créer de nouveaux liens, de nouvelles opportunités qui peuvent permettre de créer un impact économique pour nos structures, mais aussi toujours penser à imaginer des actions sociales ou à portée pédagogique et éducative qui pourraient être utiles et bénéfiques aux individus de nos différents dispositifs et écosystèmes que nous connaissons.

En parlant de dispositif, pour illustrer un dernier exemple qui met en exergue toute cette chaîne de valeur collaborative, la dynamique, les parties prenantes, l'impact et le développement durable, je me dois de parler de quelques exemples de dispositifs que nous utilisons régulièrement et que nous animons et alimentons de manière directe. Suite à ce premier évènement en Roumanie, un petit noyau dur d'amis et de compétences s'est créé. Cela a d'ailleurs conduit à ce que deux de ces personnes ont créé une entreprise à eux, et que l'on devienne partenaires. Ils représentent mes intérêts professionnels en Roumanie et en Europe Centrale et de l'Est, et je représente leurs intérêts en Europe occidentale et partout ailleurs où leurs compétences peuvent être utiles dans mes projets. On développe ainsi individuellement nos activités, et l'on s'entraide et on travaille mutuellement ensemble. En plus de cela, nous nous entraïdons et nous conseillons pour qu'individuellement dans nos pays respectifs (la France, la Roumanie, l'Algérie), nous soyons actifs dans nos écosystèmes territoriaux. Cela permet à notre petit groupe d'être individuellement des experts reconnus et des références à un certain niveau, et de l'être encore plus lorsque nous menons des actions et projets ensemble ; la légitimité des uns et des autres, apporte de la crédibilité au groupe.

Ainsi, à titre personnel, mon premier réseau professionnel, le « Cercle des entredonneurs », a continué sa croissance et son évolution à tel point que sa notoriété a commencée à devenir publique et reconnue

par le Président de la Métropole de la plus grande agglomération de mon territoire en Normandie, à Rouen. J'entends même régulièrement des personnes me dire, je connais untel qui fait ceci ou qui fait cela qui m'a parlé du « Cercle » (c'est généralement le diminutif que l'on emploie) ou encore mieux ; on me parle de tel ou telle personne en bien de par ses qualités, de par ses compétences ... et il m'arrive très souvent de dire « oui, bien sûr je le/la connais bien, il/elle fait partie du Cercle ... ». Car c'est cela aussi un autre élément important de ce système, c'est que les membres de ce réseau, doivent individuellement grandir, évoluer, exceller ... c'est ce qui donnera de la valeur à ce réseau, à ce Cercle également. Je ne suis que l'initiateur et le coordinateur de cela, et comme je le dis et le répète souvent à certains, « c'est à vous de grandir et de vous approprier le Cercle » ; c'est-à-dire la force du réseau et de l'effet de groupe. Alors bien sûr tout cela nécessite une certaine rigueur, une manière d'animer et d'engager le réseau et ses membres, mais c'est absolument normal ... nous y reviendront peut-être de manière plus détaillée dans un prochain ouvrage. Dès lors, l'objectif du réseau vous l'avez compris est donc de connecter les personnes, de partager des connaissances et compétences, mais aussi des contacts, et de s'entraider pour ceux qui le veulent et qui le peuvent. Tout ceci, se fait bien entendu sur mon temps libre, à titre de bénévole et avec des membres bénévoles ... et c'est là où cela devient intéressant. Car beaucoup pourraient se dire « oui mais bon c'est du temps, il me faut un retour rapide ou que j'y gagne quelque chose pour y rester » ; quand une personne parle d'y gagner quelque chose, souvent elle fait uniquement référence à de l'argent, des projets, des contrats ; or cela n'est qu'une conséquence et ce sont les patients et les actifs qui in fine arrivent à les obtenir.

En plus, par ce type de réaction, les personnes se mettent au finale elles-mêmes à l'écart, et ne se rendent pas compte de tout ce qu'elles gagnent déjà : du savoir, de bonnes pratiques, des contacts. De ce fait, le Cercle fait indirectement son « tri » pour ne conserver que les personnes les plus motivées et avec le système de valeur le plus aligné

avec le nôtre. Le Cercle finira par apporter de nombreuses opportunités concrètes telles que des mises en contact pour des emplois, des placements de stagiaires, de la méthodologie, ou encore des expériences enrichissantes uniques et des opportunités de projets.

Ce dernier point a été amené justement par un membre du Cercle pour ma propre activité. Et ce plusieurs fois, mais je voudrais vous partager une toute récente et très significative expérience. Une catastrophe industrielle a touché le territoire et celui de la Métropole de Rouen Normandie au courant de l'année 2019. Un an plus tard, le Président de cette Métropole et ses vice-présidents conseillers (dont l'un est membre du Cercle) souhaitent mettre en place des actions pour solutionner d'autres événements similaires qui pourraient survenir et penser les actions de manière durable. Avec l'appui de l'un des membres, et à mon initiative en tant qu'acteur économique du territoire et disposant de nombreuses expériences, méthodes et d'un réseau riche en France comme à l'international, je propose de concevoir et organiser un événement pour la Métropole de Rouen Normandie, sous forme d'un concours d'idées (on appelle également cela un « hackathon ») où des équipes de participants du territoire, de différentes composantes institutionnelles, éducatives et individuelles participeraient, mais aussi des équipes hors du territoire issues de mon réseau international dans deux différents pays, le tout coordonnés par des ressources expertes du Cercle et d'autres réseaux partenaires. L'idée a été acceptée et adoptée pour être mise en œuvre au début de l'été 2021.

En un temps record, grâce à l'expérience que moi et mes équipes avons accumulé depuis plusieurs années, nous avons réuni huit équipes dont cinq du territoire normand (dont des indépendants, des experts, des universitaires et membres d'écoles supérieures ou de labo de recherche), une équipe d'un autre territoire en France, et deux de l'étranger ; l'une représentant l'Algérie par des étudiants de l'université de Oran, l'autre par des porteurs de projets et spécialistes venant de Abidjan en Côte d'Ivoire. 20 *coachs* et membres de jury de différents

domaines et membres du Cercle ou d'entreprises privées du territoire de la Métropole Rouen Normandie ont pris part à l'évènement sur la thématique de la « gestion des risques industriels et du développement durable ». Pour se rendre compte de l'impact, il était important de détailler ce qui a été dit précédemment, car pour une problématique locale, celle de la Métropole Rouen Normandie, un ensemble de personnes de différentes composantes de la société civiles ou institutionnelle, ainsi que des équipes d'experts étrangers, ont travaillé durant 48h pour apporter leurs compétences globales pour un problématique très locales. Très locale certes, mais potentiellement adaptable ailleurs ... et c'est cela qu'il faut en comprendre. Aussi, durant ces 48heures, toutes les équipes ont bénéficié de conseils, de méthodes, et de savoirs dispensés par des professionnels et experts qui font que pour chacun, l'expérience est un enrichissement et un gain.

Les lauréats du *hackathon* ont eu en plus et c'était le deal, la chance de pouvoir être accompagné par différentes structures du territoire de la Métropole pour que leurs solutions passent de l'idée à l'accomplissement. Ainsi, si l'on résume, un porteur de projet d'une équipe, depuis chez lui (effectivement, nous étions encore en mode COVID-19 et semi-confinement, donc le concours était 100% en ligne), a pu contribuer par sa réflexion et son travail à produire une solution potentiellement exploitable concrètement pour un territoire. Les structures d'accompagnements identifiés sont de nature publique (celles de la Métropole) et c'est donc un apport et un échange collaboratif d'un dispositif existant, et aussi de nature privée dans l'un de mes incubateurs qui va accompagner également l'une des équipes (celle de Côte d'Ivoire). D'un individu porteur de projet, devenu entrepreneur en 2011, nous sommes passés à un acteur associatif engagé qui donne une partie de son temps, de son énergie et de ses moyens, également fondateur ou contributeur de plusieurs réseaux, eux-mêmes ressources de compétences. Ces compétences créent des synergies et de la valeur

qui rayonne au niveau local, régional et national de différents pays. Cette valeur génère des projets et des bonnes pratiques. Ces bonnes pratiques créent de la valeur pensée pour être durable dans différents domaines et sensibilise de nouveaux publics ... et ainsi de suite.

Voici en quelques lignes et quelques exemples, la mise en œuvre fonctionnelle de systèmes créant de la valeur entrepreneuriale, des richesses économiques à impact social et solidaire, et une dynamique de développement durable.

# **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**





# **Production durable dans la presse magazine : du concept éditorial à la chaîne graphique**

ALEXANDRA BARDAN ET GABRIELA NICOLAESCU

## **Introduction**

Le tournant digital du nouveau millénaire a ouvert la voie aux nouvelles stratégies et modes de penser la production de la presse écrite, notamment en ce qui concerne la chaîne graphique, l'impression et les voies de distribution vers le lecteur. D'autre part, les nouvelles exigences de la production durable appellent pour une activité respectueuse de l'environnement, qui implique l'utilisation d'aussi peu de ressources que possible et en même temps, engendrer dans le processus aussi peu de déchets que possible. On comprend donc que le concept « zéro déchets » associé à la production de presse écrite se réfère surtout à la minimisation des détritrus résultant de la fabrication physique des publications, en changeant ou en adaptant les variables multiples de la chaîne de production, à partir des étapes de publication assistée par l'ordinateur, jusqu'aux aspects concernant l'impression, le choix du papier, de l'encre, ainsi que de la technologie d'impression. A ce titre, le rôle du graphiste éditorial ne se résume plus à proposer des solutions de mise en page et de communication visuelle, mais il / elle devrait également attacher une dimension éthique à sa démarche professionnelle, ce qui revient, entre autres, à envisager la problématique du développement durable et de l'impact de son travail sur l'environnement.

Le présent article représente le résultat de la collaboration entre les deux auteurs afin de penser le concept graphique pour une revue hypothétique à thématique écologique, intitulée « Magazine Vert ». Dans la recherche d'un autre concept éditorial lié à un style de vie conscient et durable, nous avons exploré également des solutions pertinentes pour la fabrication d'une publication périodique illustrée, soit comme objet physique (une revue à plusieurs pages, ayant un certain format, imprimée en polychromie sur papier et distribuée par plusieurs moyens vers le lecteur), soit comme objet digital (une revue à plusieurs pages, prête à être téléchargée directement par le lecteur). D'ores et déjà, certaines publications ont commencé à avoir une double vie, où le support imprimé cohabite avec le numérique, tandis que d'autres périodiques ont vu le jour exclusivement en format numérique. Nous avons envisagé « Magazine Vert » comme une publication de type *lifestyle* dédiée à la production durable qui vise à créer une communauté roumaine dédiée à cette cause, à travers des articles basés sur des actualités, des conseils et des idées liées à un mode de vie le plus proche possible de l'expression « zéro déchets ».

Une particularité de ce projet est la dualité du produit final, lorsque nous avons pensé une double approche en termes de support, à savoir, d'une part, un magazine sur support papier, que le consommateur pourra acheter dans des kiosques spécialisés ou le recevoir, sur base d'un abonnement chez soi, et d'autre part, un produit digital mis en ligne, qui pourra être acheté et téléchargé depuis le site officiel du projet. En ce sens, la conception des livres électroniques (*e-books*) présente, à bien des égards, plus d'avantages que d'inconvénients pour les lecteurs (Shopova, 2014), qui peuvent choisir la version préférée d'affichage – avec la police et la taille d'écriture souhaitées, ainsi que la taille de page. D'autre part, la lecture proprement dite pointe vers les différences, car « lire sur Internet ce n'est pas comme lire un livre traditionnel, qui a sa propre couverture, des pages papier et une place dans sa propre bibliothèque » (Shopova, 2014, p. 176). On comprend ainsi que les lecteurs ont des habitudes multiples en termes

de pratiques de lecture et d'usages d'un même objet. D'autres avantages pour un projet digital comptent la popularité de l'Internet et l'aisance d'accès des utilisateurs au contenu souhaité, les coûts réduits et la facilité de ce mode de publication à la suite de l'optimisation des ressources, comme la réduction de l'utilisation de papier imprimé et des substances polluantes employées dans le processus d'impression. Cependant, Kopnina (2018) attire l'attention sur l'idée erronée qu'un produit numérique est beaucoup plus durable que sa version physique. A ce titre, elle signale le piège de croire que la lecture de magazines au format numérique est plus durable que la lecture de magazines imprimés classiques car on néglige souvent l'impact de la consommation d'énergie qui pose également des défis significatifs à la dégradation de l'environnement. En réalité, la diffusion d'une publication sur un support numérique et son impression sur papier exigent, dans les deux cas, une consommation considérable d'énergie. S'appuyant sur des recherches antérieures, Kopnina (2018) appelle des exemples concrets : ainsi, la production d'un kilogramme de plastique ou de métal consomme autant d'énergie que le fonctionnement, entre 1 et 10 heures, d'un téléviseur à écran plat. Toujours Kopnina (2018) débat également de la question du processus de recyclage, en termes d'utilisation d'une grande quantité d'énergie pour produire des matériaux (dans ce cas, du papier) de moindre qualité.

### **Variables de design par rapport à la production durable**

A partir des observations esquissées ci-haut, nous explorerons les variables incorporées dans les différentes étapes du design éditorial afin d'identifier les procédures respectueuses de l'environnement, selon la mesure dans laquelle « le comportement humain modifie la disponibilité des ressources naturelles ou modifie la structure et la dynamique des écosystèmes » (Kopnina, 2018, p. 510). La méthode choisie repose sur une revue critique d'articles et de rapports concernant la production de presse écrite, en mettant l'accent sur les

choix éditoriaux et graphiques et sur le segment des publications périodiques illustrées. Par suite de cette lecture croisée, une grille d'interrogations va structurer notre démarche vu ici sous l'angle des bonnes pratiques potentielles soutenant la production durable.

### *Comment penser-le financement ?*

Un aspect important qui sera pris en compte dans l'idée de lancer un magazine est le double financement des produits médias (Radu & Preoteasa, 2012). Ainsi, il faut garder à l'esprit que pour une publication spécialisée les recettes publicitaires sont nécessaires, bien que pas indispensables. D'autre part, notent Radu et Preoteasa, les revenus tirés de la vente du produit média lui-même relèvent à la fois sur des facteurs internes (coûts, objectifs et stratégie marketing) et externes (déterminés en principe par la nature du marché, la demande et la concurrence). A cet égard, la revue à thématique écologique « Magazine Vert » fonctionnera, dans un premier stade, à partir du financement basé sur les abonnements des lecteurs et l'achat par numéro.

Pour optimiser le lancement de la première édition, les efforts devraient se concentrer sur l'articulation d'une communauté de support, soit une forte présence du projet sur les réseaux sociaux, une promotion intense, également en ligne, à travers des personnes qui soutiennent un mode de vie plus durable et une collecte de fonds pour aider l'éditeur. Le concept de « culture participative » dans le contexte de l'économie virtuelle est ici utile, vu par Jenkins et al. (2015, p. 182) comme découlant d'une « vision politique du monde, dans laquelle les gens ont accès au savoir et aux moyens de production culturelle » et commencent à développer « une vision partagée de ce à quoi pourrait ressembler une société meilleure ». La culture participative se présente sous des formes multiples d'implication citoyenne, de l'affiliation, l'expression créative et la collaboration pour résoudre des problèmes jusqu'à la diffusion du contenu éditorial ou le *crowdfunding* pour la

mobilisation (initiale) de capitaux (Allon & Babich, 2020). Bien plus, note Rachel Davis Mersey (2018) l'expérience de la transition numérique a montré que les éditeurs de magazines repensent continuellement la production des publications sous l'angle de l'évolution des relations avec leurs publics. Outre que la lecture d'un magazine, Davis Mersey (2018, p. 524) compte plusieurs stratégies d'engagement rendues possible par l'environnement numérique et les lecteurs peuvent ainsi « suivre un rédacteur de magazine sur Twitter ou Facebook, ou ils peuvent regarder l'extension télévisée de la marque ou sa chaîne YouTube, ou ils peuvent lire des livres publiés sous le titre de la marque, ou ils peuvent assister à des événements de marque », ou bien inclure « des voix des membres de la communauté aux côtés contenu écrit par des rédacteurs ou pigistes ». Toutefois, parallèlement avec les recherches pour nouer des liens solides avec les lecteurs est construit, nous poursuivons David Abrahamson (2018, p. 539) qui considère plusieurs modèles commerciaux pour les magazines en ligne, tels « à la carte », soit de pièces vendues individuellement, l'abonnement traditionnel, un mix entre « à la carte » et l'abonnement, le don, le financement externe par d'autres médias, le contenu sponsorisé, la publicité et le *freemium*, soit « un mix de contenu gratuit et premium, ce dernier étant facturé au lecteur ».

### *Comment penser le public cible ?*

Pour le lancement d'un nouveau produit sur le marché des médias il est nécessaire d'entreprendre un processus d'analyse et de détermination du profil du public cible. De ce point de vue, l'accent est mis sur le consommateur comme la personne qui « identifie un besoin ou un désir, recherche un produit qui répond à son besoin, achète le produit puis consomme le produit pour répondre à son besoin » (Noel, 2009, p. 11). En ce qui concerne les produits de la presse écrite, les publications sont différenciées selon le critère du contenu, en presse généraliste et spécialisée : à ce titre, Davis Mersey (2018, p. 519) observe

qu'à la différence de journaux, les journalistes de magazines « fabriquent leurs produits pour leur public », cela étant aussi une des raisons pour laquelle de nombreux magazines ont géré plus facilement le tournant numérique, soit une transition vers des e-readers, des tablettes et le Web. Pour Davis Mersey, chaque point de contact avec le public est essentiel pour le succès d'un magazine, et c'est à travers l'étude des lecteurs, de leurs attitudes, besoins et comportements que des décisions seront ensuite prises, concernant le contenu, la présentation et les méthodes de diffusion.

Lancer une publication spécialisée sur le marché ne signifie pas nécessairement un processus difficile, mais plutôt un processus complexe qui doit tenir compte du profil du public cible. Roșca et Surugiu (2007) mentionnent comme facteur essentiel la relation de complémentarité entre les particularités d'un magazine, son consommateur et le positionnement du premier sur le marché des produits médiatiques, en d'autres termes une niche particulière de ce dernier. En ce sens, l'esquisse du profil d'un groupe social adapté à une publication ayant pour thème un mode de vie durable va tenir compte tant des critères sociodémographiques du consommateur que de son intérêt pour le sujet. De ce point de vue, un rapport Eurostat depuis 2020 consignait que 87% des Roumains classent les questions environnementales comme importantes pour eux, tandis que selon des données de la Commission européenne pour 2018, à peine deux ans avant l'enquête Eurostat, plaçaient la Roumanie à l'avant-dernière place de l'Union Européenne en termes de taux de recyclage des déchets, les chiffres n'atteignant que 11,1% du total des déchets produits localement (Diaconu, 2020). Rapportant ces chiffres au profil du public cible, notons quelques différences en termes d'orientation thématique, de concept éditorial et graphique. La revue « Magazine Vert » serait en effet un magazine *lifestyle*, mais axé exclusivement sur le concept de durabilité, le véganisme, une vie au plus près de la nature. Compte tenu des critères sociodémographique, « Magazine Vert » s'adresserait aussi bien aux femmes qu'aux hommes, aux adultes et aux jeunes adultes

âgés de plus de 18 ans, ayant des études supérieures et des revenus moyens à élevés. Géographiquement, la publication serait destinée à la population urbaine, notamment dans les villes moyennes et grandes. Une autre caractéristique vient de l'approche du public cible comme acteurs de la production durable : le magazine s'adresserait à tous ceux qui s'intéressent à la protection de l'environnement, mais qui veulent aussi agir en ce sens. Ainsi, « Magazine Vert » serait dédié à la fois aux initiés à cet art de vivre, mais il serait aussi un guide pour les débutants.

D'autres grilles analytiques permettent raffiner encore plus le public cible et un tel instrument est le profil psycho graphique. À cet égard, par rapport à la typologie issue du modèle Values and Life-Styles (VALS), conçu par le Stanford Research Institute (SRI) en 1978, les lecteurs du « Magazine Vert » seraient socialement conscients et intégrés. Les premiers sont décrits par Popescu (2005, p. 19) comme « mûrs, réussis, prêts à entreprendre des missions, des leaders de groupe concentrés sur un seul problème, pratiquant souvent une simplicité délibérée », tandis que les intégrés sont « psychologiquement mûrs, avec une vision large des choses, tolérants, avec un sens de l'adaptation ». Ces deux groupes sociaux dessinent ainsi un profil des personnes matures, ouvertes au changement et solidaires autour d'une cause qu'elles jugent importante. De telles caractéristiques sont cruciales dans la réflexion de ceux qui souhaitent un changement de mode de vie, beaucoup plus respectueux de l'environnement. En utilisant également le cadre conceptuel de la segmentation des valeurs en huit groupes, le public cible d'un message écologique sera composé d'individus orientés vers des principes forts et clairs, et aussi bien vers l'action. Dans ce cas, on identifie une relation étroite entre les valeurs des individus et leurs comportements de consommation. Ils / elles font partie des gens pour lesquels la motivation primaire est l'expression de soi (Daghfous & Filiatrault, 2006, p. 118); on distingue ici les catégories des « pragmatique » et des « réalisateurs », dont les intérêts porteraient sur des sujets divers, de l'aménagement intérieur avec des matériaux recyclables, la socialisation autour des problèmes du développement



durable, la promotion des activités qui consomment peu de ressources, jusqu'au débat autour des actions collectives ciblées à la protection de l'environnement. C'est autour de ces questions qu'un dialogue puisse se nouer entre les deux catégories, en multipliant les perspectives d'une action commune vers le but assumé de la communauté des lecteurs.

### ***Comment penser le concept éditorial ?***

Dans un premier temps, l'exploration du concept éditorial a été rapportée à la documentation des magazines *lifestyle* qui abordent, parmi d'autres thèmes, la question de la durabilité. Un deuxième niveau d'analyse mettra en évidence les aléas incorporées dans les contenus journalistiques qui puissent détourner la mission assumée par la revue « Magazine Vert », celle d'une plateforme réunissant une communauté vouée à la protection de l'environnement et au développement durable.

Selon des comptes récents (Aziz, 2021), « Pebble » est devenu le leader du marché au Royaume-Uni en termes de magazines *lifestyle* basés sur le concept de « zéro déchets ». La fondatrice du magazine, Georgina Wilson-Powell, raconte comment, en tant que pigiste pour des titres grand public, ses articles sur le développement durable trouvaient un espace éditorial limité aux numéros « verts » des titres, publiés d'habitude une fois par an. L'urgence des débats sur le changement climatique l'a amenée à créer sa propre plateforme dédiée au sujet. Le projet « Pebble » a été lancé en 2016 sous la forme d'un magazine numérique indépendant, consacré à un mode de vie durable, quoique toujours chic. Les lecteurs sont les pions centraux de cette publication, donc depuis le début la publication a créé une communauté notable à la fois en ligne et « en présentiel », y compris un groupe sur la plateforme Facebook avec plus de 4 000 membres, complété par l'organisation de l'événement *live* « Pebblefest » et « FutureFest », en ligne. Selon Wilson-Powell, le positionnement de « Pebble » le dessine comme un guide chic pour une vie durable, couvrant presque tous les domaines de la vie quotidienne, de la mode, de la nourriture et des voyages, aux

informations et conseils qui peuvent aider et inspirer les lecteurs. Selon la fondatrice, la communauté comprend également des personnes intéressées par la vie sans plastique, sans déchets alimentaires et sans recyclage. Les lecteurs du magazine « Pebble » se profilent ainsi comme un public dédié au changement pour le mieux. Une autre publication *lifestyle* dédiée aux « valeurs éthiques », telle la mention sur le site du projet, est le magazine international *Sublime*, créé à Londres. Le concept est né en 2004, à partir d'une idée du couple Damian et Laura Santamaria afin de rendre la durabilité attrayante (Santamaria & Santamaria, 2012). Dans l'espace d'un seul an, le groupe du projet avait atteint 300 membres (leaders d'opinion) à l'échelle internationale, ce qui en fait le premier magazine du genre avec une communauté solide créée avant le lancement proprement-dit de la publication sur le marché. En septembre 2006, un prototype est sorti et distribué dans le cadre des magazines « The Times » et « Waitrose ». Au cours du premier mois de 2007, le premier numéro de la publication a été imprimé pour la vente. « Sublime Magazine » s'est distingué dès le départ avec l'idée de publier des sujets sur l'écologie, associant son image de « guide » pour un mode de vie plus durable dans un monde régi par le consumérisme. D'ailleurs, la fondatrice Laura Santamaria poursuit également des recherches sur les barrières culturelles qui empêchent une adoption plus large de modes de vie durables, tout en proposant une approche raisonnée du design, fondé sur une étude approfondie des codes culturels et des cadres discursives pertinents (Santamaria, 2015). Enfin, une publication américaine mensuelle dédiée à un mode de vie durable est le magazine « Green Living ». Fondé en 2010, « Green Living » est devenu le leader des magazines « verts » de style de vie de l'Arizona et met en avant l'actualité dans le domaine de la mode, de la maison, du bien-être à travers un contenu moderne, accessible à un public large, lorsque chaque nouvelle édition est accessible sur le site de la publication (Green Living, 2020). Selon le site du projet, la mission du magazine est d'éduquer, d'encourager et d'inspirer les lecteurs à vivre une vie aussi respectueuse de l'environnement que possible.

La gamme des revues est large et comprend également des publications dédiées à une vie luxueuse, doublée par la dimension de la durabilité. « Eluxe Magazine » est le premier magazine entièrement dédié à cet art de vivre, qui a été publié en forme numérique depuis le début de 2013 et a été imprimé pour la première fois en novembre de la même année (Eluxe Magazine, 2020). La revue se positionne comme l'un des leaders mondiaux de l'éco-mode de luxe, des soins personnels bio, de l'écotourisme cinq étoiles et du mode de vie durable. « Eluxe Magazine » présente dans ses pages les marques de luxe qui ont démontré leur engagement en faveur du développement durable. En même temps, l'équipe éditoriale soutient et encourage les modes de vie végétariens et végétaliens. Selon le site de la publication, « Eluxe Magazine » reverse une partie de ses bénéfices annuels aux associations environnementales. D'autre part, on trouve aussi des magazines qui n'approchent pas un contenu du type *lifestyle* sur la question de la durabilité, mais qui capitalisent d'une autre manière ce message. Il s'agit des publications qui militent pour la protection de l'environnement en imprimant le produit sur papier recyclé. A titre d'exemple, le premier grand titre féminin en Amérique du Nord qui a imprimé un numéro exclusif sur papier recyclé a été « Canadian Living », en mars 2007 (Magazines Canada, 2011, p. 16). À la suite de la production de ce numéro, les consommatrices n'ont pas jugé le changement dans la qualité du support, mais bien au contraire. Un autre exemple éclairant est le magazine canadien de mode « HoBO », dédié dès son lancement à la protection de l'environnement. « HoBO » est vu comme la première publication de mode à être imprimé sur papier 100% recyclé et non couché, quantifié dans la préservation de 121 arbres. Annonceurs et lecteurs ont salué ce changement, en appréciant l'aspect mat des pages, qui mettaient en valeur mieux les illustrations en couleurs et les visuels publicitaires (Magazines Canada, 2011).

L'étape documentaire relève ainsi la multitude des plans d'action qui dérivent de la mission et du positionnement des publications périodiques illustrées vers une synergie des variables allant du concept

éditorial jusqu'au repères techniques de production. D'autre part, on note également un mouvement dans le domaine de la presse écrite périodique illustrée de s'aligner à la tendance générale soutenant les préoccupations de l'environnement. Si tel est le cas, des études plus pointues montrent qu'à un second niveau d'analyse, une approche durable nécessite plus qu'un positionnement au niveau discursif, lorsque celui-ci doit être double également par des stratégies journalistiques et publicitaires adaptées. La problématique du « consumérisme vert » (Sandilands, 1993 ; Nutter Smith, 2010 ; Mallya, 2017) a été identifiée au cours des années non seulement comme une approche durable de l'économie, mais aussi sous l'angle critique de l'étude des messages consuméristes dans la communication éditoriale environnementale. Dans cette perspective, bien que la sensibilisation aux questions écologiques se font sentir à la fois chez producteurs et consommateurs, la création des marchandises positionnés comme « vertes » pourrait, toutefois, aggraver le problème de la surproduction et la surconsommation. En ce sens, Sandilands (1993, p. 45) interroge les nouvelles pratiques de marketing et de packaging qui plutôt vendent « le sentiment d'être vert » et moins le produit lui-même, s'appuyant sur des exemples de produits traditionnels organiques de nettoyage repositionnés comme écologiques. Du côté des consommateurs, le « consumérisme vert » se traduit comme une fétichisation des comportements d'achat qui sous-tendent l'idée de faire la différence en achetant des produits « verts », tandis que les détails de production et l'empreinte environnementale des biens sont secondaires. Les mêmes limites concernent les publicités et les publiereportages qui présentent, sous une étiquette verte, des listes de produits décontextualisées. Devant ces observations, le concept éditorial est à comprendre comme une exploration plus profonde du contenu, pas seulement sous un cadrage écologique des sujets, mais à travers une approche journalistique qui explore sous plusieurs angles des caractéristiques, des processus et des pratiques contribuant à une information exhaustive des sujets. De la même façon, le contenu publicitaire devrait être

accompagné d'informations et d'arguments pour lesquelles les produits sont respectueux de l'environnement, tels un nouvel ensemble de matériaux, une production écoénergétique ou basée sur des ressources recyclées. En somme, le concept éditorial devrait gérer le contenu, sa présentation et sa mise en forme, que ce soit texte ou image, afin d'offrir aux lecteurs les données nécessaires pour une prise de décision éclairée et un choix raisonné pour des actions conscientes futures au niveau de la vie quotidienne, et aboutissant, sur le long terme aux changements de comportement systémiques qui sont nécessaires pour un mode de vie responsable (Crompton, 2008).

### *Comment penser le concept graphique ?*

Considérant la nécessaire complémentarité entre le concept éditorial et le concept graphique, le dernier étant vu ici comme la mise en forme visuelle du premier, on doit également examiner les particularités des magazines par rapport à d'autres produits qui impliquent la lecture dans le nouvel écosystème informationnel numérique. A cet égard, Abrahamson (2018, p. 535) propose d'examiner les magazines comme une forme d'art, située dans une position intermédiaire privilégiée, « plus détaillé et interprétatif que les journaux et un peu moins réfléchi mais plus accessible que les livres ». Ainsi, en dehors des éléments fixes, tels la périodicité et la structure éditoriale qui informent sur les caractéristiques attendues par les lecteurs, le contenu proprement dit articule les variables qui forment les éléments de surprise, la partie de l'inattendue découverte à chaque nouveau numéro. Nous ajouterons ici aux éléments fixes le concept graphique, réunissant les unités graphique composant l'identité visuelle du magazine et soutenant des critères graphiques d'uniformité qui assurent la cohérence entre les différentes sections et pages (Bardan, 2012). On compte ainsi les grilles de mise en page, les colonnes, les marges et l'espace blanc, les couleurs, la typographie et l'iconographie. Bien que ces éléments paraissent limiter l'effet de surprise, c'est en fait à partir du

contenu textuel que la mise en page rendra l'effet de nouveauté appréciée par les lecteurs, à travers l'activité conjointe du rédacteur et du graphiste.

Un second niveau d'analyse relève de la complémentarité entre les particularités d'un magazine, son positionnement sur le marché et le profil du public cible (Roșca & Surugiu, 2007), auxquels on ajoute le potentiel et les limites du numérique en rapport au concept graphique, tenant compte des nouvelles plateformes de distribution et de l'abondance du format des écrans telles que l'ordinateur, la tablette et le smartphone, chacun proposant de dimensions et de proportions parfois bien différentes. Ces nouvelles variables semblent apporter de nouveaux défis pour les modes de production et pour les graphistes, notamment en regard aux nouvelles architectures d'affichage requises par les nouveaux formats d'écrans (Abrahamson, 2018, p. 537), sauf que, dans l'organisation visuelle des éléments graphiques les principes fondamentaux du graphisme restent les mêmes (Garcia, 2002). Les étapes proprement dites de fabrication et de distribution de l'objet, qu'il soit physique ou digital, entraîne des choix différents en fonction du support choisi et seront discutées prochainement.

Un troisième niveau d'analyse tient des particularités des produits médiatiques, dont la consommation est fortement liée à la dimension socioculturelle des concepts éditorial et visuel qui sont adaptés aux valeurs, aux attitudes, au statut social et à l'identité du public cible. Santamaria et al. (2016) soulignent l'importance de l'élaboration des significations du message au cours du design, ainsi que la nécessité d'identifier, à l'aide des méthodes d'analyse sémiotique et culturelle, les conventions sociales et les codes culturels à l'œuvre dans un contexte communicationnel donné. En poursuivant l'argument des auteurs cités, le rôle du concepteur graphiste dépasse le cadre seul de la mise en forme et l'organisation visuelle du contenu, et revient ainsi à développer – avec l'ensemble de l'équipe éditoriale et à travers recherche et collaboration interdisciplinaires – des « produits et services durables qui améliorent les conditions environnementales actuelles,

mais aussi la qualité de vie des utilisateurs en répondant à leurs attentes, aspirations personnelles et besoins d'identification sociale » (Santamaria et al., 2016, p. 17).

Un dernier repère susceptible à être optimisé vient d'un modèle commercial né au cours des années 1990, soit « l'édition à la demande » (Larsen, 2007), comme moyen de réimprimer des titres dont le tirage original avait été épuisé. Transféré au domaine de la presse magazine, on considère la personnalisation des éditions numériques sur deux volets, une fois que la plateforme digitale du magazine comprend une réserve abondante de contenu éditorial : d'une part, c'est un travail conjoint de l'éditeur et du graphiste, pour sortir des dossiers et numéros thématiques, et de l'autre, c'est un travail réalisé en partie par le lecteur, qui puisse faire sa propre sélection d'articles, à laquelle s'ajoute une personnalisation du produit final avec des nouveautés et d'autres pièces pertinentes intégrées à partir des préférences choisies par le lecteur depuis son enregistrement sur la plateforme digitale. Dans les deux cas, le produit final se présente sous la forme d'un magazine structuré selon le concept éditorial, mais qui garde, du point de vue du contenu, l'élément de surprise, la partie de l'inattendu identifié par Abrahamson (2018). Également, dans les deux cas, il revient au graphiste le rôle de structurer, du point de vue visuel, des modèles traduits en algorithmes qui composent ensuite le juste rythme des sections et des mises en page. Avec ces procédures automatisées, combinées avec les nouvelles technologies qui permettent l'impression de données variables (Variable Data Printing), on assiste à l'essor du « me-commerce », soit la personnalisation des produits en fonction des choix individuelles (Hartley, 2012).

### *Comment penser la fabrication et l'impression ?*

On reprend ici l'idée initiale d'offrir au lecteur la possibilité de choisir le mode de lecture désiré, tenant compte des nouvelles formes de livraison numériques et des préférences hétérogènes que les publics

peuvent manifester, optant soit pour la version physique du magazine, soit pour celle numérique sur des plateformes multiples, ou bien pour les deux.

Si la production du magazine numérique entraîne moins d'étapes de réalisation, car la maquette est dès le début élaborée en format digital, nous allons examiner plus en détail les variables incorporées dans le processus de fabrication de l'objet physique, qui comprend des coûts tangibles d'achat de papier, d'encre et d'impression. Néanmoins, tenant compte des observations de Kopnina (2018) sur les coûts comparables d'énergie, un aspect très important sera de présenter au client potentiel non seulement le choix de maîtriser le mode de lecture de la revue, mais aussi d'informer ce choix à travers une comparaison en termes de coûts et d'impact sur l'environnement que la production de chaque version de la revue entraîne.

Pour ce qui est de la fabrication physique, notons d'abord la technologie d'impression avec toutes les variables secondaires spécifiques. Examinant les imprimeries comme l'un des secteurs industriels les plus polluants, Kees Le Blansch (1995) identifie les imprimeries qui utilisent la technologie classique offset comme étant moins polluante que celles utilisant d'autres techniques, cela à une époque où les imprimeries digitales étaient encore rares sur le marché. Parmi les repères qui peuvent guider le choix d'une imprimerie offset figurent le montant d'alcool dans les substances d'impression, la nature du papier utilisé (recyclé, sans chlore), ou la nature des agents de nettoyage utilisés, ainsi que la biodégradabilité des types de révélateurs, qui peuvent être jetés à l'égout sans risque pour l'environnement. Néanmoins, on suit les observations de Le Blansch qui point vers des limites moins visibles à cet égard, afin d'élargir la perspective sur le cadre juridique qui gère la manière de se débarrasser des déchets photochimiques et d'examiner, en plus, le contrôle indirect sur le choix des matériaux, des machines et des méthodes de travail employées qui découlent, dans la plupart des cas, des industries photochimiques, des industries mécaniques et des industries des encres et des peintures,



extérieures et plutôt éloignées du processus de fabrication d'une revue. Toujours Le Blansch considère les effets bénéfiques pour l'environnement résultant de la numérisation du flux d'information dans l'étape prépresse, puisque de nombreux procédés chimiques qui étaient nécessaires dans l'imprimerie traditionnelle sont devenus obsolètes dans les nouvelles procédures. Ici on compte la numérisation partielle dans la technique « computer-to-plate » (insolation directe des plaques) et les deux filières de l'impression numérique, le « computer-to-press » (de l'ordinateur à la presse) et le « computer-to-print » (de l'ordinateur à l'imprimé). Dans le premier cas, c'est la chaîne graphique où les plaques sont gravées directement sur la presse, ce qui réduit la gâche papier, le temps d'arrêt entre deux travaux successifs et permet l'impression de tirages réduits à des coûts compétitifs (Rousset et al., 2000). Cette technologie a ouvert la voie vers le développement des modèles commerciaux « Print-On-Demand » (impression à la demande) et « Just-In-Time ». Dans le deuxième cas, c'est la chaîne graphique qui utilise une technologie électro photographique où « une image latente est générée à chaque tour de presse, puis révélée » (Rousset et al., 2000).

Un rapport publié en 2010 (Viluksela et al, 2010, pp. 80-82) évalue les deux types de technologies – offset / mécanique et numérique – et note que les méthodes d'impression numérique offrent, à bien des égards, des avantages environnementaux par rapport aux méthodes mécaniques. Ces avantages concernent surtout la minimisation des détritrus résultant de l'impression, soit la réduction des déchets, l'emploi réduit d'eau, de produits chimiques et de papier. Comparés aux méthodes d'impression mécanique, il en reste, cependant, même pour l'impression numérisée une série de défis environnementaux liés à la consommation d'encre et à l'efficacité énergétique des processus d'impression et de désencrage lors du recyclage de papier. De nouvelles problématiques émergent aussi par rapport aux domaines peu étudiés, tels les émissions dans l'air des particules ayant des implications environnementales et sanitaires.

### *Comment penser la distribution ?*

Suivant les étapes de fabrication d'une revue comme objet physique s'ensuit sa distribution, quantifiée dans les coûts tangibles de packaging, d'affranchissement, mais aussi du mode de transport ainsi que la distance, qui puissent, ou non, accroître l'impact carbone du produit.

L'un des effets majeurs des transformations de la publication traditionnelle engendrées par le tournant digital a été, selon Ann Haugland (2006), la décentralisation d'une chaîne à plusieurs étapes qui relie l'éditeur et le lecteur, une véritable révolution de la production culturelle. Grâce à la numérisation, la technologie d'impression à la demande a changé et a démocratisé le processus de production, et non le produit final. Les médias numériques ont permis à plus de gens d'être créateurs et éditeurs de contenu, tandis que la distribution via Internet leur a permis d'accéder directement à un public potentiel. Mais le changement de l'industrie ne s'arrête pas ici : les services d'impression à la demande ont diminué la surimpression et la nécessité de garder en stock un nombre d'exemplaires estimés pour le tirage initial. Lors d'une commande, des boîtes spécialisées en impression numérique peuvent imprimer un seul exemplaire et l'envoyer directement à l'acheteur ou à un point de vente spécifique situé en proximité. On voit ainsi que le service de distribution est également assuré par l'imprimerie, ce qui réduit non seulement le nombre d'agents intermédiaires, mais aussi le coût et le temps de livraison.

La technologie de finition et de reliure des livres et des revues s'améliore également rapidement. L'essor des solutions commerciales « web to print » et « cloud printing » permet, plus récemment, d'accommoder plusieurs stratégies éditoriales, soit des documents statiques prémaquettes provenant d'un catalogue, ou bien des magazines imprimés à la demande, basées sur l'inclusion de données variables (VDP) extraites d'une base de données (Konika Minolta, 2019). La fluidisation du flux de production, allant jusqu'à l'impression d'un

seul exemplaire unique en termes de contenu et de mise en page rejoint ainsi le marché des publications imprimées à la demande, prépayées avec une carte de crédit, produites par une imprimerie située à la plus petite distance du lecteur et expédiées directement à ce dernier dans un délai de 48 heures.

## **Conclusions**

La participation croissante des acteurs de l'industrie média aux débats publics sur les enjeux climatiques se distingue par des perspectives multiples, considérant que l'impact de l'industrie émerge des flux et processus déroulés tant hors ligne, qu'en ligne, tant en imprimé qu'en numérique. Les problématiques examinées renvoient vers des approches et des solutions différentes, qui vont de la création d'outils pour calculer l'empreinte carbone des produits (Stewart, 2021 ; DIMPACT, 2021), une accélération des pratiques d'écoconception et l'abandon de ressources nuisibles pour l'environnement (SEPM, 2021) jusqu'à l'adoption d'une « sobriété numérique » (Ferreboeuf, 2020).

Notre étude est partie du concept de « zéro déchets », montrant que la production durable dans la presse magazine se dessine ainsi autour de trois piliers majeurs du flux de travail transformés par le tournant numérique : la conception, la production et la distribution. Outre les avantages des processus automatisés et d'un flux de travail plus fluide et flexible, la production digitale de magazines apporte autant de solutions que de défis pour la production durable, et c'est en travaillant sur les moindres variables qu'un optimum durable peut être achevé. Le nouvel écosystème de l'édition magazine met en avant des éléments respectueux de l'environnement, qui impliquent, à bien des égards, une diminution considérable de ressources et de déchets : la production à la demande peut réduire ou éliminer les surimpressions d'exemplaires, tandis que l'impression distribuée peut réduire les coûts de transport lors de la distribution physique du magazine. La personnalisation et la gestion des versions individualisées peuvent réduire les impressions indésirables et le gaspillage de papier.

Dans l'espace de seulement quelques décennies, la démocratisation de quasiment toutes les étapes du design, en partant du concept éditorial jusqu'à la chaîne graphique, la fabrication et la distribution, ouvre la voie pour une transformation profonde de la philosophie de la presse magazine mettant en exergue une pédagogie du journalisme et de la publicité vouée à la durabilité.

### **Remerciements**

Nous remercions Arabela Briciu pour les références utiles sur la culture participative et l'entrepreneuriat.

### **Références**

- Abrahamson, D. (2018). Digital Transformation, Print Continuity. Magazine as Art Form Rather Than Platform. Dans D. Abrahamson, & M. R. Prior-Miller (Coords.). *The Routledge Handbook of Magazine Research. The Future of the Magazine Form* (pp. 533-545). New York: Routledge.
- Allon, G., & Babich, V. (2020). Crowdsourcing and Crowdfunding in the Manufacturing and Services Sectors. *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(1), 102-112.
- Aziz, A. (2021, Février 16). *How Pebble Magazine Helps You Live A Stylish And Sustainable Life: An Interview With Georgina Wilson-Powell*. Consulté le Septembre, 10, 2021 sur : forbes.com: <https://www.forbes.com/sites/afdhelaziz/2021/02/16/how-pebble-magazine-helps-you-live-a-stylish-and-sustainable-life-an-interview-with-georgina-wilson-powell/?sh=7c795669191b>
- Bardan, A. (2012). *Introducere în designul de presă*. Bucuresti: Tritonic.
- Crompton, T. (2008). *Weathercocks and Signposts: The Environment Movement at a Crossroads*. Woking: World Wildlife Fund.
- Daghfous, N., & Filiatrault, P. (2006). *Le marketing*. Québec: Chenelière Éducation.
- Davis Mersey, R. (2018). The Changing Magazine Audiencing. Enriching the Reader Relationship. Dans D. Abrahamson, & M. R. Prior-Miller (Coords.). *The Routledge Handbook of Magazine Research. The Future of the Magazine Form* (pp. 519-532). New York: Routledge.
- Diaconu, M. (2020, Juillet 2). România se află pe locul 26 în Uniunea Europeană: doar 11% din deșeuri sunt reciclate, în timp ce media europeană este de 47%. *Ziarul Financiar*. Consulté le Juillet, 15, 2021 sur : <https://www.zf.ro/>

eveniment/romania-se-afla-pe-locul-26-in-uniunea-europeana-doar-11-din-deseuri-19366025

DIMPACT. (2021). *About*. Consulté le Juillet, 15, 2021 sur : [dimpact.org/](https://dimpact.org/about)  
<https://dimpact.org/about>

Eluxe Magazine. (2020, Décembre 18). *About*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur : [eluxemagazine.com: view-source:https://eluxemagazine.com/about/](https://eluxemagazine.com/view-source:https://eluxemagazine.com/about/)

Ferreboeuf, H. (2020). *Lean ICT – Déployer la sobriété numérique*. Paris: The Shift Project.

Garcia, M. (2002). *Pure Design*. St. Petersburg: Miller Media.

Green Living. (2020). *Mission*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur: [greenlivingmag.com: https://greenlivingmag.com/about/](https://greenlivingmag.com/https://greenlivingmag.com/about/)

Hartley, S. (2012, Août 17). The rise of “Me-Commerce”. *Forbes Magazine*. Consulté le Septembre, 10, 2021 sur: <https://www.forbes.com/sites/scotthartley/2012/08/17/the-rise-of-me-commerce/?sh=59e7ac2f638d>

Haugland, A. (2006). Opening the Gates: Print On-Demand Publishing as Cultural Production. *Publishing Research Quarterly*, 22(3), 3–16.

Jenkins, H., Ito, M. & boyd, d. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.

Konika Minolta. (2019). *Web-to-Print. Print E-commerce that drives new revenue, improved cashflow and higher profitability*. Cleveland: Printfuture Limited.

Kopnina, H. (2018). Magazines and Sustainability. Environmental and Sociocultural Impacts. Dans D. Abrahamson, & M. R.Prior-Miller (Coords.). *The Routledge Handbook of Magazine Research: The Future of the Magazine Form* (pp. 509-518). New York: Routledge.

Larsen, J. M. (2007). Historical Background of Print/Bind on Demand. *Collection Management*, 31(1-2), 227-233.

Le Blansch, K. (1995). Offset printing companies and the environment. *Business Strategy and the Environment*, 4(1), 220-228.

Magazines Canada. (2011, Juillet 8). Eco-Tips for advertisers. *Magazine Eco Kit*, pp. 17-18.

Magazines Canada. (2011, Juillet 8). Eco-Tips for publishers and printers. *Magazine Eco Kit*, pp. 11-16.

Mallya, M. (2017). Women and Green Consumerism – A Literature Review. *World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 3(11), 99-101.

Noel, H. (2009). *Basics Marketing 01: Consumer Behaviour*. Lausanne: Bloomsbury Publishing PLC.

- Nutter Smith, A. (2010). The Ecofetish: Green Consumerism in Women's Magazines. *WSQ: Women's Studies Quarterly*, 38(3-4), 66-83.
- Popescu, C. (2005). *Introducere în publicitate*. București: Editura Universității din București.
- Radu, R.-N. & Preoteasa, M. (2012). *Economia mass-media*. Iași: Polirom.
- Roșca, L., & Surugiu, R. (2007). *Producția unei reviste. Strategii editoriale în presa specializată*. București: Editura Universității din București.
- Rousset, É., Rouis, J., & Sohm, J.-C. (2000, novembre 6). Les presses numériques dans l'imprimerie. *Grenoble INP-Pagora*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur: [http://cerig.pagora.grenoble-inp.fr/icg/Dossiers/Presses\\_num/Chapitre\\_1.htm](http://cerig.pagora.grenoble-inp.fr/icg/Dossiers/Presses_num/Chapitre_1.htm)
- Sandilands, C. (1993). On 'Green' Consumerism: Environmental Privatization and 'Family Values'. *Canadian Woman Studies*, 13(3), 45-47.
- Santamaria, L. (2015). *Switch the Channel: using cultural codes for designing and positioning sustainable products and services to mainstream audiences*. Presentation au conference « DesRes 2014 », Loughborough Design School, Londres, Royaume-Uni.
- Santamaria, L., & Santamaria, D. (2012, Novembre 12). *Our manifesto*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur : <https://www.sublimemagazine.com/about-us>
- Santamaria, L., Escobar-Tello, C., & Ross, T. (2016). Switch the channel: using cultural codes for designing and positioning sustainable products and services for mainstream audiences. *Journal of Cleaner Production*, 123(1), 16-27.
- SEPM. (2021, Avril 1). *Les éditeurs de presse magazine s'engagent pour le climat*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur : <https://www.lapressemagazine.fr/actualite/les-editeurs-de-presse-magazine-sengagent-le-climat>
- Shopova, T. (2014). E-books. Dans M. Petcu (Coord.). *Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați* (p. 176). București: C. H. Beck.
- Stewart, R. (2021, Janvier 19). *Carbon conscious media: the publishers ushering in a new era of sustainability for brands*. Consulté le 20 Septembre, 2021 sur: <https://www.thedrum.com/news/2021/01/19/carbon-conscious-media-the-publishers-usherin-new-era-sustainability-brands>
- Viluksela, P., Kariniemi, M., & Nors, M. (2010). *Environmental performance of digital printing. Literature study*. Helsinki: VTT Tiedotteita.



# **Sustainability of food production in press articles on nutrition: The case of the German media**

**SIMONA RODAT**

## **Introduction: Background of the analysis**

Climate change and food production are in a complex interrelationship of influence and mutual inter-conditioning. On one hand, the increasing growth of the world's population, which requires an expansion in food production, has several effects on the environment, such as: increased pollution, soil degradation and erosion, prolonged drought, etc. The agricultural and animal husbandry sector contributes substantially to global greenhouse gas emissions (Smith et al., 2007). Agriculture, and in particular food production based on animal husbandry are also key factors in deforestation, which, through its climatic effects, is one of the phenomena with a significant negative impact on the environment.

That is the reason why agriculture and animal husbandry are also targeted when it comes to mitigation measures regarding climate change. Among the most important measures are those aimed at reducing the greenhouse gas emissions that contribute to the artificial greenhouse effect, which refers to the warming of the Earth's atmosphere by changing the permeability of the atmosphere to the radiation reflected by the Earth's surface and which, in turn, causes the phenomenon of global warming.

Greenhouse gas emissions from the agricultural sector account for about 22% of total global emissions, placing it on almost the same



place as industry and on a higher place than transport. Animal production (including animals' transportation and feeding) accounts for almost 80% of emissions from the agricultural sector (McMichael et al., 2007, p. 1255). Methane and nitrous oxide, both greenhouse gases and closely associated with animal production, contribute more to the global warming effect than the carbon dioxide (ibid). Measures to reduce the emissions of these highly greenhouse gases should therefore include strategies to reduce the production and consumption of food of animal origin (UN Framework Convention on Climate Change, 2011), which would not only contribute to mitigating the global warming process but would also benefit the health of adults in countries where large amounts of meat and other animal products are consumed (Friel et al., 2009; McMichael et al., 2007).

Thus, in order to prevent increasing greenhouse gas emissions from this production sector, both the global average level of consumption of animal products and the intensity of emissions from animal husbandry and animal production must be reduced (McMichael et al., 2007, p. 1255). In addition, the strategies to reduce the carbon footprint of the entire food sector (Tirado et al., 2013) have an increased significance, through sustainable food production, which, in addition to attenuating environmental problems, can help avoid compromising food security and nutrition (Cohen et al., 2008; Tirado et al., 2010). Strategies targeting changes in dietary habits by promoting sustainable food consumption and reducing food waste (European Group on Ethics in Science and New Technologies, 2009; Friel et al., 2009) are also essential.

On the other hand, in the opposite direction, climate and environmental changes produce general negative effects on agricultural production, such as changes in the dynamics of pathogens and the emergence of new pest epidemics affecting crops (Dwivedi et al., 2013). These effects can be analyzed both on the basis of existing data and predictions. Climate fluctuation and change are already influencing plants' resistance (Chakraborty & Newton, 2011), the distribution and

virulence of pests and diseases (Gregory et al., 2009). Climate models predict that the higher temperatures and increasing frequency and duration of drought in the 21<sup>st</sup> century will have a negative impact on agricultural productivity (Lobell et al., 2011; Roudier et al., 2011).

Deforestation, agriculture, and animal production continue to accelerate climate change (Dwivedi et al., 2013; Thompson et al., 2012). The expansion of livestock and biofuels sectors has a major role in deforestation and land degradation (Tirado et al., 2010). In recent years, phenomena such as: heat waves, high-intensity tropical cyclones, severe weather events, or floods caused by both sea level rise and heavy rainfall in coastal areas, have become common. The latter can result in an increase in the number of people exposed to diarrhea and other infectious diseases, thus reducing their ability to use food effectively. Droughts and water scarcity diminish dietary diversity and reduce overall food intake, which can lead to malnutrition. According to predictions, during the 21<sup>st</sup> century, the water reserves stored in glaciers and in the permanent snow cover will continue to decrease, which will reduce the availability of water in regions where about one sixth of the world's population lives (Thompson et al., 2012, p. 5).

Therefore, climate change poses a major threat to the international development and to the food and nutrition security in the coming decades (Boko et al., 2007; Tirado et al., 2015). That is why they require significant efforts for agriculture at a time when more food is needed for a growing world population (Ainsworth & Ort, 2010; McClean et al., 2011). Climate and environmental changes also affect the availability of food resources (Dwivedi et al., 2013, p. 5), aggravate the already enormous burden of malnutrition, have consequences over food and nutrition security, and undermine current efforts to reduce starvation (Tirado et al., 2013). The regions negatively affected by climate change were already the most vulnerable to food insecurity and malnutrition, especially in the sub-Saharan Africa. Malnutrition remains one of the most serious socio-economic and health problems, especially affecting the poorest segments of population, women and children

(FAO, 2009). Climate change therefore increases the overall risk of hunger and malnutrition.

Micronutrient deficiencies, chronic malnutrition and poor-quality diets are chronic in many poor countries (Thompson et al., 2012, p. 2). Malnutrition, including micronutrient deficiencies, also known as “hidden hunger”, is caused by inadequate food intake and diseases, which in turn stem from food insecurity, poor maternal and child care practices, and inadequate access to safe drinking water, clean and safe food, as well as to sanitation and quality health services (Tirado et al., 2013, p. 534). In turn, malnutrition undermines the resilience to climate shocks and the coping strategies of vulnerable populations, diminishing their ability to withstand and adapt to the consequences of climate change.

Malnutrition aggravated by extreme weather events can be one of the most dangerous consequences of climate change. As a consequence, the food and nutrition security of a very large number of people around the world can be affected. Populations at greatest risk include traditional societies, indigenous peoples, pastoralists and shepherds-farmers, smallholder farmers and those engaged in subsistence farming, coastal populations and fishermen (Thompson et al., 2012, p. 5).

Agriculture is fundamental to reducing global hunger and, along with approaches that focus on health and care, is an integral part of the process of improving global nutritional outcomes (UN Systems Standing Committee on Nutrition, 2010). Climate change determines an increased urgency to find more sustainable, resilient and efficient ways to produce, market, distribute and consume diversified food. However, producing more food does not necessarily lead to better access to a healthy and balanced diet or to an improved nutritional status of those most in need (Sheeran, 2010). This is why a greater emphasis should be placed on the nutritional quality and dietary diversity of agricultural food production for local consumption, especially in developing countries (Tirado et al., 2013, p. 539), but not only in their case. Climate-resilient agriculture should also be sensitive to nutritional requirements,

promote health and contribute to improving dietary diversity (UN Systems Standing Committee on Nutrition, 2010). In addition, it should be also mentioned in this context the importance of communication and education for the development and social marketing strategies, which strengthen local food systems and promote the cultivation and consumption of micronutrient-rich local foods, as well as improved post-harvest management (storage, processing, handling), to reduce losses in food quantity and nutrient content. All this contributes not only to the security of nutrition (UN Systems Standing Committee on Nutrition, 2010), but is also, to a great extent, less harmful to the environment and the planet.

Food sovereignty is broadly defined as the right of peoples to healthy and culturally appropriate food, produced by ecological and sustainable methods, as well as the right to define their own food and agricultural systems (Nyéléni Forum for Food Sovereignty, 2007). It also involves self-control of food systems, crops, markets, production methods and the environment (Wittman et al., 2010). Food sovereignty focuses on the most appropriate types of food production from an environmental point of view, distribution and consumption, as well as on socio-economic justice and local food systems as ways to combat hunger and poverty and ensure sustainable food security for all human beings and all peoples (Patel, 2009; Rodat, 2020c).

These characteristics differentiate food sovereignty from food security, both in terms of approach and politics (Edelman, 2014). Food security emphasized the sustained and assured access of all individuals and social groups to adequate food, in the quantity and quality required to meet nutritional needs, but did not involve concern for the origin of food and the conditions in which it is produced, delivered and distributed (Focus on the Global South, 2013, p. 1). Instead, food sovereignty emphasizes ecological and sustainable methods, cultural patterns and environmental protection, promotion of local agriculture, supports trade and investment that serve the collective aspirations of society, guarantees ownership for smallholders, promotes community

control of productive resources, agrarian reform, agro-ecology, biodiversity, local knowledge, the rights of peasants, women, indigenous peoples and domestic workers, social protection and climate justice (Focus on the Global South, 2013).

Moreover, important changes are taking place in people's nutritional behaviors. In developed countries, the abundance of food, the increase in national wealth and urban life enhances the consumption of refined, processed and energy-rich foods instead of cereals, vegetables, legumes, and other sources of fiber. In recent decades, there has been a significant increase in the consumption of foods high in fat and sugar, along with reduced physical activity, especially in sedentary urban populations (Joint WHO/FAO Expert Consultation, 2003). This unhealthy component of the nutritional transition has contributed to a sharp increase in the incidence of obesity and related chronic diseases such as: vascular and metabolic diseases, type 2 diabetes, ischemic heart diseases and some types of cancer (McMichael et al., 2007, p. 1258).

In democratic societies, the media play a key role in forming opinions, shaping and appreciating values, including attitudes towards food, nutrition, health and the environment (McCombs, 2004; Raisborough, 2016). Nutrition and food are topics constantly covered in the media, in various non-fiction and fictional formats. Besides media contents addressing commodity knowledge, information on raw materials for food production, nutrient and nutritional constituents, nutritional behavior, diets recommendations, gastronomic and gourmet tips and competitions, nutritional information in counseling formats, eating disorders, etc., other topics, related to nutrition, are also regular in media, like those referring to weight, overweight and obesity (Marinescu & Rodat, 2020a; Raisborough, 2016). Media frequently cover health and illness in general, as well as their connection to nutrition, such as diseases associated to alimentation and food, diet-related diseases (Marinescu & Rodat, 2020b; Rodat, 2018), and the overall influence of nutrition on the health condition of people and population.

Recently, new topics have emerged in the media coverage of nutrition, such as healthy eating, risks associated with nutrition or, with lifestyles in general, alimentation associated with therapies, various dietary trends, such as vegetarian and vegan (Rodat, 2020a), but also new approaches and new associations, such as sustainable nutrition, local agriculture and local food industry, food sovereignty (Rodat, 2020c) and the sustainability of food production, treatment and attitudes towards animals used for consumption, environmental impact and damage. In this context, the media regularly report on production conditions in the food industry, animal husbandry, food scandals (Rodat, 2018, p. 9), as well as on the impact of nutritional practices and habits on the environment and, in general, on the future of the planet (Rodat & Marinescu, 2019, p. 137). Among the frames used in the media to report on nutrition, i.e. those patterns of selection, cognition, presentation and interpretation that assemble the perspectives and the events associated with this subject (Gitlin, 2003, p. 7), currently one can notice not only food production and health (Nerlich & Koteyko, 2008), but also sustainability (Hänsli, 2006).

## **Methodology**

This paper addresses the media coverage of the sustainability of food production in press articles on nutrition in the German online media. More precisely, in this study a secondary analysis is performed on this topic, by using the data of a broader study that aimed at analyzing the media coverage in several European countries including Germany on the topic of nutrition and food in the period 2014-2016 (Rodat, 2018; Rodat, 2020a; Rodat, 2020b). The research method used was the thematic content analysis, both quantitative and qualitative (Marinescu & Rodat, 2020b; Mayring, 2000), of articles published in that period and selected for analysis through an online sampling process. All the selected articles either had nutrition as the main theme, or they have dealt, even tangentially, with food and nutrition issues. The general

objectives were, on the one hand, to identify and analyze the most common topics and subjects covered in the field of nutrition, and on the other hand to single out and investigate journalistic practices and ways in which this broad topic is addressed in the media.

The corpus of analysis consisted of 135 articles from the German media, published in the online version of newspapers and magazines, but also on the websites of some radio and television stations, news and aggregator websites (containing various, mixed information), online opinion platforms, specialized platforms, news agencies. The research included articles that fall into a variety of journalistic genres, such as: news, analysis articles, reports, reportages, opinion articles, review articles, overview articles, interviews.

Through the secondary analysis, the research method particularly used in the present study focused on examining the media coverage of sustainability and food production from a quantitative and qualitative point of view. The secondary analysis focuses on reinterpreting existing research data (Rodat, 2020b). This procedure is usually used in the early stages of sociological research in order to delineate the features of a field to be investigated (Teodorescu, 1993). In the present case, by using this method, I aimed to analyze, on the one hand the extent to which ecological and climate issues are addressed in articles that have nutrition as their main or secondary theme, approaching topics or aspects related to the environment, and, on the other hand, the extent to which sustainability of food production is debated, and the ways used in the media to frame and approach this subject.

## **Results and discussion**

The results of the research related to sustainability of food production, as covered in the German media, are presented and discussed in the following pages.

As stated above, the online press articles dealing with human nutrition have been considered in the analysis, by examining how the German media links and correlates food and environmental issues

between themselves, the way in which journalists approach topics such as: sustainable food production, food sovereignty, organic and local agriculture, local animal husbandry. The connections made by the German press between unhealthy nutrition and unsustainable food production, debates on various diets, controversies and social trends related to human nutrition, and the food of the future were also included in this study. Out of the 135 articles on nutrition published in the German media during the mentioned period (2014-2016), 15 articles approached the subject of sustainability of food production. This was the topic that addressed the environment issue with the highest frequency. In addition, four articles addressed food sovereignty, another four approached organic or ecological farming, and six articles discussed topics such as: the local agriculture and local animal husbandry.

**Table 1.** Articles on nutrition in the German media covering sustainable food production

Article topic	No. of articles	Examples of articles (titles – translated by the author)	Media in which the articles were published and date of publication	Type of media
Sustainability of food production	15	Alarming WWF study. “We devour our planet” <sup>1</sup>	N-TV <a href="https://www.n-tv.de">https://www.n-tv.de</a> 01.04.2015	News TV station
		The Germans demand control of food concerns	Die Zeit <a href="https://www.zeit.de">https://www.zeit.de</a> 31.08.2016	Weekly magazine
		Food of the future: insects, algae, laboratory meat	Abendzeitung München <a href="https://www.abendzeitung-muenchen.de">https://www.abendzeitung-muenchen.de</a> 17.04.2015	Newspaper (tabloid)
Local agriculture/ local animal husbandry	6	Sales stratagem: <i>Superfoods</i>	Süddeutsche Zeitung <a href="https://www.sueddeutsche.de">https://www.sueddeutsche.de</a> 29.12.2015	Newspaper (broadsheet)

<sup>1</sup> In the original: “Wir fressen den Planeten leer” (“We are eating up the planet/ We swallow our planet”). The verb “fressen” refers to the act of eating by animals, and in connection with humans is used, pejoratively, to mean “to gorge”, “to shovel”, “to gormandize”, “to gobble”, “to chow”; it can also have the meaning of devouring, biting, destroying. Due to the combination of the verb “fressen” and the adjective “leer” (empty, deserted, voidness), the respective sentence in the title can also be understood as: “We devastate our planet” or “We destroy our planet”.



Article topic	No. of articles	Examples of articles (titles – translated by the author)	Media in which the articles were published and date of publication	Type of media
Food sovereignty	4	One sausage a week makes a difference From paleo to powder: this is the trend in alimentation	Die Welt <a href="http://www.welt.de">www.welt.de</a> 01.04.2015 Focus <a href="http://www.focus.de">www.focus.de</a> 04.03.2016	Newspaper (broadsheet) Weekly magazine
Organic agriculture	4	What our food might look like in 15 years	Hamburger Abendblatt <a href="https://www.abendblatt.de">https://www.abendblatt.de</a> 16.04.2015	Newspaper (broadsheet)

I have further delineated the broader topics in the context of which connections were made between nutrition and environmental issues. Thus, in the German media, I identified a number of subjects that debated environmental issues, from general, global issues that affect the entire planet, to specific ones, such as the need for closer control of food companies, or different diets and social trends related to nutrition.

### **Worrying developments in environmental issues**

A first theme identified is one of transnational, global interest, namely that of “alarming aspects concerning the future of the planet”. In such articles, connections were mainly made between excessive meat consumption in countries such as Germany and carbon dioxide emissions (due to animal production) or deforestation in tropical forests (due to the use of more and more land for the cultivation of fodder and animal feed). Examples of such articles are: “Alarming WWF study. ‘We devour our planet’” (published on the website of news TV station *N-TV*), or “One sausage a week makes a difference” (published in the newspaper *Die Welt*). Such articles provided arguments based on scientific studies and drew attention to the need for changes in citizens' eating habits, and in particular the replacement of at least part of the meat consumed with vegetable proteins. This would mean not only a healthier diet, but also the protection of the environment and the climate. As suggestively expressed in the second mentioned article,

“even (giving up – n.a.) a slice of sausage per week would make a difference (for environmental protection – n.a.)”. Otherwise, if such changes in eating habits are not made as soon as possible, “we are about to devastate (destroy) our planet”.

Other articles that have the same approach have discussed “the worrying evolution of environmental issues”, while also “correlating human nutrition with environmental issues”. In particular, the increase in the production of food of animal origin was addressed by journalists as one of the significant factors with negative effects on the environment. For example, in the article “Nutrition pollutes the environment” (published in *Fleischwirtschaft*, a monthly magazine focused itself on the meat industry), the results of a study are presented and discussed, according to which the production of food originated from animals, and especially the production of meat, have a strong impact on the environment, due to the over exploitation of resources and land, through the nitrate pollution of soils and water, but also through high greenhouse gas emissions.

Furthermore, a number of articles published in various media, with a similar title, such as “Western style of eating harms people and the environment”, also debated the relationship between nutrition, especially Western one, and environmental issues. For example, in an article published in *Trierischer Volksfreund* on November 12, 2014, it is discussed that agriculture and food production cause about a quarter of the world's greenhouse gas emissions. Animal husbandry is mainly targeted by the authors of the article. They show that phenomena such as expanding urbanization and increasing incomes are changing global eating habits. The traditional menu, mostly based on vegetables, is replaced by dishes with a higher proportion of meat and so-called empty calories – foods with a high energy content, but with few nutrients. The resulting agricultural changes lead to a significant increase in greenhouse gas emissions, an expansion in deforestation and, associated with them, a decrease or even extermination of some species.

In addition to the environmental problems (global warming due to excessive greenhouse gas emissions, air and soil pollution, deforestation, soil erosion and degradation, etc.), which have among their causes the eating habits and lifestyle of people, in these articles are also addressed subjects on the changes that should be undertaken, and the possible solutions related to the sustainability of food production, local agriculture and food sovereignty.

### **Unhealthy nutrition and unsustainable food production, alongside some diets as social trends**

A second theme identified in the German press articles is that related to the topic of unhealthy nutrition, correlated with unsustainable food production. This was also pinpointed in a set of articles that addressed the dietary style that contains too much meat, including in the menu offered to children in nurseries and kindergartens. In articles such as those with the titles “Nursery food is often unhealthy” (published in the newspaper *Der Tagesspiegel*), “Food in nurseries and kindergartens – unhealthy. Too little fruit, too much meat” (published in the weekly magazine *Stern*), or “Too much meat, too few vitamins. Nursery food is rarely good” (published on the website of news TV station *N-TV*) excessive meat consumption and its presence in the German lifestyle is debated, a fact noted even in the diet offered to young and very young children. In this context, journalists are discussing the greater efforts that should be made for changes that would be beneficial to both human health and the environment, changes that should also include increasing the sustainability of food production.

Another topic common to several articles on nutrition, which involves links between diet and the environment, is that nutrition, namely the various diets – vegan, paleo, eating “superfoods”, have become a fad, a social trend. For example, in the article entitled “Sales ploy: Superfoods” in the newspaper *Süddeutsche Zeitung*, the fast-

growing habits, which became a real trend, that to consume what is called “superfoods” (such as goji, acai, Yacón, chia seeds, hemp seeds, wheat shoots, etc.), are discussed. “Superfoods” is a marketing term that refers to a series of foods with supposed health benefits. However, as research shows, such foods do not have special nutritional qualities compared to local products: the same nutrients in the so-called “superfoods” are contained in many of the local foods, produced locally. Such products called generic “superfoods” are sought after and consumed only as a result of the spread of a social trend, a fad of consuming them, and the marketing that promotes them, because they are neither more nutritious nor tastier than local products. Instead, to reach the German (and generally European) market, they are imported over long distances, thus contributing to pollution, and to associated environmental problems. The article draws attention to the need to be aware of the consequences of consuming these products for the environment, as well as to promote, instead, local agriculture.

Other articles, such as those with the titles “From paleo to powder: this is the trend in alimentation” (published in the magazine *Focus*), “Smoothies, veggie boom, paleo diet. Nutrition has become a fad” (on the *N-TV* website) or “The new food caprice of the German upper class”<sup>2</sup> (published in the newspaper *Die Welt*), also address the subject of the perception by members of certain social categories of food not as food, but as part of the lifestyle, including as a way of displaying belonging to a certain social class. According to the last-mentioned article<sup>3</sup>, for many individuals this motto has become a commonplace: “I show what I eat – and thus I show what I am, and to which group I belong”.

Indeed, food has always been linked to social and cultural status, and “eating well” has long denoted prosperity. However, nowadays it

---

<sup>2</sup> In original: “Der neue Ernährungswahn der deutschen Oberschicht”. The word “Wahn” (part of the compound word *Ernährungswahn*) can be understood in this context both with the meaning of caprice, fad, whim, mood, and with the meaning of mania, madness, lunacy.

<sup>3</sup> See the whole article, in original, at: <https://www.welt.de/gesundheit/article155485702/Der-neue-Ernaehrungswahn-der-deutschen-Oberschicht.html>

seems more fashionable to give up certain products, or to consume special, exotic foods. Such products, although perceived as healthy because they are “organic” or “vegan”, often require complex processes of production and processing, that is, they are little “environmentally friendly”. In this context, these articles also referred to sustainable food production, respectively to food sovereignty.

### **The diets of the future and other issues related to food production**

Other German articles that dealt with topics such as the sustainability of food production, local agriculture and organic farming had as a common theme *what human food would look like in the future*. Two articles, with the titles “Food of the future: Insects, algae, laboratory meat” (published by the tabloid newspaper *Abendzeitung München*) and “What our food might look like in 15 years” (from the newspaper *Hamburger Abendblatt*), present the results of studies and opinions of various experts, both in nutrition and in the social sciences, regarding human nutrition around 2030. According to some studies, more and more consumers want to conserve resources, to eat healthily, and to shop by focusing on values. This could also mean some future changes in the culinary habits of individuals, including the acceptance of algae and insects in the menu, which are already seen as suppliers of protein, forming a symbiosis between taste and conservation of resources. Moreover, getting the favorite pizza from a 3-D printer, or eating the meat produced in test tubes, could be plausible scenarios for people's future diet. Such practices – the consumption of algae, insects, fish and meat “grown” from stem cells in the test tube – would mean the future orientation towards resource conservation and sustainability.

Also, another subject identified in relation to environmental issues and sustainability of food production is the necessity for closer control of food production concerns. For instance, the article “The Germans demand control of food concerns” published in the weekly magazine *Die Zeit* of 31 August 2016, presents the results of a national

survey in Germany, according to which healthy eating and sustainable food production are of crucial importance for about three quarters (74 percent) of Germans. The same survey, discussed in the article, shows that 85 percent of respondents believe that politics needs to be more involved in providing citizens with complete and intelligible information about food, and 56 percent would be in favor of food corporations control by politicians, in order to determine “what is allowed to be sold”. The conclusion of the study, also discussed in the article, indicates that German citizens would like a more determined involvement of the political class in ensuring the sustainability of food production and consumption.

## **Conclusion**

Today, the media are increasingly concerned about sustainability of food production, as well as about climate change and environmental issues as social problems, which are projected to pose significant threats to the future of the planet and of humanity. The topics related to environment are often addressed in connection with another issue of interest to the media, namely food and nutrition.

According to the results of the research presented in this paper, the German media are concerned, in the context of covering topics on nutrition, about the impact of the production of food, especially that of animal origin, on the environment. Preoccupations with alarming aspects of the planet's future and worrying developments in climate and environmental issues are topics of interest to German journalists.

Moreover, sustainable and unsustainable food production, food sovereignty, unhealthy – for both consumers and the environment – eating habits, certain diets, but also social trends related to food, sometimes regarded in media as fads or futile whims, which have an impact on climate and environment, or concerns for the food of the future, given the need to conserve the planet's resources, were topics discussed in German press articles from the period considered in the

analysis. Noteworthy is that most of the articles dealing with such topics presented and discussed various studies and scientific research on these subjects and provided opinions and arguments of specialists, experts in nutrition, ecology, environmental science and social sciences.

Therefore, there could be ascertained in the German media not only the coverage of a wide variety of general and specific topics regarding the relationship and inter-conditioning between human nutrition and environmental issues, but also the approach of these topics and correlations by discussing the results of scientific studies and by appealing to the opinions of experts, which gives a high degree of credibility to the information presented and the ideas expressed. By bringing to the attention of the public and debating some less comfortable topics, different points of view and sometimes controversial subjects, German journalists have assumed, mainly, not only an informative role, but also a deliberative one regarding food sustainability and the link between human nutrition and climate and environmental issues.

## References

- Ainsworth, E. A., & Ort, D. R. (2010). How do we improve crop production in a warming world? *Plant Physiology*, 154(2), 526–530.
- Boko, M., Niang, I., & Nyong, A. (2007). Africa. In M. L. Parry, O. F. Canziani, J. P. Palutikof, P. J. van der Linden, & C. E. Hanson (Eds.). *Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 433–467). Cambridge University Press.
- Chakraborty, S., & Newton, A. C. (2011). Climate change, plant diseases and food security: an overview. *Plant Pathology*, 60(1), 2–14.
- Cohen, M. J., Tirado, M. C., Aberman, N. L., & Thompson, B. (2008). *Impact of climate change and bioenergy on nutrition*. Food and Agriculture Organization and International Food Policy Research Institute.
- Dwivedi, S., Sahrawat, K., Upadhyaya, H., & Ortiz, R. (2013). Food, Nutrition and Agrobiodiversity Under Global Climate Change. In D. L. Sparks (Ed.). *Advances in Agronomy. Volume 120*. Elsevier, Academic Press.

- Edelman, M. (2014). Food sovereignty: forgotten genealogies and future regulatory challenges. *The Journal of Peasant Studies*, 41(6), 959–978.
- European Group on Ethics in Science and New Technologies (European Commission). (2009). *Ethics of modern developments in agricultural technologies*. European Commission.
- Focus on the Global South. (2013). Editorial: food sovereignty now! *Nyeléni Newsletter*, No. 13, March, p. 1. Retrieved on September, 10, 2021 from: [https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni\\_Newsletter\\_Num\\_13\\_EN.pdf](https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni_Newsletter_Num_13_EN.pdf)
- Food and Agriculture Organization (FAO). (2009). *The state of food insecurity in the world 2009*. FAO.
- Friel, S., Dangour, A. D., Garnett, T., Lock, K., Chalabi, Z., Roberts, I., Bulter, A., Butler, C. D., Waage, J., McMichael, A. J., & Haines, A. (2009). Public health benefits of strategies to reduce greenhouse-gas emissions: food and agriculture. *The Lancet*, 374(9706), 2016–2025.
- Gitlin, T. (2003). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left, With a New Preface*. University of California Press.
- Gregory, P. J., Johnson, S. N., Newton, A. C., & Ingram, J. S. I. (2009). Integrating pests and pathogens into the climate change/food security debate. *Journal of Experimental Botany*, 60(10), 2827–2838
- Hänsli, B. (2006). Prozess zwischen Angebot und Nachfrage: Ernährungskommunikation aus publizistikwissenschaftlicher Perspektive. In E. Barlösius, & R. Rehaag (Eds.). *Skandal oder Kontinuität. Anforderungen an eine öffentliche Ernährungskommunikation* (pp. 71–77). Veröffentlichungsreihe der Forschungsgruppe Public Health Forschungsschwerpunkt Arbeit, Sozialstruktur und Sozialstaat Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- Joint WHO/FAO Expert Consultation. (2003). *Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases*. WHO Technical Report Series, 916.
- Lobell, D. B., Schlenker, W., & Costa-Roberts, J. (2011). Climate Trends and Global Crop Production Since 1980. *Science*, 333(6042), 616–620.
- Marinescu, V., & Rodat, S. (2020a). Alimentation saine ou diètes tendance? Couverture médiatique de la nutrition en Roumanie et Allemagne. *Annuaire Roumain d'Anthropologie*, 57, 47-55. Retrieved September 4, 2021 from: <http://annuaire.antropologia.ro/volume-57-2020>
- Marinescu, V., & Rodat, S. (2020b). Food sustainability, healthy eating, on-trend diets: media representations of nutrition in Romania and Germany. *Social Change Review*, 18(1-2), 105-143.



- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20.
- McClellan, P. E., Burrige, J., Beebe, S., Rao, I. M., & Porch, T. G. (2011). Crop improvement in the era of climate change: An integrated, multi-disciplinary approach for common bean (*Phaseolus vulgaris*). *Functional Plant Biology*, 38(12), 927–933.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity.
- McMichael, A. J., Powles, J. W., Butler, C. D., & Uauy, R. (2007). Food, livestock production, energy, climate change, and health. *The Lancet*, 370(9594), 1253–1263.
- Nerlich, B., & Koteyko, N. (2008). Balancing Food Risks and Food Benefits: The Coverage of Probiotics in the UK National Press. *Sociological Research Online*, 13(3), 15–28.
- Nyéleni Forum for Food Sovereignty. (2007). *Declaration of the Forum for Food Sovereignty*. Selingué, Mali, 23–27 February.
- Patel, R. (2009). Grassroots voices: Food sovereignty. What does food sovereignty look like? *The Journal of Peasant Studies*, 36(3), 663–706.
- Raisborough, J. (2016). *Fat Bodies, Health and the Media*. Palgrave Macmillan.
- Rodat, S. (2018). Debate Topics and Patterns of Media Coverage of Nutrition in Germany. *Annals of the University of Craiova for Journalism, Communication and Management*, 4, 5-29.
- Rodat, S. (2020a). Media Coverage of the Topic “Nutrition” and Related Issues in German Online News. In V. Marinescu (Ed.). *Food, Nutrition and the Media* (pp. 89–109). Palgrave Macmillan.
- Rodat, S. (2020b). Problèmes environnementaux et durabilité de la production alimentaire dans les articles sur la nutrition dans les médias allemands. In V. Marinescu, & D. Roventța-Frumușani (Eds.). *Communication, environnement et développement durable. Etudes de cas* (pp. 276–294). Presa Universitară Clujeană.
- Rodat, S. (2020c). Souveraineté alimentaire. In D. Roventța-Frumușani, & V. Marinescu (Eds.). *Concepts-clés de la communication environnementale et du développement durable* (pp. 100–104). Presa Universitară Clujeană.
- Rodat, S., & Marinescu, V. (2019). De-Commodifying Food: A Comparative Analysis of Media Coverage of Nutrition in Germany and Romania. *Anuarul Universității „Petre Andrei” din Iași, Fascicula: Drept, Științe Economice, Științe Politice*. 24, 136–171.
- Roudier, P., Sultan, B., Quirion, P., & Berg, A. (2011). The impact of future climate change on West African crop yields: What does the recent literature say? *Global Environmental Change*, 21(3), 1073–1083.

- Sheeran, J. (2010). How to End Hunger. *The Washington Quarterly*, 33(2), 3–16.
- Smith, P., Martino, D., Cai, Z., Gwary, D., Janzen, H., Kumar, P., McCarl, B., Ogle, S., O'Mara, F., Rice, C., Scholes, B., & Sirotenko, O. (2007). Agriculture. In B. Metz, O. R. Davidson, P. R. Bosch, R. Dave, & L. A. Meyer (Eds.). *Climate Change 2007: contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change* (pp. 499–540). Cambridge University Press.
- Teodorescu, A. (1993). Analiza secundară. In C. Zamfir, & L. Vlăsceanu (Eds.). *Dicționar de sociologie* (p. 34). Editura Babel.
- Tirado, M. C., Cohen, M. J., Aberman, N., Meerman, J., & Thompson, B. (2010). Addressing the challenges of climate change and biofuel production for food and nutrition security. *Food Research International*, 43(7), 1729–1744.
- Tirado, M. C., Crahay, P., Mahy, L., Zanev, C., Neira, M. C., Msangi, S., Brown, R., Scaramella, C., Costa Coitinho, D., & Müller, A. (2013). Climate change and nutrition: Creating a climate for nutrition security. *Food and Nutrition Bulletin*, 34(4): 533–547.
- Tirado, M. C., Hunnes, D., Cohen M. J., & Lartey, A. (2015). Climate Change and Nutrition in Africa. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 10(1), 22–46.
- Thompson, B., Cohen, M. J., & Meerman, J. (2012). Summary. In B. Thompson, & M. J. Cohen (Eds.). *The Impact of Climate Change and Bioenergy on Nutrition* (pp. 1–16). The Food and Agriculture Organization of the United Nations and Springer Science+Business Media B.V.
- UN Framework Convention on Climate Change. (2011). *Fact sheet: Reducing emissions from deforestation in developing countries: approaches to stimulate action*. Retrieved August 21, 2021 from: [https://unfccc.int/files/press/backgrounders/application/pdf/fact\\_sheet\\_reducing\\_emissions\\_from\\_deforestation.pdf](https://unfccc.int/files/press/backgrounders/application/pdf/fact_sheet_reducing_emissions_from_deforestation.pdf)
- UN Systems Standing Committee on Nutrition. (2010). *Progress in Nutrition*. 6<sup>th</sup> Report on the World Nutrition Situation. Retrieved August 21, 2021 from: [https://www.unscn.org/files/Publications/RWNS6/report/SCN\\_report.pdf](https://www.unscn.org/files/Publications/RWNS6/report/SCN_report.pdf)
- Wittman, H., Desmarais, A. A., & Wiebe, N. (2010). The origins and potential of food sovereignty. In H. Wittman, A. A. Desmarais, & N. Wiebe (Eds.). *Food Sovereignty: Reconnecting Food, Nature and Community* (pp. 1–14). Fernwood Publishing.



# **Les villes intelligentes. L'usage de la technologie pour sauver l'environnement**

INES RAZEC

## **Introduction**

Au fil du temps, le besoin des individus pour le progrès et pour une vie plus facile a entraîné de nombreux changements au sein de la société et notamment au niveau de l'environnement. Auparavant perçu comme un fournisseur inépuisable de ressources pour quiconque en avait besoin, l'environnement a commencé à représenter un des raisons principaux d'inquiétude surtout parmi les spécialistes, à cause des raisons suivants : le réchauffement de la planète dû à la déforestation, la pollution excessive et à l'augmentation de l'empreinte du carbone, la perturbation de la biodiversité due à l'urbanisation, l'augmentation des déchets industriels, l'appauvrissement de la couche d'ozone, etc. En plus, des ressources apparemment inépuisables, comme l'eau potable ou l'énergie, ont commencé aussi à se réduire. Tenant compte de la rapidité avec laquelle se produisent ces changements, des mesures strictes doivent être adoptées et appliquées par le monde entier afin de pouvoir améliorer la situation actuelle.

Conformément au rapport « AR6 Climate Change 2021 : The Physical Science Basis » (Zhu, Lu, Zhang & Liu, 2021) :

La température à la surface du globe continuera d'augmenter au moins jusqu'au milieu du siècle prochain dans tous les scénarios d'émissions envisagés. Le réchauffement planétaire de 1.5°C et 2°C sera dépassé

pendant le 21<sup>ème</sup> siècle a moins que les émissions de CO<sub>2</sub> et d'autres gazes à effet de serre soient réduites considérablement au cours des prochaines décennies » (SPM-17).

A la base du réchauffement climatique est toujours l'homme, qui représente aussi la source et la solution de ce problème. Pourtant, selon le rapport, la réduction du niveau de CO<sub>2</sub> doit être faite le plus rapide possible, car, ces changements ont commencé à être ressentis partout dans le monde. Ce qui est à la fois intéressant et inquiétante est le fait que l'individu et l'environnement se trouvent dans une relation d'interdépendance, ce qui signifie que les actions du premier peuvent mettre en danger le deuxième et vice-versa. C'est à cause de cette situation alarmante que « L'accord de Paris », qui « vise à renforcer la riposte mondiale à la menace des changements climatiques, dans le contexte du développement durable et de la lutte contre la pauvreté » a été signé par les Nations Unies en 2015 (Nations Unies, 2015). L'accord demande à toutes les pays européens impliqués de faire des plans de réduction des émissions de gaz à effet de serre selon leur possibilités économiques et politiques et les communiquer chaque cinq ans, afin de bien surveiller le progrès et produire des effets durables au niveau mondial.

L'accord de Paris reconnaît aussi l'importance de la technologie dans cette démarche, ainsi encourageant les pays de collaborer et s'aider du point de vue financier, afin de pouvoir bénéficier des technologies innovatrices pour faciliter leur tâche (Nations Unies, 2015):

Il est essentiel d'accélérer, d'encourager et de permettre l'innovation pour une riposte mondiale efficace à long terme face aux changements climatiques et au service de la croissance économique et du développement durable. Cet effort sera appuyé, selon qu'il convient, y compris par le Mécanisme technologique et, sous la forme de moyens financiers, par le Mécanisme financier de la Convention, afin de mettre en place des collaborations en matière de recherche-développement et de faciliter l'accès des pays en développement Parties à la technologie, en particulier aux premiers stades du cycle technologique (Article 10, paragraphe 5, 2015).

C'est ainsi qu'on se retourne vers la technologie pour chercher un moyen rapide et efficace qui nous permettra de réduire les chiffres alarmants avant que la situation ne devienne incontrôlable. Le « Rapport de l'Académie des technologies », voté en avril 2016 vise l'implémentation de solutions technologiques pour prévenir et réduire le changement climatique pour les catégories suivantes : « mers, océans, littoraux », « bâtiments, urbanisme, mobilité, transport », « énergie », « technologies de l'information et de la communication », et « bioéconomie » (Académie des technologies, 2016). Conformément au rapport, la technologie implémentée consistera dans des systèmes de surveillance du taux de carbone, des « systèmes hydrologiques » et des « technologies de l'information et des consommations pour optimiser les dépenses énergétiques » (Académie des technologies, 2016, p. 11). Dans ce sens, les nouvelles technologies auront aussi le rôle de contrôler la situation économique de chaque pays, ainsi facilitant l'adoption des moyens plus modernes et moins intrusives de surveillance de l'environnement. Quelques exemples de ce type de technologie qui existent à présent sont les suivants : des outils qui produisent des changements moléculaires des récoltes, afin qu'elles résistent contre les maladies et les attaques des différentes bactéries (CRISPR) ; des voitures électriques qui réduisent la pollution de l'atmosphère ; la bio remédiation, qui consiste dans « l'emploi des procédés biologiques pour éliminer les polluants industriels qui contaminent le cycle biogéochimique des substances naturelles » (Abdelly, 2006). Ces innovations, bien qu'utiles, visent seulement des certains secteurs, comme l'agriculture, le transport ou l'énergie. Pourtant, afin qu'une amélioration réelle se produise, il faut prendre des mesures incitant aux changements concomitants dans toutes les industries principales d'activité, ainsi que l'initiation des campagnes qui mènent à une prise de conscience au niveau des peuples. Dans ce contexte, le « Pacte vert pour l'Europe », proposé par la Commission Européenne et lancé le 9 décembre 2020 (European Commission, 2020), vise la transition vers la neutralité du carbone jusqu'au 2050. Parmi les objectifs du pacte, se

trouvent : « le transport soutenable pour tout le monde », « la troisième révolution industrielle », « le nettoyage du système énergétique », « la rénovation des bâtiments pour une vie plus verte », « la coopération entre l'homme et la nature pour assurer la protection de la planète et de la santé », « la stimulation de l'action climatique mondiale » (European Commission, 2020).

Toutes ces mesures officielles qui ont été mises en place proposent des stratégies au niveau mondial. Pourtant, chaque pays a ses propres politiques et ressources économiques, ce qui fait que l'un puissent implémenter plus facilement et rapidement que les autres les mesures proposées par les traités. Cette divergence évidente, remarquée surtout au niveau socio-économique entre les pays pourra mener à une amélioration seulement partielle du problème environnementale, ce qui va à l'encontre de l'objectif principal de toutes les politiques brièvement exposées plus haut. Il est donc de plus en plus nécessaire de procéder à une analyse personnalisée et établir un plan qui puisse utiliser les ressources dont chaque pays dispose, afin de lutter contre le changement climatique sans épuiser ses ressources. Néanmoins, la décision d'agir dans ce sens appartient toujours aux individus, qui doivent renoncer aux ambitions personnelles, produisant des satisfactions éphémères et lutter pour atteindre un but commun avec des réminiscences de longue durée. Richard Register décrit avec précision cet état des choses (2006, pp. 33-34):

Nous essayons d'améliorer les voitures plutôt que de réduire considérablement leur nombre. Nous essayons de ralentir le développement tentaculaire plutôt que d'inverser sa croissance et de réduire son empreinte. Nous continuons à élargir et à allonger les autoroutes, en rêvant d'autoroutes intelligentes plutôt que de supprimer des voies et de les remplacer par des rails, des petites routes de campagne et des pistes cyclables.

Selon lui, l'individu n'est plus capable de faire la distinction entre ce dont il a vraiment besoin et ce qui représente juste le produit du désir individuel de s'aligner sur la société. Register (2006) mentionne la

multiplication et la modernisation des moyens de transport, ainsi que le développement technologique comme les raisons les plus fortes qui ont mené à la transition des peuples vers les villes, ce qui a progressivement résulté dans une industrialisation accélère de celles-ci, afin de répondre aux besoins croissantes des individus. Pourtant, même si l'urbanisation est perçue comme un signe de progrès, les nombreux risques qu'elle entraîne ne doivent pas être ignorés. C'est ainsi que Register (2006) propose comme alternative la construction des villes intelligentes, censées à sauver l'environnement de l'action destructive de l'homme : « Les villes doivent être radicalement remodelées. Elles doivent être reconstruites à partir de leurs racines dans le sol et de leurs fondations en béton et en acier. Elles doivent être réorganisées et reconstruites sur des principes écologiques » (Register, 2006, p.40).

Dans les pages suivantes, j'essayerai de présenter brièvement les aspects les plus essentiels des villes intelligentes, avec une emphase particulière sur le rôle de la technologie dans leur construction et fonctionnement, ainsi que sur leurs bénéfices à longue durée sur l'environnement et ses habitants.

## **Les villes intelligentes**

Al Nuiami et al. (2015) conçoivent la ville intelligente, « comme une solution de vie intégrée qui relie de nombreux aspects de la vie tels que l'énergie, les transports et les bâtiments de manière intelligente et efficace afin d'améliorer la qualité de vie pour les citoyens de cette ville » (Al Nuiami et al., 2015, p. 2). Plus précisément, ce type de villes sont capables d'exister par elles-mêmes, en produisant et utilisant leurs propres ressources, avec l'aide de la technologie et d'une communauté connectée. Selon Chatterton (2019), le but des villes intelligentes est d'utiliser les nouvelles technologies pour construire et développer leurs propres systèmes de « transport, éducation et santé » (Chatterton, 2019, p. 183), afin d'assurer la soutenabilité. Pourtant, avant de décider la mesure dont les villes intelligentes peuvent atteindre leur but, il faut aussi explorer les différentes significations de ce concept.



Conformément au chercheur, afin de mieux comprendre l'idée de ville soutenable ou écologique, le plus important c'est d'estomper au moins au niveau idéique la différence entre les « zones urbaines » et les « systèmes naturels » (Chatterton, 2019, p.100) et de comprendre que la distinction entre ces deux concepts signifie nier les principes essentiels de l'écosystème dont l'homme fait aussi partie. Sachant que l'individu fait aussi partie de la nature, ses créations, dans ce cas, les villes urbaines, ne peuvent pas être vues comme essentiellement distinctes de la nature, mais comme une partie intégrante de celle-ci. Au sein des communautés qu'ils créent, les individus adaptent leur façon de vivre selon les règles sociales du groupe et travaillent pour faciliter leur existence en tant qu'unité, en accord avec l'environnement : « De ce sentiment d'unité entre l'individu et la communauté émerge un sentiment d'unité entre la communauté et son environnement » (Bookchin, 1982, p. 46). C'est à partir de l'idée de symbiose établie entre l'homme et la nature que Bookchin introduit le concept de « ecommunity » (« Eco communauté »). Selon lui, la nature consiste dans tout un ensemble de ressources, dont l'homme bénéficie. Pourtant, à fur et à mesure que les sociétés évoluent et la technologie qu'elles utilisent se diversifie, la connexion entre l'individu et la nature s'estompe et se transforme dans une relation unilatérale dont seul l'homme bénéficie. Cet état de choses renverse les dynamiques sociétales et donne lieu à un nouvel ordre dans lequel l'homme, dominé par son désir pour le progrès, s'éloigne de la nature et commence à perdre control de ses propres créations :

Notre désolidarisation de la nature, notre ascension vers la civilisation et notre épanouissement humain impliquent-ils une sanction – la domination de l'homme par l'homme comme condition préalable à la domination de la nature par l'homme – qui pourrait bien transformer la réussite de ce projet historique en une sinistre dérision en entraînant la déshumanisation de l'homme et l'immolation de la société ? (Bookchin, 1982, pp.65-66).

A présent, nous avons presque épuisé les ressources naturelles pendant le processus d'urbanisation, ce qui a déclenché de pertes de

terrain agricole énormes. Selon une étude conduite en 2016 par Christopher Bren d'Amour et al., « l'expansion urbaine entraînera une perte de 1,8 à 2,4 % des terres cultivées mondiales d'ici 2030, avec des disparités régionales importantes » (d'Amour et al., 2016, p.1). Une conséquence immédiate de ceci sera la réduction des légumes et fruits utilisées pour la préparation de la nourriture. Néanmoins, à l'urbanisation s'ajoute aussi le consumérisme accentué, promu et soutenu par des nombreuses campagnes publicitaires ainsi que par un grand nombre de produits disponibles sur le marché. C'est ainsi qu'on arrive à la conclusion qu'on consomme plus qu'on produit.

A présent, les villes sont les centres économiques, politiques, académiques et culturelles d'un pays. En plus, elles offrent un grand nombre d'emplois et d'opportunités, étant toujours les premières à utiliser les nouvelles technologies. C'est pour cette raison qu'elles sont les principales consommatrices de ressources, comme le combustible fossile, utilisé pour faciliter le transport et réduire le temps nécessaire pour parcourir une certaine distance (d'Amour et al., 2016, p. 14). Sachant que les villes sont les plus importantes consommatrices de ressources naturelles, il est essentiel que le retour vers la préservation de l'environnement doit commencer à partir d'elles. Ceci est précisément le but des villes intelligentes, à savoir, la transformation des principales consommatrices de ressources dans des communautés écologiques qui promurent un comportement orienté vers la soutenabilité : « Une 'ville durable' est organisée de manière à permettre à tous ses citoyens de satisfaire leurs propres besoins et d'améliorer leur bien-être sans nuire à la nature ni mettre en danger les conditions de vie d'autres personnes, aujourd'hui ou à l'avenir » (d'Amour et al., 2016, p.16). Cette définition pourrait paraître idéaliste, surtout dans le monde actuel, où on se contente de satisfaire nos besoins immédiats que de concevoir un plan de longue durée qui pourrait résoudre plusieurs de nos problèmes plus importantes. Pourtant, afin de changer les priorités d'un peuple, il faut que sa mentalité change, ce qui est à la fois difficile et une perte de temps. Tenant compte du stade actuel de l'environnement,

brièvement exemplifié plus haut, l'individu n'a pas beaucoup de temps à sa disposition pour que ce changement se produise graduellement. C'est pour cette raison que plusieurs facteurs doivent s'impliquer dans cette démarche. Selon Girardet (1999), la transition vers les villes intelligentes pourra être faite plus facilement si les autorités locales des villes changeaient leur focus vers l'implémentation des mesures qui puissent assurer une communication plus efficace entre les habitants des villes, incitant ainsi à une prise de conscience au niveau local et national (Girardet, 1999, p. 17). Par une collaboration mutuelle entre ses habitants, la ville deviendra un seul organisme avec sa propre identité.

Même si, aujourd'hui, la ville intelligente, autosuffisante, pourrait nous paraître une utopie, les origines du concept se trouvent dans l'œuvre « Garden Cities of To-morrow », écrite par Sir Ebenezer Howard en 1898. Les idées promues par lui ont été si appréciées, qu'elles ont généré un mouvement avec le même nom, qui a aussi résulté dans la création de quelques villes de ce type en Angleterre dans les années '90. Appart l'essai de résoudre le problème environnemental, par son œuvre, Sir Ebenezer Howard a essayé de proposer des solutions intelligentes pour aussi améliorer l'administration locale de la ville, tout en offrant un plan architecturale détaillé de la ville du futur. Ce qui est encore plus intéressant est la conception de l'œuvre comme un plan fondé sur des chiffres et dimensions concrets, ainsi incitant à la reproduction du modèle de ville proposé. Du point de vue architectural, le « garden city » consisterait dans un amalgame de cercles concentriques, dont le centre serait le centre-ville (section 21). En ce qui concerne le fonctionnement administratif de ce type de villes, l'auteur propose une solution très ingénieuse qui consiste dans le retour des paiements au consommateur des services, sous une forme différente. C'est ainsi qu'il donne l'exemple des agriculteurs qui paieront pour leurs terrains auprès des autorités de la ville, ainsi bénéficiant d'autres facilités, comme un transport plus rapide (section 36). Cet exemple montre une société dans laquelle les paiements consistent dans l'obtention d'autres bénéfices, ainsi évitant le gaspillage des ressources.

En plus, l'existence d'une seule autorité responsable pour la gestion de toute la ville et pour la collecte des taxes et des paiements nécessaires (section 68), crée l'impression de durabilité et stabilité, ainsi suscitant une confiance plus grande dans les leaders parmi la population, ce qui, implicitement, assure une vie plus satisfaisante et prévient les conflits. Commenant par l'exemple des « garden cities », Register propose une série de principes à utiliser comme fondement pour la construction des futures villes intelligentes, comme : « Construire la ville comme le système vivant qu'elle est », « Faire en sorte que la fonction de la ville corresponde aux modèles d'évolution » (p. 334), « Suivez la séquence du constructeur – commencez par les fondations », « Inverser la hiérarchie des transports », « Renforcer les sols et améliorer la biodiversité » (p. 335). Ces principes ont comme objectif principal de déplacer l'intérêt vers l'individu et la communauté dans son ensemble, plutôt que sur la technologie qu'il utilise dans sa vie quotidienne, ainsi créant un cadre orienté vers la préservation des ressources et la promotion d'un comportement éthique du point de vue environnemental. En plus, en ce qui concerne le transport, les vélos et les trains seront préférés en dépit des voitures.

Le concept de ville intelligente fait référence à tout un ensemble de caractéristiques et de règles qui doivent être implémentées et respectées afin d'obtenir une ville autosuffisante, qui aide la nature à récupérer les pertes énormes de ressources enregistrées pendant les dernières décennies. Tenant compte du contexte actuel et des progrès enregistrés au niveau de l'intelligence artificielle, il est normal de la considérer comme une solution viable pour la restauration de l'équilibre environnemental.

## **L'Intelligence Artificielle et les villes du futur**

Les développements faits dans le secteur des nouvelles technologies pendant les dernières décennies ont produit des changements évidents dans la façon de vivre ainsi que dans la

perception du temps et lieu parmi les individus, ce qui suggère non seulement une différence plus accentuée entre les générations, mais aussi une consommation plus rapide des ressources naturelles nécessaires pour créer et maintenir ce type de technologie. Tenant compte de la rapidité et l'efficacité de l'intelligence artificielle, elle représente le point central des villes intelligentes.

Selon Al Nuaimi et al. (2015), à l'intérieur des villes intelligentes, les systèmes de type big data auront comme responsabilité principale « l'utilisation plus efficace des ressources » (Al Nuaimi et al., 2015, p. 4), par l'intégration des ERP (« Enterprise resource planning ») et des GIS (« Geographic Information System ») dans les entreprises, afin de pouvoir surveiller et contrôler l'énergie et les ressources utilisées au niveau de la communauté, tout en tenant ses membres informés par l'intermédiaire d'un réseau. De cette façon, les habitants des villes seront capables de vérifier à tout moment le stade de la consommation des ressources, ainsi étant capables de réagir rapidement si besoin. En plus, avec l'aide des nouvelles technologies, les habitants des villes intelligentes bénéficieront « d'une meilleure qualité de vie, avec meilleurs services, un travail plus efficace et des modèles de vivre, ainsi que moins de gaspillage (de temps et ressources) » (Al Nuaimi et al., 2015, p. 4) et d'un « niveau plus grand de transparence et sincérité : ...le partage des dates et des sources sera la norme. Ceci encouragera la collaboration et la communication entre les entités, par la création de plusieurs services qui contribueront encore plus à la ville intelligente » (Al Nuaimi et al., 2015, p. 5). C'est ainsi que sera réalisée l'idée d'une communauté interconnectée (l'image des cercles concentriques de Sir Ebenezer Howard). Comme démontré plus haut, l'individu moderne est trop chargé avec les problèmes quotidiens, ce qui diminue sa capacité de se concentrer sur des aspects plus importants, avec des conséquences non seulement sur lui, mais sur le monde entier. C'est pour cette raison qu'un réseau qui permettra à tous de recevoir au même temps les informations d'intérêt général est peut-être le seul moyen de générer

une prise de conscience au niveau collectif en ce qui concerne l'amélioration du statut actuel de l'environnement.

Afin que l'implémentation des nouvelles technologies dans la ville intelligente soit faite plus facilement et qu'elle couvre un nombre plus grand de secteurs d'activité, des applications spécialisées seront introduites pour les catégories suivantes : médecine, transport, gestion des déchets, la gestion du risque, sécurité, (2015, p. 5) etc. Vu que, dans cette société profondément digitalisée, « le numéro d'objets connectés à Internet...a déjà dépassé le numéro d'êtres humains » (Ahmed et al., 2017 *apud*. Bribi, 2020, p. 11), un très grand nombre de données sont produites chaque jour. Commenant par cette prémisse, Bribi (2020) propose un « urbanisme piloté par les données » (p. 11). Selon l'auteur, ce concept comprend les stratégies suivantes : « systèmes énergétiques durables », « gestion durable des déchets », « infrastructure à haute performance », « bâtiments à haute performance », « transport durable », « verdissement et diversité écologique » (Bribi, 2020, p. 9). Dans ce sens, les systèmes spécialisés collecteront les données relatives aux activités quotidiennes des individus, comme : le transport, les déchets, l'usage de l'énergie et effectuer des analyses en temps réel, afin de prendre des mesures de prévention du gaspillage des ressources ou de l'énergie, réduire la pollution, l'amélioration du lieu de travail, etc. Plus précisément, les machines intelligentes seront construites d'une telle façon pour maintenir un équilibre à l'intérieur de la ville, ainsi décourageant l'excès parmi les membres de la communauté et promouvant la consolidation d'une « relation symbiotique » (Yigitcanlar, 2020, p. 8) entre la ville et l'Intelligence Artificielle.

Un rôle très important dans la ville écologique appartiendra à l'intelligence artificielle, car, elle s'occupera de sa gestion dans son ensemble. Même si elle représente un choix favorable du point de vue de la rapidité, précision et efficacité, il y a toujours de doutes en ce qui concerne le placement d'une responsabilité si grande sur des machines. C'est pour cette raison qu'il faut aussi tenir compte des risques qu'elle entraîne. Depuis la création de l'intelligence artificielle, qui, selon

Crawford (2021) fonctionne seulement conformément aux règles prédéfinies, imposées par l'homme (Crawford, 2021, p. 8), des longs débats ont eu lieu parmi les chercheurs en ce qui concerne la dimension éthique des machines. Sachant que les systèmes intelligents sont programmés par un groupe restreint d'informaticiens et techniciens, « Qui sont ceux qui fonctionnaient comme modèles pour ces systèmes ? Quel type de valeurs, idéals et perspectives du monde sont transmis aux systèmes ? » (Webb, 2019, p. 67). Normalement, chaque système doit être conçu pour atteindre son but particulier. Les villes intelligentes ne doivent pas être une exception de cette règle. Pourtant, tenant compte de la rapidité avec laquelle la technologie évolue, il est normal d'avoir encore des doutes en ce qui la concerne, surtout quand toute une ville dépend d'elle. Yigitcanlar (2020) couvre ce sujet dans son étude, montrant les risques de l'usage de l'intelligence artificielle en ce qui concerne l'environnement : « prendre des décisions biaisées, accroître l'étalement urbain, entraînant une augmentation des kilomètres parcourus par les véhicules à moteur, déstabilisant la valeur des propriétés, l'établissement d'une forte dépendance énergétique due à l'utilisation intensive de la technologie, et l'augmentation de l'empreinte carbone » (Yigitcanlar, 2020, p. 10). Selon lui, le désavantage pourrait représenter l'accentuation des mêmes problèmes que les systèmes sont censés éviter.

Dans l'article « Urban Artificial Intelligence : From Automation to Autonomy in the Smart City », Federico Cugurullo (2020) mesure l'effet de l'implémentation des systèmes intelligents dans les villes du point de vue du niveau d'autonomie que ce processus entraîne. Selon lui, un des plus grands risques dans ce sens serait « la métamorphose de la ville intelligente dans une créature urbaine qui est profondément inconnue » : « on peut affirmer que plus une technologie révolutionnaire et disruptive, plus grande sera la transformation de la ville qui l'intègre » (Cugurullo, 2020, p. 2). Pourtant, conscients des nombreux risques d'une telle transition vers les villes intelligentes, les chercheurs ont initié un projet urbain en Abu Dhabi, par la création du Masdar

City, en 2007 (Cugurullo, 2020, p. 5), une ville profondément digitalisée, qui fonctionne surtout avec l'aide de l'intelligence artificielle. C'est ainsi que la ville a été conçue comme un prototype, représentant un espace où les nouvelles technologies sont testées et ensuite vendues :

chaque technologie intelligente testée à Masdar City finit par devenir un produit qui est commercialisé et vendu à l'échelle internationale par l'entreprise qui l'a développée. L'initiative Masdar offre un environnement réel où les technologies expérimentales sont testées, avec une équipe d'ingénieurs et d'informaticiens qui fournissent d'assistance pendant l'expérience (Cugurullo, 2020, p. 8).

Ce projet est très utile dans le sens où il pourrait créer les prémisses pour les villes du futur, tout en encourageant la formation des attentes objectives en ce qui concerne leur fonctionnement dans son ensemble, avec les avantages et les risques. A cet égard, le prototype nous offre la garantie que les systèmes technologiques ne seront pas implémentés dans les villes intelligentes sans avoir a priori teste leurs capacités.

Selon « Smart City Governments », a présent, dans le monde il y a 50 villes intelligentes, dont la première est Singapour, suivie par Seoul, Londres, Barcelone, Helsinki, New York, Montréal, Shanghai, Vienne et Amsterdam. En analysant les particularités de chacune des villes mentionnées, il s'avère que le dénominateur commun est la consolidation d'une symbiose entre les membres de la communauté et la nature, par l'implémentation des systèmes qui aident les individus à mieux gérer les tâches quotidiennes, afin qu'ils adoptent une façon de vivre en accord avec les principes de la soutenabilité environnementale. En plus, ces villes en cours de développement se trouvent dans un procès progressif de digitalisation, qui consiste dans la création des plateformes informatiques chargées avec la découverte des solutions pratiques pour réduire la pollution et diminuer le gaspillage des ressources tout en les intégrant dans le processus d'urbanisation. Un exemple concret de cette démarche est la plateforme QUEST (« Quantitative urban environment simulation tool »), qui représente



une combinaison des systèmes intelligentes déjà existantes, comme : « Nation Intelligente Singapour », « L'initiative du Défi national d'innovation Territoire et qualité de vie », « Le projet de cartographie nationale 3D WHOG » et « Le couplage du modèle atmosphérique à haute résolution développé par l'IMEUM avec le MOS urbain et des modèles CFD avec des variables de morphologie urbaine » (Lim et al., 2021, p. 37). C'est ainsi que le but de la plateforme QUEST sera « d'étudier et évaluer l'efficacité des mesures d'atténuation de l'ICU, telles que la verdure urbaine, intégrer la verdure dans le développement urbain et le processus de conception de l'une des zones de croissance de Singapour, Jurong Lake District (JLD) » (Lim et al., 2021, p. 37).

De la même façon, la ville de Seoul développe aussi une base de données, contenant toutes les informations administratives qui sont faites publiques pour que chacun de ses habitants puissent lire et être au courant avec les actions prises par le gouvernement. En plus, la ville bénéficie aussi des systèmes qui analysent toutes les données collectées auprès les résidents, afin de mieux répondre aux besoins collectifs en ce qui concerne le transport (« Owl Bus »), la publicité, les produits consommés par la majorité (Consumer Technology Association).

## **Conclusion**

Par l'utilisation des moyens technologiques pour effectuer une analyse des facteurs qui nuisent à l'environnement, tout en encourageant la diffusion de l'information parmi les membres d'une communauté interconnectée, la ville intelligente devient progressivement une des meilleures solutions pour assurer la soutenabilité écologique des zones urbaines. C'est ainsi que les systèmes intelligents peuvent être utilisés non seulement pour faciliter la vie des individus, mais aussi pour sauver la planète qui, à présent, a besoin de cette intervention plus que jamais. Sans l'utilisation des bases de données capables de collecter les informations nécessaires pour évaluer les risques et mettre en place des initiatives pour les réduire, seul l'homme n'est pas capable de

produire le changement nécessaire pour éliminer le danger représenté par le réchauffement climatique ou le gaspillage de ressources. Néanmoins, une prise de conscience collective au niveau mondial est aussi nécessaire pour que le concept des villes intelligentes soit implémenté d'une façon correcte et orientée vers la préservation de la planète.

## Références

- Académie des technologies. (2016). *Les technologies et le changement climatique. Des solutions pour l'atténuation et l'adaptation*. Consulté le Septembre, 11, 2021 sur: [https://academie-technologies-prod.s3.amazonaws.com/2016/04/21/12/45/33/406/Rapport\\_TCC\\_DEF.pdf](https://academie-technologies-prod.s3.amazonaws.com/2016/04/21/12/45/33/406/Rapport_TCC_DEF.pdf)
- Abdelly, C. (2006). *Bioremédiation / Phytoremédiation*. Consulté le Septembre, 10, 2021 sur: [https://www.researchgate.net/publication/277226840\\_Bioremediation\\_Phytoremediation](https://www.researchgate.net/publication/277226840_Bioremediation_Phytoremediation)
- Al Nuaimi, E., Al Neyadi, H., Mohamed, N., & Al-Jaroodi, J. (2015). Applications of big data to smart cities. *Journal of Internet Services and Applications*, 6(1), 1-15.
- Bibri, S. E. (2020). The eco-city and its core environmental dimension of sustainability: green energy technologies and their integration with data-driven smart solutions. *Energy Informatics*, 3(1), 1-26.
- Bookchin, M. (1982). *The ecology of freedom*. New Dimensions Foundation.
- Chatterton, P. (2019). *Unlocking sustainable cities: A manifesto for real change*. London: Pluto Press.
- Crawford, K. (2021). *The Atlas of AI*. Yale University Press.
- Cugurullo, F. (2020). Urban artificial intelligence: From automation to autonomy in the smart city. *Frontiers in Sustainable Cities*, 2, 38.
- d'Amour, C. B., Reitsma, F., Baiocchi, G., Barthel, S., Güneralp, B., Erb, K. H., & Seto, K. C. (2017). Future urban land expansion and implications for global croplands. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(34), 8939-8944.
- European Commission. (2020). *A European Green Deal*. Consulté le Septembre, 9, 2021 sur: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)
- Girardet, H. (1999). *Creating sustainable cities* (No. 2). Schumacher Briefings.
- Howard, E., & Osborn, F. J. (1946). *Garden cities of to-morrow: with an introductory essay by Lewis Mumford*. Faber & Faber.

- Lim, T. K., Rajabifard, A., Khoo, V., Sabri, S., & Chen, Y. (2021). The smart city in Singapore: How environmental and geospatial innovation lead to urban livability and environmental sustainability. Dans H. M. Kim, S. Sabri, & A. Kent (Eds.). *Smart Cities for Technological and Social Innovation* (pp. 29-49). Academic Press.
- Nations Unies. (2015). *Accord de Paris*. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur : <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement/the-paris-agreement>
- Register, R. (1987). *Ecocity Berkeley: building cities for a healthy future*. North Atlantic Books.
- Stevens, C.L. 03 Janvier 2020. *Seoul: A World Class Smart City*. Consumer Technology association. Consulté le Septembre, 20, 2021 sur : <https://www.cta.tech/Resources/i3-Magazine/i3-Issues/2020/January-February/Seoul-A-World-Class-Smart-City>
- Smart City Governments. *View 2020/2021 Study. Celebrating the World's leading Smart City Governments*. Consulté le September 9, 2021 sur: <https://www.smartcitygovt.com/>
- Webb, A. (2019). *Cei noua titani tech. Cum va schimba inteligența artificială cursul omenirii*. Editura Globo.
- Yigitcanlar, T., & Cugurullo, F. (2020). The sustainability of artificial intelligence: An urbanistic viewpoint from the lens of smart and sustainable cities. *Sustainability*, 12(20), 8548. doi: 10.3390/su12208548.
- Zhu, Z., Lu, L., Zhang, W., & Liu, W. (2021). *AR6 Climate Change 2021: The Physical Science Basis*. IPCC: Geneva, Switzerland.

# Ecotourisme et développement durable. Le cas de la Roumanie

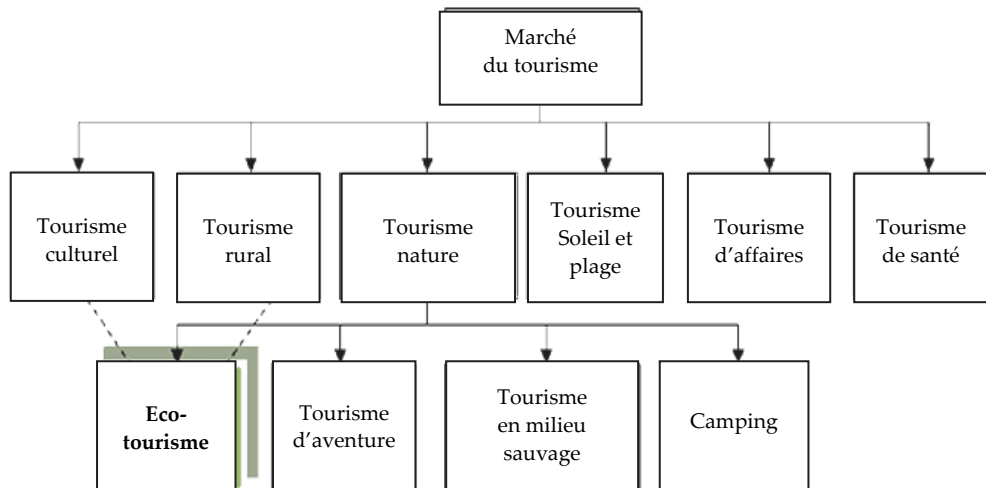
LAVINIA ENACHE

## Le développement durable et l'écotourisme

Le concept de développement durable détermine une réévaluation permanente des liens entre l'homme et la nature et prône la solidarité entre les générations comme la seule option viable pour un développement à long terme (Rădulescu, 2018). L'objet du développement durable est désormais aussi un souci de justice et d'équité entre les États, et pas seulement entre les générations (Bodislav et al., 2019).

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2005), la notion de tourisme durable prend en compte trois aspects importants : *la qualité* – le tourisme durable nécessite une expérience précieuse pour les visiteurs, tout en améliorant la qualité de vie de la communauté d'accueil, son identité culturelle, la réduction de la pauvreté et la protection environnementale; *la continuité* – le tourisme durable assure l'exploitation optimale, la continuité des ressources naturelles sur lesquelles il repose et la préservation de la culture de la communauté d'accueil, avec des expériences satisfaisantes pour les visiteurs; *l'équilibre* – le tourisme durable assure un équilibre entre les besoins de l'industrie touristique, des écologistes et de la communauté locale, avec des avantages économiques et sociaux, correctement répartis, entre tous les acteurs concernés.

L'écotourisme en tant que segment de marché est une industrie petite mais en croissance rapide. L'écotourisme est principalement présenté sur le marché comme étant l'équivalent du tourisme de nature. La figure 1 montre comment l'écotourisme s'intègre dans le marché touristique plus large. Le tourisme d'aventure et l'écotourisme sont présentés comme des sous-éléments du tourisme de nature, tandis que l'écotourisme a des liens plus étroits avec le tourisme rural et culturel que le tourisme d'aventure (Wood, 2002).



**Figure 1.** L'écotourisme comme segment de marche  
(Source : Wood, 2002)

La relation tourisme – environnement est d'une grande importance, la protection et la préservation de l'environnement étant primordiales pour le progrès et le développement du tourisme. L'importance de cette relation mutuelle se reflète également dans les actions positives de conservation ou dans les actions liées à la réhabilitation de l'environnement, mais en analysant aussi les actions destructrices de certaines activités touristiques, telles que : l'utilisation excessive des éléments de l'environnement (eau, air, sol, etc.) à des fins récréatives ou de loisirs, doublée d'une intervention irrationnelle, souvent brutale, de l'homme sur l'environnement et ses ressources naturelles. A cet effet, le développement durable est et sera en harmonie

avec l'environnement, la population et la culture du lieu, afin que son développement se fasse à leur avantage et non à leur désavantage (Moisă & Andronache, 2020). Parmi les premiers à définir ce segment du tourisme figure Hetzer (1965) qui présente les quatre facteurs clés du tourisme responsable: « environnement à impact le plus faible possible, respect de la culture d'accueil, augmentation des avantages pour les populations locales et augmentation de la satisfaction des touristes ».

Selon Weaver and Lawton (2007) les Standards de l'écotourisme concernent la protection et la maintenance de l'écosystème où se trouve l'attraction écotouristique; la protection de la faune, en particulier des espèces menacées ; le maintien des conditions physico-chimiques de la zone ; la préservation de la qualité de l'eau douce et des ressources marines ; aucune contamination de l'environnement (eau, sol et air) ; la conservation de la culture et de l'histoire locales ; l'harmonisation de l'infrastructure avec les caractéristiques du territoire ; la durabilité (Weaver & Lawton, 2007 *apud*. Roventă-Frumușani & Enache, 2020).

**Tableau 1.** Différences entre le tourisme de masse et l'écotourisme

(Source : Dorobanțu & Nistoreanu, 2012)

Caractéristiques du tourisme de masse	Caractéristiques de l'écotourisme
Grand groupe de visiteurs	Petit groupe de visiteurs
Urbain	Rural
Activités de marketing touristique général	Activités d'Eco marketing
Prix moyen afin de pénétrer le marché	Prix élevés afin de pénétrer le marché
Impact sur l'environnement naturel	Impact réduit sur l'environnement naturel
Possibilités accrues de contrôle	Possibilités limitées de contrôle
Management basé sur des principes macroéconomiques	Management basé sur des principes locaux
Relations anonymes entre les visiteurs et les communautés locales	Relations personnalisées entre les visiteurs et les communautés locales
Objectifs de développement général	Objectifs de développement local
Activités de loisir et de divertissement opposées à l'éducation ou formation	Fidélité dans le processus de formation et éducation pour une conduite appropriée pour la préservation de l'environnement naturel
Développement intensif des facilités touristiques	Développement réduit des facilités touristiques

## **L'écotourisme en Roumanie**

L'écotourisme, sous-composante du tourisme durable, est perçu comme un outil efficace de développement durable ; c'est pourquoi les pays en développement l'adoptent désormais et l'incluent dans leur développement économique et leurs stratégies de conservation (Roventă-Frumușani & Enache, 2020). L'écotourisme, en tant que tourisme alternatif consiste à visiter des aires afin d'apprendre, d'étudier ou de mener des activités respectueuses de l'environnement ; il s'agit d'un tourisme basé sur l'expérience de la nature, qui permet le développement économique et social des communautés locales (Roventă-Frumușani & Enache, 2020).

Le développement durable des collectivités locales est à la fois un enjeu et une priorité. Un défi, car une communauté doit être réceptive aux transformations internes et aux changements qui peuvent l'affecter en s'adaptant à ces changements à travers des actions et initiatives stratégiques locales. Une priorité, car le mode de développement de la localité affecte ses chances présentes et futures (Matei, 2004).

Nous allons discuter par la suite les défis présentés dans la question du développement durable et les aspects du développement économique durable dans le contexte roumain. Parmi les auteurs roumains ayant des préoccupations dans le domaine de l'écotourisme, plus précisément dans le sens d'identifier et de caractériser les formes de manifestation du développement durable dans le secteur du tourisme, il y a aussi le professeur Nistoreanu (2010) qui étudie le développement économique et social des espaces naturels protégés écotourisme ; Sava (2010) qui fait des recherches concernant le tourisme dans le contexte du développement régional ; Glăvan (2003) qui développe les concepts de tourisme rural, d'agrotourisme et de tourisme durable ; Mazilu (2010) définit le tourisme comme une relation privilégiée avec le développement durable.

Si l'écotourisme a commencé à prendre forme dans les années 1980, en Roumanie, les programmes d'écotourisme ont une histoire relativement récente. Les premières offres touristiques de ce type ont été créées vers 2000, lorsqu'une série d'initiatives sont apparues dans le domaine de certains parcs nationaux ou naturels (Retezat, Piatra Craiului, Vânători Neamț, Apuseni) ou certains parcs naturels projets de conservation qui ont également une composante écotouristique (Iacobas, 2005 *apud.* Moisă & Andronache, 2020).

La Roumanie possède un capital naturel très varié. Elle est le seul pays du continent sur le territoire duquel se trouvent 5 des 11 régions biogéographiques européennes (alpine, continentale, pannonienne, steppique et pontique). Selon l'Institut National de Recherche et du Développement du Tourisme (INCDT, 2015), les programmes d'écotourisme en Roumanie sont concentrés dans les domaines suivants : le Delta du Danube et Dobrogea (où l'on peut observer des centaines d'espèces d'oiseaux ou faire des promenades en bateau sur les canaux) ; le Parc National Piatra Craiului et les alentours (visite pour les espèces animales et végétales en voie de disparition, ainsi que pour le tourisme équestre, etc.) ; les Carpates (avec de nombreuses zones naturelles protégées, certaines avec le statut de parc national ou naturel avec des programmes axés sur : le tourisme équestre, le cyclisme, la randonnée, etc.) ; les Monts Apuseni (Parc Naturel Apuseni, réserves spéléologiques, géologiques et mixtes : spéléo-tourisme, randonnées thématiques, programmes culturels, etc.) ; la Transylvanie (où l'on peut découvrir la culture saxonne, faire des randonnées thématiques, etc.) ; le Maramureș (attraction touristique et culturelle) ; la Bucovine (renommée surtout pour le tourisme culturel et monastique, associé à l'observation de la nature : faune et flore, randonnées, etc.)

La Société Internationale d'écotourisme a établi les principes suivants qui devraient être adoptés par ceux qui mettent en œuvre, participent et commercialisent des activités d'écotourisme (TIES, 2005 *apud.* Dragomir et al., 2020):



- Minimiser l'impact physique, social, comportemental et psychologique ;
- Développer une conscience et un respect écologiques et culturels ;
- Offrir des expériences positives aux visiteurs et aux hôtes ;
- Fournir des avantages financiers directs pour la conservation ;
- Générer des avantages financiers à la fois pour la population locale et l'industrie privée ;
- Offrir aux visiteurs des expériences mémorables, qui contribuent à sensibiliser les pays d'accueil au climat politique, écologique et social ;
- Concevoir, construire et utiliser des installations à faible impact destructif sur la nature ;
- Reconnaître les droits spirituels et les croyances des peuples autochtones de la communauté et travailler en partenariat avec eux pour renforcer leur pouvoir.

En Roumanie, l'élaboration de critères pour la désignation de destinations écotouristiques est basée sur les directives de l'Organisation Mondiale du Tourisme pour utiliser les normes européennes d'étiquetage écotouristique (EETLS) développées par le réseau ECO DESTINET dans le cadre du projet financé avec le soutien de la Commission européenne (Mazilu, 2017).

Le Delta du Danube vise les quatre conditions préalables à une destination écotouristique, plus précisément, la destination possède un large éventail de ressources naturelles et socioculturelles ; elle est également accessible par tout moyen de transport, qu'il soit public ou privé (train, minibus, voiture propre) ; l'aire géographique dispose également d'un niveau minimum de services touristiques, mais aussi de services publics (Dragomir et al., 2020).

Une autre région écotouristique très connue en Roumanie est la zone de la Bucovine. D'un point de vue touristique, elle possède un large éventail d'attractions naturelles et anthropiques. En Bucovine, l'industrie est trop peu représentée, il y a quelques entreprises de

confection, entreprises forestières, etc., ce qui a entraîné une augmentation du chômage dans la région, et la population a été forcée de se réorienter, et donc de se reconvertir dans le tourisme (Matei, 2011). En même temps, l'existence d'un patrimoine UNESCO d'une valeur incomparable a placé cette destination sur la carte internationale et nationale du tourisme, ajoutant ainsi de la valeur à ce patrimoine, en offrant des emplois qui impliquent les traditions et la culture dans les communautés rurales, représentant un mode de vie simple, en harmonie avec la nature (Tudorache et al., 2019). Dans le cadre du développement de l'écotourisme, un rôle important est joué par les associations qui s'occupent de la protection de l'environnement, comme l'association Wild Bucovina, qui en plus de rechercher et de protéger les écosystèmes organise des visites photographiques et promeut le tourisme durable, travaille en partenariat avec les gardes forestiers dans les parcs nationaux et les aires protégées (Crăciun et al., 2020).

Au cours de deux dernières décennies, l'écotourisme en Roumanie est passé de programmes d'écotourisme isolés proposés par des voyageurs locaux / nationaux à des destinations écotouristiques intégrées, qui sont développées grâce à des partenariats stratégiques (entre les autorités locales, les communautés locales, les propriétaires d'entreprises) et promues grâce aux efforts des collectivités locales ou des associations nationales (Nistoreanu et al., 2011). Les spécialistes Negescu et al. (2019) considèrent aussi que le développement de l'écotourisme en Roumanie est aussi dû aux efforts déployés par l'Association d'écotourisme de Roumanie (AER). Il s'agit d'un partenariat pour la préservation de la nature et du tourisme en Roumanie entre des associations touristiques, des organisations non gouvernementales de développement local et de conservation de la nature, des projets de préservation de la nature et des agences de tourisme. Le concept promu par l'AER est de fédérer les secteurs public et privé dans un partenariat pour la conservation de la nature et le développement d'un tourisme durable.

## **Le profil des écotouristes en Roumanie**

Afin d'identifier le profil des écotouristes en Roumanie, les spécialistes Constantin et al. (2021) ont mené une étude quantitative sur quatre régions écotouristiques en Roumanie : la forêt Craiului ; la Transylvanie ; le Maramureș et Țara Dornelor. Les questionnaires ont été adressés à 1157 touristes durant une année entière. La plupart des touristes interrogés sont des personnes actives (77,5%), avec un revenu moyen (32,7%) et un diplôme d'études supérieures (70,8%), âgés de 30 à 50 ans (56,2%). En ce qui concerne le pays de résidence, la majorité des visiteurs sont des Roumains (79,9%), tandis que les visiteurs internationaux représentent 20,1% de l'échantillon total. En fonction de l'objet de leur voyage, les visiteurs ont été segmentés en quatre catégories : les voyageurs nature (41,7%), les voyageurs culturels (29,5%), les voyageurs loisirs (15,0%) et les voyageurs éclectiques (13,8%). Les voyageurs nature sont des personnes actives qui visitent les destinations écotouristiques pour faire du sport ou pour observer la faune et la flore. Les voyageurs culturels sont principalement intéressés à apprendre d'avantage sur la culture et les traditions et à visiter des églises peintes ou d'autres attractions. Les voyageurs de loisirs sont orientés vers des activités douces comme se détendre dans la cour de la maison d'hôtes ou dans leur résidence secondaire, rendre visite à des amis ou des proches, etc. Les voyageurs éclectiques sont principalement en transit ou visitent les destinations à diverses autres fins, qui ne sont pas incluses dans les catégories mentionnées ci-dessus.

Une autre étude a été réalisée par le chercheur Crețu (2018) au cours de la période 2010-2017. Le groupe cible étant composé de 300 écotouristes : 100 de Hongrie, 100 de Bulgarie et 100 de Roumanie. Sur la base de recherches sur leur comportement, leurs préférences et leur motivation, le chercheur conclut qu'un écotouriste se caractérise par un niveau d'éducation et de formation élevé, un revenu supérieur à la moyenne et disposé à dépenser plus dans une destination lors d'un séjour prolongé. Les écotouristes couvrent un large éventail de

voyageurs de plus en plus motivés à vivre des expériences, intéressés par l'environnement naturel des lieux qu'ils visitent, ainsi que par l'envie de faire connaissance et interagir avec les communautés locales. Ils sont particulièrement attirés par les régions rurales où se mélangent paysages traditionnels et villages. Ils sont en recherche constante d'expériences diverses qui ne peuvent être assurées par les vacances du tourisme de masse. Généralement, les écotouristes veulent des vacances dont le but est de découvrir de nouvelles compétences et de nouveaux talents, vivre de nouvelles émotions à travers leurs différentes expériences.

Pour comprendre les éléments qui déterminent les touristes à choisir une destination rurale qui est en étroite lien avec l'écotourisme, les chercheurs Poruțiu et al. (2021) ont réalisé une étude récente sur la région de Cluj-Napoca, situé dans la région de développement du nord-ouest de la Roumanie. Contrairement au tourisme générique où les motivations des touristes à voyager sont très larges, le tourisme rural est devenu pertinent sur le marché du tourisme en apportant au centre d'intérêt une seule attraction spécifique sur laquelle ils s'appuient, comme le paysage, la vie à la ferme, l'architecture ou l'environnement (Leco, Hernández & Campón, 2013, *apud*. Poruțiu et al., 2021). Le tourisme rural est un type d'entreprise à petite échelle qui est gérée par des populations locales ayant des liens étroits avec la communauté. Un bon programme touristique peut aider les gens à obtenir les informations les plus réalistes et les plus instantanées sur les différentes destinations touristiques. Il peut également aider à stimuler l'économie locale en attirant des visiteurs et en développant les industries touristiques (Zheng et al., 2021), c'est pourquoi cette étude des principales caractéristiques de ces touristes dans les régions rurales était nécessaire. Les résultats de l'étude menée par Poruțiu et al., (2021) montrent que les destinations rurales sont préférées par les touristes qui voyagent principalement en petits groupes de membres de la famille et d'amis pendant la saison estivale. Les établissements d'hébergement

traditionnels tels que les chalets sont le type d'hébergement préféré dans les destinations rurales, car le prix est inférieur en raison des services minimaux fournis. La diversité des options de divertissement était aussi un facteur important dans le processus de choix d'une destination rurale, ainsi que le « prix de l'hébergement », qui était lié au type d'hébergement le plus préféré, le chalet, qui satisfait en même temps les besoins sanitaires des touristes durant la pandémie COVID-19.

### **Prédisposition des milléniaux à l'écotourisme**

Pour les zones rurales, le rythme rapide du changement a apporté non seulement des opportunités mais aussi des défis favorables. Le développement durable des communautés locales roumaines à travers l'écotourisme et le tourisme rural représente une exigence et en même temps une tendance de l'évolution contemporaine (Dorobantu & Nistoreanu, 2012). Il est important de comprendre l'évolution des demandes écotouristiques et les facteurs qui favorisent ces vacances. Les milléniaux, également connus sous le nom de génération Y, représentent une ressource importante pour l'écotourisme, en particulier pour les activités de plein air, offrant un bon potentiel pour le développement futur de cette forme de tourisme. La tendance à dépersonnaliser le lieu de travail et l'environnement ultra-technologique contribue également à une augmentation de la demande de vacances écotouristiques (Foris, 2014).

Les milléniaux présentent un intérêt exploratoire notable car ils sont à l'âge d'être autosuffisants grâce à leurs revenus personnels, ils sont des décideurs indépendants et ils adoptent une volonté accrue d'allouer des dépenses aux activités de loisirs. À l'appui, la WYSE Travel Confederation suggère que les voyages des jeunes génèrent plus de 165 milliards de dollars d'activités touristiques, ce qui représente 200 millions de voyages internationaux par an, soit 20 % du marché total du tourisme international (European Cities Marketing, 2014 *apud*. Kaihatu et al., 2021).

Le chercheur Marin-Pantelescu (2021) étudiant le comportement des jeunes voyageurs face à la pandémie de COVID-19 a souligné le fait que les jeunes voyagent vers des destinations isolées, pour éviter les villes surpeuplées, restent plus longtemps, se font des amis avec les habitants, sont enclins à explorer l'inconnu. Dans cette optique, les jeunes voyageurs stimulent la prospérité et le développement des communautés locales, intensifient les relations amicales avec les populations d'accueil et veillent à la protection de l'environnement et au développement durable. Concernant le type de tourisme préféré par les répondants, sur les 384 questionnaires valides, 164 personnes optent pour le tourisme d'aventure (42,6%) pendant les vacances, tandis que 152 personnes (39,6%) choisissent des vacances en famille et 68 personnes (17,7%) choisissent l'écotourisme pratiqué sur les sentiers de montagne.

### **L'écotourisme roumain dans le contexte de la pandémie COVID-19**

Un autre aspect qui nous préoccupe est que, dans le contexte économique, social et géopolitique actuel, la sûreté et la sécurité sont des déterminants de la compétitivité et de l'attractivité des destinations touristiques (Costea et al., 2017). A l'heure actuelle, la sécurité et le risque perçu sont devenus les principales préoccupations des touristes, en particulier lorsqu'ils ont décidé de voyager pendant la pandémie (Samdin et al., 2021). Selon Higging-Desbioles (2020), la pandémie de COVID-19 peut changer l'industrie du tourisme et les contextes dans lesquels elle opère. Cette crise mondiale au cours de laquelle les voyages, le tourisme, l'hôtellerie et les événements ont été gelés dans de nombreuses régions du monde crée une opportunité de trouver de nouvelles possibilités en ce moment historique de la transformation.

Dans ce sens, Soare (2020) réalise une étude sur l'évolution des flux touristiques et des installations d'hébergement à Suceava et leur possible reconfiguration en raison de la pandémie de COVID-19. Sa recherche a été basée sur les données statistiques disponibles sur le site

de l'Institut national de la statistique de Roumanie pendant environ 20 ans. En comparaison avec l'année 2001, en 2019 nous pouvons remarquer une baisse du ratio de touristes pour les hôtels (51 % contre 78,3 %) et une augmentation du taux de touristes de plus de 30 % pour les catégories des pensions touristiques et agrotouristiques (à 39 % contre 6 %) qui sont devenues importantes dans les préférences des touristes, soit par le prix, soit par leur disposition géographique et leur offre ou par leurs mesures de sûreté et la sécurité sanitaire. Le tourisme rural a prouvé qu'il peut être une bonne base pour les petites entreprises impliquées dans le tourisme de manière directe (attractions et unités d'hébergement) et indirectement (magasins d'alimentation) (Wilson, 2001 *apud*. Soare, 2020).

Matei & Chiriță (2020) ont contribué également à la recherche qui vise le tourisme dans la région de Bucovine avant et pendant la pandémie de COVID-19. Ils ont procédé à une analyse quantitative en corroborant le nombre d'arrivées enregistrées dans toutes les unités d'hébergement en mars, avril, mai et juillet en 2018, 2019 et 2020. Leur analyse révèle que le tourisme dans l'espace rural a enregistré, même dans les circonstances dictées par l'état d'alerte, les augmentations les plus constantes du nombre de touristes. La plupart des touristes préfèrent les chambres d'hôtes agritouristiques, les villas touristiques, les gîtes touristiques ou les chalets loués par des groupes de personnes. Toutes les catégories d'unités d'hébergement mentionnées ci-dessus offrent de bonnes conditions dans les circonstances de la crise sanitaire actuelle, et leurs tailles relativement petites permettent un ajustement rapide à faible coût aux demandes supplémentaires de matériel sanitaire à des fins de désinfection et d'assainissement.

## **Conclusions**

La Roumanie est un pays carpato-danubien-pontique, ce qui lui confère le statut de destination touristique fortement dotée d'un patrimoine touristique naturel. Ainsi, au niveau national, il dispose

d'un cadre naturel particulier : des forêts non fragmentées, plus d'un tiers de la population d'ours, de loups et de lynx en Europe, le paradis unique des oiseaux dans le Delta du Danube, mais aussi des traditions locales authentiques. Compte tenu des atouts que la Roumanie a en concurrence avec d'autres destinations en Europe, l'écotourisme peut être une solution pour restaurer la vigueur du tourisme roumain.

Pourtant, de nombreux autres facteurs doivent être pris en compte en plus de l'environnement naturel-géographique et l'environnement traditionnel-culturel afin de faire une macroanalyse de l'écotourisme en Roumanie, tels que : l'environnement technique et technologique; l'environnement social; l'environnement politico-juridique et l'environnement économique. Ces facteurs seront étudiés dans la suite de cette recherche.

## Références

- Bodislav, A. D., Rădulescu, C. V., Moise, D., & Burlacu, S. (2019). *Environmental Policy in the Romanian Public Sector*. The Bucharest University of Economic Studies Publishing House.
- Constantin, C. P., Papuc-Damașcan, V., Blumer, A., Albu, R. G., Suci, T., Candrea, A. N., & Ispas, A. (2021). Profiling Visitors to Romanian Ecotourism Destinations. *Sustainability*, 13(5), 2958.
- Costea, M., Hapenciuc, C. V., & Stanciu, P. (2017). Tourist safety and security: a factor of the competitiveness of secondary tourist destinations. *Revista de turism – Studii și cercetări în turism*, (23).
- Crăciun, O., Vasiciu, C. G., & Săndulescu, D. (2020). Ecotourism in Bucovina. *LUMEN Proceedings*, 14, 734-743.
- Cretu, R. C. (2018). Analysis of the ecotourist profile in Romania, Hungary and Bulgaria. *Economic and social development: book of proceedings*, 404-413.
- Dorobantu, M.R., & Nistoreanu, P. (2012). Rural Tourism and Ecotourism – The Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 15(1), 259-266.
- Dragomir, L., Dobrescu, A., & Mazilu, M. (2020). Ecotourism certification systems in the Danube cluster area. *Annals of the University of Craiova. Series Geography/Analele Universității din Craiova. Seria Geografie*, 21.



- Foris, D. (2014). Study Regarding a New Dimension of Tourism Phenomenon–The Political–Administrative Dimension. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 1078-1082.
- Glăvan, V. (2003). *Rural Tourism, Agritourism, Sustainable Tourism, Ecotourism*. București: Editura Economică.
- Hetzer, W. (1965). Environment, tourism, culture, *Links*, 1.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623.
- INCDT. (2015). *National Ecotourism Development Strategy in Romania – context, vision and objectives, 2016-2020*. INCDT, Bucharest.
- Kaihatu, T. S., Spence, M. T., Kasim, A., Gde Satrya, I. D., & Budidharmanto, L. P. (2021). Millennials' predisposition toward ecotourism: the influence of universalism value, horizontal collectivism and user generated content. *Journal of Ecotourism*, 20(2), 145-164.
- Marin-Pantelescu, A. (2021). The Young Travellers Behaviour Facing The Covid-19 Pandemic. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 1(23), 17-24.
- Matei, D. (2011). Actul environmental features generated by the tourism in the rural space in Bucovina (Bukowina) – Romania. *International Multidisciplinary Scientific GeoConference: SGEM*, 3, 951.
- Matei, D., & Chiriță, V. (2020). Rural tourism in Bukovina in the face of SARS-COV-2 pandemic. In *Agrarian Economy and Rural Development-Realities and Perspectives for Romania. International Symposium. 11th Edition* (pp. 262-270). Bucharest: The Research Institute for Agricultural Economy and Rural Development (ICEADR).
- Matei, E., (2004). *Ecotourism*, Editura Top Form, București.
- Mazilu, M., Rabonțu, C., & Marinescu, R. (2017). New products and strategies for sustainable tourism in Romania. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(309), 2167-2269.
- Mazilu, M. (2010). Tourism an services from the point of view of the sustainable development. *Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series*. Vol. 3, 1-7.
- Moisă, C. O., & Andronache, B. E. (2020). Perspectives Of The Development Of Ecotourism In Romania. *Annales Universitatis Apulensis: Series Oeconomica*, 22(2), 97-111.
- Negescu M. D., S., Buzoianu, O. A. C., Mitriță, M., & Diaconu, A. (2019). Strategic options for the development of ecotourism in the Dornelor County. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 19(1 (29)), 21-28.

- Nistoreanu, P., & Ghereș, M. (2010). *Turism rural – tratat*. C.H. Beck Publishing House, Bucharest
- Nistoreanu, P., Dorobanțu, M. R., & Țuclea, C. E. (2011). The trilateral relationship ecotourism – sustainable tourism – slow travel among nature in the line with authentic tourism lovers. *Revista de turism – Studii și cercetări în turism*, (11), 35-38.
- Poruțiu, A., Tirpe, O. P., Oroian, C., Mihai, V. C., Chiciudean, G. O., Chiciudean, D. I., & Poruțiu, C. (2021). Analysis on Tourists' Preferences for Rural Tourism Destinations in Romania. *Societies*, 11(3), 92.
- Rădulescu, C. V., Dobrea, R. C., & Burlacu, S. (2018). The business management of distress situations. The 12<sup>th</sup> International Management Conference *Management Perspectives in the Digital Era*, November 1st-2nd, 2018, Bucharest, Romania, 1, 741-747
- Roventă-Frumușani, D. & Enache, L. (2020). Ecotourisme. Dans Roventă-Frumușani, D. & Marinescu, V. (Coords.). *Concepts-Clés de la communication environnementale et du développement durable*, (p. 58). Presa Universitară Clujeană, Cluj.
- Samdin, Z., Abdullah, S. I. N. W., Khaw, A., & Subramaniam, T. (2021). Travel risk in the ecotourism industry amid COVID-19 pandemic: ecotourists' perceptions. *Journal of Ecotourism*, 1-29.
- Sava, C. (2010). *Tourism in the Context of Sustainable Regional Development*, Eurostampa Publishing House, Timișoara.
- Soare, I. (2020). The Evolution of Tourist Flow and Accommodation Facilities in Suceava County and their Possible Reconfiguration due to the Covid-19 Pandemic. *Economics and Applied Informatics*, (2), 180-188.
- Tudorache, D. M., Tudorache, P., & Aștefănoaiei, M. (2019). Unesco World Heritage Sites in Bucovina – An opportunity for the sustainable development of tourism. *Knowledge Horizons. Economics*, 11(2), 91-98.
- UNWTO. (2005). *Sustainable development*. Consulté le Septembre, 5, 2021 sur: <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2007). Twenty Years On: The State of Contemporary Ecotourism Research. *Tourism Management* 28(5), 1168-1179.
- Wood, M. (2002). *Ecotourism: Principles, practices and policies for sustainability*. UNEP (United Nations Environmental Programme).
- Zheng, M. Y., Chen, C. C., Lin, H. H., Tseng, C. H., & Hsu, C. H. (2021). Research on the Impact of Popular Tourism Program Involvement on Rural Tourism Image, Familiarity, Motivation and Willingness. *Sustainability*, 13(9), 4906.



# Formal education for sustainable development in Romanian schools

RODIDEAL ANDA ANCA

## Introduction

“Education for Sustainable Development (ESD) empowers learners with knowledge, skills, values and attitudes to take informed decisions and make responsible actions for environmental integrity, economic viability and a just society” (UNESCO, 2021). The horizon for implementing the sustainable development principles is the year 2030, and one of the most important steps represents educating the population in this direction. This “education for sustainable development” is meant to be formal and informal, addressing people of all ages as a lifelong learning process, but a special attention should be given to young learners and formal learning in schools.

In Romania, the concept of “Sustainable Development” was integrated in the new curriculum through the new national education law 1/2011 (Ministerul Educației și Cercetării, 2011) as a transversal objective, but not as a specific study domain, subject, or even chapter in a manual. In this direction, since 2017 it was introduced a new study subject in the gymnasium, “Social Education”, to be studied from the 5<sup>th</sup> to 8<sup>th</sup> grades, each year, one hour/week. Each year, the school curriculum targets different aspects: for the 5<sup>th</sup> grade “Critical Thinking and Children Rights”; “Intercultural Education” in the 6<sup>th</sup> grade; “Education for Democratic Citizenship” in the 7<sup>th</sup> grade; “Economic and Financial Education”, in the 8<sup>th</sup> grade (ISE, 2017).

This article will analyze how and if the concepts of “sustainable development”, “social economy” and “social entrepreneurship” are studied and explained to Romanian children within formal education. Unfortunately, this year, when the first generations of learners to whom these subjects and the new education law were applied finished the gymnasium, the ministry of education ceased to adapt the curriculum and manuals, offering only some indications to high-school teachers regarding the way they should adapt their didactic methods in order to keep the same line of teaching to these generations. Therefore, our theoretical research will be centered on the gymnasium curriculum, because in high-school, this “Social education” curriculum does not continue, pupils are studying under the “Human and Society” curriculum elaborated before 2010 (ISE, 2017): “Logics and Argumentation” in the 9<sup>th</sup> classes (2009), “Psychology” in the 10<sup>th</sup> classes (2004), “Economics” or “Sociology” in the 11<sup>th</sup> classes (2006) and “Philosophy” in the 12<sup>th</sup> classes (2006).

### **Meanings of the concepts: sustainable development, social economy and entrepreneurship**

As governments became more aware of the issues brought by the social and economic development due to industrialization and capitalism, the concept of “sustainable development” arose as an umbrella for promoting more conscientious actions, so the “development should meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (United Nations General Assembly, 1987). Under this holistic concept were addressed the global challenges within the environmental, social and economic fields, including poverty, inequality, climate change, environmental degradation, peace, and justice. The concept of sustainable development is focused towards the economic development, social development and environmental protection for future generations.

In close connection with the sustainable development, concepts like “social economy” and “social entrepreneurship” were introduced to enforce its application in the economical field. Social economy is the sector that combines economic innovation and performance with the social impact, promoting business friendly to people, the environment, and the community. The idea is to create opportunities (as jobs) to those in need, so they can leave a decent, happy life and to eliminate discrimination and actively promote human rights. In Europe there are 2 million social economy enterprises, representing 10% of all businesses in the EU. More than 11 million people – about 6% of the EU’s employees – work for social economy enterprises. The main objective of any social economic enterprise is to have a social, societal or environmental impact for the general interest, and not to produce money. They are contributing to the EU’s employment rate, social cohesion, regional and rural development, environmental protection, consumer protection, agricultural, third countries development, and social security policies (European Commission, 2021).

The “Social Entrepreneurship” is the “engine” of social economy, uniting the desire for social mission with business in order to create sustainable organizations, which can be set up as nonprofit or traditional companies, with the overall goal to achieve large scale, sustainable and systematic change through new ventures developing, funding and implementing solutions to social, cultural, or environmental issues (Wikipedia, 2021). Social entrepreneurs can include a range of career types and professional backgrounds, ranging from social work and community development to entrepreneurship and environmental science. For this reason, it is difficult to determine who is a social entrepreneur. David Bornstein (2007) has even used the term “social innovator” interchangeably with social entrepreneur, due to the creative, non-traditional strategies that many social entrepreneurs use (Wikipedia, 2021).

Wide implementation of the principles of sustainable development, social economy and entrepreneurship is possible to the

extent that citizens arrive to know and assume the application of these principles in their everyday life. Education is needed in this direction, so that all citizens can get involved, each at his own level. Given the fact that achieving these goals is a long process, expecting to see its effects in a horizon of 10-30 years, it is even more important to educate today's children – tomorrow's adults – to respect and live their lives in accordance with these principles.

In order to rally the Romanian education to these exigencies, in 2011, together with the reform of the education law, an attempt was made to introduce these concepts and principles in the compulsory secondary education, through the subject "Social Education" – one hour / week in all gymnasium classes. We will seek to identify to what extent the concepts sustainable development, social economy, and entrepreneurship are found in the school curriculum. We conducted a research by the method of content analysis based on the units of analysis – the above mentioned concepts and their operationalized forms –, advancing the hypothesis that the more often they are found in the curriculum of "Social Education", the more the education for the sustainable development at the formal level of the Romanian students is realized.

## **Research methodology**

This study was an exploratory research conducted in order to identify the extent to which the term "sustainable development" is explained and / or found in the curriculum of the discipline "Social Education" – grades 5 – 8, in Romania. The concepts were operationalized and the method of content analysis based on the units of analysis – the concepts underlined "sustainable development, economy and social entrepreneurship" – was used.

The concept of "sustainable development" was operationalized based on the 17 goals which almost all the countries agreed to follow (UNDP, 2021). The "social economy and entrepreneurship" concepts

were operationalized based on their definition, trying to avoid the overlapping words (OECD, 2020; European Commission, 2021; Martin & Osberg, 2007).

**Table 1.** Operationalization of concepts

Sustainable development	Social Economy	Social entrepreneurship
Elimination of poverty	Cooperatives	Volunteer
Elimination of hunger	Social enterprises	Social work
Protection of health / well-being	Association / Foundations (NGO)	Community development
Quality education	Mutual societies	Environmental science
Elimination of discrimination	SEN (special education needs)	Social innovator
Respect human rights / children rights	Responsible participation	Social change
Rights and responsibilities	Disadvantaged people	Initiative group
Reduction of inequalities	Community / culture	Inclusion
Intercultural	Economic growth	Initiative spirit
Democratic citizenship	Volunteering	Critical thinking
Environment protection	Social cohesion / cooperation	Responsible decision
Economic growth	Civic behavior/ partnership	Resources
Responsible consumption / production		
Recycling / Reduce / Reuse		

All these terms were searched within the official school curriculum approved in 2017, for teaching the “Social Education” subjects in gymnasium (ISE, 2017). This document is addressed to both teachers and schoolbooks’ authors, being the main guide for the competences that the students should acquire and the content of each learning unit. This document also contains methodological suggestions for teachers, which are not mandatory, but just examples, because flexibility, adaptability and learning individualization are key concepts in this school curriculum. Considering that this document is the basis for developing learning experiences and should contain all the key concepts, in this research was considered for applying the content analysis on it. There were searched all the above-mentioned 38 terms, the operationalization of “sustainable development”, “social economy” and “social entrepreneurship” concepts.



## Research results

The results of searching the concepts related to “sustainability” within the “Social Education” school curriculum prove to be useful for creating an image of the level of education for sustainable development is implemented within the Romanian school curriculum.

**Table 2.** The results of searching the concepts related to “sustainability” within the “Social Education” school curriculum

Concept	No.	Concept	No.	Concept	No.
Sustainable development	1	Social Economy	0	Social entrepreneurship	0
Elimination of poverty	0	Cooperatives	0	Volunteer	4
Elimination of hunger	0	Social enterprises	0	Social work	2
Protection of health / well-being	1	Association / Foundations (NGO)	3	Community development	1
Quality education	1	Mutual societies	0	Environmental science	0
Elimination of discrimination	4	SEN (special education needs)	2	Social innovator	0
Respect human rights / children rights	144	Responsible participation	8	Social change	0
Rights and responsibilities	27	Disadvantaged people	1	Initiative group	7
Reduction of inequalities	0	Community / culture	12	Inclusion	5
Intercultural	48	Economic growth	0	Initiative spirit	7
Democratic citizenship	37	Volunteering	4	Critical thinking	23
Environment protection	5	Social cohesion / cooperation	9	Responsible decision	12
Responsible consumption / production	1	Civic behavior/ partnership	24	Resources	21
Recycling / Reduce / Reuse	3				
<b>Total</b>	<b>272</b>		<b>63</b>		<b>82</b>

The main concepts used in this document are related to: children rights (133), intercultural (48), culture (40), democratic citizenship (37), responsibilities & rights (27), civic behavior (24), critical thinking (23) and resources (21). There are also many others identified within school curriculum, but they appear only few times, meaning it is possible to be

explained and expanded by teachers. Also, there are 12 concepts that were not at all identified, with social economy and entrepreneurship, at the forefront, meaning that the chances to be used by teachers, decrease considerably.

## **Discussions and final conclusion**

This exploratory study, based on the content analysis of the "Social Education" school curriculum aims to discover whether or not the Romanian pupils learn in a formal way about sustainability and its related concepts, i.e. social economy and social entrepreneurship. Unfortunately, these concepts were almost completely absent, and only "sustainability" appears once. However, the operationalized form of the concepts appears more often, proving that at least partial knowledge related to this very actual issues are explained to gymnasium children. Even so, the most presented subject relates with sustainability (rights and responsibilities, democratic citizenship, and intercultural education), social entrepreneurship (critical thinking, responsible decision, resources, initiative groups) and the fewest with social economy (civic partnership, community, social cohesion, responsible participation, volunteering, NGO). There are also some concepts totally missing as: elimination of poverty, hunger, inequities, economic growth, cooperatives, social enterprises, mutual societies, environmental sciences, social innovation or social change, showing the lacks and gaps within the curriculum.

The school curriculum is an official document that guides the learning activities, meaning that teachers and manuals authors should develop learning activities starting from the presented concepts and content, following the acquiring of social competences by the pupils. So, we can presume that the missing concepts could be used, but it depends on every teacher choice, so it remains relative, not compulsory.

As a conclusion, this research proves that Romanian school curriculum is not completely adapted to the actual social issues related

with sustainability, social economy and entrepreneurship, lacking a formal, general education in these directions. As explained above, within high school curriculum there are not at all subjects related with sustainability yet, meaning that pupils in Romania are behind their peers regarding the civic involvement and education. That is why, initiatives as Greta Thunberg's fighting for climate crisis campaign, or many other European initiatives are not popular among Romanian pupils. In the recent years many NGOs offered educational initiatives for increasing education for sustainable development awareness, but they are not compulsory and not all the schools or teachers receive the invitation to implement it, so all remains an extra-curricular activity, offered only to some lucky children.

Even if there are limitations of this exploratory research, it is useful to raise a signal regarding the need to continuously update the school curriculum to the social trends and actual discussions, in order to better prepare our children for the future. Nowadays, during this period when the pandemic forced social changes and adaptation everywhere, there were clarified the perspectives over the gaps and inequities that are increasing the differences between countries and access to resources but also increase the globalization and social cohesion in front of common treats. It is important to offer to all the children actual information about the issues that are discussed worldwide, so they be prepared to work and live happily in the global society. Since 2011, the Happiness World Report has been produced yearly, based on a variety of data collected by Gallup World Poll and published by the Sustainable Solutions Network. In 2021, Romania ranks 46<sup>th</sup> out of 149 countries, meaning that there is more to be done in order to accede to a superior position on "living long and living well" scale (Layard & Oparina, 2021), and for sure, educating young people to adopt the principle of sustainable development in their everyday life is part of the solution.

## References

- European Commission. (2021). *Social economy in the EU*. Retrieved on October 20, 2021 from: [https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy-eu_en)
- ISE. (2021). *Programe școlare în vigoare, Aria "Om și Societate"*. Retrieved on October 22, 2021 from: <http://programe.ise.ro/>
- ISE. (2017). *Programa școlară pentru disciplina Educație Socială. Clasele a V-a – a VIII-a*. Retrieved on October 22, 2021 from: <https://www.ise.ro/wp-content/uploads/2017/01/Educatie-sociala.pdf>
- Layard, R., & Oparina, E. (2021). *Living Long and Living Well: The WELLBY Approach, in "The World Happiness Report 2021"*. Retrieved on October 21, 2021 from: [https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2021/WHR+21\\_Ch8.pdf](https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2021/WHR+21_Ch8.pdf)
- Ministerul Educației și Cercetării. (2011). *Legea Nr. 1/2011 din 5 ianuarie 2011 Legea educației, 2011*. Retrieved on October 20, 2021 from: [https://www.edu.ro/sites/default/files/\\_fi%C8%99iere/Legislatie/2020/LEN\\_actualizata\\_octombrie\\_2020.pdf](https://www.edu.ro/sites/default/files/_fi%C8%99iere/Legislatie/2020/LEN_actualizata_octombrie_2020.pdf)
- Martin, R.L., & Osberg S. (2007). *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*. Retrieved on October 21, 2021 from: [https://ssir.org/articles/entry/social\\_entrepreneurship\\_the\\_case\\_for\\_definition#](https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition#)
- OECD. (2020). *Social economy and the COVID-19 crisis: current and future roles*. Retrieved on October 18, 2021 from: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/social-economy-and-the-covid-19-crisis-current-and-future-roles-f904b89f/#figure-d1e173>
- UNDP. (2021). *What are the Sustainable Development Goals?* Retrieved on October 22, 2021 from: [https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm\\_source=EN&utm\\_medium=GSR&utm\\_content=US\\_UNDP\\_PaidSearch\\_Brand\\_English&utm\\_campaign=CENTRAL&c\\_src=CENTRAL&c\\_src2=GSR&gclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAji0qk0AKJp9eVSjDAi5WmpOfNfIDf5M-p7OVmWLMGYL2g\\_teBoRx522rg4aAs15EALw\\_wcB](https://www.undp.org/sustainable-development-goals?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAji0qk0AKJp9eVSjDAi5WmpOfNfIDf5M-p7OVmWLMGYL2g_teBoRx522rg4aAs15EALw_wcB)
- United Nations General Assembly. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future*. Oslo, Norway: United Nations General Assembly, Development and International Co-operation: Environment. Retrieved on October 22, 2021 from: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- UNESCO. (2021). *What is Education for Sustainable Development?* Retrieved on October 22, 2021 from: <https://en.unesco.org/themes/education-sustainable-development/what-is-esd>
- Wikipedia. (2021). *Social Entrepreneurship*. Retrieved on October 19, 2021 from: [https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_entrepreneurship](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_entrepreneurship)



# **IDENTITIES AND ORGANISATIONS**



# **Can a state fail as a result of a dysfunctional civil service?**

*From failure to social profitability: a sociological  
examination of perceived equity as a result of traditional  
organizational culture specific to the public sector*

**BOGDAN IVAN GRUIA, TEODOR DUMITRACHE AND ANTONIO AMUZA**

## **Introduction**

The rigor imposed by experts, auditors, or controllers renders us passive in the face of the prospect of losing the imagined immunity of authority, despite the fact that many often blame modern society of lacking a debate based on scientific reasoning. The largest social and organizational contradictions are observable in the administrative area, in the public sector. These inconsistencies tend to become more noticeable in activities that border the private sector. When the procedures, workflows, and objectives that govern their activity are exposed in the media domain, civil servants, government officials, and even physicians or educators, find themselves in the limelight. Although transparency is a prominent political issue, the primary concern is decreasing cognitive dissonance rather than sealing the activity. By “dissonance” we mean the gap that every citizen recognizes as a result of the projection of two well-known practices that serve the same objective but are carried out in different ways: the activity of civil servants on the one hand, and the activity of private sector employees on the other. After all, the work process is simplified to performing tasks for the advantage of a beneficiary (customer, citizen, subscriber)



and in exchange for compensation, irrespective of the field of activity or the specific objectives of the job description. By reducing everything to that level of abstraction, which might ultimately reflect a high degree of concreteness for an ordinary person, we can subjectively equalize the actions of a governmental employee and a private sector employee. This is when high levels of distrust, as measured by public barometers or low scores on perceived equity indicators (at the societal level) emerge.

The scale of trust in sociology has a well-defined score that highlights the distance from power (Hofstede et al., 2012). Geert Hofstede created this social construct as an indicator to measure the degree to which individuals within the analyzed society perceive social inequality. In other words, the degree of confidence respondents have in institutions, decisions, approaches, and practices is important for determining the extent to which respondents identify with or share values with the examined entity. When asked how much we trust the decisions of a minister, the activity of a public institution, or even the work of a civil servant, we unconsciously create a comparison with a benchmark. That norm has the meaning that each respondent assigns to it. The responses, however, are homogeneous, and a social barometer, regardless of the selected benchmark, indicates a cultural posture, whether of a generation or of the entire population. According to a research study carried out by Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (The Romanian Institute for Evaluation and Strategy), the level of trust of the Romanian population in politicians, public institutions, and civil servants has hit a historic (negative) low point in the previous 30 years as of September 2021. The score highlights a great amount of irritation and a general lack of patience by correlating this information with an increasingly comprehensive amount of knowledge about the population, its exposure to diversity and indirectly to other practices, to alternatives in general. A low degree of trust translates to a low level of perceived equity and, as a result, the double standard that governs social life. In this context, the present study intends to emphasize, in a nutshell, the details of the activity of civil servants, the legal framework

in which they operate, and a comparison with the current situation in the private sector. Ultimately, the business environment is driven by the need for profit, and without it, both the employer and the employee's professional lives are halted. State institutions serve a variety of purposes, and they are rarely motivated by profit, particularly tangible wealth. Citizens, on the other hand, are asking to what extent does a dysfunctional society have any hope of reform, particularly in the organizational sector, as long as civil services are inadequate, the workforce is oversized, and profitability is modest.

To address these concerns, we will analyze the responsibilities of public and private organizations, then look into a competency model and activity classification, and lastly correlate the technique for evaluating the activity to these organizational models. In this approach, we should be able to develop a model of administrative policy that has the potential to improve citizens' perceptions of social equity.

### **Activity structure**

The purpose of organizational management guidelines (Syed, 2016) is to address faults at the organizational structure level and to use them as instructional material in the creation of new solutions, in order to avoid similar issues in the future. The author of the article Black Box Thinking presents a series of circumstances in the observed organizations in which spontaneous errors, if addressed, might become a source for producing solutions to prevent future barriers. The following types of activity structuring are required for this technique to be applied. First, they must be implemented in the organization at the structural level, and not at the individual level, in order to provide a cohesive progression of objectives from the general, abstract, to the operational level. This guarantees that the activity is integrated at the team level (Hammer, 2001) and that the assessment process is facilitated. As a result, our recommendation is that the development of objectives at the level of public institutions takes into consideration, on

the one hand, the adherence to SMART features, and the selection of a team of employees from the institution, on the other hand. In other words, elaborating objectives at the individual level and collecting them under a single umbrella might be a strategy that encourages the dissipation of responsibility at the group level while reducing task traceability. This draws a high level of bureaucratization (Bauman, 2008) and, as a result, overall organizational and administrative inefficiencies. What is the significance of this metric? We referenced at the beginning of the article an IRES survey that found that 82% of Romania's general populace believes things are headed in the wrong direction, based on data obtained in October 2021 on a representative sample. Of course, trust is described as a social construct, just like any other barometer based on an abstract idea, which opens the door to interpretation by the respondent.

However, regardless of the chronological or political context in which a study is carried out, numerous groups emerge from the plethora of variables that might impact the scores of these barometers. The absence of knowledge (28%) and assurances of adequate services from the administration (less than 20% confidence in public institutions) are identified as distrust triggers in this study. Obviously, in the first phase, public institutions are personified through the voices of politicians, but they are also embodied by their employees, the civil servants. According to Russell (1973), understanding or being able to envisage the benchmark according to which you want to examine the item of interest is necessary for critical evaluation. When it comes to mass perceptions, Gustave Le Bon (2012) points out that people are unable to share a common dream, but they may create a solid, even visceral projection of their own reality and the status quo in which they live. In this respect, the benchmark for representational politicians and loyal staff is likely to be found in a different part of the respondents' existence. The only other option is to stay in a private or family setting. In the latter case, it is doubtful that the milestones, which are ultimately professionalized by the function played in society, will be defined by

the common, almost ordinary personality that one's family may provide. Consequently, it is expected that the experience in the private sector will be one that is laden with a myriad of expectations which weigh down services and social performance (Goffman, 2007) that correspond to everyday demands. Thus, as a result, we will concentrate in the following lines on identifying private sector standards in terms of activity management, organizational roles (when referring to the administration and even the state as a whole), and the auditing of services provided by these professional authorities.

### **Competency model**

In the article "Testing for competence rather than intelligence", McClelland (1973) first defined "competence" in organizational terms, reminding of the individual attributes that might generate performance or success in the sense of articulating this concept. Later, the description came into being as a result of organizational psycho-sociologists Kurz and Bartman (2002), who offered a behavioral aspect to skills, and Cook (2009), who detailed their functional side. They were the first to discuss a sophisticated range of behaviors that eventually served as the foundation for numerous competency models that states used to structure the roles of officials (UK, 2009; Australia, 2014). Cook (2009) focused on the observable properties that underpin activity performance – a rudimentary, but not naive, characterization of performance indicators today. We will study the two models independently in order to succinctly comprehend them, especially in the context of the necessity to reset the administration, but also as an attempt to increase the level of trust in the services provided by its representatives. Behavioral competences are thus collections of behaviors required in the fulfillment of responsibilities in a form determined by those conducts. The functional ones refer to operationalizing professional activity and breaking down performance indicators into actual attributions until this collection of functional or

professional skills overlaps (CPS Human Resource Services, 2021). To put it differently, the distinction between the two competency models is reduced to the questions of what and how. Professional skills, on the other hand, are those that offer the necessary expertise, as well as knowledge, in carrying out work processes (Florea & Amuza 2015). In the last stage of the service delivery process, namely its review or audit, the demand for a twin skills system in the planning and implementation of activities is explained. This will be addressed in the chapter on evaluation, but first we will provide a scientific design of CPS Human Resources, which maps talents using particular sociological methods. In the context of the contemporary professional variety of the labor market, such methods are critical for maintaining the consistency and uniformity of a means of defining roles and indirectly of filling jobs.

The CPS method proposes undertaking a sociological survey based on observation and focus groups, in which the activities performed at the level of the examined and structured entities are extracted using a standardized model approved by the auditing authority. This procedure is required to document the entire activity at a detailed level, or to design it if the researched work is not discovered at the time of analysis. The work analysis process is a type of deconstruction used to comprehend the activity's flows and responsibilities, as well as to identify any overlaps or impediments. Expert groups (Delphi interview method) or the T-groups method, in which professionals are requested to evaluate decisions made by other specialists with comparable responsibilities or roles – the approach is a derivative of conventional focus groups – can validate this type of interpretation in terms of the specific design of the participant selection. The method is repeated as many times as departments or categories of discriminating characteristics define the activity or employee profile of the analyzed entity. The researchers compile analysis reports based on the findings and complete the collected data with recommendations for restructuring or mistake removal depending on the experience of the

professionals participating in the process. The process culminates in the development of suggestions for operating regulations and job descriptions that describe the duties of all entities involved in the assessed activity.

### **Activity assessment**

The procedure as a whole, however, does not come to a conclusion until the audit test has been passed. Using the dual focus group approach, we propose adapting the traditional assessment (quoted) to the specifics of this standard of structuring and organizing activities (characterized by the participation of two rival categories of respondents). The emphasis of this format should be on professional activity rather than the individual. The two expert groups will evaluate the results measured by the performance indicators, correlate the task targeted by the selected KPI with the corresponding role in the organizational chart, and complete the interpretation with an evaluation of the frequency with which the tasks were performed according to desirable behaviors. This type of task monitoring separates the evaluation act from the one-to-one subjective aspects of the assessment. Of course, this was done not in a direct manner. The key to achieving this aim is to divide the audit process into two parts. The first, detailed above, would be controlled by a team of evaluators before linking the positions with the persons. The second, which would begin where the first one stops, would be handled by another group of assessors, maybe even commission secretaries. As a result, the evaluation process becomes more unbiased, and has the ability to attract a better level of performance, as evidenced by the competency models mentioned. Perceived objectivity is defined in terms of equity (Russell, 2016), and equity in turn is one of the dimensions of monitoring described by Hofstede (1996) in his studies.

## Conclusions

Based on the findings of the IRES study, which identified a statistical correlation, but not necessarily a cause-and-effect relationship, between a society's level of trust and its level of perceived equity (as measured by the elements that define this social construct), we can theorize that implementing the proposed competencies and assessment model could result in a social restart. The original inquiry was to uncover ways to improve a state's quality of life by boosting public appreciation of the administration's services. It goes without saying that altering perceptions can only be viewed as a false expectation or manipulation in the absence of concrete measures. As a result, we focused our analysis on measurable topics including processes that can be implemented in existing systems and reinvented workflows to improve outcomes. Our method affects several aspects of the social life: first, we looked at the level of anticipation for change – if there is a significant amount of expectation among citizens and what a reasonable estimate of its development would be. These levels of expectation follow the pattern of the first in a culture marked by skepticism and lack of confidence. To fill the minds of a community with optimism, the proposed solutions for eradicating errors must meet two main criteria: realism (high probability of implementation, historically or statistically validated) and differentiation (to ensure an alternative and thus give the citizens a chance to hope). As a consequence, the procedure is carried out in two stages: the first is the population's mental preparation, and the second is the actual implementation. In this regard, in addition to the study, updates in the field of public communication and message adaptability are required to achieve strategic outcomes. In other lines, we believe that by using this approach, we may pique the curiosity of individuals who want to learn more about how to effectively communicate a solution at the macro-social level and provide the groundwork for administrative management reform.

In the future, we hope to build pilot projects in collaboration with county councils in Romania to pre-test civil servant assessment models using the methodology given in this article and to track any inaccuracies in order to improve the entire approach. The main expectation is that by adopting standards from the private sector, where managers have proven to be effective in monitoring and evaluating employees, and incorporating them as a principle in relevant public policies, we will be able to improve the quality of services provided by the administration, as well as public trust. Our solution is a more likely managerial one, based on scientifically valid CPS models and modern sociological qualitative methodology, and it might be a cost-effective and successful way to reinvent public sector auditing in Romania and other interested countries.

## References

- Bauman, Z., & May, T. (2008). *Gândirea sociologică*. Bucharest: Humanitas.
- Cook, K. S., Levi, M., & Hardin, R. (Eds.) (2009). *Who can we trust? How groups, networks, and institutions make trust possible*. New York: Russell Sage Foundation.
- CPS Human Resource Services. (2021). Industry-leading Employment Testing and Assessment Services Exclusively for Public Agencies. In *Assets, website-files.com*. Retrived on September, 20, 2021 from: [https://assets.website-files.com/6027035e7f04062c01f4cec2/609ace97426639313d0003a5\\_CPSHRTTestCatalog\\_3.9.21.pdf](https://assets.website-files.com/6027035e7f04062c01f4cec2/609ace97426639313d0003a5_CPSHRTTestCatalog_3.9.21.pdf)
- Florea, R., & Amuza, A. (2015). Identifying company values and employee satisfaction in modern organizations – a case study on the methods used to diagnose employee satisfaction and recognize company values. *Annals of Faculty of Economics*, 1, 1165-1171.
- Goffman, E. (2007). *Viața cotidiană ca spectacol*. (2<sup>nd</sup> ed.). Bucharest: Comunicare.ro.
- Hammer, M. (2001). *The agenda: What every business must do to dominate the decade*. London: Random House.
- Hofstede, G. (1996). *Managementul structurilor multiculturale: Software-ul gândirii*. Bucharest: Editura Economică.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2012). *Culturi și organizații: Softul mental: cooperarea interculturală și importanța ei pentru supraviețuire*. Bucharest: Humanitas.



- Kurz, R., & Bartram, D. (2002). Competency and individual performance: Modeling the world of work. In I. T. Robertson, M. Callinan, & D. Bartram (Eds.). *Organizational effectiveness: The role of psychology* (pp. 227–255). Chichester: Wiley.
- Le Bon, G. (2012). *Psihologia mulțimilor*. Bucharest: Antet Revolution.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for “intelligence.” *American Psychologist*, 28(1), 1–14. <https://doi.org/10.1037/h0034092>
- Russell, B. (1973). *The collected stories of Bertrand Russell*. New York: Simon and Schuster.
- Russell, B. (2016). *Eseuri sceptice*. Bucharest: Humanitas.
- Syed, M. (2016). *Gândirea de tip cutie neagră. Cum ia naștere inovația din eșecuri*. Bucharest: Publica.

# **Social fears: impact on the cultural identity of societies**

**AMUZA ANTONIO**

*Motto*

*There have never been so many fears  
that characterize our actions or lack thereof.*

## **Introduction**

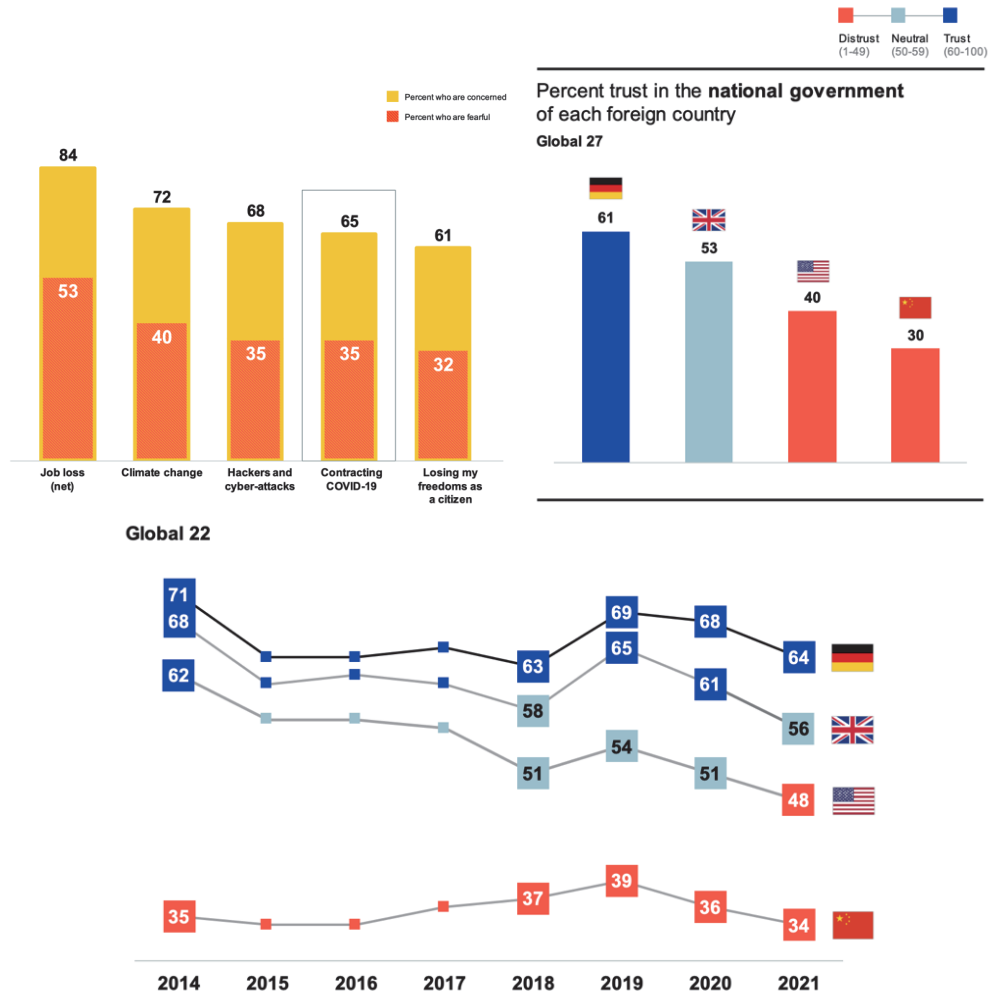
Although fear is rather a universal emotion, it is most often triggered by social factors. However, we do not always recognize or define fears as fears. In a questionnaire applied with the support of IRES – Romanian Institute for Evaluation and Strategy (2016) I checked, as part of the process of developing my doctoral dissertation, what is the degree of authenticity perceived by people regarding themselves or in relationship with others. We treated the results of that study from the perspective of how authenticity is socially constructed, but we did not sufficiently explore the paradox between the scores of the two questions: 80% of respondents considered themselves authentic, but saw others as lacking in authenticity. Imbalance is a common one in reliable sociological barometers. But this is not a sufficient explanation for the results of these questions to indicate such a high level of generalized skepticism – a form of fear of exposure (Brown, LeBeau, Chat & Craske, 2017). All the more so as groups, communities, and social life as a whole are built on trust and predictability (Ritzer, 1993). Healthy relationships between people, despite an obvious imbalance of trust, become only an illusion or a form of social performance (Goffman,

2007) exhausting and with zero long-term stakes. So what is the explanation behind this not at all isolated paradox? When Don Quixote joins Pentapolin's army, Sancho Panza suggests that the two armies, his and the opposing camp, are two flocks of sheep. And yet, the reply comes like thunder – "Only the fear that dominates you, Sancho, makes you see and hear everything on the go. But if your fear is so cruel, step aside, I will lead the camp alone (...)." (Cervantes, 2016). This dual side of fear is also of interest in my analysis – generalized skepticism, lack of mutual trust and therefore shortcomings. Are predictability perceived as fears by those who experience them?

How much trust do you have in state institutions? What about friends? What about the family? When was the last time you took something on your own? Have you ever opened a business? Why does the neighbor earn better? All these questions have one thing in common – they speculate on insecurity. The specificity of social barometers is given by the simplicity and concreteness of the questions. The more clearly they address action and leave no room for interpretation, the greater the chance that the answers will be authentic. The study of fear, on the other hand, requires capturing, with a limited number of items, a whole baggage of emotions, experiences, and meanings that define us as individuals. This is also one of the reasons why, most of the time, fear was the object of study of psychologists. However, my question remains – to what extent can we gather more fears, shared by a large number of people, under the same roof? Most theories that analyze late modernity argue that the mechanisms of social integration dissolve under the impact of fears and anxiety, which become decisive in the formation of groups (Bauman, 2000). What is not surprising, however, in modern studies, is that, although fear plays a fundamental role in our societies, "no sociological analysis fails to explain how integration mechanisms are or can be responsible for its emergence" (Sik, 2020). In other words, why does the display of fear become a criterion for group membership in contemporary societies?

## Fear vs. trust

A state in which the level of trust in public institutions collapses becomes fertile for the emergence of fears precisely because of the impact that distrust has on predictability. We can see better these situations in the data of the Edelman study of 2021 (Bersoff, 2021).



**Figure 1.**  
(Source: Bersoff, 2021)

In 2021, record negative scores were recorded all over the world, as the graphs above show, as a result of several factors that decoupled the states from the usual, predictable trajectory. The biggest fear in the context of the COVID-19 pandemic, but also of the echo of this crisis, felt in the economy and the labor market, was the fear of losing a job. In addition to the fear of losing their jobs, cyber attacks, climate change, illness with COVID-19, and the loss of civil rights were also indicated. Of those who mentioned job loss as their first fear, 53% are really scared of this possibility, the others (84%) consider themselves only alert, according to the barometer invoked.

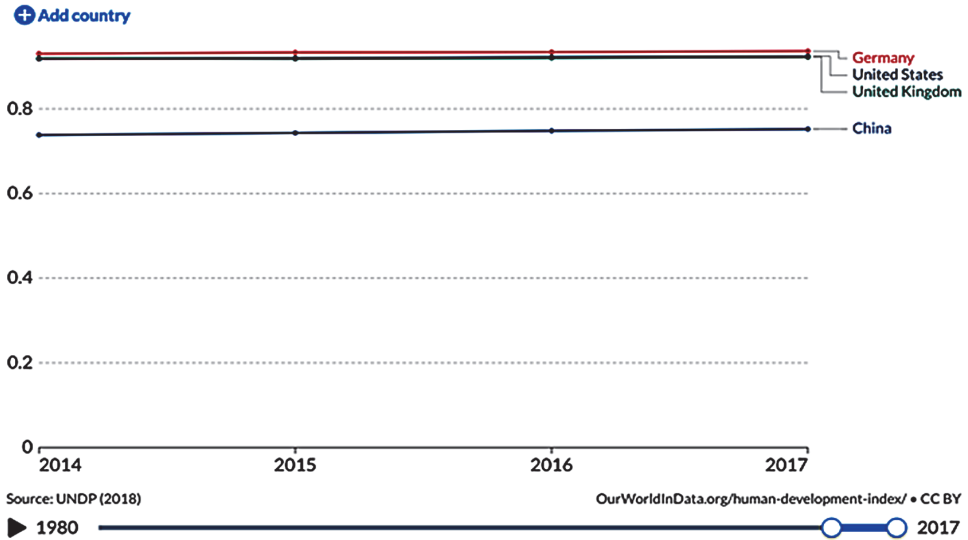
Lack of predictability is a trigger for fear because, in its absence, logic is no longer a tool for managing life, resources can no longer be planned, and the inevitable becomes probable. The main problem of the unknown is its disarming character. In the face of surprising scenarios, unpredictable experiences, actions and reactions are rather chaotic, focused on survival and massaged at the base of Maslow's pyramid. Predictability leads to construction, and its lack naturally leads to deconstruction. In a society in which the level of trust is low, the population reacts skeptically to social stimuli: change of governments, presentation of government programs, calling for a vote, an invitation to solidarity. We say, therefore, that social fears rather attract a lack of involvement, numbing the reaction.

### **Social fear and cultural effect**

We saw in the previous graphics a model of ranking the states according to the confidence levels reported by the population, on the Edelman barometer (Bersoff, 2021)). Models of this type, although diverse, tend to order the states according to the same pattern, regardless of the index analyzed.

### Human Development Index, 2014 to 2017

The Human Development Index (HDI) is a summary measure of key dimensions of human development: a long and healthy life, a good education, and having a decent standard of living.



**Figure 2.** Human development index – 2014-2017  
 (Source: Our World in Data, 2021)

The table above highlights the hierarchy of the same states as those presented in the Eldelman barometer, and the order is maintained, this time the analysis focusing on the level of human development of the state (Our World Data, 2021). Of course, the data presented in this article are too few to report a valid correlation, but we can say that there is a fairly high probability that at least one of the variables influences the way states are organized and positioned, depending on socioindicators, economic objectives pursued, to be cultural. In other words, we can say that the cultural imprint can influence how the members of society position themselves or act to a stimulus that generates distrust or fear. In this context, social fear can, in turn, become a stimulus or effect for the construction of cultural identities. Crowd psychology (Le Bon, 2012) tells us that fear unites in the face of the need to eliminate danger, and placed in the context of the analysis of the cultural imprint, in the genesis of fears, can make us say that the attitude of a community, a state, can be shaped depending on the fear they manage at the social level. In the context where the levels of

indicators measuring fear or distrust are increasing, and this is not due to an increase in the level of danger or social erosion (Elchardus et al., 2008), we assess that the contemporary expansion of fear can be explained in the form of a level of susceptibility stemming from structural transformation (Sik, 2020). “Empirical research on the social construction of fear helps to refine these theoretical conclusions: background analyzes of fear culture are related to different models of negative motivation for cooperation” (Sik, 2020, p. 14). Such a conclusion proposes a comprehensive approach to how susceptibility, which stems from the structural transformation of communities, is exploited by the mechanisms that are responsible for producing and spreading fear of the members of a community to overcome an obstacle created by mistrust it’s or even fear. The first forms of the social construction of fear were captured in the study of the impact of the media on groups. If in the beginning, the mechanisms responsible for producing and spreading fear were politically speculated, in turn, these practices diminished, through transparency. The television initially loved and received with appreciation in households, has become more and more often a blasphemous and duplicitous character. We see similar effects, in the way in which the emphasis shifted from manipulation, on relevance, in the study of advertising (Subramanian, 2017), but also of journalistic information. An entire generation has studied the communication strategies used by marketers in the sense of skepticism about the mechanisms for adapting messages to people's needs. The topic of fake news still resonates in today's society, although it loses energy under the siege of verifiable information. This stage of the evolution of fears and especially of how they were used opens a new chapter, that of the history of the construction of modernity. I chose to address this issue to place in an evolutionary context and with several sociological paradigms of how fears metamorphosed with the structural transformation of states.

### **The impact of fears on the establishment of modernity**

Classical modernity is a term constructed retrospectively, by reference to the new era characterized by the disappearance of social integration mechanisms, which initially removed the premodern ones.

As theological knowledge was replaced by scientific knowledge, the representative public sphere was transformed into the bourgeois sphere (Sik, 2020), and the effect was closely linked not only to the emergence of uncertainties and worries, but also to a new feeling: order and security. In relation to this transformation, mass membership in this new way of interpreting life has become not only desirable, but mandatory. Consequently, despite the deconstructive impact, classical modernity has created its own "tradition", which was based on formal knowledge instead of background dogmas and maintained by experts instead of tutors (Giddens, 1994). Today, new gaps are developed in places where the explanation has not reached, so with the absence of explanations new fears develop, and the level of skepticism also increases, in relation to the evolution of life and, implicitly, of predictability towards it. Society needed a barricade in the face of fears, and solidarity was reconfigured, and this time with the emergence of a legal-bureaucratic world (Weber, 1946) that increased the level of trust through accounting. Social actors and the characteristics of the new society come to strengthen the positive motivation for cooperation. In other words, keeping records and social relationships capability by which people can work together. The cost of a legal-bureaucratic world was explained by another sociologist (Durkheim, 1997), through the concepts of anomie or injustice and the loss of meaning, indicators by which the personal suffering of the citizens of the new world is measured. Consequently, threats of mechanical solidarity or domination based on limited rationality remain real regardless of how society has changed, and with it the fears expressed by their members. Based on these diagnoses, it can be argued that classical modernity is characterized by a delicate balance of positive and negative motivations for cooperation, which is the phenomenological structure of the era: the first is imposed by results, but overshadowed by new challenges. The trace is strengthened by the coexistence of old mechanisms. Consequently, such a balance depends on maintaining achievements, treating pathologists and integrating old practices (Sik, 2020).



The timing of late modernization is closely linked to the process of colonization, and although Habermas (1984; 1987) never provided a substantial analysis of the empirical consequences of colonization, they can be reconstructed based on Beck and Castells' theories (Beck, 2009; Castells, 2011) that the emergence of unmanageable risks and capitalist networks global information also expresses the self-destructive potential of instrumental rationalization. In other words, the two authors distinguish between risk management and industrial production, although the two are defined by mutual reporting: In industrial societies, there have been risks arising from human activity (pollution or economic crises), along with attempts to manage them. by experts capable of measuring and counteracting them (e.g. public health care and social security services). However, in the second half of the twentieth century, this formula changed: new risks arose from human activity (nuclear energy, genetic technology), which were no longer manageable through existing procedures based on knowledge and assurance. specialty. Such a transformation affects each level of trust in institutions, but also the level of social integration. If in classical modernity, the problems of experts were part of the political debates, as national attempts at risk management became inadequate, there was a need for global countermeasures. The boundaries between classes or status groups are blurred, and ideologies based on such distinctions lose their relevance. In addition, says Sik (2020), the patterns of individual life become unpredictable, increasing again the level of distrust in authorities and institutions that, in the past, managed to guarantee the predictability of citizens.

## **Conclusions**

Presently, we have seen that societies around the world face various problems of trust, barometers show high levels of skepticism about the actions of the state or experts, and predictability comes to be questioned again. In the past, the impact of technological developments, the way society is structured or even the response through solidarity to

these problems have been markers of the change in the socio-economic paradigm of states. Today, we live in a society where fears are reconfigured, and institutions, experts and information fail to guarantee a secure future for citizens who have developed different coping mechanisms at distinct times in individual evolution. My analysis tries to present, in short, some signals of the post-post-modern society in which the current social fears trigger processes of organic solidarity and announce the possibility of a new social order and reconfiguration. Fear of job loss, COVID-19 disease can be placed in the paradigm of socio-economic or health crises somewhat cyclical in history, fear of climate change and cyber attacks are indicators of the impotence of state institutions, configured on old models of development and which they fail to guarantee citizens a more secure or at least predictable future.

Understanding fears and studying them in relation to people's actions of organic solidarity can be one of the modern areas of sociology development and can provide the researcher with an active role in managing risks and increasing the quality of life felt by citizens globally.

In conclusion, my article is a proposal to focus the attention of researchers in sociology on an area that, analyzed in connection with quality of life monitoring barometers, can support the anticipation and even resolution of identity crises.

## References

- Ambroz, M., & Bukavec, B. (2015). Fears of a modern society. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 8(1), 163-179.
- Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity.
- Beck, U. (2009). *World at risk*. Polity.
- Bersoff, D. (2021) *Edelman trust barometer*. Retrieved on October 20, 2021 from: <https://www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer>
- Brown, L. A., LeBeau, R. T., Chat, K. Y., & Craske, M. G. (2017). Associative learning versus fear habituation as predictors of long-term extinction retention. *Cognition and emotion*, 31(4), 687-698.
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society* (Vol. 12). John Wiley & Sons.

- Cervantes, M. (2016). *Don Quixote*. Simon and Schuster.
- Collins, A. (2018). *The Global Risks Report 2018*. World Economic Forum. Retrieved on September, 12, 2021 from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GRR18\\_Report.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GRR18_Report.pdf)
- Dâncu, V.S. (2009). *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Cluj-Napoca: Editura Eikon.
- Delumeau, J. (1978). *La Peur en Occident*. Paris: Librairie Arthème Fayard.
- Delumeau, J. (2020) *Frica în Occident. Secolele XIV – XVIII. O cetate asediată*. Editura Art.
- Durkheim, E. (1997 [1893]) *The Division of Labour in Society*. New York: The Free Press.
- Elchardus, M., De Groof, S., & Smits, W. (2008). Rational fear or represented malaise: A crucial test of two paradigms explaining fear of crime. *Sociological Perspectives*, 51(3), 453-471.
- Giddens, A. (1994) Living in a post-traditional society. In U. Beck, A. Giddens, & S. Lash (Eds.). *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. (pp. 56–109). Cambridge. Polity Press.
- Goffman, E. (2007). *Viața cotidiană ca spectacol*. (2<sup>nd</sup> ed.). Bucharest. Comunicare.ro.
- Habermas, J. (1984). *Theory of Communicative Action, Volume One: Reason and the Rationalization of Society*. Boston, Massachusetts; Beacon Press.
- Habermas, J. (1987). *Theory of Communicative Action, Volume Two: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston, Massachusetts; Beacon Press.
- Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (IRES). (2021). *Vaccinarea împotriva COVID-19*. Retrieved October 20, 2021 from: <https://ires.ro/articol/433/vaccinarea-impotriva-covid-19---barierele-care-stau-%C3%AEn-fa%C8%9Bavaccinarii-%C8%99i-disponibilitatea-romanilor-de-a-%C8%99i-schimba-p%C4%83rerea.-ce-cred-tinerii>
- Le Bon, G. (2012). *Psihologia mulțimilor*. Bucharest: Antet Revolution.
- Our World in Data. (2021). Human Development Index. Retrieved October 20, 2021 from: <https://ourworldindata.org/human-development-index>
- Sik, D. (2020). Towards a social theory of fear: A phenomenology of negative integration. *European Journal of Social Theory*, 23(4), 512-531.
- Subramanian, K. R. (2017). Impact of social changes on the role of advertising. *International Journal of Trend in Research and Development*, 4(3), 26-31.
- Weber, M. (1946). Science as vocation. In H. H. Gerth, & C. M. Wright (Eds.). *From Max Weber: Essays in Sociology*. (pp. 129–149). NY: Oxford University Press.

# **Mobility – reflecting upon the impact of its envisioned sustainable future**

RAMONA MARINACHE

## **The dream of a mobile life, soon to become immobile**

The future is bright, the future will bring solutions to our problems, the future is full of unlimited possibilities are just some of the ways in which our modern societies have referred to the years to come. This happened until two years ago when everything in the western world was placed on hold, into a continuous present in order to find solutions to the declared world pandemic. Since March 2020, the pandemic has started to be viewed as a failure of the modern ways of living, by changing the view from a more optimistic perspective such as: producing, consuming and travelling, the emergence of a new view about the future, the appearance of “the future will be bright only if we change”, to “there won’t be any future”, the Earth will die, children will no longer have a future on Earth, humans, plants, and animals will no longer be able to exist on Earth. I won’t focus here on the scientific basis of this doomed image of life on Earth. In the present chapter I will only reflect upon the–measures presented to be saving for our future as humans and for our planet.

The main measure presented in almost all global discussions on reducing the climate change refers to reducing the CO<sub>2</sub> emissions for which humans are responsible by replacing the energy obtained from burning fossil fuels with “green” energy obtained from the Sun, wind, water, hydrogen and nuclear exploitations. These measurements

weren't new for the futurologists and prospective scientists, which have been discussing them for decades, but were somewhat new for the public as the "need for change" was announced by world leaders as being "mandatory".

A rapid literature review of the current plans on ways to reach the level 0 of CO<sub>2</sub> emissions produced by humans reveals the focus on the type of fuel used by humans to produce the energy needed in industries and for household use in view of four future scenarios: electric future, nuclear future, hydrogen future, mixed future. These found trends and dimensions are the ones noticed after a first read of the specialized literature, and they are not the only ones. The purpose of the exercise of thought performed in this chapter is only to highlight some social and economic consequences of the changes the people would have to make if the agenda 0 emissions of CO<sub>2</sub> is embraced by most of the world's countries. Thus, in the following paragraphs I will shortly present the principal characteristics of the two identified dimensions.

## **Type of fuel**

One of the major ways in which people's CO<sub>2</sub> emissions are thought to be reduced rapidly is by changing the way we produce the energy we use for our mobility by replacing fossil fuels like electricity, nuclear fuel or hydrogen.

A look into the "electric future" reveals a world in which all the technologies used in our everyday life would be electric – from the vacuum cleaner to the washing machine, from the personal scooter to the personal car, or from the bus to the train and airplane, everything would be powered by electricity. It seems to be a good future in which you just need to replace your diesel car with an electric car, you would just plug in the car once you arrive home being relieved of the hustle of going to a gas station. But, there are a lot of changes presented by this future, which need to be taken into consideration before embracing it as

the best future for our societies. Let's take a look at auto-mobility – (1) the electric vehicles are expensive – *Dacia Spring* starts at 18 000 euro and is one of the cheapest one on the market with prices going up to 60 000 euro, not taking into consideration the luxury electric cars with starting prices situated around 80 000 euro. (2) Another problem that needs to be taken into consideration is that the batteries needed in order to build electric vehicles are made of lithium, rare earth – a very limited recourse situated mostly in China. (3) The batteries have a life time dependent of the way the car is used and charged and on the climate in which it is used. For example, the tests done by the US Department of Energy's National Renewable Energy Laboratory came to the conclusion that in extreme climates the batteries will last between 8 and 12 years (Kuchta, 2021). After this period most of the batteries are hard to recycle and there is the need to change the way they are made. (4) The batteries are very inflammable at impact and the fire is hard to put off. (5) The current technologies that produce green energy are unable to produce the amount of electricity needed for all the vehicles as electricity would still be needed for industrial production and household uses. (6) The technologies for producing green energy like solar panels and wind turbines – have a big carbon foot print in their production process, they have a short life time and most of their parts can't be recycled – for example, there are numerous graveyards for wind turbines blades as at this point it is hard to recycle them and they end up buried. Another example is that of solar panels – building solar panels require silicon and doubling the number of solar panels built would lead to an increase of up to 25% of the current CO<sub>2</sub> emissions. A great article on this topic was written by Susmita Mukherjee and P.B. Ghosh (2012) – the conclusion of their study was that:

The study clearly highlights a comprehensive method of calculation for assessing the amount of CO<sub>2</sub> generation during preparation of silicon wafers used as PV cells. From the above discussion, it can be inferred that during large-scale solar power generation, there will be significant impact on the environment. This article may serve as a reference in the research towards reducing CFP in solar energy generation technology. The amount

of CO<sub>2</sub> generation has been calculated here is direct generation, but there is enough of indirect CO<sub>2</sub> generation, and this leads to further scope of work in terms of indirect CFP generation involved in this process which is not considered here. (Mukherjee & Ghosh, 2012, p. 4)

Another possible future of our energy is presented to be that of Hydrogen. There are three types of hydrogen depending on the way it is produced – grey hydrogen, produced from natural gas and the emissions are freed into the atmosphere; blue hydrogen produced from natural gas, but the CO<sub>2</sub> is stored underground and green hydrogen produced using green power and water. The Hydrogen future takes into consideration mostly blue and green hydrogen. This future is one in which all vehicles are powered by hydrogen, either directly or by producing electricity through the use of hydrogen. This future has three main challenges: (1) If the vehicles are directly powered by hydrogen, the technology is even more expensive than the technology used in electric cars. (2) The vehicles powered by hydrogen are more inflammable than the electric ones and the consequences of a fire taking place in a vehicle powered by hydrogen can be noticed since the Hindenburg disaster – it was the spring of 1937, when a German airship powered by hydrogen caught fire and in seconds it was completely destroyed by fire (the film of the disaster<sup>4</sup>). (3) The third and biggest problem is that hydrogen is a gas obtained from water and water is a limited resource as it is needed for peoples' existence either directly by drinking it, or indirectly for the agricultural industry and for hygiene. The amount of water needed to produce hydrogen is about 10 tone of water to obtain one tone of hydrogen.

In a “nuclear future”, small vehicles are electric and the electricity is produced by using nuclear power, and big vehicles are directly nuclear powered – we already have examples of small vehicles using nuclear power – for example the rovers sent in space in order to explore Moon's surface, and Mars surface are nuclear; big vehicles –

---

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=CgWHbpMVQ1U>

submarines and nuclear powered ships travel the oceans of the Earth. One of the biggest challenge is that of radiations – either radiations from the nuclear plant and/or the technology using it (see for the example the nuclear submarines used by the USA and Russia in the North Sea and all the accidents that took place there), or the radiation that come from the nuclear waste, and in this respect you can see for example the documentary “Atomic Home Front” (2018).

The “mixed futures” combine electric/hydrogen/nuclear –with electricity produced using wind, solar and nuclear power and having electric vehicles. The challenges are all the above combined. To this one it is also added “the future of virtual travelling”, where there are few electric vehicles shared by communities. The challenge we have to face is that the mobility inequalities would be even bigger than today, especially if we will have an implementation of carbon foot print credit and/or of a carbon market on which some could buy or sell their share of CO2 emissions. A detailed proposal of the carbon credit system was made by the private companies that form the World Economic Forum.

### **Questions for the future**

What to remember from a quick look into the possible consequences of putting in place the current measurements considered as being the only ones that can save our planet? The first thing to have in mind is that the futures presented above aren’t given, “actors seek to perform or produce a future, and this can be realized as a self-fulfilling prophecy” (Urry, 2017, p. 189); and “the future is never a simple prediction or smooth extrapolation from what is happening in the present” (Urry, 2017, p. 190).

Furthermore, all the utopic visions of the future can become pure dystopian realities if not enough thinking is put into the unexpected consequences of measurements thought to reduce to 0 humans part of the global climate change.



## References

- Kuchta, D. M. (2021). *How long do Electric Car Batteries Last?* Retrieved October 28, 2021 from: <https://www.treehugger.com/how-long-do-electric-car-batteries-last-5184926>
- Mukherjee, S., & Ghosh, P.B. (2012). *Estimation of carbon credit and direct carbon footprint by solar photovoltaic cells in West Bengal, India.* Retrieved October 22, 2021 from: <https://academic.oup.com/ijlct/article/9/1/52/665521>
- Pathé News. (2011). *Hindenburg Disaster: Real Zeppelin Explosion Footage (1937)* Retrieved October 28, 2021 from: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=CgWHbpMVQ1U>
- Urry, J. (2017). *What is the Future?* John Wiley & Sons.
- World Economic Forum. (2020). *What are carbon credits and how can they help fight climate change?* Retrieved October 20, 2021 from: <https://www.weforum.org/agenda/2020/11/carbon-credits-what-how-fight-climate-change/>

# **Participatory culture and entrepreneurship. Crowdfunding in business development**

ARABELA BRICIU

Since its inception in 1988, Internet has evolved and developed new types of interaction mediated by technology between individuals. The main factors that facilitated and influenced globally the interaction and connectivity between individuals are global access to internet services, the evolution of Web through the transition from web 1.0 (static web) to web 2.0 (collaborative web) to web 3.0 (semantic web) and web 4.0 (symbiotic web), high speed internet and the development and accessibility of the mobile devices.

Allegedly, there are more than four and half billion Internet users, this represents more than 60% of total population. The average daily spent using the Internet by each internet user is six hours and 54 minutes (almost seven hours). And as Internet has become a first-rate arena where symbolic, economic, and cultural contests are disputed, the business sector transfer or broaden its activities to online.

Participatory culture is a concept firstly introduced by Henry Jenkins in 1992. His perspective involved the modified content produced by fans “who transform the experience of watching television into a rich and complex participatory culture” (Jenkins, 1992, p.23). Afterward, he described the concept as the culture “in which fans and other consumers are invited to actively participate in the creation and circulation of new content” (Jenkins, 2006, 290), that it’s “about an ethos of ‘doing it together’ in addition to ‘doing it yourself’” (Jenkins, Ito & boyd, 2016, p. 181).

According to this perspective, consumption becomes production and reading becomes writing, while spectator culture becomes participatory culture. This is an alternative to the power of mass media as digital technology becomes more accessible and the power shifts between media industries and their consumers. Thus, the participatory culture represents the “site of convergence between production, consume and content” (Ciszek, 2013, p. 187), as it “mingles users and producers in processes of producing, modifying and distributing artefacts” (Schäfer, 2011, p. 67).

Over time, participatory culture was associated with concepts such as social contribution, social collaboration, and collective knowledge. Nowadays, it remains an interdisciplinary and emergent academic field. It evolved in various fields of study such as: Media Studies (Carah & Angus, 2018; Noguera et al., 2013), Cultural studies / Art and esthetics (Siegenthaler, 2013; Kuusela, 2018; Swiss & Burgess, 2012), Branding and marketing (Burgess & Jones, 2020), Public relations (Ciszek, 2013; Curtin & Gaither, 2007; Tombleson & Wolf, 2016); Organizational Studies (Deuze, 2008; Dumont, 2015) and so many others.

### **Participatory culture: general aspects**

The term of participatory culture is complex and ambiguous, as it refers not only to culture, but also to participation. Culture was defined by Williams (2001) as: “a description of a particular way of life, which expresses certain meanings and values not only in art and learning but also in institutions and ordinary behaviour” (Williams, 2001, p. 57). Consequently, culture stands as a foundation of the social system and for the interactions between individuals. According to Curtin and Gaither the meaning is structured in the circuit of culture, a process with five stages: “regulation, production, consumption, representation, and identity – that work in concert to provide a shared cultural space in which meaning is created, shaped, modified and recreated” (Curtin & Gaither, 2007, p. 38).

Carpentier (2011) thinks that participation has always played a crucial role in our contemporary societies – and it's embedded in our political realities being the object of a long political-ideological struggle. It is a structurally unstable concept with close connection to power, identity, organization, technology, and quality. Participation involves a power dynamic – this makes it different than the simple social interaction or representation. Therefore, it's logical that some authors, such as Fuchs (2017) links participation directly to participatory democracy.

According to Schäfer, there are two types of participation in the online environment: explicit and implicit. The first is direct and conscious being “driven by motivation, either intrinsic or extrinsic ... [and it] is heterogenous and concerns users who range from unskilled novices to professional programmers and come from the most diverse contexts” (2011, p. 51). The skills, abilities, and the motivation to participate are manifold. It regards content creation and reshaping, setting trends, collaboration, distribution, and diffusion of cultural products. The second one “is channeled by design, by means of easy-to-use interfaces and the automation of user activity processes” (Schäfer, 2011, p. 51). On the Internet the implicit participation it's driven by the software's (applications) algorithms that are focused on the user behaviour. This type of participation does not require the direct implication of the user such as generating content, communication, or collaboration with the other users or within the platforms.

### **Participatory culture: theoretical evolution**

In the “Participatory Cultures Handbook”, Delwiche and Jacobs Henderson (2012) listed four stages in the evolution of participatory culture studies: the emergence phase (1985–1993), the waking up to the Web phase (1994–1998), the Push-button Publishing (1999–2004) and the Ubiquitous Connections (2005–2011). For each phase, the authors recognized some major academic works that were essential in the

development of the concept, even if they didn't explicit use the term participatory culture. Each stage is closely related to the development of mass communication, mainly with the Internet development.

The emergence phase is bound with the development of the first virtual communities and computer networks and with academic research regarding media audiences. Fiske (1987) and Jenkins (1992) studied how television audiences shape their own meanings of cultural products. Fiske concludes that in a "semiotic democracy", the success of television "depends upon its ability to serve and promote the diverse and often oppositional interests of its audiences" (1987, p. 326). The same idea is supported by Jenkins (1992), who analysed how fandom transforms the media content by producing new cultural products. He challenges the theories that regard mass audiences as passive, arguing that fandom "prove that not all audiences are passive" (Jenkins, 1992, p. 293). In the meantime, Rheingold (1993) formulated the term virtual community referring to the development of the on-line networks and relationships in the cyberspace.

The waking up to the Web phase regards the rapid transformation of the Internet between 1994 and 1999. In this period the Net it's becoming more accessible to a growing number of users around the world. The Internet interface, some web-browsers and the internet pages are developed, and they facilitate fast communication at long distances between internet users. Castells (1996) called this the information technology revolution and the beginning of an information age for a networked society. A new type of capitalism emerged, based on information and knowledge. This produced changes in all the aspects of the human life, such as how we live, think and act. In the meantime, researchers such as Turkle (2011) and Baym (2010) begun studying the behaviour and interaction within virtual worlds, demonstrating "that the practices and cultural expressions" of the fans, gamers and "amateur publishers, were both interesting and important" (Delwiche & Jacobs Henderson, 2012, p. 6).

The Push-button Publishing stage brought new user-friendly publishing systems (*i.e.*, Blogger, LiveJournal), media platforms (*i.e.*, Napster, EverQuest, BitTorrent, Flickr), virtual world (e.g., Second Life) and new social network sites (*i.e.*, Friendster, MySpace, Facebook). Thus, with all these platforms and services, the communication, interaction, content creation and sharing become easier. Furthermore, the number of internet users increase each year, so these platforms are more populated. More fan culture studies are developed (Delwiche & Jacobs Henderson, 2012, p. 6) and the idea of collective potential is further considered as there's an interdependence and a causality between collective intelligence and human development (Levy, 1997), as individuals "cooperate in ways never before possible because they carry devices that possess both communication and computing capabilities" (Rheingold, 2002, p. xii).

Therefore, as diverse individuals with different levels of knowledge, information and skills connect and share information they learn more, as digital communications, and information technology "promote the construction of intelligent communities in which our social and cognitive potential can be mutually developed and enhanced" (Levy, 1997, p. 17). This connectivity and cooperation bring not only progress to smart mobs but also vulnerabilities, as:

more people use mobile telephones, more chips communicate with each other, more computers know where they are located, more technology becomes wearable, more people start using these new media to invent new forms of sex, commerce, entertainment, communion, and, as always, conflict (Rheingold, 2002, p. 182).

In the last stage, one of the ubiquitous connections, new media technology developed and reached more people, as mobile devices became globally accessible, and platforms expanded their tools. Users manipulate the platforms to their own interests, as new opportunities for interaction, communication and cultural exchange appear. In this context, the idea of participatory culture with its potential and challenges is further expanded.

The participatory culture is not utterly about the user generated content, but also about the production and circulation of cultural materials. Besides, it is about how cultural and social protocols shape the audience engagement (Jenkins, 2006, p. 290). As Jenkins defines it,

participatory culture is one which embraces the values of diversity and democracy through every aspect of our interactions with each other – one which assumes that we are capable of making decisions, collectively and individually, and that we should have the capacity to express ourselves through a broad range of different forms and practices (Jenkins et al., 2016, p. 2).

Jenkins et al. (2007) focused more on the potential of participatory culture and structured five characteristics to define it. According to them, a participatory culture has:

relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one's creations with others, also it has some type of informal mentorship, whereby what is known by the most experienced is passed along to novices, and the members believe that their contributions matter and they feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created) (p. 3).

Schäfer (2011) points to an extended approach to cultural industries in understanding participatory culture, claiming “production [is] beyond the established channels of corporate product development as well as the ability to incorporate user activities into commercial media production” (Schäfer, 2011, p. 168). This highlights the interconnections between corporate designers and connected user, and the “overlaps between different areas of accumulation, archiving, and construction” (p. 168). As Schäfer concludes, the collective production changes according to the users' motivations, their social conditions, technical competencies, and individual commitment.

Other perspectives focused on the roles of the advanced technology on individual lives (Turkle, 2011) and their personal relationships (Baym, 2010). Turkle (2011, 283) claims that “as we live the

flowering of connectivity culture, we ... [are l]onely despite our connections”, as we become alienated and indifferent. But “we develop, and appropriate technologies as means of fostering meaningful personal connections. Along the way there are diversions, distractions, disasters, and delights” (Baym, 2010, p.155).

Considering the manifestations and collaborations of the users, Jenkins et al. (2007) identified four forms of participatory culture: *affiliations* – includes “memberships, formal and informal, in online communities centred around various forms of media, *expressions* – includes “producing new creative forms, such as digital sampling, skinning and modding, fan videomaking, fan fiction writing, zines, mash-ups”, and collaborative problem-solving – involves “working together in teams, formal and informal, to complete tasks and develop new knowledge, *circulations* – involves “shaping the flow of media” (Jenkins et al., 2007, p. 3).

However, Jenkins’s perspective encountered some criticism along the time. Fuchs (2017) argued that Jenkins’s notion of participation is fallacious being reduced only to cultural aspects and it’s not theoretically grounded, overlooking many defining aspects of participatory democracy theory (Fuchs, 2017, pp. 68-70). Also, Fuchs asserts that Jenkins’s perspective is biased, idealizing fan cultures and digital labour, but mostly disregarding the social groups problems, the citizen and activists and the inequality of power. Therefore, the perspective fails to convey the problems regarding the negative political inferences of online networks, or the problem corporate dominance. As, Castells (2009) points out: “programmers and switchers are the holders of power in the network society. They are embodied by social actors, but they are not individuals, they are networks themselves” (Castells, 2009, p. 429).

To this critique and others, Jenkins supported by Itko and boyd (2016) answered that the concept is permanently evolving, and the understanding of the concept is dynamic. Also, they argued that “participatory culture has a politicized vision of the world in which



more people have access to the means of knowledge and cultural production and have a voice in governance and collective action” (Jenkins et al., 2016, p. 182) and:

likewise, social media companies – driven by a model of advertising that relies on large quantities of data – are profiting from participatory culture practices taking root inside their ecosystem. But this does not mean that participatory culture is simply beholden to capitalist agendas. Some parts of participatory culture are quite resistant to capitalism (Jenkins et al., 2016, p. 185).

However, in order to thrive and prosper, it’s essential for participatory cultures to attend ethical concerns regarding access, rulemaking, connectedness, contribution, and freedom (Jacobs Henderson, 2012). The author argues that in reaching the full potential of participatory cultures,

it is not enough for us to post our own videos, data, comic strips, and short stories. We must also acknowledge disparities in access and rulemaking, and work to promote equality, respect, and freedom in our engagements. These values constitute the ethical core of participatory culture (Jacobs Henderson, 2012, p. 279).

## **Spreadable Media and spreadability**

As “participatory culture is co-constituted by the material aspects of computer technology, software, and the Internet” (Schäfer, 2011, p. 51), it thrives within social media as users can interact easily with both broad and narrow audiences. But, as Schäfer emphasizes, the design of the platform commands the form of cultural participation, so the users of participatory platforms can be seen as producers, consumers, distributors, but also as products (Noguera Vivo et al., 2013).

In this context, Jenkins et al. (2013) developed the term spreadable media that refers to informational flow and emphasizes the shift between distribution and circulation of content across and among users. This spreadable media travels across media platforms in a network logic (from individual users to their networks) and between

commercial and non-commercial entities, as “audience members are appraising the value of content as they decide whether to pass it along, the media and marketing industries are often appraising the value, scale, scope, and timeliness of different contributions as they decide which trends to prioritize next” (Jenkins et al., 2013, p. 95).

Spreadability could be linked with the theory of idea virus (Godin, 2001) and with social contagion theory (Burt, 1987) as the audiences diffuse ideas to each other and within the network, first to the closest contacts and then to the whole network.

Spreadability is about technology, communication, economy, social networks (online and offline) and about social relations with consumers. Content creators industriously encourage their audiences to distribute their products, counting on them as to spread the content.

As Jenkins et al. (2013, pp. 295-305) conclude, spreadability centres on: (1) the flow of ideas – how the ideas are spreading and circulates in communities and networks; (2) dispersed material – content creators must multiply the access points to their creation and make sure that it’s easy for audiences to distribute; (3) diversified experiences – the content is adapted and localized for niche audiences, as the creators must take into consideration the various motivations of the users to employ the content; (4) open-ended participation – reflects the practices of participatory culture as it takes various forms depending on the type of context; (5) motivating and facilitating sharing – as the new media environment facilitates the spread of content ; (6) temporary and localized communication –content creators adapts and improvise channels of communication following closely the audience agenda; (7) grassroots intermediaries who advocate and evangelize – communities trust better their grassroots intermediaries because their voices are easily heard and they are very active in the community life; (8) collaboration among roles – the audience it’s active, there are “blurring relations between producers, marketers, and audiences” (Jenkins et al., 2013, p. 300).

## **Participatory culture and business development**

The participatory culture brings a lot of benefits for organizations, institutions, and corporations. They can benefit from the implication of their stakeholders – they can develop products and services by collaborating with the end-users and other beneficiaries. For a lot of business this represents a big challenge and a supplementary effort to be more flexible and to be opened to the participatory crowd.

Using the support of the network or networks, businesses can thrive, innovate, and develop new perspectives and habits. The online networks are becoming intermediaries, links, and communication channels between organization and their stakeholders.

As in the social networks connectors are extremely important – highly connected actors, in the World Wide Web there are hubs – the highly connected nodes of the internet (Barabási, 2002). The users are collectively creating hubs and pages that link almost everyone, in order to be easily found in the whole network. Therefore, the hubs and the online networks maintain the connectivity and social relations, and they are also good collective places to improve and develop social and economic capital.

Such platforms that facilitate participatory culture within business environment are the crowdsourcing and the crowdfunding platforms. Crowdsourcing and crowdfunding “leverage their disruptive power by using the ‘crowd’” (Giones & Oo, 2016, p. 44), for the organizational development and innovation. Using external resources, they bring new opportunities for the business and impact on the market.

Crowdsourcing is a participative online activity where various external individuals or groups undertake a task for the company it “has been used for problem solving, idea generation, and production models with goal of using the heterogeneity of the crowd and its dispersed knowledge and familiarity with customer preferences and solutions concept” (Allon & Babich, 2020, p. 103). So, crowdsourcing helps organisations and individuals to get crowd solutions.

Additionally, “crowdfunding emerged as a new way to raise financial capital to support innovative ideas not only from nascent entrepreneurs but also from established organizations” (Giones & Oo, 2016, p. 53). Crowdfunding aims to gather financial capital from a lot of investors, without using the financing brokers, by just using online platforms.

### **Crowdfunding in business development**

Crowdfunding is a public relations campaign that needs planning, determination and positivity. It involves three actors: (1) the entrepreneurs – they seek financial support for their ideas and elaborate the business plan, (2) the crowd – individuals that agree to offer the financial support for the campaign; and the (3) crowdfunding platform – the intermediary that links the first two actors (Allon & Babich, 2020, p. 106).

An entrepreneur or an organization can use crowdfunding campaigns as they launch themselves or launch a new product on the market, or if they want to develop themselves or their product through the support of the crowds. Crowdfunding “provide truly experimental terrain for building new infrastructures, developing business models, increasing knowledge of the motivations of participating users, and establishing regimes of participation” (Rouzè, 2019, p. 2).

According to the compensation type and the link between the entrepreneur and investor, there are four types of crowdfunding: (1) reward – backers are promised rewards (either products or some form of recognition) if a campaign is successful and reaches the target, (2) charity – no tangible rewards are offered to backers, they invest just to contribute to a cause, (3) debt – backers are promised a stream of fixed payments in return for the initial investment (the arrangement resembles the structure of loan contracts; and (4) equity – backers are promised a share of future profits of the firm, organization, or brand (Allon & Babich, 2020, pp. 106-107).

Depending on the campaign type, there are a lot of platforms, each of them being adequate for a certain type of crowdfunding and every country has some specific platforms for specific causes, but overall, there are some global platforms that try to reach the entire population. An interesting fact about these platforms is that it does not matter if the entrepreneur already was a running business, or they are trying to launch a new one. The only thing about these platforms is that at the end of the campaign, approximately 5% of the raised amount goes to the hosting, the percentage depends on the platform, and also, there is an entry fee, and the project needs to be verified and approved. Platforms are used by innovators that are willing to take risks and to make investments for the future. Also, crowdfunding can be done on Social Media as well, or on the personal websites and blogs.

The success of a crowdfunding campaign is a report between the fixed target, time, and the raised funds and usually, all of them have some elements in common like the text that is always mixed with representative pictures and videos, the comparing discourse, and the innovative concepts.

One of the most popular platforms for reward crowdfunding is Kickstarter, which is also considered the best overall crowdfunding platform, but of course there are other reward platforms like: IndieGoGo, Ulule, KissKissBankBank. Usually, there are lot of rewards that can be offered, and they become more advantageous as the amount invested increases, so if the investor invests more, the reward is bigger.

Kickstarter had hosted a series of successful campaigns, for example the "Exploding Kittens" campaign which has been one of the most successful Kickstarter campaigns of all times, a campaign that was funded in less than a day, and within four days they got approximately 3.5 million dollars. This campaign had as a main idea the launch of a board game based on cards and the target of 10k dollars and since it was a reward campaign, the investors got to receive the game before anyone else and besides that, they got to some limited-edition cards as a reward for funding the project. The main idea for the campaign was that the game

was supposed to bring together family and friends who want to have fun together, the presentation discourse was short, it was based on the innovative characteristics of the game, and it was directly addressed to the investors which helped with creating a bond with a potential investor.

Another successful campaign is "The Babymaker", it reached over 9 million dollars in a short amount of time and had as a main idea the launch of a bicycle.

The second type of crowdfunding, the charity crowdfunding is very similar to fundraising, the main difference is that the campaign is targeting people from all around the world and there is no geographical limit for the investors. All the charity campaigns usually target the emotions of the investors and they tell a story to the reader, the discourse is based on creating a bond with the investor or in this case, the donor. This type of crowdfunding can be easily unfolded on Social Media platforms or other crowdfunding platforms like Fundly and GoFundMe.

A successful story, hosted mainly by GoFundMe and shared on Social Media, too, was: "A birthday fundraiser for Sebastian Stan". Briefly, the story behind this campaign is that the man was trying to help kids that are growing up on the streets and never had a chance to celebrate their birthdays. All the donors were so moved by this story an also related to it. The man was trying to help an NGO through his birthday and this campaign the raised money had gone to the charity as a gift for Sebastian's Birthday. The campaign was funded quickly and moved a lot of people.

Of course, there are a lot of other charity campaigns, for disabled kids, animals, shelters, and way much more, the main idea of this type of crowdfunding is that the donor or the investor gets to have the satisfaction of helping others and talking about the discourse, it is always based on emotions and connection.

The third type of crowdfunding is called the debt crowdfunding which is used mainly for big business and organization that are trying to launch new projects, new lines of products or other new ideas, so usually, the entrepreneur has already a running business and he is trying to grow it and good platform that is usually used for this type of

crowdfunding is October. One example from this platform is “We love cars” campaign, launched by a company that was already in business and they asked for a loan for continuing the business after COVID-19. Usually, these types of campaigns are easy to maintain and support because the entrepreneur simply asks for a loan that gets to be returned with some additional fees.

And the last one, the equity crowdfunding, the type of crowdfunding that is used very often and which had represented a base for a lot of successful business. The most popular platform for the equity crowdfunding is Seedrs, it hosted most of the successful equity campaigns.

The Revolut campaign is a good example for this one; in 2017 they made a crowdfunding campaign hosted by Seedrs and it was a great success, they launched and extended the business very quickly, it was also a campaign that was funded over-night, they got approximately 4 million pounds. The discourse was based on digitalization, innovation, and through that, they created a need for the readers and a connection with the investors who got to have a part of the business with the investment.

## **Conclusion**

Participatory culture focuses on the collective involvement in the co-creation, as it emphasizes the creative process and the involvement of society in creative and economic activities even at the level of organizations. Therefore, we must change the way we think about the role of consumers in the production and the way information flows on the online platforms.

Crowdfunding campaigns can sustainably develop business and create new opportunities for them, as they change the relationship between them, their consumers, and other stakeholders. These platforms can also attract attention from important business partners without additional costs.

## References

- Allon, G., & Babich, V. (2020). Crowdsourcing and Crowdfunding in the Manufacturing and Services Sectors. *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(1), 102-112.
- Baym, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Barabási, A.L. (2002). *Linked. The New Science of Networks*. Cambridge(MA): Perseus Publishing.
- Burgess, J., & Jones, C. (2020). Exploring the forced closure of a brand community that is also a participatory culture. *European Journal of Marketing*, 54 (5), 957-978.
- Burt, R. S. (1987). Social contagion and innovation, cohesion versus structural equivalence. *American Journal of Sociology*, 92, 1287-1335;
- Carah, N., & Angus, D. (2018). Algorithmic brand culture: participatory labour, machine learning and branding on social media. *Media, Culture & Society*, 40(2), 178-194.
- Carpentier, N. (2011). *Media and participation: A Site of ideological-democratic struggle*. Bristol, UK: Intellect.
- Castells, M. (1996). *The Rise of Network Society. First Edition*. Oxford: John Wiley & Sons.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Ciszek, E. (2013). Advocacy and amplification: Nonprofit outreach and empowerment through participatory media. *Public Relations Journal*, 7 (2), 187-213.
- Curtin, P.A., & Gaither, T.K. (2007). *International Public Relations: Negotiating Culture, Identity and Power*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Delwiche, A., & Jacobs Henderson, J. (Eds.). (2012). *The Participatory Cultures Handbook*. London: Routledge
- Deuze, M. (2008). Corporate Appropriation of Participatory Culture. In N. Carpentier, & S. Livingstone (Eds.). *Participation and Media Production: Critical Reflections on Content Creation*. (pp. 27-40). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishers.
- Dumont, G. (2015). Co-creation and New Media: The Entrepreneurial Work of Climbing Photographers in Digital Times. *Anthropology of Work Review*, 36(1), 26-26.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. London: Methuen.
- Fuchs, C. (2017). *Social Media – A critical introduction. Second Edition*. London: Sage Publications.
- Giones, F., & Oo, P., (2017). How Crowdsourcing and Crowdfunding are redefining innovation management. In A. Brem, & E. Viardot (Eds.). *Revolution of Innovation Management*. (pp. 43-70). London: Palgrave Macmillan UK.
- Godin, S. (2000). *Unleash your Ideavirus*, Fast Company.
- Jacobs Henderson, J. (2012). Toward an ethical framework for online participatory cultures. In A. Delwiche, & J. Jacobs Henderson (Eds.). *The Participatory Cultures Handbook*. (pp. 272-280). London: Routledge.



- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans & participatory culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ravi, P., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2007). *Confronting the Challenges of Participatory Culture. Media Education for the 21st Century*. Chicago: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016). *Participatory culture in a networked era: a conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Cambridge, Malden (MA): Polity Press.
- Kuusela, H. (2018). Literature and Participatory Culture Online: Literary Crowdsourcing and Its Discontents. *Critical Arts*, 32(3), 126-142.
- Lévy, P. (1997). *Collective intelligence: Mankind's emerging world in cyberspace*. New York: Plenum Trade.
- Noguera Vivo, J.M., Villi M., Nyiró, N., de Blasio, E., & Bourdaa, M. (2013). The Role of the Media Industry When Participation Is a Product. In N. Carpentier, C.K. Schröder, & L. Hallet (Eds.). *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity* (pp. 172–190). New York: Routledge.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Co.
- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Rouzè, V. (2019). Introduction. In V. Rouzè (Ed.). *Cultural Crowdfunding: Platform Capitalism, Labour and Globalization* (pp. 1-13). London: University of Westminster Press.
- Siegenthaler, F. (2013). Towards an ethnographic turn in contemporary art scholarship. *Critical Arts* 27(6), 737-752.
- Schäfer, M. T. (2011). *Bastard culture! How user participation transforms cultural production culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Swiss, T., & Burgess, H. (2012). Collaborative new media poetry: Mixed and remixed. In A. Delwiche, & J. Jacobs Henderson (Eds.). *The participatory cultures handbook*. (pp. 73-81). London: Routledge.
- Tombleson, B., & Wolf, K., (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*. 43(1), 14-25.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Perseus.
- Williams, R. ([1961]2001). *The Long Revolution*, Ontario: Broadview Press.

## Authors – Bios

**AMUZA ANTONIO** holds a bachelor's degree in sociology from the University of Bucharest and a doctorate in Social authenticity. He is a lecturer at the Faculty of Sociology at the University of Bucharest, where he teaches courses in “Social values”, “Advanced Research in Sociology”, “Campaign strategies in advertising and electoral marketing”. He also works as a HR expert and strategic workforce planner for the Romanian Government. His research focuses on organizational sociology and the study of authenticity from a social perspective. Recent articles: Amuza, Antonio (2021). *Authenticity*. Școala Ardeleană: Cluj-Napoca.

**BARDAN ALEXANDRA** est titulaire d’une licence en arts appliqués à l’Université Nationale des Arts de Bucarest et d’un doctorat en Sciences de l’Information et de la Communication à l’Université Sorbonne-Nouvelle Paris 3. Elle est chargée de cours à la Faculté de Journalisme et des Sciences de la Communication à l’Université de Bucarest, où elle enseigne des cours de « Design éditorial », « Photojournalisme », « Production d’images numériques » et « Publication assistée par ordinateur ». Ses recherches portent sur la communication visuelle, la nostalgie post-communiste, l’histoire sociale et la vie quotidienne dans la Roumanie communiste. Articles récents : Bardan, Alexandra. (2021). Recalling Socialism through Clubbing Posters: A Visual Analysis of Grassroots Alternative Memory Practices. *Martor*, 26(1), 25-43; Bardan, Alexandra. (2020) Nostalgia Waves: A Media Framing of Post-Communist Nostalgia in Romania. *Polis*, 8(3), 35-50.

**BRICIU ARABELA** is Associate Professor at the Department of Social Sciences and Communication, Faculty of Sociology and Communication, *Transilvania University* of Brasov. She holds from 2016 a PhD in Mass Communication Studies Field of Research, from University of Bucharest, Faculty of Journalism and Communication. Her research interests are in the area of public and political discourse, social media, branding and identity. Her scientific activity produced in the last years was disseminated through several books and book chapters, more than 10 academic journal articles, and more than 20 international and national conferences. Her work focuses

on the political communication, social media interaction and online branding. At the same time, she's been involved in publishing the results about promotion of cultural heritage and evaluation of mobile applications for cultural tourism.

**CONSTANTINESCU ALEXANDRA GABRIELA** is senior lecturer at the Department of Sociology, Faculty of Sociology and Social Work, University of Bucharest, Romania. She has a Master degree in Communication and Public Opinion (University of Bucharest, Romania) and a Master degree in International Communication Strategies (University of Bourgogne, France). During the Ph.D studies she specialized in organizational sociology. Her main research interests are in organizational behavior, public opinion and mass media communication. She currently teaches *Public Opinion and Communication* and *Methods for Work Motivation*.

**DUMITRACHE TEODOR** is a third year student at the Doctoral School of Sociology, within the Faculty of Sociology and Social Work, University of Bucharest, Romania. His main interests are: communication strategies, Artificial Intelligence, social development, organizational communication. At present, he studies the social construction of the interaction between cultures through digital equipment.

**ENACHE LAVINIA** a fait une formation double master – Communication, humanitaire et solidarité (ICOM, Université Lumière Lyon 2) et Médias, Développement, Société (FJSC, Université de Bucarest) et elle s'est spécialisée dans le domaine de la communication institutionnelle, des Organisations Non Gouvernementales (ONG), des Organisations de Solidarité Internationale (OSI) ainsi que du journalisme orienté vers le développement durable et la solidarité. Actuellement elle est doctorante à l'école doctorale en sciences de la communication de l'Université de Bucarest. Elle fait ses recherches sur les nouvelles méthodes de communication dans le secteur de l'écotourisme en Roumanie. Elle est aussi co-fondatrice d'une agence de communication *Serious Evo International* focalisée sur le design des contenus pour la communication, l'innovation et la formation.

**GRUIA BOGDAN IVAN** is a third year student at the Doctoral School of Sociology, within the Faculty of Sociology and Social Work, University of Bucharest, Romania. His main interests are public policies, human resources, Public Administration and governance through sociological analysis. Bogdan Ivan Gruia is a deputy in the Romanian parliament and his main interest focuses in setting a new, social friendly Public Administration.

**MARINACHE RAMONA** is a lecturer at the Department of Cultural Studies, University of Bucharest, Romania. Her main research interest is in the social nature of embodiment in everyday life in the future of humanity with three focuses: sleep, mobilities and AI culture. Her recent publication is Marinescu, Valentina; Fox, Bianca; Cristea, Darie; Roventa-Frumusani, Daniela; Marinache, Ramona; Branea, Silvia. 2021. "Talking about Sustainability: How the Media Construct the Public's Understanding of Sustainable Food in Romania", *Sustainability* 13, no. 9: 4609.

**VALENTINA MARINESCU** is Professor Habilitated at the Department of Sociology within the Faculty of Sociology and Social Work, University of Bucharest, Romania. She teaches methods of research in communication sciences at the BA and MA level. Her main research interests are: communication and media studies in Eastern Europe.

**NICOLAESCU GABRIELA** est titulaire d'une licence en Journalisme à l'Université de Bucarest. Pendant ses études, elle a poursuivi sa passion pour l'écriture, en découvrant d'autres domaines professionnels, tels la photographie, la conception de presse et la production vidéo. Ces transition sont été largement influencées par deux stages Erasmus en Suède, où elle a étudié la photographie, le cinéma, la conception de magazines et la cinématographie à l'Université Mid Sweden et l'Université de Stockholm. Elle a intégré également des expériences avec la production radio dans deux radios locales et avec le graphisme et la photographie dans le cadre d'une association étudiante et lors de divers concerts et événements culturels. Son intérêt pour une vie plus durable est apparu dès le plus jeune âge, lorsqu'elle a pris l'habitude de suivre des foires et les brocantes à la recherche d'objets de décoration, ainsi qu'à présent elle explore des solutions pour partager les valeurs de la durabilité avec un public large. Elle poursuit ses études avec une Maîtrise en production multimédia et audio-vidéo.

**RAZEC INES** est une étudiante dans la deuxième année à l'Ecole Doctorale de Sociologie, dans le cadre de la Faculté de Sociologie et Travail Social, Université de Bucarest, Roumanie. Ses intérêts principaux sont: la philosophie, l'Intelligence Artificielle, le développement de la société, la soutenabilité environnementale et l'éthique. A présent, elle travaille sur sa thèse de doctorat intitulée « L'Identité dans l'époque des Nouvelles Technologies » qui a comme but principal d'analyser l'évolution de l'identité individuelle et sa transformation graduelle dans le contexte de l'émergence de l'intelligence artificielle dans tous les secteurs d'activité humaine, avec une emphase particulière sur la création d'un corps virtuel et les conséquences qu'elle entraîne.

**RODAT SIMONA** is professor at the Adventus University, Faculty of Theology and Social Sciences, Cernica, Ilfov, Romania. She holds a Ph.D in Sociology from the University of Bucharest, Romania (2002), a M.A. in Gender Study from the University of Bielefeld, Germany (2016), and a M.A. in Communities and Organizations from the University of Bucharest, Romania (1995). Between 1999 and 2003 she collaborated as a lecturer with University of Bucharest and “Spiru Haret” University, and between 2004-2010 as an associate professor with Ecological University and National Academy of Intelligence, Bucharest. During the period 1994-2008 she was senior researcher at the Institute of Sociology of the Romanian Academy, Bucharest. She is the author of six books, co-author of four books, has contributed to six specialized encyclopaedias and dictionaries, has written numerous chapters in specialized volumes and articles in scientific journals in Romania and abroad, indexed in international databases, and has also participated in numerous international and national conferences. Her research areas include sociology of communication and public sphere, social problems and policies, theoretical models of sociology and social work, media studies, and gender studies.

**RODIDEAL ANDA ANCA** has her PhD obtained in 2020 on the Faculty of Sociology and Social Work from University of Bucharest. She has also more than 11 years professional experience within the Romanian educational system as a school counsellor teacher. She graduated in 1999 the Faculty of Sociology (University of Bucharest) and she completed a Master in “Gender Studies” (SNSPA, 2001) and a Master in “School counselling” (FPSE, 2011). Her research interests are focused on the actual social changes in general, and particularly on education, on the effects of internet usage on children, sustainable development and social well-being.

**ROVENȚA-FRUMUȘANI DANIELA** is *professora emerita* at the University of Bucharest (Department of Cultural Anthropology and Communication, College of Journalism and Communication Sciences and Doctoral School of communication Sciences). Her research and teaching is focused on gender studies, discourse analysis, semiotics (5 books, 20 coordinated books, over 100 chapters and articles).

**SILISTRARU IOANA** is pursuing an MSc in Public Health and Clinical Psychology at Babes Bolyai University, Cluj-Napoca, with a special interest in qualitative research, following her Ph.D degree in Sociology at Bucharest University. Her thesis was completed in the innovative field of narrative medicine and practices communication and public relations as a senior professional. Apart from the psychology of health and medical sociology, her research interests

focus also on the impact of best practices in healthcare settings from a communication point of view, focusing on the analysis of patient-doctor conversations and the possibility of training in healthcare professionals' communication. With new challenges arising within the medical field and paradigm change in the patient-doctor relationship, with the recent empowerment of the first, research has become of significant interest. Ioana Silistraru is the author of several research articles and one narrative medicine research published as a book, encompassing research results and knowledge review within medical sociology, while teaching and attending national and international professional medical events. Ioana is also an assistant professor at Lucian Blaga University, Sibiu, at the Faculty of Social Sciences, where she teaches medical sociology, journalism, and communication.

**ȘOICA SIMONA** is a lecturer at Transilvania University of Brasov, Romania, Faculty of food and tourism. Her doctorate is in Communication Sciences with a focus on signs and symbols in tourism communication. She teaches tourism communication, tourism ethics and academic writing. She shows particular interest in landscape reading and interpretation, and environmental communication. In her research she uses theoretical frameworks drawn from semiotics, discourse analysis and cultural geography.

**TALAKELA LAMINE**, entrepreneur depuis 10 ans (2011), dans trois activités principales, l'une en conseil, ingénierie et stratégie d'innovation numérique en France et à l'international (*Consulting-TIME*). La seconde en tant qu'organisme de formation et conférencier sur la sensibilisation et le développement du Numérique d'une part, et de l'Entrepreneuriat et la vie de l'entrepreneur d'autre part (*MotDiese*). La troisième qui est en pont entre toutes ces activités et domaines ; un groupement associatif international de compétences, dispositifs et outils permettant de créer de l'impact social et économique sur des territoires en local, régional, national ou international, dans une trentaine de pays (*BePositive*). Natif d'Elbeuf, une ville de la province Normande en France et de parents originaires d'Algérie, Lamine n'est pas un simple citoyen du monde, il se définit comme un acteur du changement, engagé (économiquement) et positif. Membre d'association, fondateur et responsable associatif et de groupement, acteur de l'innovation et du numérique, Lamine est un hyper actif qui essaye de se raisonner et surtout d'optimiser ses passions et ses actions pour qu'elles soient cohérentes ensemble et à finalité utile.

”In an era of permanent (r)evolution, in line with numerous researches we highlight negative trends such as climate change, pollution, incredible waste problems, short term development and consumption all over the world, but also positive initiatives and directions: a great body of knowledge about environmental systems able to promote sustainable development, and the role of entrepreneurs in creating new organizational arrangements, technologies, skills, to better solve community and social problems.”

**Daniela Roventă-Frumușani**



**ISBN: 978-606-37-1313-2**