

Acte

Nr 1-2/2004

Revista de Etnologie și Antropologie editată de Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj



Craiova

Pag. 2.
Nicolae PANEA

*Scurt istoric al unei științe
a contemporaneității,
antropologia urbanului*

Pag. 3.
Cristiana-Nicola
TEODORESCU

*Politețea lingvistică
și identitatea urbană*

Pag. 8.
Ligia FULGA

*Pledoarie pentru etnologia
urbană medievală: o aplicație
asupra Brașovului*

Pag. 16.
Philip VANINNI
Scott M. MEYERS

*Nebun după tine - Reflectii
despre semnificațiile muzicii
teen pop contemporane*

Pag. 8.
Lila PASSIMA

*Oralitatea orașului. Forme
de identitate urbană
Pasajul. Spațiul subteran.
Pasagerul și timpul său.*

FOTO: RUXANDRA COCORĂ



Scurt istoric al unei științe a contemporaneității, antropologia urbanului

Nicolae PANEA

Orașul este, înainte de toate, o prezență spațială, un contrapunct în armonia naturii și doar apoi un sistem complex de relații, o colectivitate, o sociogramă. Este, în același timp, o realitate spațială cu efecte sociale și o realitate socială condiționată spațial.

Chiar dacă pretențioasă, formula poate primi o acoperire epistemică deplină, în cazul în care acceptăm interesul din ce în ce mai sporit pentru dimensiunea spațială a colectivităților umane manifestat de teoriile sociale în ultimii ani și apariția, alături de sociologia urbană, a antropologiei urbanului. Acest interes datează practic de la sfârșitul secolului al XIX-lea, când orașul începează să dea fi primit ca entitate istorică și teoriile evoluționiste lasă locul unei multitudini de abordări ce au în comun analiza spațiului urban și a raporturilor spațiale intraurbane. Unele dintre aceste abordări sunt deja clasicizate (Simmel, Park, Weber), altele sunt de ultimă oră (Bott, Goffman, Giddens, Luhmann, Hannerz, Chiva, Althabe, Augé).

Fără pretenția exhaustivității, încercăm în continuare să conturăm o schemă operantă a acestei schimbări de paradigmă. Preocupările de început privind sociologia urbană sunt circumscrise legitimării unor metode de lucru și a unui spațiu de aplicare a acestora. Park și Weber intenționează să stabilească modele de oraș, subliniind necesitatea independenței unor studii referitoare la noul domeniu, în timp ce Simmel este preocupat de felul în care analizele aplicate asupra realității urbane pot fi absorbite într-o analiză generală privind societatea în ansamblu.

Simmel este, în primul rând, un filosof interesat de condiția omului modern. În *Sociologia* lui, el consideră că relațiile sociale în oraș sunt relațiile sociale moderne prin definiție și că a studia orașul înseamnă a studia societatea modernă, drept pentru care el oferă o sumă de concepte necesare înțăpturării acestor studii. El nu creează, însă, un model analitic, cu toate că opera lui va influența școala de la Chicago prin aplicabilitatea elementelor de psihologie socială, ci o sociologie abstractă sau, cum afirmă el însuși, o geometrie a lumii sociale¹, în care să interacționeze studierea individului și ale activităților sale economice și politice.

Societatea urbană generează cea mai modernă formă de conflict între om și natură, consideră Simmel în lucrarea din 1903, *Metropola și viața psihică*, conflict reprezentat printr-un antagonism complex între dorința omului de a-și păstra independența și individualitatea, pe de o parte, la care se adaugă întreaga acțiune a moștenirii istorice, a influențelor culturale externe și a tehnicielor de supraviețuire: "The deepest problems of modern life flow from the attempt of the individual to maintain the independence and individuality of his existence against the sovereign powers of society, against the weight of the historical heritage and the external culture and techniques of life"².

În această lucrare de început, Simmel demonstrează că spațiul urban metropolitan impune un alt tip de psihologie decât cel rural, sau cel al orașelor mici,

concretizat de o intensificare a vieții emoționale și de un consum mai mare de energie mentală. El pleacă de la axioma conform căreia existența umană este dependență de diferențe, mai exact, că mintea umană este stimulată de diferența dintre impresiile prezente și cele precedente. În acest sens, se instaurează un decalaj între existența urbană și cea rurală, generat de diferența de ritm și de caracterul vieții mentale; urbanului fiindu-i proprie o intensificare a caracterului intelectual în timp ce ruralului rămânându-i specifică dezvoltarea relațiilor emoționale: "To the extent that the metropolis creates this psychological condition-with every crossing of the street, with the tempo and the multiplicity of economic, occupational and social life-it creates in the sensory foundations of mental life, and in the degree of awareness necessitated by our organisation as creatures dependent on differences, a deep contrast with the slower, more habitual, more smoothly flowing rhythm of the sensory-mental phase of small town and rural existence. Thereby the

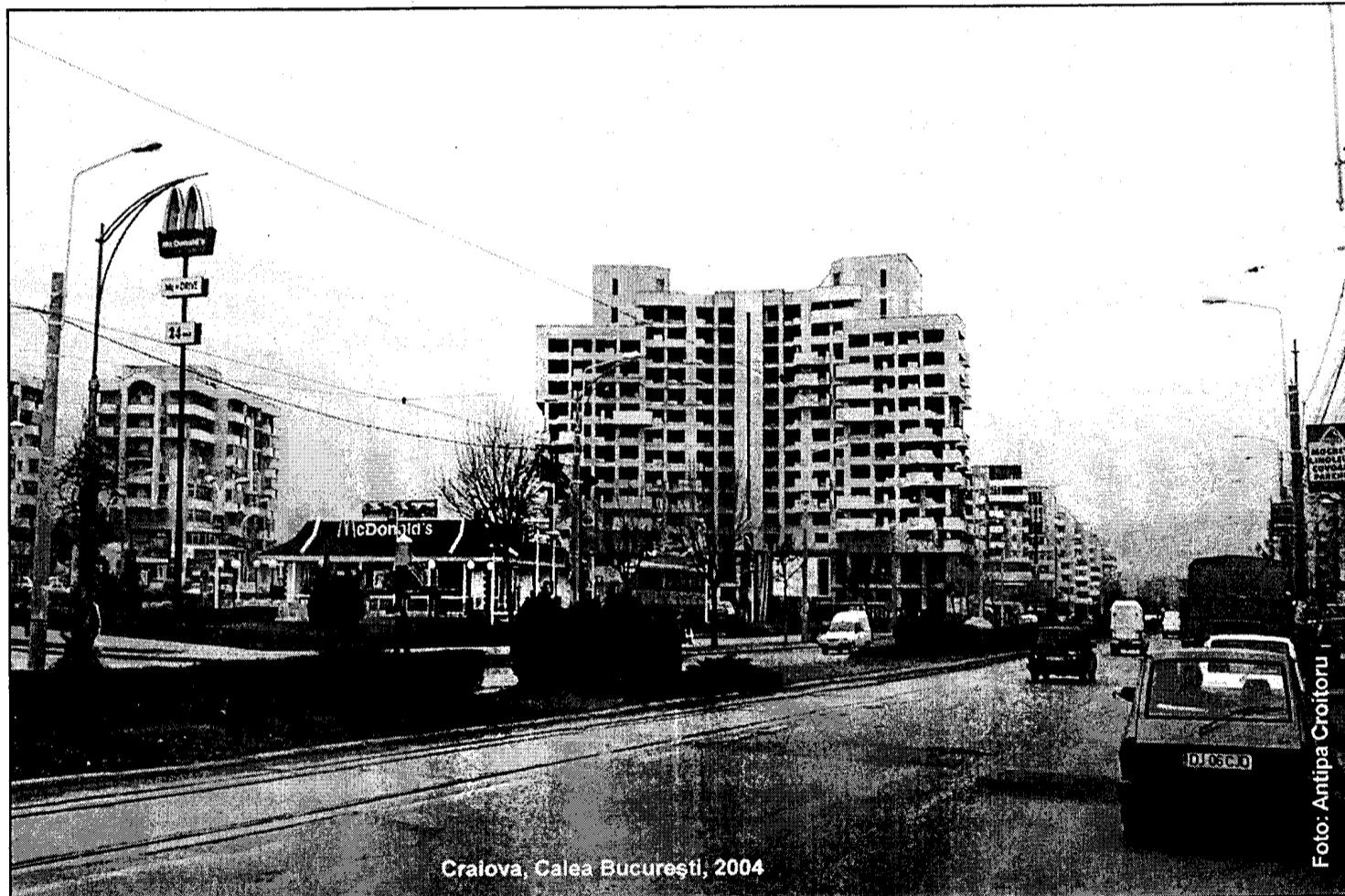
which has thus filled the daily life of so many people with weighing, calculating, enumerating, and the reduction of qualitative values to the quantitative terms."⁴

Pe de altă parte, Weber și Park, deși sunt de acord cu existența unui nou domeniu de cercetare, se despart în ceea ce privește proiectele acestuia, felul în care noua realitate poate fi abordată, definită, descrisă, integrată în corpul social.

Park definește orașul ca un organism spațial, posibil de analizat după un model ecologic, iar Weber aplică în cadrul teoriilor lui un model al orașului văzut ca o societate locală. În timp ce primul dezvoltă un model biologic, derivat din determinismul darwinist, model centrat pe interacțiunea dintre două niveluri (ordine), cel simbiotic și cel social, cel de-al doilea aplică un model axat pe politic, economic și instituțional. Importanța acestor modele constă în generativismul lor, în capacitatea de a impune o tradiție, un staj teoretic. În acest sens, Parker Frisbie și Kasarda, într-un studiu bilanț, *Spatial Proces*, ce apără în 1988 într-un manual de sociologie,

Tot acest cadru teoretic își găsește originile în evoluționismul darwinist și, mai ales, în principiul cooperării competitive prin intermediu căreia se stabilesc echilibre între speciile animale și vegetale, între individ și ambient. Acest model darwinist este și mai perceptibil atunci când Park prezintă interacțiunea dintre cele două ordine care caracterizează societatea umană, cel simbiotic sau ecologic și cel social sau cultural. Cele două ordine sunt generate de existența unor serii de principii, iar funcționarea lor reglată de diferite mecanisme. Diferența dintre cele două ordine separă două tipuri de societate, cea simbiotică, bazată pe competiție, și cea culturală, bazată pe comunicare și consens.

Competiția este înțeleasă de Park în sensul biologic al luptei pentru supraviețuire, un fenomen continuu și universal, care are drept urmare însigurarea. În schimb, comunicarea și consensul sunt contextuate unei arii a eticului, referindu-se la idealuri și tradiții comune, la capacitatea de a transmite impulsurile pentru a transcende



Craiova, Calea București, 2004

Foto: Antipa Croitoru

essentially intellectualistic character of the mental life of the metropolis becomes intelligible as over against that of the small town which rests more on feelings and emotional relationships.³

Această preeminență a existenței intelectuale a tipului uman metropolitan generează un fel de organ protector față de fluctuațiile și discontinuitățile mediului înconjurător, față de dominația metropolei. Manifestarea concretă a activității de protejare a vieții individuale scoate în evidență o serie de fenomene care au puterea de a caracteriza existența urbană. Simmel apreciază că cele mai însemnante dintre aceste fenomene sunt egoismul economic (p.53) și impoderabilitatea relațiilor personale (p.53). Conjugate, acestea oferă o adevărată vizionă despre lume: "The modern life has become more and more a calculating one. The calculating exactness of practical life which has resulted from money economy corresponds to the ideal of natural science, namely that of the transforming the world into an arithmetical problem and of fixing every one of its parts in a mathematical formula. It has been money economy

publicat la Londra, sub coordonarea lui N. J. Smelser, *Handbook of Sociology*, ajungeau la concluzia că în sociologia de expresie engleză se poate vorbi despre o tradiție duală; pe de o parte ecologică, iar pe de altă parte, ceea ce ei numeau urban political economy, o sinteză a teoriilor critice privind societatea urbană. Această tradiție își are rădăcinile în operele lui Park și, respectiv, Weber.

Park se interesează în anii '20-'30 de fenomenul urban, de oraș pe care îl vede ca pe un laborator social unde pot fi analizate cele mai tipice procese ale lumii contemporane (*The Urban community as a spatial pattern and a moral order*, 1926, și *The City as a social laboratory*, 1929). Interesul său special se concretizează în teoria orașului ca organism spațial ce antrenează o metodă a ecologiei urbane (*Human Ecology*, 1936), căci substratul teoretic al acestei metode este legat de faptul că Park acordă o importanță particulară proceselor și nu structurii, stării de echilibru și nu cele de echilibru, forțelor impersonale, ideii absorbite în conceptul de istorie naturală.

starea naturală și a deveni ființe sociale, morale. Separarea nu este, însă, netă și definitivă, căci Park vede un raport absorbant între cele două: nivelul simbiotic ar fi un nivel de adâncime, o infrastructură ce transmite la suprafață nivelului cultural (suprastructura), energii pe care acesta le transformă, le sublimă.

Modelul biologic primar este aici suplimentat de unul psihanalitic, cel al inconșcientului ce perturbă normele, ordinea conșcientului cu stimuli diverși și surprinzători. Pe acest model binar, Park construiește o ierarhie alcătuită din alte trei niveluri, politic, economic și moral, ierarhie centrală pe noțiunea de libertate. Nivelul simbiotic se caracterizează printr-o libertate maximă, anarchică întrucât competiția nu este controlată. Nivelul economic cunoaște o libertate a omului diminuată, competiția fiind într-o oarecare măsură controlată. Libertatea se diminuează pe măsură ce se înaintează spre nivelul moral.

Concluzia lui Park este că societatea să ar putea defini ca o formă de organizare prin care se reglementează controlul.

(continuare în pagina 21)

Politețea lingvistică și identitatea urbană

Cristiana-Nicola
TEODORESCU

Politețea este o monedă care nu îmbogățește pe cel care o primește, ci pe cel care o dă. (proverb persan)

De mai bine de zece ani, cercetările asupra politeții lingvistice au cunoscut o adevărată explozie. Pentru a ne convinge nu trebuie decât să consultăm *Bibliography on linguistic politeness*, bibliografie impresionantă de aproape 900 de titluri, publicată în 1994 în numărul 5 al *Journal of pragmatics*.

De unde acest interes marcat pentru

în acest context teoretic, politețea urbană își găsește spațiul său privilegiat de analiză sociolinguistică și comunicativă, salutul și urarea fiind două acte de limbaj care pot spune multe despre sistemul de valori al comunității respective.

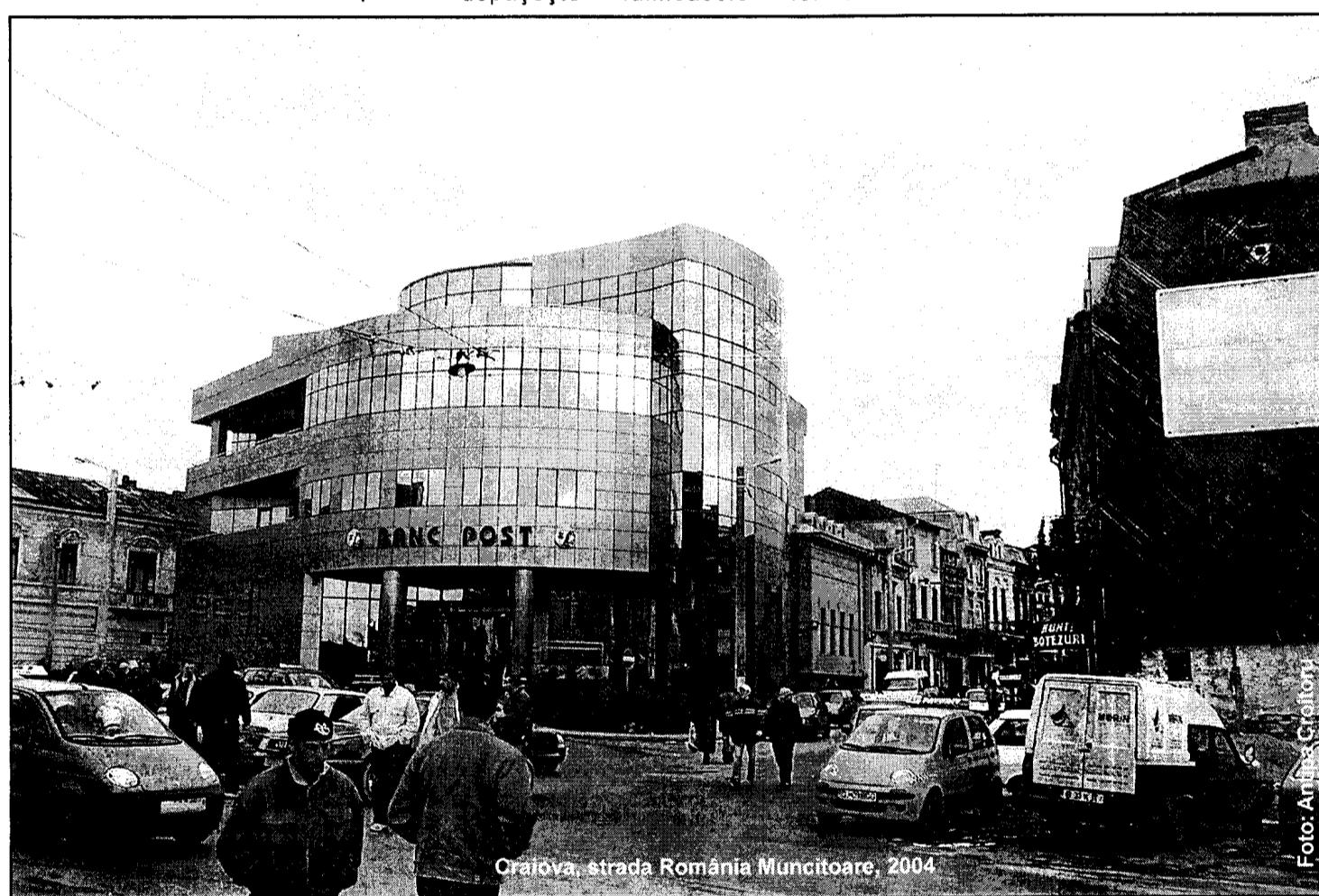
Se conturează, astfel, cele două axe ale analizei noastre, politețea lingvistică și identitatea urbană, axe în jurul căror vrem să ne construim demonstrația. și aceasta pentru că politețea este un fenomen pertinent din punct de vedere lingvistic și comunicativ. Am pornit de la ipoteza că politețea lingvistică este slab reprezentată în marile aglomerări urbane, aceasta constituind una din trăsăturile specifice ale identității urbane.

Noțiunea de politețe lingvistică este aici înțeleasă în sens larg, acoperind toate aspectele discursului care sunt reglate prin reguli și a cărei funcție este de a prezerva caracterul armonios al relației interpersonale. Politețea astfel concepută depășește faimoasele formule

evidente, care traduc o anumită concepție asupra politeții lingvistice și comunicativale, văzută de noi ca specifică din punct de vedere cultural pentru o anumită comunitate. Această concepție asupra politeții lingvistice, marcată din punct de vedere cultural, implică viziuni diferite ale "feței" și ale individului, precum și ale relațiilor interpersonale, așa cum se construiesc ele prin intermediul interacțiunilor în cadrul fiecărei comunități.

Salutul

Goffman propune denumirea salutului și formulelor de despărțire ca "ritualuri de acces", alți cercetători recurg la termenii "salut de deschidere" și "salut de închidere" a comunicării. Toate acestea marchează într-adevăr, așa cum arată Goffman, o schimbare a gradului de acces mutual: în cazul salutului se trece de la o relație potentială la una efectivă, iar în cazul formulelor de despărțire, de la o relație efectivă la una încheiată.



Craiova, strada România Muncitoare, 2004

în limba română. Formulele de deschidere a comunicării pot fi *Bună dimineață*, *Bună ziua*, *Bună seara*, *Salut*, *Bună*, *Servus*, *Săru'mâna*, *Sărut mână*, *La revedere*, *Ciao*, *Pa*, *pa*, *Să trăiti*, *(Hai) noroc*, iar cele de închidere *Bună ziua*, *La revedere*, *Pe mâine*, *Pe curând*, *Numai bine*, *Te pup*, *Te sărut*. Situația de comunicare comercială impune alegerea unor formule neutre, neconotate din punct de vedere afectiv ori regional.

Realitatea comunicativă înregistrată în spațiile comerciale ale urbei noastre arată faptul că salutul, de deschidere ori de închidere, este slab reprezentat ca ritual interrelațional. Comunicarea cu vânzătorul nu este resimțită ca o intervalizare, accentul căzând asupra actului de a cere, a întreba ori a cumpăra ceva. Celălalt, vânzătorul, nu este percut ca o persoană, ci ca simbol, depersonalizat, al unei structuri economice. Poate așa s-ar putea explica lipsa acestui ritual în comunicarea de tip comercial cumpărător – vânzător din marile spații urbane, în care indivizii se depersonalizează, anulând ideea de convivialitate. Este foarte posibil ca acest tip de comportament să se schimbe sub presiunea "culturii" marilor magazine, în care vânzătorul este cel care deschide comunicarea cu clientul, folosind întreaga gamă de elemente ritualice comunicativale (salutul de deschidere, mulțumirea, salutul de închidere a comunicării).

Mulțumirea

Ca și salutul, mulțumirea face parte din politețea elementară, cea care nu presupune o "educație" deosebită. *Mulțumesc*, *Mulțumesc frumos*, *Merci/Mersi*, *Săru'mâna* cu replica *Pentru nimic*, *Pentru puțin*, *Cu plăcere*, *Nu aveți pentru ce* reprezintă formele ritualice ale mulțumirii pentru serviciul făcut.

Chiar dacă nu sunt frecvente, aceste formule apar totuși în comunicarea comercială, mai ales în cazul femeilor și al persoanelor de vârstă a treia. Surprinzător este faptul că aceste formule nu sunt frecvente în cazul copiilor, al tinerilor și de multe ori al bărbăților.

Urarea

Urarea poate fi definită ca un enunț pe care locutorul îl adresează interlocutorului său pentru a-și exprima dorința ca ceva pozitiv să se producă în viața acestuia (cf. Stavroula Katsiki, *Politesse linguistique et communication interculturelle: le voeux en français et en grec*, Actes du VIII-e Congrès de l'Association pour la Recherche InterCulturelle, Université de Genève, 2001). Este o categorie de saluturi complementare, care pot ține loc de formule de încheiere. Urarea constituie un act de limbaj complex și polivalent, bogat în valori pragmatici. În afara valorilor sale strict ilocutorii, urarea posedă valori socio-relaționale și interacționale evidente. Urarea este un act foarte frecvent în interacțiunile verbale, ea constituind o adevărată rutină conversațională ce oferă locutorilor un stoc destul de important de formule gata făcute (*O zi bună*, *O seară bună/plăcută*, *Servici ușor*, *Vânzare bună*). Acestea sunt alese în mod spontan sau cvasiautomat în funcție de situația de comunicare. Urarea are o puternică funcție relatională și constituie una dintre manifestările politeții lingvistice, un fel de "cadou verbal" ce valorizează "fața pozitivă" a interlocutorului.

(Continuare în pagina 4)

politețea lingvistică și diversele sale manifestări? Am putea găsi două surse principale: mai întâi faptul că sfârșitul secolului al XX-lea a fost marcat de ceea ce Tzvetan Todorov a numit "încrucișarea culturilor", iar apoi atenția pe care lingviștii o acordă astăzi comunicării, interacțiunilor verbale, analizei conversaționale. Căci politețea este o formă de comunicare cu valențe comunicative și relaționale foarte clare.

În același timp, analizele pragmatici, conversaționale și sociolinguistice au demonstrat cu prisosință faptul că membrii diferitelor comunități socioculturale posedă mijloace de comunicare care le sunt specifice și care îi individualizează. Aceste variații comunicative sunt departe de a fi formale și superficiale, ci, dimpotrivă, sunt sistematice și profunde, stilul comunicativ al locutorilor reflectând sistemul de valori al comunității respective. Actele de limbaj (a saluta, a ura ceva cuiva, a mulțumi etc.), chiar dacă sunt universale, sunt, în mod evident, marcate din punct de vedere cultural, variind de la un sociolect la altul.

inventariate în manualele de bună purtare.

De la salutul generalizat al comunităților rurale tradiționale, în care "binețea" stabilea contactul dintre indivizi și până la lipsa de contact comunicativ observată astăzi în marile comunități urbane drumul ni se pare lung și plin de semnificații atât comunicativale, cât și socioculturale. Aceste reflectări au fost determinante de rezultatele unei teme de seminar a studentelor de la masteratul *Linguistique variationniste* de la Facultatea de Litere, cu care am avut onoarea de a lucra în primul semestru al acestui an universitar. Studentele au avut sarcina de a efectua o anchetă sociolinguistică pentru a observa comportamentul comunicativ al cumpărătorilor din magazinele craiovene. S-au urmărit cu precădere actele de limbaj a saluta, a mulțumi și a ura, care ar trebui, în mod normal, să apară în comunicarea cumpărător – vânzător.

Aceste trei acte de limbaj, cu toate variațiile înregistrabile la toate nivele de analiză, posedă valori socio-relaționale

Ca toate ritualurile, salutul, cel mai elementar și cel mai vechi dintre semnele exterioare de politețe, servește la ușurarea comunicării cotidiene. În interacțiunile verbale, salutul îndeplinește o funcție dublă: facilitarea contactului dintre oameni și facilitarea separării de interlocutori. Salutul ține de de politețea pozitivă, este un act valorizant pentru "față" celuilalt, lipsa acestuia, chiar și din neatenție, poate provoca o ofensă. Salutul nu este numai un act de convivialitate, ci și o ocenzie rituală de a se arăta civilizat, atent față de ceilalți, distins. Salutând pe cineva îi arătăm că îl recunoaștem ca persoană, acest act putând fi asimilat cu un act de confirmare care va fi în acord cu valorile de convivialitate specifice societății respective.

Salutul presupune un schimb binar simetric (*Bună ziua / Bună ziua; La revedere/La revedere*), alegerea formulei depinzând de situația de comunicare și de relațiile interpersonale dintre partenerii la actul comunicativ.

Gama salutului este larg reprezentată



Politețea lingvistică și identitatea urbană

(Continuare din pagina 3)

Urarea este, deci, aşa cum arată și Stavroula Katsiki, un "relaționem" foarte puternic, capabil să apropie participanții la actul de comunicare, un mijloc verbal constructor de relații interpersonale, care instaurează, confirmă și întărește legăturile existente între interlocutori.

Urarea face parte din ceea ce Goffman numește "ritualuri interumane", adică acele acte al căror comportament simbolic servește la o arăta gradul în care persoana care acționează este demnă de respect sau gradul în care ceilalți sunt demni de respect (cf. Goffman, E. 1974. *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit). Urarea face parte din acele scurte ritualuri pe care le îndeplinește un individ pentru și față de un altul și care atestă civilitatea și bunăvoiețea executantului, ca și deținerea unui mic patrimoniu de sanctitudine de către beneficiar (cf. Goffman, E. 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne 2. Les relations en public*, Paris, Minuit).

Valoarea relațională și afectivă a urării este evidentă, dar nu trebuie să ignorăm dimensiunea sa socială considerabilă, urarea fiind o marcă rituală de solidaritate care unește membrii unei colectivități,

În loc de concluzie

Vedem astfel cum, la nivelul comunității urbane a orașului Craiova, ritualurile comunicăionale interacționale sunt puțin frecvente. Salutul de deschidere a comunicării, salutul generalizat la intrarea într-un magazin, sau cel personalizat, adresat vânzătorului, nu sunt generalizate și nici măcar frecvente. Aceeași este situația și în cazul formulelor de salut de încheiere a comunicării și de mulțumire, și cu atât mai puțin în cel al formulelor de urare. Putem interpreta această lipsă de ritual comunicational și interrelational prin absența sentimentului de apartenență la o colectivitate bine determinată, prin atomizarea colectivității ai cărei membri nu se simt solidari ori prin ceea ce E.T.Hall numea "sindrromul de identificare" (cf. E.T.Hall 1979, *Au-delà de la culture*, Paris, Seuil) a cărui funcționare este blocată în cazul marilor orașe. Hall (cf. *La dimension cachée*, 1971, Paris, Seuil: 202) spunea, pe bună dreptate, că "afluxul demografic, în toate orașele lumii, creează o serie de murdării comportamentale mai ucigașe decât bomba cu hidrogen". "Murdării" din care face parte și lipsa politeții lingvistice ca marcă comportamentală care izolează



Craiova, Calea Unirii, 2004

asigurându-le apartenența la aceeași comunitate discursivă prin împărtășirea acelorași coduri rituale și a aceluiși sistem de valori.

Pentru realizarea acestui act de limbaj, locutorii recurg la formulări performative realizate cu ajutorul verbului *a dori* (ex. *Vă doresc o zi bună/Vă doresc o zi usoară!*) sau la formulări eliptice de tipul *O zi bună!/Week-end plăcut!/Sănătate!/Vacanță plăcută!*

Din anchetele efectuate de studențele noastre a reieșit faptul că urarea este slab reprezentată în interacțiunile verbale de tipul cumpărător – vânzător. Se pare că acest act de limbaj apare mai des în cazul persoanelor de vârstă a treia, care folosesc mai ales formule de tipul *Sănătate! / O zi bună! / Vânzare bună!* și care au tendința de a stabili o relație mai apropiată cu vânzătorul. Poate că proveniența rurală a multora dintre aceste persoane își spune și ea cuvântul, politețea comunicăională fiind una din mărcile generației și a mediului de origine. La celelalte grupuri de vârstă, acest mic ritual conversațional nu este frecvent, neputându-se face clar nici o distincție între sexe. Este cert însă faptul că, în comunicarea copiilor și a tinerilor, formulele de tip urare-încheiere conversațională nu apar deloc.

oamenii, determinând, în cel mai bun caz, ignorarea celuilalt, lipsa contactului, chiar și numai verbal, cu acesta, dacă nu absența dorinței de colectivizare și respect reciproc.

Literatura de specialitate face distincția între *politețea negativă*, de natură abstenționistă, marcată de refuzul performării unui act de limbaj, și cea pozitivă, de natură producționistă, constând în efectuarea unui act de limbaj valorizant, de tip cadou sau compliment.

Rezultatele anchetei efectuate ne conduc la interpretarea identității urbane craiovene, din manifestările specifice spațiului său comercial, ca fiind marcată de o politețe negativă, prin intermediul căreia membrii comunității se ignoră reciproc, în cea mai mare parte, ritualizând sporadic și nesistematically din punct de vedere conversațional. Profilul acestei comunități urbane este acela al comunicării spontane, generate de factori diversi (existența mai multor persoane în magazin, celebra "coadă" cu valențele sale comunicăionale și interrelaționale, etc.), dar neritualizate. Aspectele rituale ale comunicării cumpărător - vânzător nu sunt frecvente, semn poate al unei "tinereți" comunitare, în care aspectele formale ale comunicării sunt încă la început de drum.

Sfîrșit

Tipărituri și cultură (secolele al-

Laura Jiga

de calendară³, într-un ritm crescător spre finele perioadei, ceea ce presupune deschiderea receptorilor spre un conținut informativ divers și crearea unei piețe a acestei categorii de scrieri. Dacă primele calendare prezintau traduceri și compilații după calendarare străine, treptat au câștigat teren cele "originale", adaptate realităților și cerințelor locale. Parodierea calendarelor, în 1821 (reeditare în 1829), de către Anton Pann sugerează faptul că alcătuiau, deja, un grup distinct de tipărituri, recunoscute de un public întă conturat⁴. Adresate "tuturor", calendaralele participă esențial la cristalizarea și susținerea unei noi expresii a culturii populare, anume o cultură populară a tiparului⁵. Atitudinea comună față de textul scris și imprimat îl scoate, treptat (dar nu total) din registrul sacru și îi conferă un nou statut și o nouă funcție: "ca să poată sluji la trebuințele Iconomiei casii și avându omul vreme slobodă și petrecând-o să o petreacă cu veselie"⁶. Spre finele primei jumătăți a secolului al XIX-lea calendaralele suportă o specializare tematică și, implicit, în cadrul publicului se cristalizează categorii de cititori care vor nuanța acel "pentru toti". Apar calendarale ale meserilor, calendarale literare, umoristice (care merg, uneori, până la licențios), ale high-life-ului etc.

Tabloul nevoilor cotidiene și sezoniere, laice, propus de calendarale populare cuprinde liste de târguri, schimburi monetare, preturi, poștalioane (apoi rutele și opriile trenurilor), sfaturi pentru alegerea unei meserii, cu alte cuvinte, nevoile unor oameni care circulă, fac comerț, se organizează în asociații profesionale, o lume care aparține orașului în devenire și, în alt ritm, satului care se emancipează.

Calendaralele ne furnizează date utile referitoare la orizontul mediu de cunoaștere, care asimilează informații geografice (în relație cu descrierile cosmografiilor populare), istorice, fizice, de igienă, de morală civică și educație politică etc. din secolele al XVIII-lea și al XIX-lea, dar, ar fi, deopotrivă, exagerat și insuficient să le considerăm "oglinză" a cunoștințelor oamenilor. În primul rând, calendaralele nu epuizează producția de carte. Alături de ele, continuă și se dezvoltă activitățile de tipărire a romanelor populare, apar manuale, broșuri literare, broșuri de popularizare științifică sau pseudoștiințifică etc. În al doilea rând, conținutul calendarelor relevă indicii doar asupra uneia dintre instanțe implicate în relația cerere-ofertă a pieței de carte. Știm doar ce se tipărea, nu știm pentru cine, nu știm cine ce ctea sau ce selecta dintr-un calendar, cum erau primite noile informații etc. În literatura științifică românească (etnologică, istoriografică, sociologică etc.) lipsesc studii referitoare la distribuția spațială și către diverse categorii de cititori a literaturii de colportaj, la canalele de distribuție, la intermediarii care fac legătura între editori și public⁷, la condițiile de mediere a accesului oamenilor simpli, în marea lor majoritate analfabeti, la forma scrisă⁸, la reacțiile cititorilor⁹ etc. Nu știm cât și cum literatura de colportaj a fost implicată în procesele de sinteză culturală, care a fost relația lor cu oralitatea, cu mediile rurale¹⁰.

Rațiunile care au dus la transcrierea expresiilor culturii tradiționale țărănești în cuprinsul calendarelor se află, după părere noastră, la confluența a 3 factori care, fiecare, dă seamă de una dintre direcțiile culturale și sociale ale perioadei pe care o discutăm.

1. Instrumentalizarea folclorului și "datinilor" în cadrul programelor ideologice

Intre anii 1731 – 1918 s-au tipărit 2192

“populară” XVIII-lea și al XIX-lea)

ale secolului al XIX-lea (cu specificitate locale în fiecare dintre provinciile românești, asupra cărora nu vom insista), cu investirea expresiilor culturii țărănești cu valori simbolice identitare etnice, în condițiile în care între creatorii genuini de folclor și elite se insinuase o distanță care trebuia recuperată prin dezvoltarea unei atitudini pozitive, estetice și morale, față de țărani și sat. În sensul acesta, calendarele oferă un câmp al dezbatelor și polemicilor, dar și un mod de punere în practică a programelor culturale și politice. Folclorul capătă valoare exemplară, reper și sursă de inspirație. Dar, să nu uităm, în contextul secolului al XIX-lea, mișcarea de redefinire a folclorului era o mișcare modernă,



deschisă și consonantă cu ce se întâmplă în celealte state europene, atașată valorilor civice și culturale universale, a căror însușire de către publicul cititor era, de asemenea, încurajată și „predată” în calendar. „Tabela materiei Calendarului pe anul 1869”, tipărit de G. Asachi (semnat Asaky) nu conține nici o referire la folclor, dar găsim acolo informații geografice, istorice, comerciale și încercări literare. În evocarea lui Costache Negruzzi, *Cum am învățat românește*, găsim următoarea frază: „... boieri ruginiți (s.n.L.J.) în românism, care se uitau cu dor spre Buda sau Brașov, de unde le veneau pe tot anul calendare cu povești la sfârșit”, din care reținem, aici, calificativul pe care scriitorul, atașat valorilor moderne, îl acordă închiderii orizonturilor de cunoaștere între granițele tradițiilor locale. Mișcării de reapropiere față de tradițiile proprii îl este asociată, aşadar, mișcarea de deschidere spre ceilalți, spre Europa modernă, pe de o parte, spre celealte grupuri etnice din principalele române, pe de altă parte. Informațiile despre istoria și tradițiile germanilor, maghiarilor, evreilor, albanezilor, bulgarilor, tiganilor apar fie inserate în cuprinsul calendarelor românești, fie în calendar autonome, cum

ar fi „Calendarul credințelor și obiceiurilor turcești” apărut la Buda în 1815. Deschiderea despre care vorbim s-a orientat nu doar către Europa occidentală. Obiectivul mărturisit al „Albumului Macedo-Român”, de fapt un almanah, apărut în 1880 la București, sub direcția lui V.A. Urechia era reprezentat de cultivarea „frăției între popoarele din Balcani”, de fapt, dezvoltarea sentimentului de coeziune a romanității orientale. „Albumul” conține informații istorice, lingvistice, literatură de autor, descrieri de obiceiuri (Pararudele) și o versiune a cântecului „Alexandru Macedon” trimisă de către Vasile Alecsandri.

Nu știm în ce măsură mesajele elitelor se adresau direct, sau au ajuns direct la „popor”. În orice caz, au fost preluate și mediate (prin transmitere și adaptare) de o categorie de tipografi editori, de multe ori rămași anonimi, care au creat și care au susținut grosul pieței literaturii de colportaj.

2. Instrumentalizarea folclorului din rațiuni editoriale, specifice mecanismelor pieței. Nu putem înțelege literatura de colportaj a secolelor al XVIII-lea – al XIX-lea în afara acestei relații. În sensul acesta, funcția de divertisment a calendarelor motivează, la rândul ei, inserarea transcrierilor de folclor, gustate de un public cititor sau și ascultător, pentru care contactul cu producțiile culturii tradiționale era o habitudine. „Calendarul Basmelor și Legendei Populare Române pe anul De la Christos 1875. Cuprinzând pe lângă cele necesare unui calendar diferite basme, cântări populare, colinde, zicători etc. după cum se vede în tabela de materii, ilustrat cu multe gravuri” (București, 1877) sugerează atât receptivitatea editorului față de discursul elitelor, de la care a preluat (cel puțin) terminologia categoriilor folclorice operantă în epocă, ca și atenția acordată așteptărilor virtualilor cititori cumpărători, public întâă atras prin retorica titlului, construit tocmai prin accentuarea elementelor de folclor. Manierele de redare a elementelor de folclor și de etnografie sunt, la rându-le, subordonate aceleiași strategii editoriale. 1 – Tendința cea mai accentuată nu este de înfrumusețare, ci de prescurtare, în conformitate, de altfel, cu specificul literaturii de colportaj, facilitatea și accesibilitatea. 2 – Dintre categoriile folclorice au prioritate narațiunile, colindele și expresiile paremiologice, iar din repertoriul de credinte cel mai frecvent apar cele cu funcție de prevestire. 3 – Cântecele sunt redate, în cea mai mare parte, doar în transcrierea lor verbală. 4 – Descrierile etnografice sunt relativ rare și se referă îndeosebi la obiceiuri și la portul popular, aproape deloc la elemente de construcție, meșteșuguri etc. În aceste condiții, valoarea documentară a textelor de folclor inserate în cuprinsul calendarelor necesită precauții. Dar, un calendar, în forma sa integrală, are calitatea de document de cultură populară, într-o parte dintre ipostazele sale temporale, calitate intuită de către Artur Gorovei care introduce în numărul X al revistei „Şezătoarea”, anul 1908, o copie a calendarului tipărit la Iași în 1785. (continuare în pagina 32)

Imagini suprapuse ale identității urbane

Studio

Ioana-Ruxandra Frunțelată

Așa cum observa János Mátéyás Kovács, identitatea est-europenilor a început să se globalizeze la nivelul culturii de masă, cu mult înainte de 1989, prin transformarea în normă a unor valori de piață aflate în circulație în Occident. Pentru adolescentul român al anilor 1980-1990, a avea „blugi” și „adidași” echivala cu „a fi în rândul lumii”, indiferent de mediul social de proveniență. Chiar și pentru adulți, uniforma fermierului american constituia un semn de nobilă urbană, o marcă a alinierii la codul comportamental al unei lumi libere. În prezent, est-europenii urmează totodată și o serie întreagă de modele de globalizare culturală non-americană, preluate de la Occident sau din Extremul Orient. Si putem presupune că făcând aceasta, ei vor continua încă multă vreme de aici înainte să îmbine laolaltă forme culturale locale (comuniste și naționale) cu cele regionale și globale [Kovács 2001:24].

Orice normă se coagulează prin opoziție față de o normă anterioară. Când modelul „omului nou” și-a început dominația, s-a pulverizat și „stilul identitar” al dizidentului. După euforia eliberării de constrângeri, adeptii modei inteligențialilor cu barbă și plete și-au mai schimbat preferințele, orientându-se, în parte, spre un „look metro”, pedant și efeminit; de asemenea, multe dintre reprezentantele elitei financiare feminine au optat pentru înfățișarea „unisex”, cultivată ca o reflectare a independenței materiale. Desigur, fluctuațiile modei permit întotdeauna alternative și nu se poate vorbi, în prezent, de o normă a imaginii orășeanului acceptată de toți. Elementul interesant pentru discutarea identității urbane este, de fapt, nu aparența exterioară a citadinilor, ci importanța pe care ei o acordă acesteia, transformarea imaginii în substanță.

Mass-media dețin rolul principal în investirea imaginii cu maximă valoare socială, dar nu se poate nega aportul însemnat revenit în această privință și artelor cu suport vizual, în special cinematografiei. Gradul de conformism adoptat de televiziune, de exemplu, în promovarea imaginilor este dictat de analiza practicilor de consum, elementele de localizare sau „etnicizare” a ofertei fiind reduse la o strategie de flatare a audiенței prin vehicularea unor clișee identitare foarte cunoscute. De aceea, media au o contribuție importantă la uniformizarea spațiului cultural, fie el urban sau rural, distincție încă relevantă pentru țările Europei de est. Locuitorul Bucureștiului, de exemplu, nu se definește ca „bucureștean”, el și afirmă adesea solidaritatea cu zone mai vaste (este român, est-european, european, „cetățean al lumii”) sau la provincii spirituale (oltean, ardelean etc.).

Ca „român”, bucureșteanul recunoaște, mai mult sau mai puțin,

principalele elemente ale „check-list-ului identitar”, apărute în procesul ideologic al consolidării națiunii: strămoșii daco-romani, teritoriul carpato-danubiano-pontic, limba română, patrimoniul cultural canonic. Restul nu mai este decât o chestiune de reproducere și vulgarizare (...); după stabilirea „check-list-ului”, procesul de construire identitară intră în era culturii de masă [Thiesse 2000(1999):163].

Apartenența la spațiul est-european implică supunerea identității urbane despre care vorbim la o constelație de factori și procese, cum sunt: o omogenizare culturală la scară mondială; apariția, respectiv reapariția particularităților naționale și regionale; importurile de cultură din Extremul Orient; relicvele în continuare puternice ale vechii culturi sovietice semiglobale; eliminarea unora din formele anterioare globalizante ale culturii înalte [Kovács 2001:24]. De asemenea, specifică efortului de redefinire identitară din țările fost-comuniste este și întoarcerea către religie [Cuisenier 1999(1990):136], cu observația că participarea numeroasă la marile sărbători și hramuri sau gestul, redevenit reflex, al ortodocșilor de a-și face cruce atunci când trec pe lângă o biserică nu semnifică priorită o intensificare a credinței, ci pot fi interpretate ca o reacție de apărare a grupului în fața consecințelor spirituale provocate de instabilitatea economică a unui deceniu și jumătate de tranziție. Pe de altă parte, înscrierea în câmpul reticular [Pannea 2003:2] al enoriașilor dintr-o parohie se adaugă efortului constant al omului contemporan de a-și găsi (sau regăsi) tradiția, fie ea chiar și o rezultantă a opțiunii personale combinate cu presiunea grupurilor divers determinate cărora individul le aparține sau dorește să le aparțină.

În mediul orașului, nevoia de tradiție este sprijinită de „oferta rituală” a tuturor instituțiilor: municipalitatea propune sărbători urbane (Zilele orașului X), elita culturală nominalizează temple ale emoției artistice sau intelectuale (o librărie, un club, un teatru ce-și asumă riscul de a fi „necomerciale”), industria de divertisment închide în cercul ei simbolic aspirații ce variază de la domeniul sportiv la cel gastronomic, actorii scenei politice oficiază ceremonialuri de adevarare - inclusiv morală - la obiectivele de profil ale perioadei etc.

Riturile mediatice ar trebui să devină, în acest context, forme de potențare a ofertei rituale instituționale, asigurând asimilarea ideilor conținute de această ofertă și obținând, astfel, controlul asupra reacției grupului (o formă actuală a „puterii” încorporate riturilor din societățile traditionale). Scopul lor ar fi acela de a-i slăvi pe cei mari, a legitima instituțiile existente, a produce condițiile emoționale ale adevăranii populare la celebrare, oferind deschideri spre „fabricarea” istoriei oficiale, într-o manieră foarte pragmatică [Lardellier 2003:141].

(continuare în pagina 6)



Imagini suprapuse ale identității urbane

(Urmare din pagina 5)

Cu toate acestea, în prezent, impactul riturilor mediatice asupra mentalului colectiv pare să depășească atributile unui simplu vehicul al modelelor concurente propuse de instituții individului aflat în căutarea unei norme. Tradițiilor li se substituează *imagini* despre tradiții, pe care mai ales tinerii le pot interpreta cu o anumită marjă de libertate, creând, astfel, o serie de variante - coduri personale - cu termen redus de funcționare.

Încă din zorii secolului al XX-lea se vorbea despre alienarea urbană produsă de dezrădăcinare și de industrializare. Cu timpul, reprezentarea media a preluat atributele spațiului simbolic din societățile tradiționale, devenind, paradoxal, un teritoriu mai prezent în formula identitară a citadinului decât natura concretă. Cultura de masă fiind, prin definiție, globalizantă, nu mai are mare importanță orașul unde locuim de fapt; bucureșteanul este european, "cetățean al lumii", adept al ecranului, la fel ca arădeanul sau craioveanul, de exemplu. Identitatea lui se compune dintr-o serie de imagini suprapuse, selectate în decursul unui proces de adaptare a ofertei la cerințele de supraviețuire, proces cu rezultate adesea instabile.

Descoperirea legilor care dirijează dispunerea imaginilor identitare într-o anumită formulă constituie o prioritate a antropologiei urbanului. Continuarea unui asemenea proiect ar urmări apoi analiza efectelor suprasaturării cu imagini asupra imaginariului, înțând cont de faptul că efortul de filtrare și prelucrare a unei cantități uriașe de informații preponderent vizuale poate duce la atrofierea anumitor competențe mentale necesare procesului de construire a unui "sine" coerent.

Elementelor globalizante cuprinse în formula identitară a urbanului (nevoia de tradiție / ritual și primatul imaginii) li se adaugă variabilele de context cultural specifice fiecărui mediu concret. Revenind la spațiul românesc, premisa de la care am porni este că, aflat în sfera "formelor fără fond" și fără a renunța la moștenirea "culturii minore", locuitorul orașului de la noi își caută încă satul.

Bibliografie

Cuisenier, Jean 1999. [1990 *Ethnologie de l'Europe*] *Etnologia Europei*, traducere de Marinela Blaj, prefată de Dumitru Stan, Iași, Institutul European.

Kovács, János Mátyás 2001. *Turbulențe în vid în "Lettre internationale"*, nr. 37, ediția română, primăvara 2001:23-26.

Lardellier, Pascal 2003. [2003 *Théorie du lien rituel*] *Teoria legăturii rituale*. Antropologie și comunicare, postfață de Alain Caillé, traducere de Valentina Priopile, București, Ed. Tritonic.

Panea, Nicolae 2003. *Analiza reticulară și producerea urbanului în "Arche"*, Revistă de Etnologie și Antropologie editată de Centrul Creației Populare Dolj, nr.1/2003:1-2.

Thiesse, Anne-Marie 2000. [1999 *La création des identités nationales. Europe XVIII^e-XX^e siècle*] *Crearea identităților naționale în Europa. Secolele XVIII-XX*, traducere de Andrei-Paul Corescu, Camelia Capverde și Giuliano Sfichi, Iași, Ed. Polirom.

Colindatul în urban. Preliminarii

*Cristina GAFU
Mihaela Nubert CHEȚAN*

Articolul s-a conturat ca urmare a observării recurenței fenomenului de revitalizare a colindatului (una dintre componentele fundamentale încadrare sistemului de obiceiuri și tradiții din ciclul calendaristic, a căror performare se situează în perioada dintre Crăciun și Bobotează) în mediul urban actual.

Este dificil de precizat, în această fază incipientă a investigației, în ce măsură formele determinabile în prezent sunt forme provenite din rural și adaptate contextului citadin, sau reflectă ipostaze specifice orașului. Ne-am propus cercetări focalizate pe acest proces complex care implică, pe de o parte, diacronia (evoluția sa din perioada totalitară până în perioada comunistă) și, pe de altă parte, sincronia (ce presupune decelarea variantelor de manifestare).

Prospecția s-a desfășurat în două centre urbane, aflate în proximitate, ce pot fi considerate reprezentative pentru zona Muntenia: București și Ploiești. În cazul Bucureștiului, alegerea ca zonă-eșantion a fost justificată și de existența particularităților care derivă din statutul de capitală, precum capacitatea de a absorbi fenomene culturale de proveniență variată și, implicit, pluralitatea și plurivalența formelor de manifestare.

Ipotezele de lucru pe care le propunem sunt fundamentate nu numai pe observațiile personale, ci și pe informațiile obținute în urma interviurilor realizate cu sprijinul colegilor din Institutul de Etnografie și Folclor „Constantin Brăileanu”, din București. În acest mod, a fost posibilă conturarea unor posibile nivele de analiză a fenomenului colindatului în urban (spații de desfășurare, perioade de performare, repertoriu, actanți, funcții), și evidențierea determinanților și relațiilor dintre acestea.

1. Perioade de performare

Prospecțiile efectuate în mai multe cartiere, plasate atât în centru, cât și la periferia orașelor, au avut ca prim obiectiv cunoașterea informațiilor-concordante cu realitatea etnourbanului-în ceea ce privește perioada de performare. În acest sens, au fost evidențiate variații importante față de prescripțiile modelului tradițional (datorate, într-o anumită măsură și mutațiilor sesizabile în registrul ierarhiilor funcționale).

Aplicând metoda observației directe, pe parcursul mai multor ani, s-a stabilit un potențial de inovație, prin adoptarea, din partea grupului de colindători, a unei atitudini de flexibilitate, astfel încât, colindatul propriu-zis poate debuta pe 6 decembrie, (dată ce marchează sărbătoarea religioasă Sfântul Nicolae) și se poate prelungi până pe 1 ianuarie. Intensitatea maximă se concentrează în jurul zilelor de 20-23 decembrie, 29 decembrie - 1 ianuarie iar diminuarea frecvenței colindatului se petrece între Ajunul Crăciunului (zi în care pot fi întâlnite, sporadic, grupuri de colindători) și a treia zi de Crăciun. Sevențele temporale preferate sunt după amiază, după ora 17, când se presupune că populația angajată este la domiciliu. Această extindere a perioadei de performare (pentru care o explicație viabilă ar fi instituirea primatului funcției pecuniare)

, care poate atinge date de la începutul lunii decembrie, reprezintă o abatere severă de la tipul tradițional însă, este sancționată, de cele mai multe ori, de către cei cărora li se adresează colindatul, fie verbal, fie prin ignorare.

2. Spații de desfășurare

Una dintre mutațiile operaționale se referă la capitalul de adaptabilitate al formelor de colindat la specificitatea spațiilor de tip urban. În acest mod, apar diferențieri față de modelul rural (a cărui schemă era adecvată desfășurării colindatului în segmentele spațiale ale mediului privat ce includeau curtea și interiorul casei) prin opțiunea pentru domeniul public. Această opțiune este influențată de existența unui context social diferit: dacă în rural membrii grupului colindătorilor fac parte dintr-o comunitate restrânsă, în care majoritatea membrilor se



Foto: Roxana Corcoran

cunosc, în urban, condițiile se modifică. Principala provocare a colindatului în oraș este faptul că, nu întotdeauna publicul este unul familiar, cunoscut, expectațiile variază sau, uneori, rămân o necunoscută, iar colindătorii nu sunt percepți întotdeauna ca individualități (pot rămâne anonimi), ci numai ca grup.

A doua observație se referă la distribuirea zonală a coordonatelor culturale, sociale, economice etc., în relația centru-periferie. Pornind de la această constatare, am încercat să identificăm a tipurile de spații preferate de grupurile de colindători: strada, scara blocului, spitalul, piața, instituțiile, mijloacele de transport în comun și, pentru București, metroul și Gara de Nord.

Particularizând, se poate realiza o clasificare a spațiilor, în funcție de poziționarea colindătorilor în raport cu auditoriul: grupul se poate afla în mișcare (strada, scara blocului, spitalul, piața, instituțiile, mijloacele de transport devin locațiile predilecte) sau, situația concretă, în care grupul de colindători este static, își stabileste o locație fixă, în timp ce auditoriul este mobil (și atunci sunt preferate gara, stațiile de metrou, alte spații deschise). Această poziționare a receptorilor față de actanți diversifică tipurile colindatului urban: *colindatul propriu-zis* ce presupune deplasarea colindătorilor și *colindatul-spectacol* în care auditoriul interesat se plasează în jurul colindătorilor, formând

publicul spectator. Practica plății în bani reprezintă, în acest caz, echivalentul uzanței cumpărării unui bilet de spectacol. Acest tip de spectacol nu se deosebește prea mult de acele reprezentări ale formațiilor de instrumentiști din parcul Herăstrău sau de pe străzile centrale ale capitalei (de exemplu Piața Amzei), care se desfășoară, de asemenea, în locuri fixe. Ceea ce variază sunt actanții, compoziția formației-implicând, aproape obligatoriu, și interpretarea vocală -, repertoriul caracteristic alcătuit din colinde foarte cunoscute sau la modă.

3. Forme de manifestare

O premisă a cercetării, (valabilă numai în zonele eșantion, însă posibilă și în alte orașe) rezultă din necesitatea investigării formelor de colindat locale (specifice zonei) și a celor provenite din alte zone (precum cele specifice grupurilor de colindători moldoveni). Formele de colindat locale prezintă tendințe de conservare a repertoriului tradițional (Capra și Plugușorul care se desfășoară, în special stradal), dar și tendințe de inovare a acestuia (mai ales în ceea ce privește versiunile oferite cântecelor de stă, care sunt performate în scările blocurilor).

Colindatul formațiilor cu repertoriu de cântece de stă urmărește un tipar comun ale cărui principale coordonate sunt:

-tipul care se rezumă numai la modalitățile de anunțare (doar prin interpretarea unui fragment din întregul repertoriu sau a formulelor de anunțare, fără a apela soneria, în timpul cântării se sună la ușile de pe palier) și

-interpretarea întregului repertoriu, fie pornind de la ultimul etaj spre ieșire, fie doar la intrarea blocului.

Colindatul copiilor, ca și Sorcova, se dovedesc a fi mult mai aleatorii, depinzând de asumarea spațiului urban

respectiv, ca un loc cunoscut, bine determinat de vecinătăți. Propunem varianta de cercetare a dezvoltării unei scheme de abordare ce vizează vecinătățile directe (scara blocului) în care locuiesc actanții sau numai unul dintre ei și vecinătățile din imediata proximitate (celealte scări ale blocului, blocurile din apropiere). Acest tip de colindat se deosebește de cel amintit anterior prin repertoriu, funcții, actanți, cât și prin formele de anunțare a gazdelor (copiii sună la ușa apartamentului și colindă numai în cazul în care li se deschide ușa).

Intermitențele sesizate de informatorii chestionați în frecvența colindatului copiilor (atât cu Moș Ajunul, Steaua, Sorcova) sunt puține, adeseori, pe seama unor opreliști de natură tehnică (interfonul) sau a condițiilor financiare precare a locatarilor.

4. Actanți. Formații

În ceea ce privește formele de asociere ale colindătorilor, alături de criteriul primar, acela al respectării categoriei de vârstă, apar criterii noi, determinate de condițiile și contextele emergente societății moderne.

A. Reprezentările stradale ce valorizează mostre ale obiceiurilor din fondul tradițional (Capra și Plugușorul), devin un subiect interesant de cercetare și din punctul de vedere al diversificării compoziției sociale (inclusiv rolul componentei etnice);

pentru o posibilă cercetare

B. În cadrul colindatului copiilor cu Moș Ajunul, Steaua și Sorcova, cea mai frecventă modalitate de constituire a grupurilor valorificarea relațiilor stabilite în zonele afinitare de tipul vecinătății și al rețelelor de prieteni (4-5 membri);

C. Cele mai importante inovații sunt evidente la nivelul formațiilor de colindat al căror repertoriu îl reprezintă cântecele de stea. Criteriile de selecție a membrilor sunt potențial restrictive, referindu-se, în principal, la performanțele artistice într-un mediu concurențial (capacitățile vocale, instrumentele și gradul de instrucție muzicală). În acest caz, configurația formației de colindători limitează posibilitățile de participare într-un astfel de grup ce își arogă statutul de profesioniști și semiprofesioniști (liceenii de la liceele de teologie, liceele de muzică, școli populare de artă și oricare alții cu performanțe muzicale, studenți de la diferite facultăți și de la Conservator). Specificul formațiilor este interpretarea vocală, armonizată (cel puțin pe două voci), fie în grupuri feminine, masculine sau mixte. Existenta unei atmosfere de competiție a condus la introducerea acompaniamentului instrumental, reprezentat, cel mai adesea, de chitară, dar și de prezența altor instrumente muzicale (vioara, flautul).

În ultimii ani s-au format grupuri exclusiv de instrumentiști-colindători care interpretează prelucrări ale cântecelor de stea. Acest fenomen a fost sesizat de către informatorii noștri cu preponderență în zona centrală a Bucureștiului, în special Bulevardul Magheru, zona Dorobanți.

unei atmosfere speciale.

Grupurile nu au statutul cetei de colindători din mediul rural, statut care, și acesta, a suferit modificări în ultimele decenii. Sunt grupuri temporare, care se compun, se descompun și se restrucțurează în funcție de perioada de colindat, aceasta și datorită faptului că, față de modelul rural, componenta rituală nu există. De asemenea, cei cărora li se adreseză colindatul nu mai dețin statutul de gazdă, nu și mai asumă aceleași îndatoriri în lipsa colindatului în spațiul privat (colindătorul interpretează la ușa apartamentului).

5. Repertoriu

Colindatul urban presupune un repertoriu fix, ce nu variază decât în limitele creațiilor tradiționale (Capra, Plugușorul, Sorcova, Moș Ajunul, Steaua) și ale unui repertoriu mobil, ce se supune modelor (colindatul cu cântecele de stea). Modificările depind, într-o anumită măsură, și de inițiativele formațiilor respective. De exemplu, grupurile teologilor relevă o tendință de a conserva tradiția de cântare specifică zonei ecclaziastice, în timp ce alte formații recurg la introducerea unor variante de armonizare a cântecelor de stea, sau a colindelor, difuzate de mass media sau înregistrate pe suport magnetic. Tot aici includem și variațiile inițiate de formațiile vocale prin introducerea acompaniamentului instrumental.

Originalitatea acestuia este un scop în sine, servind finalității estetice.

Un alt aspect pe care îl supunem atenției

interpretează se bazează pe familiarizare celor colindători cu aceste cântece. În structurarea repertoziilor, un rol important l-au avut discurile, casetele audio cu variantele de interpretare ale corului Madrigal, ce servește drept model. Tot la capitolul inovații, semnalăm interpretarea unor cântece cunoscute de Crăciun din repertoriul internațional ca: „Jingle Bells”, „Stille Nacht”. Caracteristica principală a acestui tip de colindat devine performanță artistică, așteptările auditoriului îndreptându-se către această cerință.

Ipostazele colindatului în urban nu sunt de tip creator (mediul genuin al orașului își construiește propriile forme pornind de la modele tradiționale), ci de tip reproductiv, fiind administrate ca bunuri de consum ce se supun legii cererii și ofertei.

6. Funcții

Informațiile de care dispunem în momentul de față ne indică o ierarhie funcțională a cărei trăsătură distinctă este flexibilitatea: funcțiile dominante pot deveni subiacente și invers. Acestea se restrucțuiează în relație directă cu spațiul în care se colindă (spațiul influențează activarea coordonatei dominante/subiacente a funcționalității), cu diversele categorii de performeri și receptori (cu referire la opțiunea – generală sau particulară - a acestora: de transmitere a mesajului tradițional, de menținere a funcției de urare, sau, de exploatare a oportunităților de ordin economic, în cazul performerilor, și de acceptare/neacceptare a colindatului, de la simplul gest de toleranță/intoleranță, până la asumarea rolului de gazdă, în cazul receptorilor).

Spațiul în care se colindă determină, în urban, selecția anumitor valențe funcționale: de exemplu, în mijloacele de transport în comun se desfășoară colindatul

spațiile asociate zonei privatului (locuințele rurilor, ale prietenilor sau ale vecinilor).

Un alt factor definitoriu în structurarea, coagularea seturilor de funcții este reprezentat de categoriile de actanți. În ceea ce privește colindatul copiilor, funcțiile dominante atribuite colindatului potențează, în primul rând, importanța la nivelul sociabilității și socialității, dar și aspectul pecuniar, sau calitatea de sursă a divertismentului în această perioadă a anului. Colindatul grupurilor vocale și vocal-instrumentale sugerează necesitatea unei abordări particularizatoare: unele formații se dovedesc interesate mai mult de implicațiile economice, în timp ce altele subsumează această funcție celei de socializare, ori de divertisment.

Revitalizarea colindatului în urban, la care asistăm în ultimii ani, induce și alte funcții latente sau manifeste, care sunt activate în anumite momente și circumstanțe. Pot fi menționate strategiile de contestare a alienării orașului modern, ce conțin, în subsidiar, dorința de perpetuare a paternurilor tradiționale și depind de punerea în aplicare a politicilor culturale locale.

Ipozita unei investigări plauzibile a interdependenței dintre activarea coordonatorilor dominante/subiacente, particularitățile unui anumit tip de spațialitate, caracteristicile planurilor contextuale, și componenta socială a varianteelor de asociere la nivelul grupurilor de colindători se bazează pe analiza datelor obținute în urma unei proiecții de teren în mediul citadin, limitată la două zone esantion. Întrucât formularea unor concluzii sau a unor enunțuri cu caracter generalizator presupune un stadiu avansat al cercetării științifice, au fost punctate numai acele aspecte ce se plasează în zona evidenței.



Opțiunea pentru aceste instrumente muzicale este indusă, pe de o parte, de stilul interpretativ al corurilor care au înregistrat armonizările realizate de compozitorii români pentru cântecele de stea, pe de altă parte, de faptul că flautul, vioara, chitara sunt instrumente de muzică clasică, prin intermediul cărora este facilitată crearea

este componenta repertoriului cântecelor de stea, alături de care, sunt incluse și se detasează un set de melodii devenite șlagăr, și a căror interpretare s-ar putea formaliza, precum: „O ce veste minunată!”, „Trei păstorii”, „Iată, vin colindători!”, „Domn, domn să-nălățâm” și un set de cântece de stea și colinde mai puțin interpretate, dar la fel de cunoscute. Formațiile ce le

de tip cerșit, în timp ce, în spitale, unde grupurile de colindători resping remunerarea de orice fel, dominantele nu mai sunt de natură pecuniară. Colindatul în spații percepute ca fiind profitabile din punct de vedere financiar (sediile firmelor, piețele, blocurile situate în zone rezidențiale) capătă funcții și forme de manifestare distincte față de colindatul în

* Notă:

Mulțumim colegilor: Georgeta Moraru, Alina Ciobănel, Paul Drogăneanu, Nicolae Teodoreanu, Marian Lupașcu, Laura Jiga, Anca Stere, Rodica Raljade, Armand Guță, Radu Toader, care ne-au oferit informații utile cu privire la fenomenul colindatului în București.

Pledoarie pentru etnologia urbană medievală: o aplicație asupra Brașovului

Ligia FULGA

Dacă încercăm să schităm configurația economică a Brașovului, cu intenția de a verifica în ce masură Brașovul poate fi considerat un *pol urban*, după cum explică Fernand Braudel acest tip de orașe medievale, vom putea să evaluăm dacă și justifică conținutul de *economie-univers*, termen conceput de același autor; acest termen este înțeles ca un fragment din univers în sens larg, noi am restrângere sensul lui la spații geografice întinse care funcționează autonom din punct de vedere economic, această economie – univers fiind capabilă în esență să se satisfacă pe sine însuși și căruia îi conferă ei și orașelor implicate o unitate organică. (Braudel.1989:14)

În spiritul acestei interpretări, regulile tendențiale ale economiei univers implică o sumă de spații individualizate, economice sau neeconomice, regurate de ea. Spațiul dă sens acestei economii-univers, el presupune un *centru*, în beneficiul unui oraș și al unui capitalism dominant, zona care-l înconjoară căpătând semnificații deosebite. Din această perspectivă, Brașovul îndeplinește aceste condiții, putând fi perceput ca un *oraș-univers* în zona de intersecție a lumii occidentale cu cea levantină, dovedind o certă vocație internațională; așa ne explicăm de ce *spre el* se îndreaptă toate informațiile, mărfurile, capitalurile, creditele, oamenii, scrisorile comerciale și tot de aici pleacă din nou.

Universul urban al Brașovului, cel al orașelor și târgurilor transilvănene în general, de acum două - trei secole, unde rolul pieței ca loc de desfășurare a mărfurilor era bine delimitat și foarte important pentru locuitorii lor, trebuie perceput ca un spațiu individualizat cu o specificitate pregnantă. În perimetrul lui erau dispuse prăvăliile și atelierele din care meșteșugarii și vindeau propriile produse, halele de vânzare, pivnițele de depozitare, hanurile, casele de locuit; toate acestea dău dimensiunea unei lumi în mișcare care produce, cumpără și vinde, face tranzacții, facilitează întâlniri între oameni veniți din Occident cât și din Orient pentru negoț.

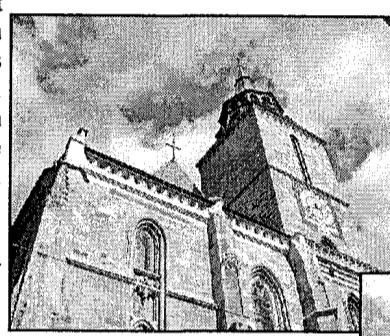
Documentarea științifică, prin *artefacte* muzeale și informații de arhivă, ne oferă posibilitatea de a reconstitu și deci de a recompune configurația acestor orașe care au avut o economie proprie, capabilă să satisfacă nevoile specifice habitatului urban, iar legăturile lor interne și mai ales externe cu lumea Levantului și cu marea comerț occidental să le confere o amprentă specifică.

O trăsătură dominantă este comerțul cu produsele textile care s-a desfășurat sute de ani și a cunoscut forme diverse de manifestare, fie ca marfă de schimb de import importantă

în tranzacțiile Brașovului dar și ca produs indigen, local prelucrat de meșteșugarii de aici și zona înconjurătoare.

De aceea aici se găsesc negustorii bogăți, negustorii de mărfuri "turcești" care aduceau și vindeau la Brașov produse orientale, la loc de frunte fiind țesăturile scumpe ca *bogasie*, *brocatul*, *damast*, *tafta*, *purpură simplă și aurie*, covoare, mantale, caftane, căciuli, cingători, șei și frâie turcești cât și mirodeniile; dar tot aici sunt prezenti, la Brașov, negustorii de mărfuri nemăști care negustoreau postavurile fine de Görlitz, Nürnberg, Köln, Louvain, Ypres, Bruges, Verona. (Pavelescu.1970:30-31,41)

Se înțelege că aceștia aduceau țesături la solicitările patriciatului urban, ale domnitorilor Țării Românești și Moldovei sau pentru curtile episcopale, mătasea ocupând un loc de frunte în tranzacțiile



comerciale ale epocii. Prezente încă din secolele XIV-XVI în Transilvania, mătăsurile brocate cu fir auriu, provenind din celebrele manufacuri italiene (Venetia, Genova, Lucca, Florența), au excelat în secolul al XVII-lea datorită Franței, care preia acum definitiv supremația în țesutul mătăsii și în modă în general, prin preluarea rapidă a stilurilor baroce de către toate curțile regale europene; francezii devin de acum pentru totdeauna arbitrii eleganței în materie de modă vestimentară. Inventarea în anul 1805 a războiului de țesut mecanic de către francezul Joseph-Marie Jacquard va duce la simplificarea vizibilă a țesăturilor cu modele colorate și la reducerea costului lor, având ca efect lărgirea bazei consumatorilor.

Foarte bine comercializate în Brașov, în orașele transilvănene au fost și postavurile groase de lână provenind din Țările de Jos și Germania, care au fost preluate apoi și de breslele textile din Brașov și alte orașe transilvănene. Specializările în această branșă profesională sunt multiple: sunt cunoscute astfel postăvarii, tunzători de postav, *perpetari* sau țesători de rașa care au lucrat în principal pentru nevoile populației locale, dar și pentru export în Țările Române.

Folosind materii prime autohtone, inul și cânepa pentru pânzeturii, lâna turcană pentru *bobou*, *zeghe*, *cergi*, aceste sorturi de țesături au fost menținute sute de ani. Se remarcă tendința de a lucra pânzeturii și postavuri similare cu cele din import, împrumutând în acest scop tehnici de prelucrare, instrumentar și chiar meșteri din străinătate.

Informațiile de arhivă ne ajută să compunem un tablou sugestiv. De pildă, în secolul al XVIII-lea, țesătorii de pânză din Brașov făceau *pons* din bumbac pentru cămăși de calitate superioară, *batist* pentru baticuri și șorțuri, *barchet*, pânză simplă pentru cearceafuri în 2 sau 4 ieșiri în amestec de in cu bumbac sau de cânepă cu bumbac, pânză cernită pentru rochii, pânză folosită pentru legat la gât numită *bogasie*.

Se cunosc chiar încercări de a țese *muselina* simplă, vărgată sau cu flori din fire foarte fine de bumbac, după modele străine. Postavurile mai ușoare intră în sarcina *perpetarilor* care țeseau *perpet* sau *rașa* de culoare verde, albastru, maron, gri, negru, indigo, alb, iar la începutul secolului al XIX-lea au fost îndrumați conform modei să lucreze pe lângă *rașa*, *molton* și *flanel*, postav de "livree", semipostav, *cașmir*.

Întâlnim aşadar o mare diversitate de meșteșugari localnici, aurari, postăvari, pânzari, cojocari, funari, brutari, olari etc; târani târgoviți veniți din satele din jur, negustori levantini amestecați cu cei din Viena, Pestă, Lemberg, Frankfurt, Köln sau Augsburg, aşadar o lume pestriță, mozaicată, mănată de interese economice, dornic să profite de târgurile săptămânaile, sezoniere și anuale din Brașov.

Diversificarea socială este puternică, aici fiind consemnată cei ce făceau parte din burghezia orășenească, pătura nobilă-patriciatul săsesc în special, dar și o pătură mai puțin înstărită care a provenit din satele vecine orașelor.

Rangul, statutul juridic și bunăstarea lor socială a fost pusă în evidență și prin modul diferit de a se îmbrăca, instituindu-se chiar regulamente care trebuiau respectate de toate păturile sociale; în ele se stipula ce anume era permis sau din contra, ce era interzis acestora, conform rangului pe care îl reprezentau, fiind precizate calitatea materialelor, prețiozitatea podoabelor și a accesoriilor vestimentare, detalii privind

găteleală capului etc. pentru fiecare stare în parte.

Structura costumului urban transilvănean urmează caracterele costumului medieval european. Prin croi și piese componente, prin accesori și podoabe tipice Renașterii, prezente prin ecouri târziu în zona estică a Europei, costumul evoluează spre o amplitudine barocă excesivă tributară modei timpului și care a persistat până la sfârșitul secolului al XIX-lea, dar translatați și metamorfozați masiv în mediul târănesc transilvănean care preia caracterele lui specifice într-o formă adevarată.

Este edificator ca realitatea urbană târgul transilvănean surprins de pictorul sibian Franz Neuhauser care înfățișează costume urbane purtate de patriciatul săsesc dar și personaje care indică portul târănesc la sfârșitul secolului al XVIII-lea, acestea fiind manifestari care au ecou în ruralitatea transilvăneană românească cu simbolurile și credințele ei ancestrale.

Trebue subliniat că această lume care nu se relevă ca fiind extrem de diferențiată, împărțită pe mai multe nivele de reprezentativitate ca origine, etnie, ocupație, status social, recompone identități culturale distințe care se intersectează, se influențează, unele ulterior se asimilează, aspect care aduce în prim plan ideea

cercetării alterității culturale ca modalitate eficientă și transparentă de explicitare a realităților cultural-istorice revolte.

Orașele-releu așa cum le numește Fernand Braudel, înconjoară polul urban la o distanță mai mică sau mai mare, asociate sau complice. Activitatea lor se pune de acord cu cea a marelui oraș. Este suficient să amintim legăturile multiple și constante ale orașelor transilvănene cu Brașov, cele mai active fiind Sibiu, Clujul, Bistrița, Sighișoara în Transilvania sau cu târgurile din Moldova și Tara Românească. Se pot cita și alte orașe, dincolo de spațiul românesc, care comunicau economic cu Brașovul.

Brașovul devine asistat și servit. Aici se adăpostește o populație pestriță, cosmopolită, cu o diversificare socială puternică, consemnată o burghezie orășenească, o pătură nobilă-patriciatul săsesc dar și o pătură săracă care a provenit din zona înconjurătoare. Astfel, Brașovul devine supradezvoltat, prețurile sunt scumpe, apar foarte multe restricții pentru apărarea puterii sale politice și economice. De pildă se interzic de către Magistratul Brașovului unele activități comerciale care erau considerate drepturi cetățenești, adică drepturi exclusive care apartineau orașului. Scheienii care nu erau considerați *cetățeni* ai orașului Brașov sunt împiedicați să vândă pâine, mâncăruri gătite și vin, nici în cetate nici în aleea. (Pavelescu. 1970:30) Documentele menționează aspecte similare privitoare la negoțul cu mierea de albine, cașul și urda proprie ori invocându-se dreptul târgului public, care impunea taxe și reguli subiective. Mai amintim și faptul că nici braga, băutura săracimii, și nici *miedul* nu li se dădea voie scheienilor să o prepare și să o vândă. Cauza oprii este mereu aceeași, dreptul de a fermenta este un drept cetățenesc.

Zonele de comerț sau de interes economic sunt ierarhizate, traficul fiind îndrumat spre Brașov, ca apoi să treacă sub controlul lui. Mărfurile erau aduse obligatoriu în cetate, chiar când aveau o altă destinație, pentru care se percepea o taxă; de



exemplu, se plăteau 8 dinari pentru fiecare centner de pește sărat, 12 dinari pentru centnerul de brânză, 12 dinari pentru fiecare sac de bumbac, 6 dinari pentru sacul de *scumpie*, 24 de dinari de povară de piele cordovană, 6 dinari centnerul de tutun, 5 dinari centnerul de *oloii* de in. (Pavelscu.1970:33). Aducerea în cetate a mărfurilor, Magistratul Brașovului o justifică prin dreptul său de *fundaco* (de depozit), considerând că taxele ce se plătesc la porțile orașului se obișnuiește și se plăti și în alte părți.

Receptat dintr-o perspectivă spațială, orașul se află într-o interacțiune reciprocă cu activitățile care devin dominante, în funcție de distanța din jurul lui, delimitându-se de la sine un micro-cosmos imaginat ca

niște forme concentrice, așa cum schițează, spațial, economistul J. Heinrich von Thünen : în primul cerc sunt situate grădinile, culturile de zarzavat, producția de lapte; în al doilea cerc este situată cultura cerealelor; în al treilea cerc apare dominantă creșterea vitelor.(cf.Braudel. 1989:35)

Brașovul, fiind receptat ca un mare oraș, domină zonele învecinate, dând naștere schimbului dintre sat și oraș, cunoscut ca fiind inegal dar care provoacă circulația corporului economic. Un prim caz identificat ca spațiu economic, care este într-un raport de dependență față de Brașov este Tara Bârsei. Caracteristicile unei astfel de zone vecine unui oraș ca Brașovul se referă la criteriile de formare de prețuri și salariai, mai joase decât în Brașov, la modul de viață din mediul rural, mai puțin avansat decât cel urban, sătenii străduindu-se să împrumute meserii din mediul urban pentru a vinde orașului precum cojocarii, curelarii, pânzarii, frângherii.(Pascu.1954:93-256) Aici trebuie menționat că producția satelor este pusă în acord cu orașul Brașov și cu cererea pieței externe și mai puțin cu nevoile locale.

Pe lângă faptul că Tara Bârsei furniza Brașovului materii prime (carne, zarzavat, produse lactate, lână, piei) este interesant de văzut în ce măsură a fost antrenată în relații de schimb cu breslele brașovene textile pentru procurarea fibrelor textile care se cultivau în zonă ca inul și cânepa dar și în procesul de prelucrare a acestora. Documente din secolul al XVIII-lea atestă faptul că multe sate din Tara Bârsei s-au specializat în torsul firelor, breslașii fixând pentru fiecare sat quantumul de fire toarse contra cost; se subînțelege și interesul locuitorilor din Tara Bârsei de a cultiva în pe suprafețe mai mari cu scopul de a comercializa. Sunt menționate frecvent în documente satele Ghimbav, Cristian, Râșnov, Feldioara, Rotbav, Măieruș, Sânpetru, Bod, Hărman și Prejmer. În a doua jumătate a sec. al XVIII-lea, breslele brașovene încep să folosească în cantități mai mari bumbacul importat din Turcia, motiv pentru care torcătorii de la sate preferă să toarcă bumbac. Cânepa a continuat de asemenea, să fie cultivată de anumite sate din Tara Bârsei (satele săcelene, Tohan, Zărnești) care o vindeau breslei funarilor din Brașov sau negustorilor. (Fulga,in Cumidava.1983:256)

O primă concluzie care se desprinde este o anumită convergență economică a satelor din Tara Bârsei în funcție de cel mai important centru urban comercial și meșteșugăresc care a fost Brașovul.

Rămâne să investigăm dacă aceste situații concrete pot să devină *modele* aplicabile în alte situații contextuale similare. Mai mult, rândurile de față pledează pentru susținerea etnologiei urbane medievale, în general a modului de viață din perimetru urban fără de care studiul aprofundat al istoriei civilizației din Transilvania ar prezenta interpretări fragmentare și unilaterale.

Bibliografie

Braudel,Fernand1989. *Timpul lumii*, vol.I, București, Editura Meridiane. Pavelescu, Eugen 1970. *Meșteșug și negoț la români din sudul Transilvaniei* (sec.XVII-XIX), București,Editura Academiei.

Pascu, Ștefan1954. *Meșteșugurile din Transilvania până în secolul XVI*, București, Editura Academiei.

Fulga,Ligia 1983. *Mărturii documentare privind cultivarea plantelor tehnice în Tara Bârsei* (sec.al XVIII -lea -începutul sec.al XIX-lea), în „Cumidava”, XIII/2, Brașov.

Eseu

Formulele antroponimice în mediu istoric urban

Iustina BURCI

Ocercetare amănunțită și riguroasă a sistemului denominativ actual (a cărui formulă o constituie modelul *nume-prenume*) nu se poate face în afara datelor furnizate de către istorie, căci, dincolo de forma în care se prezintă astăzi antroponimia românească există un drum sinuos, care presupune sedimentări succesive, condiționate – pe parcursul a câtorva sute de ani – de numeroși factori lingvistici și extralingvistici. Această întoarcere obligatorie în timp și spațiu, tangentă cu evoluția sau involuția societății omenești, și-a dovedit, nu de puține ori, utilitatea. Numeroase elemente pe care le înregistreză în momentul de față limba română în general (și antroponimia în special) își găsesc adesea motivația în actele și documentele vechi, a căror dublă funcție – de atestare și de conservare – servește frecvent ca suport științific în emiterea unor teorii diverse.

Procesul de constituire a numelor de familie nu a avut aceeași intensitate și nu a fost uniform nici din punctul de vedere al timpului, parcurs de la primele atestări de antroponime până la stabilizarea sistemului și, de asemenea, nici din punctul de vedere al spațiului de formare: sat sau oraș.

Observațiile noastre au ca punct de plecare orașul, deoarece aici transformările – de natură socială, economică, politică, religioasă, ale relațiilor dintre oameni în cadrul comunității sau al familiei – se manifestă mai pregnant față de mediul rural, orașul fiind, spre deosebire de sat, un spațiu deschis, cu reguli mai puțin înrădăcinatate în conștiința umană.

Urbanismul transformă relațiile de tip patriarhal menținute încă multă vreme în mediul rural și în târgurile mici. Coloratura etnică și confesională este căt se poate de "pestrată" iar raporturile sociale se modifică mult mai rapid, sunt mult mai instabile față de societatea bine închegată, cu reguli "din veac", reprezentată de comunitățile sătești. Astfel, spre deosebire de aşezările rurale, cele urbane devin treptat adeverărate con-

glomerate în care "se înghesue" o populație căt se poate de diferită: meșteșugari și negustori în primul rând, boieri și boiernași cu slugile lor, membri ai clerului, slujbași mărunci ai administrației centrale și locale, țărani ce locuiau în "ocoul" orașelor și se ocupau cu agricultura, viticultura și grădinăritul (Ştefănescu. 1974:132); iar faptul că centrele urbane absorb în permanentă forta de muncă din regiunile învecinate, face adesea imposibilă dezvoltarea meserilor țărănești în preajma orașelor. Orașul a constituit, de altfel, o țintă spre care a tins permanent atât țăraniul vecin, pentru a scăpa de dependență față de feudal (populația centrelor urbane mărindu-se simțitor pe seama celei rurale) (Negrui. 1981:252), că și negustorii străini dintr-o care, cu timpul, unii s-au stabilit definitiv aici, fiind assimilați în mare parte de către masa populației autohtone. Tot acest aflux demografic, duce inevitabil la sporirea colectivității și oferă meseriașilor posibilități crescute de plasare pe piață a mărfii pe care o produc. Există între practicarea – din cele mai vechi timpuri – a diverselor meserii și dezvoltarea urbanismului un raport dia-

lectic: meșteșugarii reprezintă, împreună cu negustorii propriu-zisi, populația caracteristică și majoritară a târgurilor, contribuind la progresul acestora, în măsura în care orașul le oferă un mediu propice pentru a-și desfășura activitatea.

În secolele al XVIII-lea și al XIX-lea, mai mult ca oricând, un factor important în dezvoltarea societății a fost și colonizarea. Ea "tinde să țină pasul cu depopularea, să-i anihileze consecințele economice și sociale, să devină factorul ei prohibitiv" (Vlad. 1973:35). Repopularea se va face atât cu forțe autohtone, din țară sau din rândul celor fugiți peste granită, căt, mai ales, cu străini aduși din afară hotarelor țării, tuturor acestora acordându-li-se anumite privilegii economice. Colonizarea a jucat, prin urmare, rolul de stabilizator demografic și, chiar de refacere a potențialului uman pierdut prin migrarea elementului autohton. Dar, aceste transformări demografice se petrec la o scară mult mai pronunțată și nuanțată în mediul urban, care devine un conglomerat ale căruia trăsături sociale și economice se conturează acum cu precădere.

Sistemul numelor personale urbane va reacționa la toate noile schimbări și va fi puternic influențat de ele. Nu este vorba atât de structura lui de fond, care este în esență aceeași, căt de tipul de determinante și de ponderea pe care acestea o au în spațiul urban față de cel sătesc.

Antroponimele se clasifică, în principiu, în cinci grupe, după modul în care apar consemnate în diverse acte și documente¹:

I. **nume unic**: Albul, Andronache, Badiul, Bucur, Calotă, Crăciun, Dima, Dragul, Dumitru, Enache, Grigore, Istrate, Lăpădat, Lupul, Mihalache, Neagul, Nica, Nitul, Pătrașco, Stănilă, Ștefan, Toader, Toma, Velișcu, Vișan, Zaharia etc. Acest model are o frecvență destul de redusă în mediul urban, deoarece relațiile stabile între indivizi sunt multiple și complexe, iar utilizarea unui singur element denominativ nu mai îndeplinește cerințele impuse de realitatea plurivalență a orașului. În plus, forma unor dintre ele (Bălăcean, Calotă, Popăscu) și semantica altora (Botezat, Doniță, Grozav, Streină, Toropală) nu ne permit să le tratăm drept nume individuale, deși apar în documente ca mijloc unic de denumire personală. Funcția lor este mai degrabă aceea a unui supranume (Ionescu, 1978:245).

II. **nume + sin² (brat, zet, vnuic, fiu, frate, nepot, al, a etc.) + nume**: Toader sin Ionășcuță, Gheorghe sin Roșu, Ion zet Dobre, lordache zet Covrig, Grigoraș nepot Lungului, Ioniță brat Simeon, Ignat brat Paraschiv, Lupul văr Predii, Ștefan socru lui Postolachi, Urziceanu vnuic Dudu, Manea al Popescului etc. În cadrul acestei formule filiația este evidentă, legătura făcându-se prin raportare directă la predecesor sau rudă apropiată. Nici acest model nu se mai întrebuintează pe scară largă mediul urban³ pentru că fiecare individ începe să se raporteze din ce în ce mai mult la el însuși, la ceea ce reprezintă el în sine, și mai puțin la clanul familial.

III. **nume unic + determinant**: Coste bogasier; Constantin, croitor; Costin, butnar; Dumitru, cărămidar; Dima, curălar; Enache, sărbul; Eni, grec; Gavril, rotar; Ignat, ciobotar; Iorga, cioban; Năstase, băcal; Lupașcu, dulgherul; Ursul, șelar etc. Modul acesta de denumire are, atât temporal, căt și spațial, o arie vastă de răspândire. Apariția și dezvoltarea sa este imperios cerută de nevoia de concretețe și siguranță în stabilirea relațiilor interumane din cadrul

societății.

O serie de factori psihosociali – omonimia între persoanele desemnate prin același calificativ, apariția conștiinței dreptului de proprietate și de moștenire, participarea tot mai nuanțată la viața economico-socială a comunității – au scăzut gradul de determinare al numelor individuale, făcând necesară, pentru a preîntămpina anumite neclarități între membrii colectivității, folosirea unor "termeni auxiliari" cu un potențial mai ridicat de identificare.

În proporție de 80% din cazuri termenul secund care însoțește numele unic reprezintă denumirea meseriei (ori a funcției) pe care individul o practică (păcurar, tutunar, condură, stegar, cărămidar, mazil, armăsel, lădar, cepar, postăvar, dogar, rogojinar, blidă, lumânărar, lemnar, halvagiu, humar, rotar, scripcar, săpunar, spoitor, steclar, potcovar, dârvă, hoștinar, clopotar, chelar, mătăsar, apar, covătar, brăgar, zlătar etc.) sau etnia (sârb, grec, jidov, tigan, rus, turc, moldovean, muntean etc.), acestea fiind două dintre mijloacele care ofereau o identificare precisă și sigură. Este motivul pentru care frecvența apariției lor este destul de mare, iar rolul pe care îl joacă este, de fapt, cel al numelui de familie – neoficializat încă. Deși "apelativele indicând îndeletnicirea, intrate ca determinante în formula de denuminație, trăiesc de obicei numai atâtă căt trăiesc individul care exercită realmente îndeletnicirea" iar "urmașii, cu alte îndeletniciri moștenesc asemenea supranume numai în cazuri speciale, când adecă supranumele își asumaseră prin întinsa lor întrebuită, o valoare simbolică familiară și cu o tendință vădită de depreciere" (Pașca. 1936:91-92) se pare că, privit la modul general, acest procedeu de formare a numelui de familie s-a constituit într-o metodă preferențială (cetăeanul preferă să-și declare ca nume de familie titlul îndeletnicirii sale) și, în același timp, referențială a sistemului nostru denuminativ. Numărul mare al antroponimelor provenite de la meserii cu veche tradiție în istoria Olteniei (a poporului în general) precum și prezența în inventarul de astăzi a numelor de familie alcătuite de la îndeletniciri dovedesc viabilitatea modelului și, totodată, valoarea documentară a elementelor sale componente.

Numele de familie-meserii sunt, astfel, mai ales urbane, deoarece în târguri și orașe erau mai dezvoltate meserii (Vlăduțiu, 1973:342) și aici s-au constatat cele mai frecvente schimbări de profesii din tată în fiu, încă de foarte devreme. În localitățile rurale unde se exercita aceeași profesie, de către unul de animale sau de agricultor, care făcea aceleași culturi, profesia nu caracteriza individul, în afara cătorva meserii indispensabile (Goicu. 1996:137).

Pe lângă funcțiunea antroponomastică pe care o îndeplinește, importanța lor este astăzi și una de ordin semantic păstrându-se și prin ele – noțiuni dispărute odată cu îndeletnicirile pe care le desemnau (abagiu – fabricant sau vânzător de aba "postav alb", baraițar – stegar, calpaciu – vânzător de calpaci "căciuli, glugi", cavaf – vânzător de încăltăminte ordinară, dârvă – tăietor de lemne în pădure, cărbunar – cel care face sau vinde cărbuni, gătănar – fabricant ori vânzător de gătane, mumgiu – fabricant de lumânări, suiulgiu – meșter fătănar etc.).

(Continuare în pagina 12)



Un zvon sau o legendă contemporană?

IESCM

Florenta POPESCU

Nu știu dacă e adevărat sau e umflată totă treaba, dar un lucru e sigur: e un sămbure de adevăr în totă chestia asta! Ce este mai bun decât să fie însotit prânzul nostru sau pizza de la cină, de o Coca-Cola rece sau... Răcoritoare, digestivă și mai ales <<fară moarte>>.

Nu cumva, însă, în spatele acestora se ascunde ceva? Există ceva ce nu știm? Ce este, în fine, acest lichid negru spumant pe care îl numim Coca-Cola?

Citește!

În multe state ale Statelor Unite ale Americii poliștii cără două galoane de Coca-Cola într-un camion ca să curețe săngele de pe drumuri în urma accidentelor.

Dacă puneți o făptură (o bucata de carne) într-un bol cu Coca-Cola, va dispărea după două zile.

Ca să curățați toaleta puneți în scoica veceului o Coca-Cola și lăsați <<cunoscutul gust>> să stea pentru o oră, după care trageți apa. Se va fi curățat în mod impecabil și va străluci de curătenie. Acidul citric al Coca-Cola va face să dispară toate petele colorate de pe suprafetele sticloase și de pe porțelanuri.

Ca să scoateți rugina de pe aparatelor cromate ale autovehiculelor frecăți cu o bucătă de folie de aluminiu motolită și înmuiată în Coca-Cola.

Ca să curățați contactele (polii) unei baterii auto de corozioni vărsăți peste aceasta o Coca-Cola. Ca să slăbiți un șurub ruginit (cu piuliță) puneți deasupra lui o cărpă înmuiată cu Coca-Cola pentru câteva minute. Petele de rugină, în general, se înălță dintr-o singură mișcare dacă puneți peste aceasta o cărpă înmuiată cu Coca-Cola.

Ca să gătiți o făptură succulenta de porc vărsăți o Coca-Cola în tavă, înveliți carne într-o folie de aluminiu și aşezăți-o în tavă și apoi puneți-o la căptor ca să se frigă. 30 de minute înainte de a fi gata scoateți folia de aluminiu și lăsați zeama să se amestice cu Coca-Cola. Sosul care se va crea va fi foarte gustos.

Ca să scoateți petele de grăsimi de pe haine adăugați o Coca-Cola în mașina de spălat împreună cu detergentul și apoi frecăți în mod ciclic.

De asemenea, Coca-Cola ajută la eliminarea petelor și neclarităților de pe parbriz.

Coca-Cola are acid fosforic cu PH 2,8 (3,4 după altii)! Poate să dizolve un cui în patru zile. (PH-ul are valori cuprinse între 1 pentru acizi și 14 pentru baze. Un PH de 7 se consideră neutră).

Ca să se transporte principala soluție concentrată a Coca-Cola ar trebui ca și camionul-transportor (cisterna) să utilizeze semnul <<Hazardous Material>>, care înseamnă <<Produs de mare pericol>>. Firmele care dispun de Coca-Cola o folosesc ca să curețe motoarele camioanelor lor de mai bine de douăzeci de ani!

Acest produs îl bem! Normal că-

folosim și pentru a curăța petele noastre. Și pe deasupra plătim pentru asta! CINE NE PUNE?

Corect?

Informativ: Valoarea medie a răcoritoarelor gazoase este de 3,4. Această cantitate de acid este suficient de puternică ca să dizolve dinți și oase! Corpul nostru începează să mai <<construască>> oasele aproximativ la vîrstă de 30 de ani. După această vîrstă oasele încep să se dizolve în fiecare an prin intermediul urinei noastre, depinzând însă întotdeauna de aciditatea mâncării pe care o ingerăm. Calciul diluat ajunge în artere, în vasele sanguine, în piele, în țesuturi și în diverse organe (în rinichi rezultatul este formarea pietrelor renale).

Răcoritoarele nu au deloc elemente naturale (în comparație cu vitaminele și apa naturală). Conțin mult zahăr, au o aciditate mare și coloranți.

Mulți oameni preferă să bea băuturi gazoase după fiecare masă. Vă imaginați care este consecința?

Consecință?

Corpul nostru are o valoare indicativă de 37 grade Celsius pentru funcționarea digestiei enzimelor. Temperatura răcoritoarelor gazoase este cu mult mai scăzută de 37, de multe ori apropiată de zero grade. Această diferență de temperatură are ca rezultat influențarea procesului de prelucrare a enzimelor și generarea stresului în sistemul nostru digestiv, determinându-l pe acesta să digere mai puțină mâncare. În realitate mâncarea fermentă și generează mirosluri, urâte, gaze, putreziciune și toxine, care sunt absorbite de intestine și astfel intră în sânge de unde se distribuie în întregul organism.

Această răspândire a toxinelor ajută la generarea diferitelor boli. Căteva exemple:

Acum câteva luni a luat loc un concurs la Universitatea din Delhi. <<Cine va bea mai multă Coca-Cola?>> Căștigătorul a băut 8 sticle și a murit pe loc din cauza supradozei de <<bioxid colorant>> (cerneală) în sânge și a lipsei oxigenării. De atunci, decanul a interzis categoric răcoritoarele carbogazoase la bufetul universității.

Cineva a pus un dinte spart într-o sticlă cu Pepsi-Cola, care în timp de zece zile s-a dizolvat! Dinții și oasele sunt singurele părți din organismul uman care rămân intacte destul de mult timp după moartea noastră.

Vă imaginați ce poate face această răcoritoare sensibilelor noastre intestine și interiorul stomacului în ce hal poate ajunge?

Călduros apel pentru toți: Trimiteți acest mesaj tuturor prietenilor voștri, astfel încât să largim informarea referitoare la ce sunt răcoritoarele gazoase.

Mai doriti încă să beiți o Coca-Cola sau un Pepsi-Cola?

Textul reprobus mai sus a fost primit pe e-mail în urma cărora l-am publicat. În același timp sau într-o perioadă apropiată, el a fost primit și de alte cunoștințe ale mele, într-o formă identică (fiind cel mult completat cu anumite considerații inițiale sau finale ale celor care transmiteau respectivul text). După forma și conținut (are referințe la întâmplări petrecute în majoritate în SUA, iar unele expresii sunt în mod cert traduse din engleză – vezi, de exemplu, „a luat loc un concurs”, în loc de „a avut loc un concurs”), textul este o traducere a unui original scris probabil în limba engleză.

De asemenea, ne aflăm în fața unei scrieri care circulă de ceva timp pe Internet, după cum o arată cristalizarea sa formală (în forma inițială, paragrafele erau alcătuite dintr-o singură frază; în plus, din el nu lipsea nici rubrica „trimite unui prieten”, regăsibilă în orice text de popularizare sau comercial existent pe Internet, aici însă într-o formulare adecvată mesajului, la care vom reveni mai târziu).

Subiectul este nocivitatea băuturilor răcoritoare de tip Coca-Cola (este de remarcat că, deși referirea este la băuturile carbogazoase în general, totuși Coca-Cola este vizată în primul rând). Caracterul lor distrugător pentru sănătatea organismului este prezentat astfel încât să fie mereu în antiteză cu imaginea aparent benignă pe care o propagă reclamele la aceste băuturi. Perspectiva din care e prezentă ceea ce trebuie demonstrat este una cu pretenții tehnico-științifice. Astfel, nu lipsesc referirile la experimente culinare (făptura), practice (scoaterea petelor) sau tehnice (curățarea suruburilor sau a ruginei), combinate cu informații științifice constând în prezentare de date, cifre exacte și efecte nocive asupra organismului.

Tot acest corpus de informații pare a se organiza în jurul a două climaxuri, unul inițial, iar celălalt final, constând în referiri la decese. Astfel, climaxul inițial se referă la curățarea săngelui victimelor accidentelor cu ajutorul Coca-Cola, făcând astfel referire la o utilizare doar macabru a acestei băuturi, în timp ce climaxul final are drept subiect moartea căștigătorului unui concurs de băut Coca-Cola, de data aceasta băutura având rolul de cauză unică a decesului unei persoane.

Pornind de la aceste considerente preliminare, vizibile la o prima abordare a textului, ne-am pus întrebarea în ce categorie poate fi acesta încadrat. Maniera în care se prezintă (circulă din gură în gură sau, mai curând, din computer în computer, autor necunoscut) îl califică încă din start ca pe un produs cu caracteristici folclorice, dacă prin acesta ne referim la caracterul anonim și colectiv al produsului folcloric (Pop, Ruxandou, 1991). Cu toate acestea, subiectul apartenenței textului nu este nici pe departe epuizat, dacă ne gândim numai la felul în care este colportat și, mai ales, la conținutul său. De aceea ne vom referi la fiecare dintre aceste caracteristici în parte.

În primul rând, din punctul de vedere al transmiterii sale, primul lucru care trebuie remarcat este caracterul său scris. Textul a fost produs pentru a fi citit de un număr indefinit de receptori. Cu alte cuvinte, tipul de transmitere se raportează la comunicarea scrisă, care, după cum spun tratatele clasice de folclor, se opune celei folclorice, caracterizată prin oralitate. Cu toate acestea, se știe că există texte prin excelensă folclorice, dar care au fost destinate transmiterii pe cale scrisă (și ne vom referi în acest caz la „Poeziile soldatului Tomuț” publicate de I. Brăileanu); în plus, textul analizat conține și el câteva mărci ale oralității (adresarea directă, folosirea imperativelor, îndemnul final) care, fără a-l transforma într-un produs oral, ne fac totuși să-l integrăm într-o categorie a oralității aflată, ca să spunem așa, „între gură și mană”, în care se integrează o categorie de texte colportate atât pe Internet, cât și prin birouri (acestea din urmă au primit chiar denumirea de „folclor de birou”).

În al doilea rând, din punct de vedere

funcțional, avem de-a face cu un text din categoria celor pe care antropologia americană le numește „FOAF tales” (abrevierea expresiei „friend of a friend tale”, „povestire auzită de la prietenul unui prieten”). Este vorba, în acest caz, de diverse texte al căror autor nu este cunoscut, dar care contin informații prezentate ca sigure, deși în majoritatea cauzelor nu pot fi deloc verificate. În această categorie se integrează zvonurile, dar ea este specifică și pentru legenda contemporană, fiind una dintre caracteristicile definitorii ale acesteia.

Din punctul de vedere al conținutului său, în centrul acestui text se află băuturile răcoritoare carbogazoase. De fapt, după cum am precizat mai sus, adevărată vedetă a acestui articol este Coca-Cola, obiectul de consum considerat o marcă definitorie pentru lumea occidentală în ansamblul ei. În cazul acestei băuturi, de altfel, pe lângă „conținutul manifest” al textului (dacă ne este permis să preluăm o sintagmă din jargonul psihanalizei), care se referă la nocivitatea unei băuturi aparent inofensive, îndrăzim să avansăm ipoteza că ne confruntăm și cu un „conținut latent”, acela al demonizării respectivei băuturi de către opozanții globalizării, care o consideră unul dintre cele mai percutante mijloace de „mcdonaldizare” a lumii contemporane, de ștergere a diferențelor de identitate, de spălare a creierilor de către societatea de consum. Textul prezintă Coca-Cola ca pe o băutură cu implicații foarte nocive, letale chiar, ascunse în spatele unei aparente atrăgătoare. Acest mod de a prezenta lucrurile este, iarăși, una dintre caracteristicile legendei contemporane (pe care o împarte însă cu zvonurile, cărora le este de asemenea proprie interpretarea lucrurilor ca aparente ale unei realități ascunse).

În sfârșit, din punct de vedere narrativ, textul se organizează ca o succesiune de informații cu un caracter care se vrea științific, din care nucleul narrativ lipsește aproape cu desăvârsire. Forma pe care o ia este, evident, subsumată intenției mesajului, care este, după cum se spune explicit în final, aceea de a-i face pe receptori să ia atitudine în fața avansului luat de aceste băuturi. Totuși, naratiunea nu lipsește cu desăvârsire din text, deși este plasată către sfârșitul acestuia. Astfel, în această poziție avem o relatăre (care ar putea să devină o narăjune separată) despre moartea unui căștigător al concursului de băut Coca-Cola, fapt prezentat ca întâmplat recent, în urma cărora l-am publicat. Prezența acestei narăjuni ne face să bănuim că ea este centrul ascuns al textului, climaxul acestuia, deoarece conține un element de senzațional dramatic care cu greu poate fi ignorat și care se constituie de altfel în argumentul forte împotriva băuturii incriminate. De altfel, chiar plasarea lui la final, întărit de referirea la dintele dizolvat și înaintea apelului la răspândirea informațiilor prezentate, este de natură să îndrepte atenția asupra sa, deoarece rămâne în minte ca un element ce nu poate fi uitat cu ușurință.

Procedeul literar folosit este de altfel unul aluziv, informațiile referitoare la ce este buna Coca-Cola fiind puse într-o legătură indirectă cu efectele ei dăunătoare asupra organismului. Astfel, cu excepția povestirii din final, nu se spune în nici un loc cu precizie care sunt efectele asupra organismului, orice acțiune fiind prezentată potrivit următoarei scheme logice: „dacă răcoritoarea are

acest efect asupra obiectelor neînsuflețite, imaginația vă ce-i poate cauza corpului nostru! Motivul folosirii aluziei este acela că apelul la imaginație se poate dovedi un procedeu de impresionare foarte eficient, ceea ce nu este numit fiind întotdeauna mai impresionant decât prezentarea precisă a lucrurilor. De altfel, chiar și în minipovestirea din final, în ciuda faptului că apparent avem de-a face cu o revelare a caracterului nociv al băuturii, textul conține încă o aluzie simbolică. Este vorba de faptul că persoana care moare în urma consumului de Coca-Cola nu este un oarecare, ci chiar câștigătorul concursului. În acest caz, pe lângă informația că băutura este cauza morții, se mai poate observa că de fapt terenul tare în această povestire este concursul. Astfel, din acest unghi, câștigătorul câștigă Coca-Cola care îi aduce moartea, ceea ce ne face să presupunem că, din această perspectivă, Coca-Cola nu este doar o bătură cauzatoare de moarte, ci este chiar o imagine a morții. În aceasta pare a consta, de altfel, morala textului.

Rămâne acum să vedem care este perspectiva emițătorului asupra celor relatate. După cum se poate observa, începutul este relativ reticent, dar naratorul pare destul de inclinat să acorde gîr celor relatate, în timp ce finalul nu mai lasă nici o umbră de dubiu în privința părții de care se situează. El chiar încearcă să moralizeze virtualii receptori („Mai dorî încă să bei o Coca-Cola sau un Pepsi-Cola?” este o întrebare cu rol de avertizare, menită să rămână în mintea celor ce citesc textul).

Considerând toate cele spuse, este timpul să răspundem la întrebarea în ce categorie se încadrează acest text. O primă impresie, superficială, ne poate îndrepta către concluzia că avem de-a face cu un zvon. Totuși, există o categorie narativă căreia îi sunt următoarele caracteristici: împletire de fapte reale cu informații imposibil de verificat, iar sursa primă de la care provin acestea este și ea imposibil de depistat. Această categorie este, după cum am enunțat deja în cursul analizei, cea a legendei contemporane sau urbane. Această subdiviziune a epicii orale este, după cum se știe, răspândită mai ales în societățile urbane contemporane, iar internetul este o modalitate extrem de la îndemână de a face cunoscută (mentionăm în treacăt că etimologia cuvântului „legendă” este „ceva destinat citirii”, adică exact modul în care sunt receptate aceste producții transmise prin e-mail). După conținut, legenda de față este de încadrat în categoria celor care au ca subiect mâncarea și sănătatea, două preocupări majore ale lumii moderne și, tocmai de aceea, generatoare de mituri. Funcția sa este, din acest motiv, una moralizantă (ceea ce este o altă caracteristică al agendei contemporane, spre deosebire de cea tradițională, a cărei funcție de bază este cea explicativă), legenda prezentându-se astfel ca o încercare desperată de a ordona o lume în care haosul domnește, iar comportamentele deviante și obiectele nocive trebuie identificate din spatele aparențelor inocente pentru ca indivizii să poată fi protejați de o lume care devine din ce în ce mai periculoasă și mai ostilă.

Bibliografie minimală

Van Gennep, Arnold 1997. Formarea legendelor, Iași, Polirom.

Angescu, Silviu 1983. Postfață la Legende populare românești, București, Albatros.

Pop, Mihai și Ruxăndoiu Pavel 1991. Folclor literar românesc, București, Editura Didactică și Pedagogică.

Constantinescu, Nicolae 1988. Implicații teoretice în delimitarea categoriilor narrative contemporane, Memoriile Secției de Filologie, Literatură și Arte, seria IV, tomul X, București.

Manual de construire a identităților virtuale

Esem

Sebastian CORNEANU

Log in...

El, nickname Cyberman: ea, nickname Exotic. Loc de întâlnire: camera de chat a serviciului mirc, adresa, undevo.ro. Ambii sunt prinși într-un dialog, pe care oamenii buni la suflet îl pot considera tentativă de seducție, mustind de „oh” și „ah”, în care degetele din ce în ce mai transpirate aleargă tot mai repede pe tastatură, transmitând cumva interlocutorului starea de excitație a ambilor.

El, își reazemă cei 17 ani într-un scaun al unui Internet Cafe, concentrat asupra monitorului, neatent la țigara care se fumează singură în scrumiera pe care o împarte cu vecinul de alături, care, la fel de concentrat întru comuniunea cu „spațiu virtual”, așteaptă cu nerăbdare ca pagina cu conținut rezervat adulților să se încarce odată. „Man, zice el, ‘netul aici merge nașpa rău. Crecă descarcă admin-ul ceva filme!”

Ea, stă încordată în scaunul ergonomic din fața calculatorului proprietate personală, trăgând cu urechea la zgomotele care vin din sufrageria conjugală. Încă se aude comentariul cranicului sportiv care, cu o voce din ce în ce mai ridicată îi poartă pe telespectatori prin hătisurile campionatului intern de fotbal. La cei 30 împliniți, încă nu poate înțelege telenovelele generoase distribuite de posturile tv, și simte nevoia să-și ia cumva doza de romantism.

Dialogul el-ea atinge cote dramatice, în care cei doi își mărturisesc interesul și dorința de a se vedea unul pe celălalt. El trimite o imagine care îl înfățișează într-o postură virilă, nu prea clară însă, pe care o ține în căsuța de e-mail, iar ea îi dă replica cu o fotografie făcută cu ani buni în urmă, pe vremea când lupta cu kilogramele în plus încă nu începușe.

... user...

Oameni în carne și oase. Iată o sintagmă care, în contextul actual, își pierde sensul de bază devenind o simplă afirmație, fiind mai degrabă un soi de asumare a unei identități stabile, identitate care poate fi inclusă în cîmpul existenței cotidiene și poate fi raportată la statutul social al persoanei.

Dincolo de aceasta... aspirații mai mult sau mai puțin realizabile, dorințe diverse, visuri care își caută o formă, mai mult chiar, indivizi care încearcă să-și definească identitatea într-un mod propriu și prin mijloace proprii, într-un context în care persoana se măsoară mai degrabă prin statutul social și disponibilitățile materiale și nu prin calități sau defecte proprii, subsumate în ceea ce denumim prin termenul generic de persoană.

Mai mult chiar, se manifestă din ce în ce mai mult dorința individului de a se autopropune ca fiind un anumit tip de persoană, conformă sau nu unui model, fenomen care de regulă are un efect total opus celui scontat, deoarece, în mare majoritate a cazurilor, modul în care îl percep ceilalți pe respectivul individ diferă de autoreprezentarea sa.

În acest context, asumarea identităților virtuale de către individ poate

fi considerată o modalitate de a-i ocoli pe ceilalți, ne referim aici la cei aflați în proximitatea sa, în favoarea construirii unei noi identități care, deși ipotetică în societate, în mediul virtual este reală. Mai mult chiar, în interiorul mediului virtual această identitate devine cumva o persoană, cu toate caracteristicile de rigoare: are un nume, are preferințe, în marea majoritate a cazurilor are prietenii la fel de virtuali, are o opinie, poate fi citată, deci, cu alte cuvinte este o referință în cadrul mediului.

Mulți ar putea considera procesul de construire a identităților virtuale ca fiind o modalitate de elaborare a unui nou rol pe care individul îl joacă pe „marea scenă” a vieții sociale. Apare aici o problemă: în cadrul vieții sociale individul are un rol bine determinat, ca rezultat mai mult sau mai puțin direct al unui context foarte clar precizat, îngrădit de bariere legale, morale, economice, geopolitice etc. În acest context social, individul are o limită, care de cele mai multe ori este percepătă ca o barieră peste care nu se poate trece, din diverse considerente reale, care în unele situații sunt conștientizate și asumate iar în altele nu: nu are bani, nu are poziție socială, nu îl ajută fizicul sau creierul, nu e un om de societate iar lista poate continua la nesfârșit. În cele mai multe cazuri însă, dincolo de motivele mai sus enunțate, construirea identităților virtuale corespunde nevoii individului de a-și depăși sau nega condiția reală. Desigur, identitatea virtuală are toate caracteristicile unei măști în spatele căreia individul se ascunde, dar în realitate ea poate fi considerată cu mult mai mult decât o mască, atâtă vreme cât această identitate ipotetică devine un soi de alter electronic, cu o existență de sine stătătoare la nivelul mediilor. Și, ca un făcut, această identitate virtuală ajunge deseori să domine, direct sau indirect, persoana reală care stă în spatele ei.

Pare exagerată această afirmație, dar, în marea majoritate a cazurilor în care persoanele reale creează identități virtuale bine precizate - când spunem asta ne referim la identități asumate, considerate emblematic pentru persoana respectivă – aceste identități dobândesc o existență de sine stătătoare la nivelul mediului iar persoana, mai mult sau mai puțin, devine un soi de sclav al acestei identități din momentul în care și-o asumă. Cu alte cuvinte, trăind prin intermediul unui simulacru te lași influențat de contextul în care evoluează acesta, aici incluzând în principal modul în care simulacrul este percepăt și intră în relație cu ceilalți la nivelul rețelei.

La prima vedere pare ciudat faptul că o identitate virtuală pe care o creezi ajunge să te domine. Dar e suficient să ne gândim la modul în care „viața socială” din rețea ajunge să domine existența individului real, care deseori își organizează activitățile cotidiene luând în calcul timpul alocat acestora și controlul identității virtuale, motivând bineînțeleș, față de sine și față de ceilalți, că pe el nu îl pasionează prea mult internetul ci doar mai pierde timpul vorbind cu băieții pe mirc.

Ceea ce vrem noi să punem în evidență este faptul că, din simplu mediu de informare, rețea devine un soi de spațiu simbolic, populat de diverse personaje virtuale, unele dintre ele adevărați eroi – cel puțin aşa sunt percepute de către celelalte personaje – organizate într-un soi de „triburi”, care de regulă sunt concentrate în jurul unui

interes comun. Indiferent că e vorba de forumurile de discuții centrate în jurul unei teme precise, de fan club-urile care par să fi invadat rețea, de locurile unde poți să faci fel de fel de aranjamente amoroase sau să înjuri sub pavăza anonimatului, există un soi de lideri de opinie, deseori citați, care sunt emblematici pentru locația respectivă.

Observați că am folosit termenul „loc” și nu termenul standard de „site” sau forum. Acesta nu este un lucru arbitrar, ci este modalitatea în care „internauții” definesc locații în care navează. El „merg” din site în site și nu navează (termenul standard), ei „au fost” pe o pagină și nu au intrat într-o pagină web; cu alte cuvinte ei își reprezintă și percep rețea ca pe un spațiu virtual cu o dimensiune oarecum fizică, un soi de realitate alternativă ar fi mai corect să spunem. Nu este timpul și nici locul pentru a analiza modul în care este percepăt și reprezentat spațiu virtual, important fiind însă simplul fapt că el este percepăt ca atare. Aceasta sugerează un anumit tip de relație individ real – spațiu virtual, în care acesta din urmă devine un soi de câmp al experienței umane.

În acest peisaj simbolic identitățile virtuale, indiferent că sunt în „chat room” sau mai pe românește camere în care poți să dialoghezi cu alte identități virtuale, sau participă la forumuri de discuții pe diverse tematici, întrețin un soi de relații sociale, bazate în principal pe nevoie de comunicare a individului. Deși în aparentă societatea postmodernă îl transformă pe individ în consumator de mesaje – în principal prin intermediul mass-media – tot ea îl împinge pe acesta în domeniul comunicării mediate, care în foarte multe cazuri se face sub pavăza anonimatului. Faptul că individul apelează la rețea pentru a comunica și pentru a se autoreprezinta, poate fi considerat, în raport cu ofensiva mass-media, un soi de reacție prin care individul încearcă să definească un soi de „cultură alternativă” aplicabilă la nivelul unui grup central în jurul unor preocupări comune.

Procesul creării identităților virtuale este însă mai mult decât o reacție la mass-media și modelele culturale vehiculate de aceasta. El reprezintă o modalitate de evadare din cotidian, o cale prin care individul se realizează pe sine, în funcție de aspirațiile sau pulsurile sale, prin intermediul identității virtuale asumate. Dacă luăm în calcul implicațiile psihologice ale procesului, vom observa că, dacă în consumul mass-media individul este un soi de extensie a acesteia, trăind prin intermediul eroilor propuși – substituindu-se acestora, așa cum este cazul vizionării filmelor – prin elaborarea identităților virtuale individul participă direct, mai mult sau mai puțin creativ, la edificarea unei lumi noi, guvernată de alte reguli, principii, ierarhii, o lume în care poți găsi cu ușurință indivizi cu preocupări și gusturi similare.

Din acest punct de vedere internetul reprezintă mai mult decât o rețea care are ca scop comunicarea și informarea. Rețea devine, din ce în ce mai mult, o alternativă la existența cotidiană, loc și „spațiu” în care individul se realizează pe sine prin intermediul identităților virtuale. În această lume a multiplelor ipostaze, a posibilităților nelimitate de manifestare, ceea ce conținează cu adevărat este ca individul să aibă suficiente cunoștințe și imaginație pentru a realiza un soi de comuniune cu mediul electronic.

... Log out

Formule antroponimice în mediul istoric urban

(continuare din pagina 9)

Interesant este faptul că numele de meserii nu-și pierd funcționalitatea – după cum se va vedea din modelul următor – nici după ce prezența lor nu mai este, în mod logic, necesară: *Sava Irime, plugar; Ioniță Gâscă, vier; Ștefan Chișle, amăut și exemplele pot continua, au primit, deși formula antroponomică era completă (prenume + nume), încă un determinant – nume de meserie sau funcție – pentru o mai mare concrețitate în stabilirea corectă a identității.*

IV. prenume + nume + determinant: *Panfile Mănăilă, vier; Toader Amăut, pitar; Gavril Grosu, slugă; Ion Stoica, plugar; Ștefan Părău, vătăf; Constantin Măță, lipșcan; Enache Dodul, lemnar; Vasile Suflet, lumânărar; Vasile Calmul, grădinăr etc.*

V. prenume + nume (termenul nume este utilizat aici în sens larg, indiferent de proveniența și de structura lui): *Timofte Gurătă, Ștefan Chiosa, Simion Țolescu, Ion Căldare, Ioniță Furtună, Ștefan Băileșteanul, Costachi Barbăneagră, Ilie Comeanu, Gavril Jurebie, Petre Roșca etc.* Un mare număr de cuvinte aparținând lexicului comun a fost progresiv integrat în structura aparatului denominativ românesc, trecerea lor dintr-un sistem într-altul echivalând cu trecerea de la general la particular, de la concret la abstract. Alte nume personale au fost formate prin derivare cu diferite sufixe, de regulă, de la numele tatălui sau bunicului, precum și de la cel al localității de baștină (Lăzărescu, Grozăvescu, Licsăndriu, Goiceanu, Gogoșanu, Lipoveanu, Moțăianu etc.)

Acesta este modelul pe care îl propunea încă din 1680 Șerban Cantacuzino⁴. El se va fi legiferat abia în 18 martie 1895 și se va impune treptat, dar sigur, în primele decenii ale secolului al XX-lea.

Concluzii. Cu toate că tipologia de alcătuire a numelor de familie (până în momentul în care au fost pe deplin realizate) este general-valabilă de-a lungul timpului, nu se poate pune semnul de echivalentă între două perioade istorice și între două comunități diferite – sat și oraș: fiecare dintre ele se poate defini – sub aspect temporal – prin raportare la materialul pe care îl oferă fie epoca anteroară, fie cea posteroară. În aceste intervale modelele antroponimice au evoluat diferențiat din punct de vedere al ponderii lor în sistem; ca și elementele formative, unele dintre acestea s-au dezvoltat, au devenit active, influențate fiind de aria de răspândire și de "popularitatea" lor în cadrul limbii comune și al clasei numelor proprii, cât și de transformările de ordin social; altele – dimpotrivă, din aceleași motive, au rămas periferice.

În ceea ce privește evoluția antroponimiei într-un spațiu determinat, se poate spune că în mediul urban are loc un proces de simplificare a formulei nominale oficiale. Explicația acestui fapt se regăsește în diferențele economice și sociale care există între cele două unități administrative (sat/orăș) și care impune, cu timpul, eliminarea acelor structuri care nu ofereau concizie și concretă în exprimarea identității individuale. Așa s-a întâmplat, spre exemplu, cu formula analitică de denuminație (nume + sin...+ nume), care începe să fie simțită ca incomodă prin forma ei, mai ales atunci când este vorba despre înscrirerea unor nume în acte oficiale, și este treptat înlocuită.

NOTE

1. Exemplul au fost extrase din: *Monografia județului Dolj. Catagrafia din 1831*, în "Oltenia. Documente. Cercetări. Culegeri", Craiova, 1944; T.G. Bulat, *O statistică a Craiovei din 1838*, în "Arhivele Olteniei", serie veche, anul III, 1924, p. 535-538; Ioan V. Câncea, *Oameni și fapte din trecutul Craiovei*, în "Arhivele Olteniei", serie veche, anul X, 1931, p. 35-46; pr. D. Buzatu, *Contribuții la onomastica din Oltenia*, în "Mitropolia Olteniei", nr. 7-8, 1960, p. 472-481.

2. Sin, brat, zet, vnuț reprezintă variantele slave ale cuvintelor românești fiu, frate, ginere, nepot. Impuși inițial de sistemul administrativ – existent la un moment dat – și de sistemul social, termenii respectivi se vor desprinde treptat din formulele denominative din care fac parte, și vor forma ei singuri prenume sau nume de familie.

3. Spre deosebire de cel rural.

4. Denumirea unui român trebuia să se facă prin "pronome și nume" (v. Ștefan Pașca, op. cit., p. 62, not 3).

BIBLIOGRAFIE

Goicu, Viorica 1996. *Nume de persoane din Țara Zarandului*, Timișoara, Editura Amphora.

Ionescu, Chr. 1978. *Sistemul antroponimic românesc în secolele al XIV-lea și al XV-lea (Țara Românească)*, în "Limba română", nr. 3.

Negruti, Ecaterina 1981. *Situația demografică a Moldovei în sec. al XIX-lea*, în "Revista de istorie", nr. 2.

Pașca, Șt. 1936. *Nume de persoane și nume de animale în Țara Oltului*, București.

Ștefănescu, Ștefan 1974. *Demografia, dimensiune a istoriei*, Timișoara, Editura Facla.

Vlad, Matei D. 1973. *Colonizarea rurală în Țara Românească și Moldova (secolele XV-XVIII)*, București, Editura Academiei.

Vlăduțiu, Ion 1973. *Etnografia românească, istoric. Cultura materială*. Obiceiuri, București Editura Științifică.

Eseu

Panorama Târgului Moșilor

Carmen BANTA

Rețeaua de târguri cu dată fixă și mobilă a căror existență bine reprezentată este întâlnită și în epoca postmodernă este cunoscută pe tot arealul românesc și în

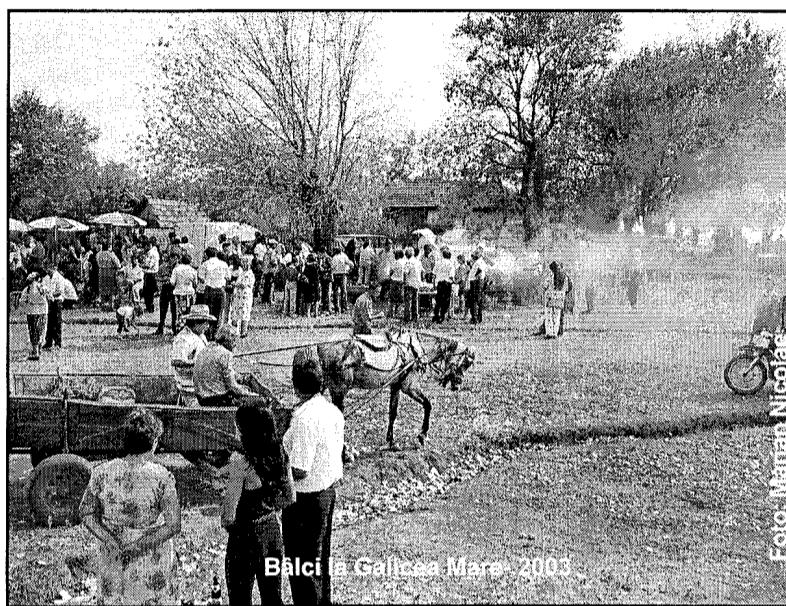


Foto: Nicolae Nicula

cel sud-est european. Aceste târguri se asociază cu sărbările populare care și-au găsit un cadru adecvat de existență în urma secularizării mai vechilor hramuri.

Târgul Moșilor se înscrise în marea categorie a "târgurilor", "iarmaroacelor" sau "nedeielor" ce aveau loc la date calendaristice diferite, în funcție de tradițiile locale și de sărbătorile creștine centrale, în principalele puncte de contact a mai multor zone geografice (Faier 1983:27) a căror importanță economică s-a păstrat, vechimea lor pierzându-se în timp.

Târgul Moșilor reprezintă una dintre cele mai pitorești și grandioase petreceri care aduna în "câmpia Oborului" întreaga populație a Bucureștiului și "lumea și poporul din patru, cinci județe vecine" (Arghezi 1961:64). El se desfășura timp de o săptămână, la o dată ce variază în luniile mai sau iunie, în funcție de data mobilă a încheierii ciclului sărbătorilor pascale (Moraru 1991:54) prin comemorarea moșilor de Rusaliu. Aici se comercializau produsele tradiționale ale unei vaste rețele economice convergente, cuprinsă între Dunăre și zona montană a Munteniei centrale. Într-o formă simplificată, cunoscut sub denumirea și de "târg de oale", a continuat să aibă loc până în zilele noastre, fiind studiat de către etnologi de-a lungul a două decenii.

Târgul Moșilor reprezintă unul dintre punctele de reper ce a însoțit constant dezvoltarea orașului București, modificându-și aspectul și unele conotații odată cu acesta. Semnificația și importanța acestei mari sărbători populare în istoria orașului este esențială, polarizând în jurul său o vastă aria geografică a Munteniei centrale.

O zi importantă și centrală a acestui târg o reprezinta "joia moșilor" sau "toiu moșilor", ce însumă aspecte cu semnificații multiple, variabile în timp ca formă de manifestare. Această zi are conotații rituale legate de comemorarea morților dar și matrimoniale. (Moraru 1991:83)(1)

În decursul vremii, amplificându-se an de an, "Joia moșilor" a devenit zi de vizită a târgului de către domn, care era "capul statului", împreună cu tot alaiul care îl însoțea. De exemplu, în vremea domnului Gheorghe Bibescu, "Joia Moșilor" din 27 mai 1843, a devenit "zi națională" a Țării Românești, târgul a fost amenajat special cu un "pavilion foarte cu gust cîmpenesc" pentru domn, iar jocul călușarilor a fost declarat "joc național".

Sâmbăta se prăznuiau "moșii de vară" cu semnificații rituale centrate pe "cultul morților, moșii și strămoșii familiilor din așezarea urbană alăturată târgului, precum și ziua pomenirii morților căzuți în luptele purtate de domnie, devenite puncte de reper în dezvoltarea orașului sau în istoria Țării Românești, aspect adăugat probabil într-o epocă mai nouă și care singularizează manifestările ce aveau loc cu ocazia desfășurării Târgului Moșilor din București". (Moraru 1991:58)

Săptămâna marii sărbători a târgului se încheie cu duminica Rusaliilor, sărbătoare importantă a calendarului, care semnifică întemeierea bisericii creștine și unitatea

neamului în sănul acesteia. Practicile efectuate în acest moment determinau spiritele morților, ce au sălășluit timp de peste 50 de zile printre cei vii, să se înapoieze la locurile lor veșnic. (Ghinoiu 1999:65)

Interesant de urmărit este modul de organizare a târgului care, succesiv, a dus la o îmbinare perfectă a economicului, a schimburilor comerciale cu petrecerea populară desfășurată în ambianța specificului etnografic și folcloric local și cu momente importante cu caracter ritual.

Pentru a intra în vîltoarea evenimentului, pentru "a-i lua pulsul" și a înțelege această mișcare perpetuă a unei mase de oameni, timp de o săptămână, cu ritmicitate stabilă desfășurată pe parcursul a mai multor ani, al cărui scop este multifuncțional, putem analiza, pe text, schițele lui Ion Luca Caragiale, *La Moș... și Moșii* (tablă de materii). (Caragiale 1952)

Pentru început, scriitorul, în "momentul" "La Moș..." (scris în anul 1900), ne introduce, cu ajutorul personajelor ("madam' Geogescu a lui d. Mitică ciaprazașul, madam' Petrescu a lui d. Guță de la minister și cu tanti Luksița, moașă diplomată") (Caragiale 1952:168), treptat, în "vacarmul" marelui târg, realizând doar o secvență din care putem extrage îmbinarea perfectă a schimburilor comerciale cu petrecerea, distracția populară ce are loc.

Astfel, drumul către și dinspre târg pentru acele "valuri peste valuri de omenire", în general, se parcurge cu tramvaiul care are

"vagoane galbene și albastre", cu tramcarul (vehicul tras de cai) dar și cu "trăsuri boierești", "cărutele mitocănești" și bicicletele. O mare masă de oameni însă preferă să meargă pe jos, pentru ca, treptat, să ia contact cu frenzia Moșilor și să "savureze" din plin spectacolul oferit de artiștii profesioniști sau amatori, de comercianții și negustorii timpușii pe care-l prezintă (sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea).

Scriitorul precizează momentul central al zilei "la trei ceasuri fix în pavilionul central la berărie" (unde se vor întâlni personajele) când "târgul e în toiul lui..."

Cu ajutorul eroilor, prin acțiunile pe care le întreprind, putem descoperi diverse zone ale târgului, cu specificul lor, *La oale* (unde madam' Petrescu cumpără un "fluieraș pentru băiețelul lui madam' Ionescu, stăpâna casei") sau *La grădină la Iliad*.

În același timp, scopul personajelor este acela de a îmbina *distracția de la grădină* reprezentată prin tragerea planetei (bilet extras, din întâmplare, dintre altele de același fel cu ajutorul unui papagal dresat care conține preziceri naive privitoare la viitor) de la o italiancă, cu *mâncare* (turtă dulce "o bucată", gogoși prăjite în ulei "din sahanul" (cazanul) care clocoște, "două bărdace de floricele calde", cârnată, mititei, fleici (bucată de carne de pe pântecele bovinelor, care se consumă friptă pe grătar) și *băutură* (limonada, "2 baterii de sifon mare", "macmahon" (băutură răcoritoare), 2 litri de bragă (băutură răcoritoare cu gust acrișor și miros specific, preparată din bucătele de pâine fermentate cu apă), "foarte răcoritoare și igienică", vândută de "braguiu") și dorința de a *cumpăra* câte ceva ("fluieraș")

Atmosfera este întreținută și auditiv de "lăutari cu tambalul și flașnete, și clarinetă cu toba mare, și trâmbicioare, și fluierașe, și hârâitorii" și de "strigăte, și sibiere, și chicote" unde totul "e o plăcere!".

Dacă în "momentul" *La Moș...* autorul descrie, cu ajutorul personajelor, o secvență bine delimitată în timp și spațiu a târgului, în celebra, de acum, "tablă de materii", *Moș* (scrisă în anul 1901), prin acumularea enumerativă bine șiută, realizează o atmosferă, un "zumzet", un tip de efecte fonice cu totul speciale, trecând de la particular la general.



Foto: Nicolae Nicula

Într-o "tablă de materii"

Autorul face din această schiță un adevărat "poem" în care doar simpla asociere a unor cuvinte și sintagme ne aduce în fața ochilor o mulțime de oameni, haotică, mișcându-se într-un spațiu complex și complicat, care-i conferă târgului, prin spectacolul oferit, o pecete singulară, specifică.

Această "tablă de materii" poate fi interpretată sub mai multe aspecte. Întâlnim astfel, anumite categorii sociale care participă la marea sărbătoare: burghezi, târgoveți, târgovețe, tărani, tărancă, dar și unele categorii rău famate cum ar fi: cerșetori, zamparajii, pungași de buzunare, betivi, schilozi etc. În categoriile profesionale putem include intelectuali, cum ar fi: artiștii, poetii, prozatorii, criticii dar și miniștrii, guvernamentalii, popii, matelotii (marinarii), jandarmii, măcelarii etc.

La această mare sărbătoare participă întreaga familie, nepoate, mătuși, veri, unchi, "copiii pierduți și mame prăpădite".

Foarte importantă pentru definirea categoriei sociale, dar și pentru identitatea etnică este alimentația care este reprezentată prin mâncare și băutură românească sau de import.

Produsele variate de patiserie, reprezentate prin *dulciuri* ca: turtă dulce, șerbet, "cicălată", acadele, "plăcintă românească și cozonaci meșteșugărești", bomboane, rahat, gogoși, cofeturi pentru colivă sunt bine vândute precum și *produsele alimentare* ca: urdă, cașcaval, brânză, salam de Sibiu, slăniță, pește (tări) etc.

Fructele autohtone și cele exotice se adaugă coloritului târgului. Întâlnim plante legumiinoase (roșcove) sau fructe: mere, poame, nuci, dar, și portocale, smochine, lămâi, alune prăjite și fisticuri.

În textul lui Caragiale sunt amintite și *băuturi* de tot felul precum: limonada, braga, berea care se servea la chioșcuri precum "Bragadir", "Luther", "Opler", cafeaua turcească cu caimac care costa doar 5 bani, numită și

obiectele pentru cult sunt des întâlnite pe tarabe, astfel găsim: lumânări, icoane, prescuri, mătăni, cruci, clopote, "aducând" în târg aerul mistic și complex, valențele lor au acea semnificație inițială a Sărbătorii Moșilor de Rusalii care era cea mai importantă comemorarea morților.

Gama de produse variază, ceea ce scoate în evidență o piată de desfacere puternică, unde cumpărătorul găsește prețuri accesibile oricărui buzunar. El poate opta pentru ce este mai bun dar și ieftin.

La Târgul Moșilor întâlnim *obiecte casnice* ca expresia directă a meșteșugarilor tradiționali: ulcioare de lut, donițe, ciubere, lighene, saltele, paturi, mese.

Întâlnim și *obiecte de îmbrăcăminte*, încălțăminte cum ar fi căciuli, cojoace, ciorapi sau ghete, cizme, papuci. *Podoabele și cosmeticele* sunt și ele prezente: inele, cercei, oglini, parfumurile, săpunuri etc.

Întreaga "tablă de materii", care a fost intermediată de "momentul" *"La moși..."*, este, de fapt, o panoramă a acestui semnificativ moment pentru identitatea culturală și istoria Bucureștiului, fiind una dintre scrisorile în care este evidențiată măiestria de necontestat a lui Caragiale. Autorul alege esențialul și înălțătură inutilul, iar perfecta corespondență între fond și formă duce la o nuanțare a formei, exprimată printr-un expresiv fond.

În anul 1889 terenul bâlcuiului a trecut în stăpânirea primăriei capitalei și a fost reamenajat, perimetru său intrând treptat în oraș. Târgul Moșilor în anul 1924 a fost transformat în expoziție anuală (Bacalbașa 1987:48), organizarea lui se depărtează tot mai mult de modelul tradițional.

După al doilea război mondial a funcționat sub forma "târgului de oale" pe platforma de la Obor, păstrându-și sensul ritual al aprovizionării cu străchini, oale, căni, cești, alte obiecte din ceramică și lemn, îndeosebi linguri, pentru sărbătorirea zilei de sămbătă a "moșilor de vară", când se pomeneau moșii în fiecare familie. (Moraru, 1991:59)



cafea gingirlie (*cicili* "drăguț, nostim"). Menționarea celor trei cunoscute întreprinderi producătoare de bere care își desfăceau produsele la Moși, alături de prezența constantă a berărilor în texteștișorile lui Caragiale, surprinde un moment de mare însemnatate pentru procesul economic dinamic de la sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea când întreprinderile angajate în industria alimentară se dezvoltau asemenea celor occidentale, de exemplu, din Germania sau Austria.

Atunci când afacerile (tranzacțiile) între "parteneri" erau încheiate, pentru a cinsti acest eveniment, se oferea băutură și gustare care purta denumirea de *aldămaș*.

Locul distractiilor era situat în centrul bâlcuiului, iar marginile erau ocupate de mărfuri de tot felul în cantități foarte mari.

Divertismentul îl regăsim în: "Vasilache", "Leul de mare", "capul vorbitorului", "copilul cu trei picioare", artificii, "distracție americană", maimuțe etc.

Imaginea Moșilor din Bucureștiul secolului al XIX-lea nu este prea departată de cea a târgurilor contemporane care adună pe lângă mai nou împărmântenele festivaluri locale, amestecul de produse provenind din import și cele realizate prin producție locală, dovedind un interes deloc neglijabil pentru o economie de schimb în dezvoltare.

Este ușor de identificat pecetea semi-orientală, caracteristică târgului balcanic, al cărei model este bazarul fastuos, luxuriant al Istanbulului.

Ritualul colindatului și teoriile do-ut-des

Cornel BĂLOSU

În complexul și multidisciplinarul său studiu asupra cetelor de fețiori din Transilvania și colindatului, Traian Herseni susținea și dezvoltă ideea unei dependențe permanente a păstorului sau agricultorului de divinitate, bazată pe un principiu juridic de tipul *do-ut-des*. Rolul zeului agricol este să atragă belșugul, să sporească rodul câmpului, să asigure prosperitatea ogrăzii, sănătatea și fericirea familiei gospodarului. Textul folcloric, ni se spune, argumentează asertiunea. Realitatea socială a contractului do ut des poate fi demonstrată și pe baza actelor *oblative*, chiar darurile în grâu și vin "sunt apreciate în colinde în primul rând pentru folosalelor lor lumești și numai în al doilea rând pentru cele bisericești" (Herseni 1977: 283). Precizăm în treacăt faptul că excepția invocată atrage de fapt atenția asupra *coalescenței* simbolice a celor trei elemente, reunione ce nu poate fi pur formală sau întâmplătoare. În concluzie, Traian Herseni conchide cum că "esența colindatului ar fi una pagână, dar într-un cadru creștin".

Divinitatea însăși care descinde pe pământ, deși colorată creștin este... "un zeu al tinereții masculine(brad, cerb, boar, junc)." "Zeul străvechi" își schimbă părul ca lupul, dar nărvul, ba, în devenirea sa, el rămâne generator, "fiu al aceleiași generatoare care l-a generat și pe el", adică principiul primordial al muncii, "fără de care nimic nu se poate naște, crește și înmulții". Divinitatea feminină, sub care se ascunde chipul Maicii Domnului, ar fi proprie matriarhatului, iar cea masculină-îndreptată creștinește de Iisus Cristos, ar corespunde patriarhatului (Herseni 1977: 242). Textul folcloric devine astfel un depozitar al unor realități ancestrale, un document ce poate duce la dezvăluiri de netăgăduit.

După cum se observă, toată construcția probatoare a autorului se sprijină pe relația omului cu zeul(oricare ar fi el, pagân sau creștin), prin urmare pe un raport religios. Dar în țesătura demersului hersenian, religiile nu sunt decât elemente de suprastructură determinate univoc de substratul economico-social, simple reflectări ale societății și naturii. Fiind oglindă socială, religia exprimă însăși structura și organizația societății în desfășurarea ei pentru cucerirea naturii. Altminteri, religia este un accident," o știință greșit construită după legile imaginării nu ale naturii(sic),ale conformității acesteia cu realitatea". Este totodată "o economie eronată în raport cu mediul și cu structurile economice" (Herseni 1977: 289).

Triada conceptuală economie-natură-cultură(inclusiv religia), intercondiționările și determinările dintre cele trei fundamente constitutive, reprezintă cheia funcționalității raționamentelor herseniene.

În principiu, gândindu-ne la definiție și la cuprinderile pe care sociologul român le atribuie religiei, am putea afirma că întregul eșafodaj teoretic de relevare a rosturilor unui fenomen socio-cultural, cum este colindatul, este în esență marxist . Având în vedere însă enunțarea preeminenței principiului do-ut-des-ului cu rol mediator, trebuie să remarcăm și influența lui Max Weber, sociolog pe care Traian Herseni îl citează, alături de alți străluși deschizători de drumuri în sociologia și etnologia occidentală.

Savantul german susținuse într-o lucrare apărută în 1921 *"Sociologia religiilor"* că tărânimile este o pătură socială cu propensiune către magie care încearcă frecvent să rezolve pax deorum-ul printr-un contract do-ut-des (Weber 1998: 89-95). Și totuși, admite sociologul din Erfurt, au existat câteva excepții de-a lungul istoriei lumii: gândirea profetică a lui Zarathustra, care propovăduia noblețea muncii ogorului plăcută divinității, religiozitatea israelită de dinaintea profetilor și multe altele pe care Max Weber le trece cu vederea, rămânând la convingerea că tărani, oriunde ar fi, se ghidăză prea mult după o credință a răspaltei.

Religiozitatea paganilor, deși se întemeiază pe o etică formală, este inferioară celei citadine. Cetatea și orașul sunt spații fidele bisericii și dogmei în comparație cu extramuros-ul. Opoziția weberiană, spațiu închis, civilizat-spațiu deschis, în afară, necivilizat-reproduce o altă, poate mai grăitoare, cea dintre cultură-natură sau pe cea dintre raționalitate-neraționalitate. În acest context, agricultura și formele ei sunt în afara raționalității în sensul că sunt permanent la îndemâna vicisitudinilor și a întâmplării (Weber 1998: 95-142).

Până aici, ar exista oarece convergențe între argumentațiile lui Traian Herseni și sociologul german. Diferențele majore încep să apară atunci când se trece la denominarea și analizarea determinărilor ce apar în raportul religie-economie.(continuare în pagina 23)

Ştefan Tuțescu, un folclorist din Dolj

Minodora MELCIOIU

La începutul veacului trecut, o seamă de cărturari s-au aplecat cu dragoste și pasiune sinceră asupra creației populare. Astfel de oameni au existat și în Oltenia, atrași fiind de bogăția și diversitatea producțiilor populare orale ce existau la acea vreme. Între ei a fost și Ștefan St. Tuțescu din Catane.

S-a născut pe 3 aprilie 1880, tatăl său fiind învățătorul Stan Tutescu. Școala primară a făcut-o în satul natal și în 1899 a absolvit școala normală de învățători din Craiova. Și-a început activitatea didactică în satul Balota-Dolj, apoi se întoarce ca învățător în satul natal, Catane.

A insistat pe lângă autoritățile vremii să obțină fonduri pentru construirea unui nou local și a depus toate eforturile ca știința de carte să pătrundă în lumea rurală și a contribuit la îmbunătățirea vieții sociale și culturale a sătenilor, continuând munca tatălui său, în casa căruia a funcționat pentru o vreme școala din sat.

Pentru promovarea folclorului din zona Olteniei, a întemeiat, împreună cu colegul P. Danilescu din Panaghia, colecția "Biblioteca folcloristică" (1908) în care s-au editat mai multe culegeri de folclor. Tot cu Danilescu a înființat "Biblioteca literară". Împreună cu Rădulescu Codin și C. Popescu - Câmpulung a scos culegeri de teatru sătesc și una de snoave și povești.

A fost colaborator la o serie de reviste precum: *Converziri literare*, *Foaia populară*, *Izvorășul*, *Şezătoarea*, *Viața literară*, *Vorbe bune*.

Culege și publică folclor din toate genurile și speciile, dar în mod deosebit basme cu animale, legende și snoave:

Din trecut, volum editat în 1909, 105 pagini;

Dăfii, snoave și povești, volum editat la Craiova, 1904, 74 pagini;

Taina ăluia, proză snoave și povești hazlii, 1905, 116 pagini;

O parte din sfintii poporului, volum editat la Craiova, 1908, 62 pagini;

Din văi și vâlcele, glume, snoave, legende și povești, 1911, 102 pagini;

Din Boureni până-n Catane, în colaborare cu N. I. Dumitrașcu, 1923, 48 pagini;

Textele culese și publicate se disting prin simplitatea schemei epice și prin autenticitatea stilului oral vivace, tipic povestitorului de la sud de Carpați. Textele nu au adaosuri, modificări și ajustări cărturărești ulterioare. Folcloristul menționează numele informatorilor și citează și variantele acolo unde le întâlniește. "Folclorul - literatura poporană de tot felul, se culege așa cum se spune, fără nici-o schimbare, chiar greșit fie zis", preciza deseori învățătorul-folclorist.

S-a interesat și de culegerea folclorului țigănesc, fiind un precursor al lui C. S. Nicolăescu-Plopșor, culegând multe texte de la Ion Trăilă, cortură din Balota.

În 1912 editează prima revistă oltenească de folclor, "Ghilușul", pe care o conduce și o finanțează timp de doi ani. Descinsă din "Şezătoarea" lui Artur Gorovei de la Fălticeni, "mama" revistelor de folclor de la acea vreme, revista era deschisă tuturor culegătorilor de folclor, indiferent de zona geografică. Astfel, la

revistă au colaborat chiar specialiști de notorietate de peste hotare, între care Angelo de Gubernatis, autor al lucrării *La Roumanie et les Roumains*.

După apariția a 24 de numere, revista și-a închis activitatea, greutățile financiare din preajma războiului nepermittând lui Ștefan Tuțescu să o mai finanțeze. Deși a avut o viață scurtă, "Ghilușul" a avut o importanță deosebită, fiind recunoscut ca deschizător de drumuri pentru alte reviste oltene: "Izvorășul" lui Gh. N. Dumitrescu - Bistrița, "Suflet oltenesc" condus de C. S. Nicolăescu-Plopșor, "Buciumul", condus de I. I. Buligan.

Teme dezbatute în paginile sale, precum alterarea repertoriului arhaic prin infilații urbane, au fost preluate și cercetate ulterior de mari folcloristi, între care și C. Brăiloiu.

Mai multe din lucrările sale au rămas în manuscris și au fost publicate postum de

100 de ani apărând astfel de lucrări. Ele erau rodul muncii unor oameni din domeniul istoricilor, geografilor, folcloristilor, preocupăți de trecutul și prezentul tăruturilor românești.

Lucrarea cuprinde mai multe capitoce ce descriu istoricul, coordonatele geografice, populația. În capitolul ce cuprinde "partea economică", autorul vorbește despre înființarea Băncii Populare "Sf. Paraschiva" și importanța ei în sprijinirea "famililor muncitoare": "Banca a ajutat mulți săteni săraci, înlesnindu-le astfel ocazia să scape de cămătari. Numărul membrilor asociației la 14 noiembrie 1907 a fost 66 dintre care: Plugari 54, Comeranți 5, Meseriași 1, Funcționari 3, Proprietari 1, Învățători 1, Preoți 1."

Și elevii au fost "îndemnați să strângă bani la cassa de economie la școală încă din anul 1899. Numărul elevilor depunători

învățători din Craiova", conducea școala ca diriginte și speră să primească fonduri de la stat pentru începerea unei noi construcții.

Pe lângă școală funcționau o bibliotecă, înființată în 1905 de Șt. Tuțescu, Societatea Culturală "Ion Creangă", Cercul cultural "Urzicuța" și un teatru școlar sătesc, ce avea scopul de a instrui și a distra. Se prezintau spectacole "cu intrare" iar din banii strânși s-a cumpărat cortină, scenă și mobilier didactic. Trebuie menționată și Asociația școlară pentru protecția animalelor despre care autorul monografiei ne spune că dădea sfaturi pentru îngrijirea animalelor dar și admonestări pentru diferite abateri." S-a sfătuit și admonestat membrii: Butu D. Stan, pentru că a chinuit o cioară, Purcărin C. Ștefan, pentru că a speriat un cal, care căzind s-a rănit; iar Stanciu Dumitru și Costache Simion, fiindcă a chinuit un măgar în mod brutal." Iată că lumea satului românesc era mai civilizată acum 100 de ani când nu aveam căini comunitari și nici comunism iar Uniunea Europeană nu ne ținea lecții despre eutanasierea porcului...

Capitolul "Credințe și obiceiuri" se ocupă de riturile de trecere, între care mai amplu sunt descrise nunta și moartea cu practicile lor populare păstrate întocmai până în zilele noastre.

Capitolul de "Încheere" vorbește despre importanța monografiilor rurale și rolul intelectualilor în viața satului românesc. Nu sunt trecute cu vederea nici "relele de care sufăr unele sate": "Prima din cauzele răului e ignoranța țăranului (...) O a doua cauză a stricăciunii lui este jugul neomenos impus de Primar și de Notar. Multă din ei fără grije răpesc în orice timp avutul sătenilor săraci, sfarmă inițiativele învățătorilor, lipsesc biserică de ajutoare și sădesc invidia acolo unde a mai rămas un colț de pace. (...) Un element păgubitor sunt și mulți cărciumari care au toată știința și voința când vor să facă vin din stafide și să amestece în rachiuri otrăvurile cele mai violente dela leșia de cenușe până la vitrioul și anilinelor colorate. La ei se face alegerea de Primar, aci își duce săteanul legăturica de grâu sau de mălaiu, ca să capete răchiu sau tutun, otrăvuri care l-au slăbit atât de mult fizicește. Nu mai adăogăm că mulți cărciumari sunt și cămătarii satului care îndată ce se satură de strâns lasă cărciuma pe numele altuia și își pune candidatura de Primar sau Notar, fiind sigur de reușită."

Dacă la capitolul politic pare să nu se schimbe prea multe în realitatea românească din ultima sută de ani, căci suntem în continuare conduși de cărciumari și cămătari, educația și cultura au pierdut mult teren în lumea satului, lume guvernată de anumite tradiții care s-au erodat cu timpul. Mass-media, școala și influența orașului cu formele lui de subcultură și incultură și-au spus cuvântul. Catanele, care acum un veac avea pe lângă școală câteva societăți culturale, un teatru sătesc, o tipografie și o asociație ce se ocupa de educația civică a sătenilor, azi nu are nici măcar un cămin cultural și nimici din Catane nu-și mai amintește de înimosul învățător-folclorist Ștefan Tuțescu (1880-1926), care într-o viață scurtă a făcut destul de mult pentru comuna lui natală și pentru folclistica Olteniei. Poate numai profesorul Petre Tuncu, cel care îi păstrează cărțile pe care le-am răsfoit și noi.

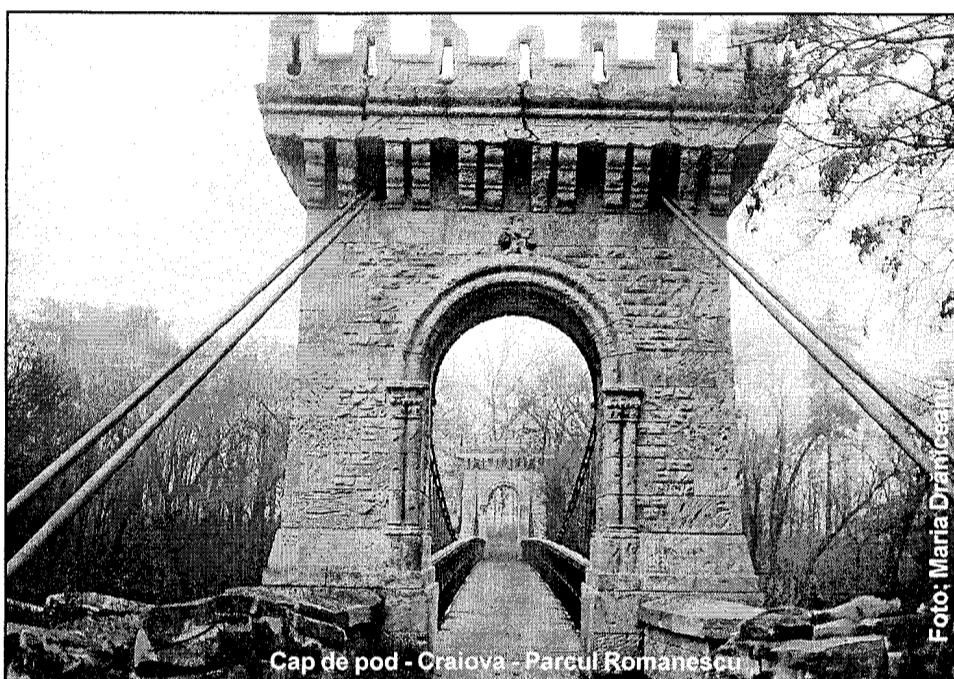
Bibliografie:

Gorovei, Artur 1940. Învățători folcloristi, București, Cartea Românească, Colecția "Cuvinte Folositore".

Bârlea, Ovidiu 1967. Metode de cercetare a folclorului, București, Editura Pentru Literatură, p. 24.

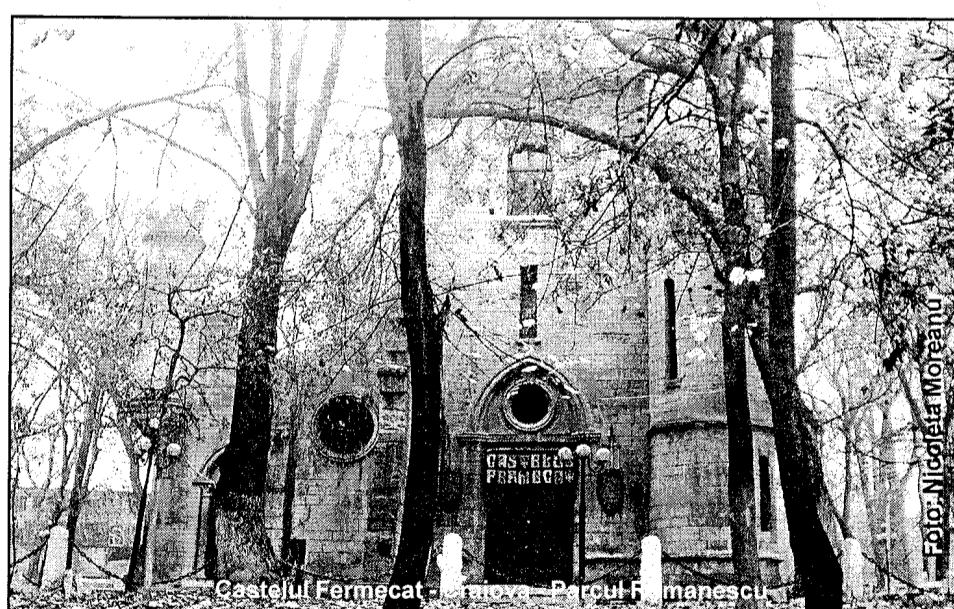
Pleș, Illeana 1972. Prima revistă olteană de folclor, "Ghilușul", în Philologica, Craiova, an II, p. 179-183.

Firescu, Rodica 1974. Un animator uitat, în Studii de folclor II, Craiova, p. 85-92.



Cap de pod - Craiova - Parcul Romanesc

Foto: Maria Drănicer



Castelul Fermecat - Craiova - Parcul Romanesc

Foto: Nicodina Moreanu

24 de pagini, republicată în 1908, în colaborare cu P. Danilescu, sub titlul "Monografia istorică, economică, culturală, socială a satului Catane din districtul Dolj", lucrarea reprezintă o mărturie în timp privind nivelul de dezvoltare economică, culturală, socială și religioasă a unui sat românesc. "Școala satului", care după scrise este atestată în 1859 deși ea este mai veche. Primul local a fost un bordei în pământ, lângă biserică, apoi a funcționat la Primărie iar în 1884 s-a mutat în casa învățătorului Stan Tuțescu, tatăl folcloristului, care în 1872 a înființat școala de adulți pe care o urmău călărașii și dorobanții, joia și duminica, și la care mulți țărani au învățat să scrie și să citească. În 1890 s-a construit un local propriu, cu o sală de clasă și 14 bănci. La vremea scrierii acestei monografii, autorul Ștefan Tuțescu, "absolvent cu diplomă" al școalei de

Meșteri populari din Dolj Neda Ștefan și Marian Ghiță – doi meșteri populari din Dioști

Nicolae DUMITRU

Situată la 42 km est de Craiova și cam la 14 km de Caracal, comuna Dioști a făcut parte din județul Romanați până în 1967, când noua împărțire administrativ-teritorială a repartizat-o județului Dolj.

Satul Dioști, vechi sat de moșneni, a fost atestat documentar la 12 septembrie 1570 și, de-a lungul istoriei sale, a trăit și bune și rele. Pe aici au trecut și turcii de atâta ori, dar și Mihai Viteazu; și acum dăinuie stejarul la care, spune legenda, își legă Mihai Viteazu calul. Aici au fost și răzvrătiți renumiți, între care haiducul Mereanu a fost cel mai de seamă, el fiind și cel mai apropiat colaborator al lui Iancu Jianu. Este vie și acum amintirea acestui haiduc, atât la oamenii din sat cât și în imprejurimi.

Dar cel mai greu a fost încercat satul Dioști la 1 aprilie 1938, când un incendiu devastator avea să facă scrum 28 case cu toate acareturile, plus anexele de la 115 gospodării. Pagubele estimate au fost de 11 000 000 lei, adică costul a 600 pogoane de pământ.

Însuși regele Carol al II-lea a venit să vadă dezastrul, și a dispus reconstrucția din temelii, după un proiect unic, a gospodăriilor distruse.

Lucrările de transformare a urmelor fumegănde ale Dioștilor anului 1938 într-un "sat model" au fost coordonate de Dimitrie Gusti, directorul general al Fundației Culturale Regale "Principele Carol" și conduse efectiv de prof. Gheorghe Focșa care a locuit neîntrerupt în sat, timp de doi ani (1938 și 1939), identificându-se cu proiectul care ar putea fi numit opera vieții sale.

La numărul 3, în această veche aşezare este situată gospodăria meșterului popular NEDA STEFAN. Născut la 27 septembrie 1921, din părinții Maria și Ion, lucrători ai pământului, nenea Neda Stefan, deși a făcut ceva școală, s-a întors să locuască în sat și "de voie", dar mai ales "de nevoie". În perioada școlii sale părinții s-au îmbolnăvit și, cum surorile se măritaseră, iar fratele cel mare urma cursurile Liceului Militar, cineva trebuia să aibă grija de părinții bolnavi. Nu avea cine "să se sacrifice" și atunci el a abandonat școala la oraș – era prin anii 1942-1943 – și s-a întors în sat lângă părinți. Apucase și absolvisese 7 clase primare în comună, 4 clase de gimnaziu și o clasă de liceu industrial. Căpătase oarece cunoștințe. De aceea, dorindu-și să scape de "robia agriculturii", să poată căștiga un ban mai ușor decât de la plug și-a propus să facă ceva: a învățat mai multe meserii, "din pasiune".

În anul 1944 s-a căsătorit, în sat, și a avut doi copii, amândoi născuți în anii cu stabilizare: primul, în 1947, la prima stabilizare; al doilea, în 1952, la a doua stabilizare.

Cel mare este, acum, inginer chimist la București, iar când se întâlnesc se iau la harță, pe meserii, încât-i a zis odată: "Mă, taică, tu ești inginer acolo, la tine..., eu sunt inginer aici, la mine; eu nu pot să fac ce faci tu, iar tu nu poți să faci ce fac eu!"

Cel mic a încercat să-i învețe meșteșugul, însă este legat de slujba sa.

Nenea Neda Ștefan este meșter tâmplar, dar și rotar și chiar constructor de căruțe pentru dioștenii săi și pentru satele învecinate.

A învățat să lucreze și cu acul și a țesut

și în război. Când era în clasele primare "lucra cu acul" la rând cu fetele; uneori lua note mai mari, la lucru, decât fetele din clasă. A țesut mai apoi și la război; existau în sat războișe semimecanice. Un cumnat de-al fratelui său deschise un atelier de țesătorie în comună. A țesut și pânză; știe cum este cu urzeala, cu spata; câte fire intră pe centimetru, câte fire trebuie să urzești; veneau femeile din sat să-l întrebe cum se urzește. Spetele erau metalice, cu căsuțe: o spătă are 4 căsuțe /cm; are și acum, în pod, spete de 11 căsuțe /cm, adică 11 fire /cm; acestea sunt pentru pânză, fiind mai dese.

De profesie a fost lăcătuș-mecanic. Astă a învățat la liceu. Tâmplăria "a prins-o" într-o săptămână și a practicat-o "o viață de om".

A văzut un meseriaș tâmplar care lucrașe la casa părintească. S-a dus la el luni, și de marți până sâmbătă au lucrat împreună. Astă a fost toată practica lui în "ale tâmplăriei".

De atunci a lucrat, la comandă și nu numai, obiecte de tâmplărie: uși, giurgiuvele, pardoseli, dormeze, scaune, mese, "dăoage", dar, mai nou, și tâmplărie metalică.

A făcut și sobe de teracotă, și zidărie, și...

Materialele pentru lucru le procura de pe piață liberă. Dacă ai bani le faci pe toate!

Cunoscuse niște negustori de cherestea din Moldova și din Bistrița-Năsăud; aceștia îi aduceau acasă lemnul de care avea nevoie. Îi aduceau materiale de milioane de lei și nici nu le dădea banii "pe loc", că se nimereau să nu aibă bani, dar oamenii aveau încredere "cu toate că nu-l întrebaseră nici cum îl cheamă". Îi lăsau lemnul: "–Domne, n-am să vă achit acuma, da' peste o săptămână, două, eu vă achit banii...". Veneau la timpul respectiv, băteau la poartă, le da banii și făcea alte comenzi. Așa s-a descurcat mereu...

Are un atelier propriu în care lucrează: toate părțile mecanice, dar și cele din lemn sunt lucrate de mâna lui; chiar și unelele de mână sunt tot opera sa.

În atelier există: un abric, un circular, o freză, două mașini de găurit – una electrică, alta manuală – și un banzig.

Și-a confectionat un aparat de împărțit dintii la pânze, atât la banzig cât și la ferestrele de mână pe care le-a făcut prin 1940, pe vremea când era la școală. Nu astă a fost lucrarea de diplomă; pentru diplomă a făcut un cupor de mașină, pentru care a fost nevoie să parcurgă, special, drumul Amărăști – Caracal pentru a-și procura tabla de care avea nevoie.

În ce privește meseria practicată – acum este bătrân, nu mai poate – a pornit de la "zero". A lucrat numai manual, până când au apărut mașinile acestea.

"Într-o zi am văzut într-un magazin o foarfecă; am calculat dimensiunile la scara 1/1000, 1/2000 cât am considerat eu că ar fi cotele și am proiectat-o, aşa cum o vedea; i-am adus și îmbunătățiri astfel încât pot tăia cu această foarfecă și fier mai gros, cam de 10mm, cercurile pentru butoaii etc...", se destăinuie nenea Neda Ștefan.

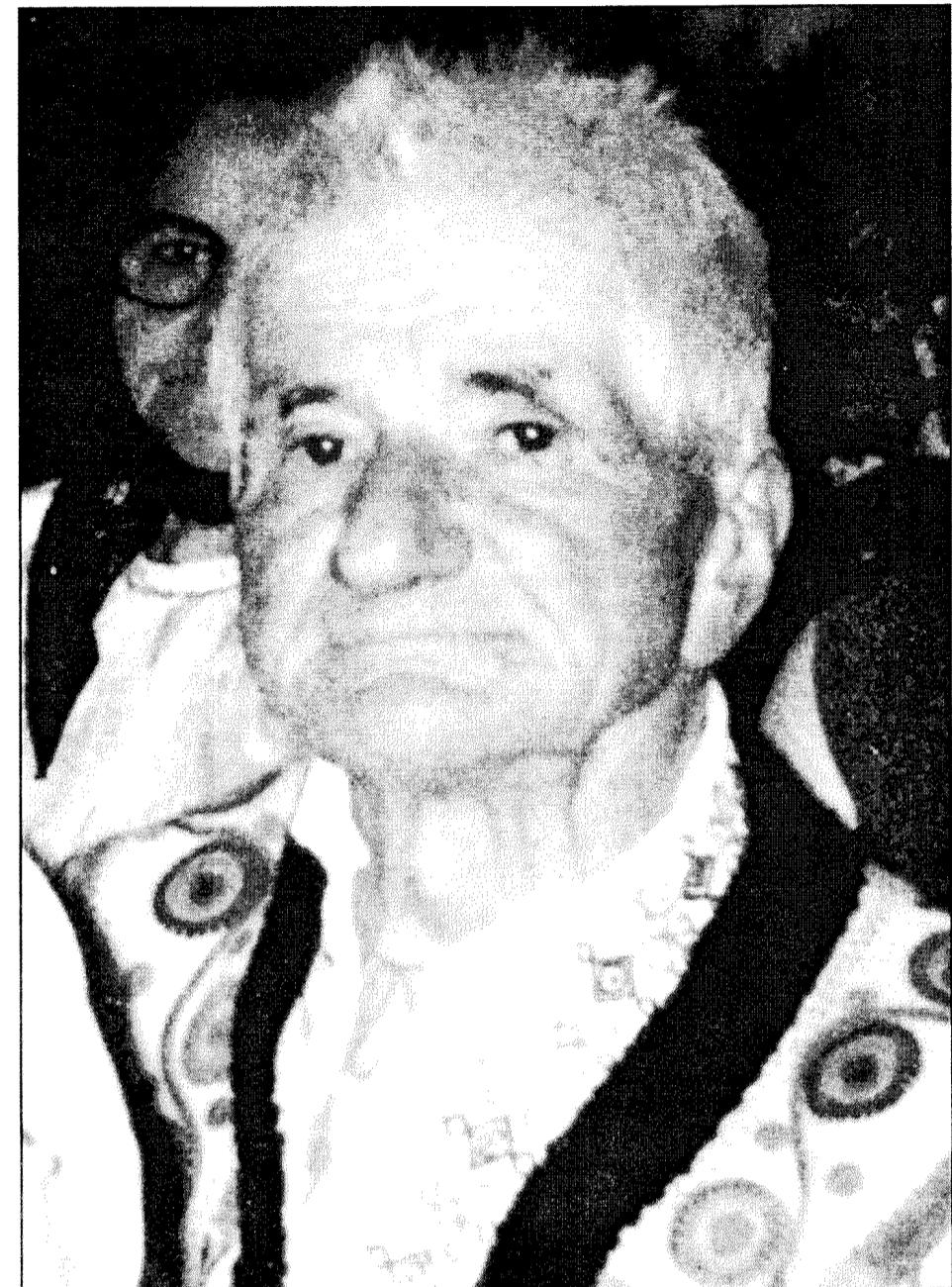
Era, în tot ce făcea, un om calculat.

Își amintește cum a început ca agricultor: avea secerători, legători aduse din Canada, cu care, după ce termina de secerat la el, mergea și la oamenii din sat, pentru bani. Toți membrii familiei aveau "program de lucru", pe responsabilități: nevasta, care avea și serviciu la Poștă, se ocupa și cu albinăritul; părinții cu alte treburi, el cu seceratul...

Din 1959 a fost brigadier constructor și a avut mulți ucenici pe care i-a învățat meșteșugul.

Acum nu regretă nimic. Poate că ar lăsa de la început dacă s-ar mai putea.

Cum în viață satului, gospodăria se confundă cu însăși existența omenească sub



toate aspectele acesteia, fie ele materiale sau morale, nenea Neda Ștefan este măhnit că unii oameni din sat nu dovedesc calitatea de bun gospodar și nu demonstrează că le pasă de bunurile lor.

Își amintește cum, în urma incendiului devastator de la 1 aprilie 1938, regele Carol al II-lea a dispus, printr-un decret regal, construirea de locuințe-tip pentru toți cei care rămăseseră fără adăpost: "li s-a dat oamenilor – la cheie – totul: case, grădini cu pomi, garduri, lumină electrică... Tot, tot! Însă cei care le-au primit nu le-au îngrijit, n-au mai băut un cui; leau înstrăinat. Nu mai există decât o singură gospodărie din tot vechiul sănătătă. În rest totul s-a transformat, s-a irosit..."

În ziua de 14 august 1999 Muzeul Civilizației Populare Tradiționale ASTRA a organizat în cadrul Muzeului în aer liber din Dumbrava Sibiului primirea de noi membri în Academia Artelor Tradiționale.

Unul dintre noii membri a fost și Neda Ștefan din Dioștii Doljului.

Tot în Dioști sunt și alți meșteri populari.

MARIAN GHİȚĂ, frângherul, este unul dintre aceștia. I se zice Marian a lu' Ristică. După bunic. Tânăr a murit când era Marian copil; nu-l știe. L-a crescut bunicul: "taica Ristică", cum îi spunea el și de-atunci oamenii din sat îl știu de "Marian a lu' Ristică".

Bunicul împletea căpestre, guri de ham, hături pentru cai, frânghii. Era la poarta lui coadă de căruțe venite și din Celari, Gîzdăvești, Apele Vii: "ai lu' Cernea din Apele Vii, ai lu' Obogeanu... Multă veneau la taica Ristică!"

Ei lucra cu fetele – că avea trei fete – și

cu bunica.

Marian lucrează acum cu copiii săi: Petrică are 7 ani spre 8, iar fetița are 6 ani. O cheamă Aristica Ștefania. Numele se potrivește cu cel al bunicului Ristică, dar este numele dat de nașa lor pe care o cheamă Aristica.

Marian Ghiță nu "meșterește" neapărat pentru bani, ci mai mult din prietenie. A modernizat "unealta" cu care bunicul său împletea frânghiile. A modificat-o și a îmbunătățit-o, astfel că poate împlete pe patru rânduri; împletește și pe trei, și pe două rânduri.

Împletește din cânepă, dar acum nu prea mai cultivă lumea cânepă. Vin oamenii cu gheme cumpărate din comerț, cânepă, mătase sintetică, sau orice fel de ată, chiar și papiote, dar atunci împletitul necesită urzeală pe mai multe fire.

Ca și bunicul său, Marian împletește căpestre, guri de ham, hături pentru doi cai, piedici pentru căruțe, frânghi.

Este mândru că meșteșugul deprins de la taica Ristică nu s-a pierdut și nici n-o să se piardă, atâtă timp cât și copiii săi l-au moștenit și, sigur, îl vor duce mai departe.

Dragostea acestor meșteri populari din Dioști, ca de fapt a tuturor meșterilor populari, pentru tot ce înseamnă tradiție și creație populară, ar trebui să constituie un exemplu pentru generațiile următoare.

Bibliografie:

Bălăianu, M. 1998. "Dioștii, pagini de istorie", București, Editura A.P.P.

Arhiva CJCPCT Dolj – interviuri la Dioști realizate de Minodora Melcioiu și Gheorghe Obrocea în 1998.



Nebun după tine - Reflectii despre semnificațiile muzicii

Phillip VANINNI

Scott M. MEYERS

Universitatea de Stat Washington

Rezumat

Teen pop-ul este o formă de succes a muzicii comerciale scrisă pentru și consumată mai ales de adolescenți și preadolescenți. Muzica și versurile reprezentă un sistem de semnificații pe care consumatorii îl pot folosi pentru a-și defini conceptul de sine precum și identitatea proprie și socială. Tinerii ascultători de *teen pop* au mai ales tendința să interpreteze versurile acestui gen muzical și să le folosească semnificațiile pentru a se defini pe sine și pentru a defini rolurile jucate de ceilalți în viața lor. În această lucrare analizăm conținutul versurilor și susținem ideea că acesta vorbește despre modificarea ideilor culturale de iubire, timp liber și consum. Susținem ideea că discursul muzicii *teen pop* nu este nici o oglindă a *zeitgeist*-ului existent, nici o creație originală, ci mai degrabă o realitate construită pe baza influenței reciproce dintre obiceiurile și valorile de bază, practicile de consum, și interpretarea subiectivă a semnificațiilor sale de către public. Din anii 1950, de la nașterea rock-and-roll-ului, și până astăzi, grupuri de părinți și de politicieni au acuzat în repetate rânduri muzica ușoară de încurajarea atitudinilor și comportamentelor deviante în rândul publicului Tânăr prin slăvirea violenței, a consumului de droguri, a sexului și a revoltei. Cu toate acestea, cercetările au acordat surprinzător de puțină atenție impactului cultural al muzicii asupra contextului social și interpersonal în care aceasta este scrisă și consumată (Hargreaves și North 1977). Puținele studii empirice existente se concentreză numai asupra câtorva forme de muzică ușoară, în principal rap, punk și heavy metal, și le neglijeză pe celelalte. În timp ce eticheta 'rock' a fost adesea folosită drept umbrelă pentru aproape orice alt gen exceptând muzica clasică, *teen pop*-ul este un stil care a fost în general ignorat de cercetători. Influența *teen pop*-ului asupra culturii adolescente și preadolescente nu mai poate fi trecută cu vederea, dat fiind rolul său dominant în vânzările de muzică, frecvența difuzorilor TV și radio, apariția numeroaselor soliste și a formațiilor de băieți, și includerea vedetelor *teen pop* în campanii de publicitate ale corporațiilor Fortune 500 (de ex. Burger King, McDonald's, Pepsi Co, Inc.).¹ În această lucrare analizăm caracteristicile textelor *teen pop* și semnificația lor la nivel personal și socio-cultural. Identificăm, mai ales, temele predominante ce apar în textele albumelor *teen pop* și ne concentrăm asupra ideilor principale ilustrate în aceste albume și în interpretarea lor: dragoste și consum. Oferim apoi o serie de observații despre ideologia *teen pop* și importanța ei pentru identitatea consumatorilor. Cîitorul trebuie să nu uite faptul că, datorită lipsei de studii anterioare despre *teen pop*-ul contemporan, acest articol este conceput ca o primă încercare de analiză a conținutului liric și al posibilului impact cultural al acestui gen muzical.

Muzica pop și societatea

Theodore Adorno, Riesman și studiile culturale britanice au fost unul dintre primii sociologi preocupați de impactul muzicii ușoare asupra societății. Observațiile sale despre rolul jucat de muzică asupra convingerilor politice și culturale erau foarte pesimiste. Plecat din Germania nazistă în exil în Statele Unite, Adorno (1976) a observat că prezența crescândă pe piață a înregistrărilor muzicale și difuzarea lor împinge publicul spre consumul de masă și adoptarea fără discernământ a culturii de consum. În concepția sa, deși diferită ca natură, funcția muzicii era o reminiscență a propagandei Germaniei naziste ca sistem de dominație culturală și manipulare a mintilor consumatorilor. După părerea sa, caracterul standardizat și repetitiv al muzicii îi făcea pe ascultători să regreseze spre consumul 'copilăresc', pe care l-a numit 'ascultarea citatorilor' (Adorno

1991:44-45). În starea de ascultare a citatorilor publicul atinge un nivel al consumului lipsit de și mai puțin discernământ, caracterizat de starea de transă a gândirii simpliste concentrate pe acceptarea și dezvoltarea unei obsesii pentru cele mai atrăgătoare și des repeatate versuri și pasaje melodice. Unele din caracteristicile muzicii ușoare observate de Adorno sunt tipice pentru muzica ușoară de azi, mai ales pentru *teen pop* și accentul pe care acest gen îl pune pe refrene repetitive și cuvinte care atrag atenția. Modelul lui Adorno de folosire pasivă a muzicii a stârnit un mare interes și a atrăs numeroase critici, inclusiv pe cele ale lui David Riesman (1990). În 1950 Riesman împărtea ascultătorii în două mari categorii: o majoritate sensibilă la idolii populari, și minoritate compusă din mici grupuri de fani activi care aveau o atitudine foarte critică la adresa muzicii ușoare comerciale și își cultivaseră un gust precis și o percepție sofisticată a genurilor muzicale alternative. Aceste genuri muzicale alternative și rolul lor în structurarea identității publicului au fost atent examinate în Marea Britanie mai ales de Centrul pentru Studiile Culturale Contemporane (CCCS). După cum o demonstrează studiile CCCS despre identitate culturală și subculturi muzicale (de ex. Hall și Jefferson 1976; Hall și alii 1980), muzica reprezentă o activitate simbolică pe care culturile tinere o desfășoară și o folosesc pentru a-și găsi locul în strucura socială existentă. Muzica punk, de exemplu (Hebdige 1979) a reprezentat mult timp un strigăt de autenticitate, de revoltă împotriva anonimatului, și de respingere a concepțiilor nor-

producere și consumul de bunuri, Hall a sugerat că procesul de comunicare este un circuit continuu definit în cinci faze: producerea, circulația, distribuția, consumul și reproducerea. Avantajul clar al acestui model este că nu presupune că publicul este format din indivizi inculți ce stau gură-cască în aşteptarea informațiilor. CCCS face mai degrabă o distincție clară între procesul de producție și cel de consum, afirmând că a citi (sau a vedea) este un act semiotic complex. Înțelesurile sunt comunicate sub formă de mesaje simbolice de un anumit tip prin coduri specifice care operează în domeniul general al discursului. La nivelul producției aceste înțelesuri sunt 'codificate' în vehicule simbolice și trimise în afara aparatului de producere. Odată distribuite, aceste discursuri trebuie să fie decodificate de public. Procesul de decodare este unul de traducere a discursului în practici sociale. Înțelesul este dedus când mesajul este 'consumat' dar datorită posibilității de a avea nesfârșite interpretări este absurd să presupunem că se va face 'o citire preferată'. Deși este adevărat că unii interpréti *teen pop* au căpătat o faimă mondială, ar fi o prostie să tragem concluzia că peste tot în lume publicul î-a primit cu o impresie favorabilă (și mai ales aceeași). Dacă așa ar sta lucrurile, nu ar mai exista critică culturală și nici alternative la acești interpréti. Într-adevăr munca la care se înhamă criticii culturii nu diferă prea mult de practicile zilnice de interpretare hermeneutică ale publicului obișnuit. Stuart Hall (1980) lansa ipoteza că există trei poziții de pe care se realizează decodificarea comunicării, codul dominant hegemonic, codul negocial, și, în sfârșit, codul de opozitie. Fără a reintroduce distincția analitică deja depășită dintre denotație și conotație din gândirea de început a lui Barthes, Hall sugerează că la nivelul codului de opozitie spectatorii / ascultătorii / cititorii fragmentează mesajul în codul preferat pentru a-l recompone în cadrul unui cadru de referință alternativ (1980:138). Acest lucru nu este făcut pentru a nega prezența discursului hegemonic, ci mai degrabă pentru a explica influența publicului. Cu toate acestea, Hall și Studiile Culturale Britanice au făcut un efort considerabil pentru a studia proprietățile hegemonice ale discursului. Urmându-l pe Gramsci, Hall (1980:137) definește punctul de vedere hegemonic ca având două componente: a) una ce definește cu termenii săi orizontul mental, universal, de înțelesuri posibile ale unui întreg sector de relații într-o societate sau cultură; și b) alta ce poartă amprenta legitimă - pare învecinat cu ceea ce e "natural", "inevitabil", "luat de-a gata", referitor la ordinea socială. Dacă pare a avea sens să examinăm, așa cum a făcut CCCS, unele forme ale consumului de muzică (precum punk-ul) ca "rezistență prin ritualuri", recunoscând influența asupra alegierilor publicului are mai puțin sens să considerăm fanii *teen pop*-ului contemporan ca fiind o forță de opozitie puternică. De exemplu, în *Sociologia rockului* Simon Frith (1979) a identificat un grup de fani care erau extrem de sensibili la idolii muzicii comerciale. Acest grup era compus mai ales din fete tinere care cumpărau la fel de multe single-uri și albume pop ca și reviste, articole de îmbrăcăminte și alte produse de pe piață care aveau legătură cu idolii lor. Frith a observat că aceste culturi ale fanilor adolescenti și ritualurile lor gravita în jurul dormitoarelor fetelor și ale activităților desfășurate aici. Frith (1978) credea că libertatea de mișcare limitată pe care fetele o aveau în afara casei măreașansele ca ele să-și petreacă timpul în casă bârfind, vorbind, încercând variante de haine și machiaj, ascultând și, poate, dansând pe melodii foarte accesibile difuzate de radio și TV. Un simbol foarte important al acestei culturi era idolul pop - identificarea cu o anumită stea muzicală însemna (și se pare că mai însemnă încă) asocierea cu anumite grupuri de prieteni. Pe lângă faptul că, prin



mative dominante (mai ales în ceea ce privește cultura de consum). La început CCCS a căutat să anihilizeze prejudecata behavioristă persistentă existentă la începuturi în analiza comunicării în masă din perspectiva teoriei critice fără a lipsi studiile culturale de atitudinea lor critică. Stuart Hall (1980) sublinia că în nici o formă de comunicare conținutul nu este 'nearticulat' (p.131), ci mai degrabă o componentă a unei structuri complexe exprimată în momente diferite. Urmând concepția lui Marx despre

teen pop contemporane

frumusețe, atrăgeau privirea acestor fete, stelele muzicii pop le ajutau să-și controleze tensiunea sexuală și emoția implicate de vîrstă lor și de relațiile inter-sexe: 'muzica și idolii săi le oferă fetelor un subiect de interes pentru speranțele și fanteziile lor aşa cum stelele pop și cele de cinema au făcut-o pentru mamele și bunicile lor' (Frith 1987:67). În concluzie, fără a oferi o argumentare structural-funcționalistă, Frith (1978) crede că semnificațiile *teen pop-ului* erau mult mai puțin anticulturale decât cele ale altor genuri la modă în acea perioadă precum reggae și punk.

Economia politică a pop-ului

Dacă există în mod evident o continuitate a străgiilor de producere, distribuție și consum din trecut, *teen pop-ului* contemporan a dobândit anumite caracteristici datorită recentelor tendințe de globalizare în schimbul de mărfuri și de idei (Burnett 1996). În trecut muzica ușoară era transmisă maselor în principal prin radio și printr-o circulație destul de limitată în înregistrările fonografice. La sfârșitul anilor 1950, creșterea puterii de cumpărare și inovațiile aduse sistemelor de înregistrare și redare a determinat câteva mari corporații să-și extindă interesele economice în industria muzicală (Burnett 1996). Aceste tendințe de extindere din anii 1950 și 1960 s-au definitivat la începutul anilor 1980 când câteva corporații internaționale au ajuns să controleze muzica de la producție la distribuție. În acest moment industria muzicală mondială este controlată în mare măsură de șase corporații multinaționale: Time Warner, Sony, Phillips, Bertelsmann, EMI și Matsuhita. În 1994 acestea controlau 90% din vânzările totale de produse din sfera muzicală din America și aproximativ 70-80% din cele globale.

Astăzi auzim sau ascultăm muzică pop peste tot, în mașină și în avion, din centrele comerciale până la locul de muncă, în camera de zi și în cabinetul doctorului de familie, din Mexic până în Tailanda. Interpreți cunoscuți, ca Britney Spears, N'Sync și Backstreet Boys, de exemplu, au ajuns să ocupe un loc important în viețile și casele multor adolescenți și copii de vîrstă mai mică și în familiile din toată lumea ca urmare a strategiilor distributorului lor german, BMG (Bertelsmann Music Group). Cu toate astea, prezența lor nu se reduce numai la concerte sau videoclipuri, deoarece imaginea le este comercializată pe linii de îmbrăcămintă, cosmetice, rechizite școlare, cărți, filme, produse alimentare, băuturi, și altele. Consumatorii adolescenți de *teen pop* cresc într-o eră diferită de cea a lui Adorno, Riesman sau Frith, diferită chiar de cea a oricărei alte generații de adolescenți. În timp ce dezvoltarea puterii de cumpărare a adolescenților, a tehnologiei și a mass media a făcut ca în timp muzica să fie mai accesibilă, astăzi cheia dezvoltării este diversificarea producției și difuzarea specializată. Creșterea numărului de posturi de radio, clipuri muzicale video, concerte, spectacole dedicate, spectacole transmise pe internet și multiplicarea metodelor de înregistrare, inclusând recenta explozie de descărcări gratis de fișiere MP3 a dus la creșterea influenței de masă a muzicii ușoare. Producția corporată centralizată asigură continuitatea consumului prin distribuție pe scară largă, volum mare de producție și învechirea structurii produsului (Gitlin 1981) în timp ce strategiile de construire atență a imaginii și *sound-ului* idolilor pop confirmă că publicul este tratat ca "țintă" și ca "segment de piață". Să luăm, de exemplu, cazul lui Britney Spears. Imaginea și *sound-ului* i-au fost inițial controlate de Disney, când adolescenta Britney era gazda emisiunii Mickey Mouse Club. Ca urmare, imaginea sa de școlăriță a fost transformată într-o mai atrăgătoare pentru a fi pe placul adolescenților de 12-16 ani iar clipurile sale au avut o poziție constantă în difuzările Zoog ABC și în rețeaua Disney. Acum, pe măsura dezvoltării ei biologice, i s-a recreat o imagine senzuală și provocatoare, slăbită pe măsura cerințelor MTV. În paralel, pe piață apar o abundență de noi Britney ce sunt destinate diferitelor tipuri: Jessica Simpson pentru adolescenți creștini, Mandy Moore pentru preadolescenți, Jennifer Lopez pentru latino-americani și fani mai în vîrstă. Controlul producătorilor se extinde de la scrierea cântecelor până la confectionarea imaginii și dezvoltarea personalității (Frith 1978). Creat pentru a fi pe placul diferitelor tipuri de personalități și concepții de viață ale fanilor, fiecare grup de băieți are un membru care este simpatic și drăguț, unul amuzant, unul frumos și misterios, unul creativ și naiv, unul talentat și ambicioz, unul tenebros și



dur, și așa mai departe. Grupurile sunt create având în minte cerințele consumatorilor²: de exemplu, cu sunetul lor de tip hip hop și aluzii sexuale, LFO se adresează prin MTV unui public urban de adolescenți de vîrstă mai mare, în timp ce, prin canalele Fox Family și ABC Family, S Club 7 și Aaron Carter se adresează preadolescenților. Acesta este un exemplu de diversificare a produsului ce le permite producătorilor să se bucure de cel mai mare interes și să obțină cel mai mare profit.

În pofida caracterului de marfă al exprimării muzicale, numeroase stiluri diferite de muzică încă mai reprezintă pilonul ideologic al diferitelor culturi și subculturi juvénile. Tinerii ascultători devin membrii unui anume grup social prin muzică și își creează o identitate personală și socială în concordanță cu semnificația acestei muzici și a apartenenței la grup prin muzica pe care o consumă. (Frith 1987). Admitem că *teen pop-ului* de azi are poate multe în comun cu stilurile anilor trecuți, dar credem totuși că o analiză a acestui gen de muzică în forma și caracteristicile sale din prezent prezintă un mare interes cultural și intelectual. Mai ales celebrarea dragostei este o componentă importantă a culturii pop sau rock, fie ea veche sau nouă. Lăsând la o parte evidențele diferențe stilistice, dorința fierbinte de dragoste cântată de the Blues sau de un Tânăr Elvis Presley nu este așa departe de baladele triste ale lui Justin Timberlake de la N'Sync. Cu toate astea, așa cum se întâmplă cu toate ideile și valorile culturale, și ideea de dragoste s-a schimbat de-a lungul timpului (Beal și Sternberg 1995). Deși numeroase analize pun accentul pe începuturile rock and roll-ului sau al muzicii pop, nu i-s-a acordat nici o atenție *teen pop-ului* contemporan.

Construirea identităților prin consum selectiv: de ce se vorbește atât despre muzică?

Muzica ocupă un rol din ce în ce mai important în identitatea publicului său Tânăr. În 1995 adolescenții reprezentau categoria cea mai numerosă de cumpărători de muzică și produse circumscrisă muzicii într-o industrie ale cărei vânzări depășeau douăsprezece miliarde de dolari, fiind în continuă creștere (Wright 1997). Deși consumul de muzică poate fi considerat o activitate personală, muzica este deosebit de importantă pentru adolescenți pentru că reprezintă o bogată sursă de semnificații pentru definirea identității personale și sociale (pentru o prezentare generală vezi Frith 1996a). Potrivit spuselor lui Grossberg (1986) consumul de muzică are trei aspecte importante: (a) muzica funcționează ca sub-discurs într-un context cultural mai larg fiind-i odată produs și producător; (b) ascultătorii extrag din genul lor muzical preferat un sistem de semnificații care îi ajută în structurarea și definirea propriei percepții și realității; (c) genul muzical preferat definește fiecare persoană în cadrul culturii juvénile.

În căutarea de surse de informație, înțelegere afectivă și indicații pentru exprimarea personalității lor sociale și personale emergente, tinerii găsesc adesea în muzică semnificații importante (Zillman și Gan 1987). În momentul în care adolescenții încep să se raporteze la genuri muzicale în organizarea modului de percepție a sinelui și a realității, ei încep să se considere membri ai unor comunități culturale. Aceste asociieri le conferă avantajul emoțional de apartenență, posibilitatea de a-și exprima întovărășirea cu semenii și diferențierea față de culturi cu gusturi diferite.

Urmând tiparul consumului vizibil (Veblen 1899), adolescenții își folosesc apoi stilul de muzică preferat pentru a se exprima prin "îmbrăcămintă, tunsoare și manierisme ce definesc apartenența la grup" (Zillman și Gan 1997: 73).

Ipoteza lui Grossberg (1986) potrivit căreia ascultarea la un gen muzical anumit șlefuiște identitatea ascultătorului și a avut o largă confirmare empirică (Firth 1996a,b; Hargreaves 1999; Zillman și Gan 1997). Studierea formării identității ca urmare a contactului cu muzica a beneficiat de informații oferite de dezvoltarea principiilor psihologice sociale ale cunoașterii sociale (Fiske și Taylor 1991). Teoria cunoașterii sociale pune accent pe "modul în care oamenii îi înțeleg pe ceilalți oameni și se înțeleg pe sine" (Fiske și Taylor 1991:14) într-un anumit context social. Observațiile lui Frith (1996a,b) sunt deosebit de ilustrative pentru mecanismele procesului interactiv de formare a identității și de intrare în contact cu muzica. Potrivit acestui model, experiența estetică de ascultare a muzicii preferate are ca rezultat construirea unei identități mobile și fluide. Această identitate este șlefuită și modificată continuu pe măsură ce un individ interprează și conferă înțeles conținutului muzical și liric, și ca urmare se definește găsindu-și un anumit loc într-un context social dat.

În lumina acestor observații, care este relevanța *teen pop-ului* contemporan? După cum am subliniat deja, *teen pop-ului* este în principal axat pe ideile de dragoste și timp liber. Dacă într-adevăr adolescenții folosesc *teen pop-ului* pentru a-și crea o identitate socială, atunci trebuie să luăm în considerare următoarele idei. În primul rând, importanța crescândă a dragostei și a timpului liber în viața tinerilor pare să fie reflectarea unei mișcări spre individualism expresiv și etica timpului liber, o mișcare al cărei început este plasat, după unele păreri, la sfârșitul anilor 1950 și care continuă și astăzi (Bellah și alii 1985). Dragostea și distrația sunt esențiale în dezvoltarea identității unui Tânăr. În al doilea rând, nu poate fi subestimată importanța consumului vizibil. După cum au arătat autori ca Illouz (1997), ideea contemporană de dragoste a fost influențată de consumul hedonistic de timp liber și sexualitate ce a avut ca rezultat confundarea granițelor dintre dragoste și bunurile de larg consum. Propria imagine asupra identității sociale în cultura juvenilă trebuie deci neapărat să fie atentă la propriul potențial de a-i atrage și chiar de a-i poseda pe ceilalți pentru a-și dezvolta propriul statut. În al treilea rând, dacă fiind faptul că în *teen pop* dragostea este interpretată ca "lipsă", observatorii interesați trebuie să reflecteze asupra consecințelor unei astfel de poziții ideologice asupra dezvoltării identității publicului. Într-adevăr, dacă înțelegem dragostea ca nevoie, sau chiar ca lipsă, putem să înțelegem cum sunt folosite tiparele culturii de consum pentru a construi semnificația sinelui și ideea de parteneri în viață indivizilor.

Studiul nostru Ce este de fapt *teen pop-ului*? Mergând pe urmele lui Denisoff (1975), definim *teen pop-ului* ca fiind un gen muzical popular mai ales în rândul publicului adolescent. *Teen pop-ului* este produs și se adresează mai ales adolescenților și preadolescenților, grupuri sociale a căror putere de cumpărare a crescut de-a lungul anilor constant și simțitor.

(continuare în pagina 18)



Nebun după tine - Reflectii despre semnificațiile muzicii teen pop contemporane

Trebuie să înțelegem acest gen muzical ca o subcategorie a muzicii pop, aceasta din urmă incluzând stiluri diverse, adesea diferite (rock și hard rock, hip hop, R&B, rap, dance, country etc.) cu destul de mult succes comercial pentru a fi incluse în Billboard Top 200, prin urmare devenind populare.

Pentru a avea o paletă largă de interpreți contemporani de *teen pop*, i-am inclus în această analiză pe toți artiștii care au apărut în Rețeaua Canalului Disney (notată cu RCD) în cea de-a treia săptămână a lunii decembrie 2000. Am ales RCD deoarece este una din cele doar două canale de televiziune prin cablu ale căror programe sunt dedicate exclusiv adolescentilor și preadolescentilor. Spre deosebire de Cartoon Network din Statele Unite, care transmite mai ales desene animate, RCD a lansat o serie de programe muzicale adresate mai ales unui public de 8-17 ani. RCD include un *web site*, un canal principal de televiziune prin cablu și satelit și un post de radio prin cablu și internet cu ajutorul cărora fanii pot privi clipuri video și concerte, pot asculta cântece, și pot avea acces la informații despre următorii 14 interpreți și formații: Britney Spears, N'Sync, Backstreet Boys, Christina Aguilera, S Club 7, 98 Degrees, LFO, Jessica Simpson, BBMark, Abba Teens, Aaron Carter, M2M, Hoku, și Yungstown.

Bineînțeles că tinerii fani au la îndemână și alte mijloace de a-și întâlni idolii pe lângă RCD. Totuși, ca o confirmare a validității folosirii RCD pentru a obține un eșantion oarecum reprezentativ, trebuie să se ia cont de faptul că acești 14 artiști au dominat în anul 2000 și categoria 'albume vândute' a Billboard Top 200. Într-adevăr, albumele N'Sync, Backstreet Boys, Britney Spears și Christina Aguilera s-au clasat pe locurile 1, 2, 4 și respectiv 8 în clasamentul pe 2000. După cum am menționat deja, există și alți interpreți ce se adresează publicului adolescent, în timp ce mulți alții continuă să apară pe piață. Cu toate acestea, pentru a avea un eșantion complex am ales să ne limităm la analiza celor 14 artiști din RCD. În cazul fiecărui, am ales ultimul album lansat, analiza noastră incluzând astfel 14 albume cu un total de 169 de cântece. După alegerea eșantionului, am analizat versurile fiecărui cântec, deoarece o cercetare tradițională a semnificației muzicii se axează pe versuri (Frith 1996a). Deși considerăm că muzica ușoară este o formă largă de discurs ce include diferite forme de comunicare și modalități de difuzare (de ex. clipuri video, reclame etc.), am ales să ne referim la texte pentru a ne simplifica analiza și pentru a-i oferi cititorului reflectiile noastre asupra ideologiei acestui gen muzical.

În eșantionul ales, 155 de cântece din cele 169 conțin prezentări ale unor povești de dragoste. Alte teme prezente în restul de 14 cântece includ dansul, petrecerile și prietenia. Trebuie menționat faptul că toate albumele *teen pop* au multe trăsături comune. Adesea aceiași compozitorii lucrează pentru mai mulți artiști, ca în cazul sudezului Max Martin care a compus pentru N'Sync, Backstreet Boys, Britney Spears și, mai recent, Christina Aguilera. Chiar când autori sunt diferiți, toate cântecele analizate aici au asemănări în ceea ce privește stilul, imaginile și temele folosite. Cu toate acestea, toate albumele analizate par să prezinte un meniu-tip clar și distinct ce include unul sau două cântece despre o despărțire, unul sau două despre o primă întâlnire, unul despre gelozie și trădare, altul despre o relație, un altul despre o pasiune nebunească, și aşa mai departe. În cazul fiecărui album, este imposibil să considerăm cântecele ca formând un tot unitar și coerent; mai curând, albumul

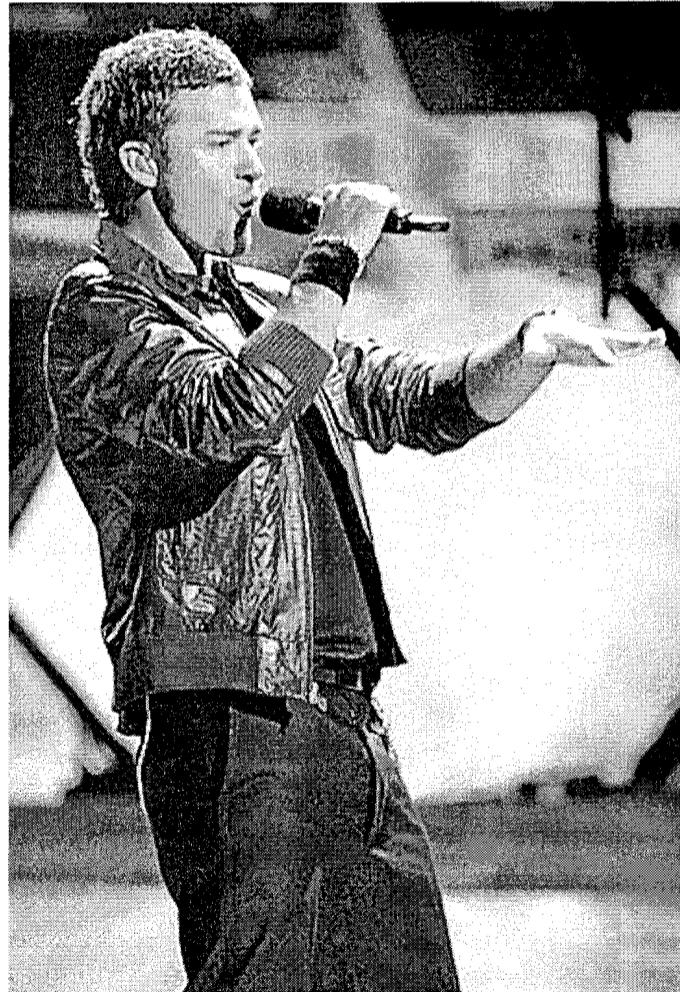
trebuie luat ca o colecție de cântece considerate produse ce se adresează diferiților fani, vorbind despre greutățile vieții fără să încerce să-i alieneze pe vreunii dintre ei. Dragostea pierdută într-un cântec nu este cea găsită în altul, sau cea pierdută din nou în următorul. Totuși, aşa cum vom menționa în continuare, spiritul rămâne același, cel al durerosului și obsesivului fior al dragostei.

Prezentăm un număr de scurte fragmente de text însoțite de comentarii pentru a-i da cititorului o imagine a dragostei prezentate în muzica *teen pop*. Nu am intenționat să facem o analiză cantitativă formală a conținutului grupurilor și subgrupurilor tematici ale versurilor. Ceea ce am oferit sunt câteva exemple descriptive care credem că îi vor ajuta pe cititori să-și formeze o ideea mai clară despre *teen pop*.

Dragostea în versurile muzicii *teen pop*

Dragostea ca dorință fierbinte

În *teen pop*, se târjește după dragoste. A dorii dragostea unei persoane iubite reprezintă o experiență intensă, copleșitoare și dureroasă, atât la nivel fizologic, cât și psihologic, generată de prezența imaginară a iluziei obiectului dragostei. Tu eşti tot ce vreau (mă fac să înnebunesc), tu eşti tot ce vreau (ai face mai bine să întreci măsura), O să te iubesc cum



trebuie (tu eşti tot ce vreau), te vreau, am nevoie de tine (Christina Aguilera 1999).

All I want is you (you make me go crazy), all I want is you (you better cross the line), I'm gonna love you right (all I want is you), I want you, I need you

Vreau să fiu singurul lucru de care ai nevoie, să fiu oxigenul pe care îl respiți (...), și n-aș mai dori altceva decât să fiu cu tine, doar să fiu cu tine (Hoku 2000).

I wanna be the only thing you need, the oxygen you breathe (...), and there's nothing more that I would ever ask for than to be with you, just to be with you

Aceste dorințe fierbinți sunt adesea generate de singurătate, plăcute, depresie sau situații stresante.

Privind îndrăgostiții la plimbare, mână în mână trec pe lângă mine, aş vrea să fiu unul din ei, aş vrea să am pe cineva care să se trezească lângă mine, care să mă

privească în ochi noaptea, vreau o dragoste pe care să-o numesc a mea, vreau pe cineva pe care să-l ţin în brațe, vreau ca cineva să mă vrea (Christina Aguilera 1999).

Watching lovers walkin', hand in hand they pass me by, wish I was one of them, wish I had somebody waking up beside me, looking into my eyes at night, I want a love to call my own, I want somebody wanting me. Aceste dorințe de a fi iubit sau de a iubi par să fie atât de copleșitoare încât modifică perceperea realității. Îndrăgostitii descriși în aceste cântece trăiesc adesea iluzia de a și și de a simți ce doresc partenerii și de a pretinde că le-au îndeplinit dorințele.

Băiete, te-am urmărit, și tu m-am urmărit, știi că mă vrei, iubitule, o să te fac să înțelegi, o să-ți dau ce-ți trebuie (Jessica Simpson 1999)

Boy, I've been watchin' you, and you've been watching me, I know you want me baby, I'm gonna make you see, I'll give you whatcha need.

Euforic din dragoste

Asemenea unui drog puternic, dragostea din muzica *teen pop* oferă o doză de placere. Această senzație de euforie generată de dragoste poate apărea la imaginarea sau chiar întâlnirea unui obiect al dragostei. Multe din cântecele analizate conțin exemple de situații în care subiectul este cucerit pe loc.

Azi am zărit un băiat, și m-am întrebat dacă m-a văzut, m-a cucerit (...), a zâmbit, și am crență că inima mea poate să-și ia zborul (Britney Spears 2000).

Today I saw a boy, and I wondered if he noticed me, he took my breath away (...), he smiled, and I thought my heart could fly.

De când te-am zărit, am știut chiar de la început, aveai un loc special în inima mea (Aaron Carter 2000).

The first time that I saw you, I knew it from the very start, you had a deep place in my heart.

Am găsit multe povești de dragoste la prima vedere prezentată ca o forță puternică și adesea irezistibilă, încântătoare și captivantă. Întâlnirile întâmplătoare survin adesea după o perioadă în care personajele Tânărăsc după dragoste în fantezii și visare. Când fantezia devine realitate, dragostea la prima vedere pare să determine pierderea controlului, suprimarea gândirii critice și începutul dorinței de satisfacție imediată.

De când ne-am întâlnit am știut că trebuie să te am, cineva pe care nu-l vei uita (Youngstown 1999).

I knew the moment that we met, I had to be inside of you, someone you won't forget.

Adesea aceste întâlniri au loc după ce dragostea este căutată intens "în locuri nepotrivite" până când căutarea are succes și recompensa este atât mai mare.

Mergeam pe stradă într-o zi, apoi te-am văzut, n-am știut ce să spun, ochii îți străluceau, zâmbetul tău era aşa de bland, când te-am văzut am vrut să fiu a mea (M2M 2000).

I was walking down the street one day, then I saw you I didn't know what to say, your eyes were shining, your smile was so kind, when I saw you I wanted you to be mine.

Și de-odată stai goală în fața mea iubită te văd (...) ai gura, ai buzele pe care aleg să le sărut, tot trupul tău e făcut pentru placere, mă faci să mă simt aşa cum un bărbat ar trebui să se simtă un bărbat de oțel, ai o comoară ascunsă (LFO 1999).

And suddenly you're naked standing right in front of me baby I see you (Â...) girl

you got the mouth, the lips girl I pick to kiss, all your body is made for pleasure, you make me feel like a man should feel like a man of steel, you've got a hidden treasure.

Pare că o senzație atât de copleșitoare îl face pe individ să-și blocheze conștiința propriei individualități și să fie gata, de dragul iubirii, să-și abandoneze viața persoanei iubite. Numim această caracteristică a dragostei euforie, deoarece pare că iubiți chiar își pierd controlul în intensitatea momentului. Totuși dragostea este departe de a fi doar un sentiment plăcut. Multe cântece vorbesc despre dorințe dureroase; acestea vor fi analizate în cele ce urmează.

Dragostea ca lipsă și obsesie

Gândurile și sentimentele obsesive, precum și constrângerea de a acționa sub impulsul dorințelor sunt aspecte obișnuite ale dragostei prezentate în *teen pop*. Gândirea obsesivă apare când individul se teme să nu piardă persoana iubită sau când suferă de îngrijorare și singurătate. Acești îndrăgostiți obsesivi par să-și piardă funcționalitatea și se izolează în gânduri triste și insitente, retrăgându-se în fantezii fără de sfârșit.

Nu pot să mi-l scoț din minte, și asta mă sperie, pentru că n-am mai simțit aşa ceva (Britney Spears 2000).

I can't get him out of my mind, and it scares me, because I've never felt this way

Nu mi-e rușine să spun lumii întregi că m-am zăpădit, pentru mine ești un vis devenit realitate, mai degrabă mi-aș face rău mie decât să te rănesc pe tine vreodată (...) n-am mai cunoscut o fată pe care s-o doresc mai mult, aşa cum te doresc pe tine acum, recunosc că ești cea mai bună și că sunt obsedat de tine și că n-aș putea fără tine (Aaron Carter 2000). I'm not ashamed to tell the world that you really messed up my mind, girl, to me you're like a dream come true, I would rather hurt myself than ever hurt you (Â...) I've never known before a girl I wanted more, the way I want you now, I admit you are the best, and with you I am obsessed and I could never do without

Dragostea preia caracteristicile unei profetii ce trebuie îndeplinită cu orice preț, adesea în încercarea de a face față singurătății și sentimentului de insuficiență. Dragostea este un răspuns atunci când se simte că ceva lipsește. Prezența dragostei compensează sentimentul dureros de absență a unui scop în viață, scop ce poate fi găsit numai prin existența și consumarea dragostei. Acest aspect este interesant, deoarece reflectă ideea că dragostea este o necesitate; fără dragoste nu se poate trăi. Ca urmare, îndrăgostitii din aceste cântece pot face o fixație sau chiar pot deveni atât de înveșunați încât să "facă" legătura lor să meargă cu orice preț pentru a avea dragoste. Adesea relațiile prezentate în cântece sunt prejudiciate de gelozie obsesivă, comportament posesiv, lipsă reciprocității și disconfortul unor cerințe excesive.

Vrei să fugi, vrei să scapi, ce vrei nu e ce-ți trebuie (BBMak 2000) You want to run, you want to break free, what you want ain't what you need. Nu-mi cere să plec, vreau să rămân în noaptea asta (...) nu mă pot opri până ce nu vei fi a mea (98 Degrees 2000).

Don't ask me to walk away, wanna stay tonight (Â...) I can't stop until I make you mine

Pare că ceea ce contează în primul rând pentru acești îndrăgostiți obsesivi este garanția că într-un fel nu mai sunt singuri. Prietenia romantică este atât de importantă pentru existența lor încât nu ar putea să-și conceapă viață fără persoana iubită. Voi fi acolo o veșnicie, voi fi cu tine până în ultima mea zi, voi fi al tău, voi fi al tău (Aaron Carter 2000) I will be there till the end of time, I will be with you till the day that I die, I'll be yours, I'll be yours. Știi că te ador, vreau să fiu lângă tine în fiecare zi, să-și satisfac toate nevoile, iubita mea (Backstreet Boys 2000). You know that I adore you, wanna be there everyday for you, to satisfy your every needs, my baby.

În anumite cântece, acești îndrăgostiți simt că ceea ce doresc este sacru și că trebuie obținut, incapabili fiind să-și

Nebun după tine - Reflectii despre semnificațiile muzicii teen pop contemporane

controleze instincțele obsesive. Următoarele fragmente ilustrează această pierdere a controlului. Nu știu cum, dar deodată îmi pierd controlul (Abba Teens 2000) *I don't know how, but I suddenly lose control* Când mă atingi mă simt pregătită și îmi pierd controlul (Christina Aguilera 1999) *When you put your hands on me I feel ready and I lose my self-control.*

Dragostea ca dependență

Îndrăgostiții ale căror dureri și plăceri sunt prezentate în aceste cântece sunt extrem de dependenti de obiectul fanteziei lor romantice sau de partenerii lor. Multe texte vorbesc despre imposibilitatea de a trăi fără dragoste. Iată câteva exemple ce subliniază dependența de dragoste: Fără tine în viața mea, iubito, nu aș trăi deloc (N'Sync 2000). *Without you in my life, baby, I wouldn't be living at all.* Viața este prea scurtă ca să o trăiesc fără tine, ești viața mea și trăiesc pentru dragostea pe care o dăruiești. *Life is too short to live without you, you're my life and I live for your love that you give.* (...) Când mă gândesc, aș fi pierdut fără tine, mă întreb ce am făcut înainte de venirea ta (S Club 7 2000). (Â...) *When I think, I'd be lost without you, makes me wonder what I did before you.*

Pentru cei care sunt cuprinși de o formă normală de iubire ideea de a-și pierde partenerul poate fi dureroasă, ei admitând fără reținere că dragostea lor are un rol important în viață, dar eroii din *teen pop* sunt atât de îndrăgostiți încât par să nu aibă o altă viață în afara relației lor.

Pentru că, iubito, tu ești regina mea, ești totul pentru mine, și jur că ești aerul pe care îl respir, iubito, cum pot să merg mai departe? Voi fi totul pentru tine, îți voi îndeplini toate visurile (Youngstown 1999) *Cause girl you are my queen, you're my everything, and I swear you're the air that I breathe, baby, how can I go on? I'll be your everything, fulfill your every dream.*

Citind aceste texte am întâlnit numeroase exemple de gândire obsesivă, puternice sentimente de atașament și numeroase mențiuni ale sprinjinelui emoțional și fizic primit și oferit prin iubire și sex care par să le garanteze iubitilor o stimulare și libertate ce le sunt vitale. Pe scurt, dependența de dragoste pare să fie o formă de percepere a insuficienței de sine, sentimentul că individul nu poate trăi de unul singur. Compozitorii și interpréții de muzică *teen pop* prezintă detaliiile acestor sentimente de insuficiență.

Vreau să fiu cineva pentru cineva care mă iubește, petrecându-și tot timpul cu mine, unde este acel cineva căruia să pot să-i dau timpul meu (Christina Aguilera 1999) *I want to be somebody to somebody who loves me, spending all my time on me, where is that somebody who I can give my time to?*

Pare că stimularea constantă a dragostei acționează ca un "magnet" pentru acești îndrăgostiți dependenți. Lipsiți de sursa de placere, ei par să fie atrași într-un vîrtej de plăcere, neliniște, depresie și singurătate.

Fără tine în viața mea cred că totul ar fi pustiu (LFO 1999) *Without you in my life, I guess the whole thing would be empty.* Stau treaz și mă sfărtesc, încerc dar nu pot nega, fără ea nu pot trăi (BBMak 2000) *I lie awake and die, I try but I can't deny, that I can't make it without her.*

Dragoste le oferă îndrăgostitilor libertatea de a-și alunga, în percepția lor, sentimentele de pustietate interioară și lipsă de valoare personală. Doar un sărut de-al tău și de-o dată văd drumul așternut în fața mea, îmi dai putere, îmi dai speranță, și

când mă îți îmbrățișează în brațe mă simt împlinită (Britney Spears 2000) *Just one kiss from you and suddenly I see the road laid out in front of me, you give me strength, you give me hope, and when you hold me in your arms, you make me hole.* Felul în care mă faci să mă simt, mă împlinești, ești inima mea, sufletul meu, ești totul (Backstreet Boys 2000). *The way you make me feel inside, you complete me girl, you're my heart, my soul, my everything.*

Dragostea nu este niciodată suficientă

Asemenea dependentilor, îndrăgostiții din cântecele noastre află că, obișnuindu-se cu "drogurile" lor, ei sunt forțați să caute noi activități interesante, sau să ceară mai mult de la pasiunea lor.

Iubito, putem face mai mult decât doar să vorbim (N'Sync 2000) *Baby, baby, we can do more than just talk.* Nu vreau să te las aici, vreau să intru și să te sărut unde îți place (Â...) Să-ți umplu cupa cu gin și suc, o să-ți dăm ce-ți trebuie (LFO 1999) *Don't wanna leave you here, I wanna come inside and kiss you where you like (Â...) Fill your cup with gin and juice, we'll give you what you need.*

A deveni oarecum tolerant cu dragostea nu este singura problemă care este pusă de această idee de iubire. De fapt, multe cântece prezintă despărțiri dureroase, surse de adâncă tristețe pentru cel dependent de dragoste. Această retragere din fața dragostei înseamnă abandonare, trădare și sentimentul nedreptății. În aceste cântece îndrăgostiții cad pradă depresiei, mânăie și atacurilor de neliniște, și chiar par să aibă gânduri sinucigașe când sunt lăsați să facă față singuri unei vieți pustii și singuraticе. Analizați atmosfera sumbră degajată de următoarele versuri: "Nu mai sunt răsete lipsite de griji, a rămas doar tăcerea, merg într-o casă pustie, cu ochii în lacrimi, povestea se termină aici, aici ne luăm rămas bun (Abba Teens 2000) *No more carefree laughter, silence ever after, walking through an empty house, tears in my eyes, here is where the story ends, this is good bye.* Iubito, elibereză-mă de suferința asta, nu mai rezist, de când ai fugit nimic nu mai este la fel, nu știu pentru ce trăiesc (BBMak 2000). *Baby set me free from this misery, I can't take it no more, since you ran away nothin's been the same, don't know what I'm livin' for.*

Retragerea din fața dragostei îi macină pe îndrăgostiți într-atât încât nu mai sunt capabili să trăiască normal. Â... așteptând pe cineva care are nevoie de mine (Christina Aguilera 1999) *Â...waiting for someone who needs me.*

Relații inter-sexe, dragoste, timp liber și consum

După cum am spus, majoritatea cântecelor analizate prezintă durerile și plăcerile dragostei, în timp ce alte texte muzicale prezintă caracteristici oarecum diferite. Acestea sunt mai ales hituri de dans optimiste ce par să incite publicul să 'vină la dans și să se distreze': "Bine că e vineri seara și tocmai ... am luat banii. Bani, bani, bani, bani...da, tocmai am luat banii petrecerea de vineri noaptea, topăi, mă simt bine, dau din fund, animați petrecerea în timp ce eu mă distrez. Uită-te în oglindă, arăți mișto. Adună gașca. Danseză pe improvizarea mea radioul cântă cea mai grozavă muzică simte ritmul mărește sonorul e aşa de bine (N'Sync 2000) *Thank God it's Friday night and I just... got paid. Money, money, money, money...Oh yeah, oh just got paid Friday night party hoppin' feelin' right booty shakin' all around pump that jam while I'm gettin' down. Check the mirror lookin' fly. Round*

up the posse. Jump in my ride radio rockin' hottest jam feel the rhythm pump up the sound feelin' so good.

Nu se poate sublinia îndeajuns importanța pe care distracția și timpul liber o au în ideologia *teen pop*. Aceste hit-uri "de chef" sunt destinate tinerilor care se presupune că nu sunt conștienți și interesați de problemele de fiecare zi ale societății. Tinerii sunt simbolizați mai ales ca dezvoltându-se în timp ce se distrează. Acest accent pe timpul liber prezintă interes pentru cercetător datorită semnificației sale istorice și sociologice. Dezvoltarea clasei ce nu trebuie să muncească pentru a se întreține și creșterea importanței valorii distracției în viața de zi cu zi au fost însoțite de dislocarea rolului jucat de tineret în structura socială (de ex. Frith 1978). Nu se mai așteaptă ca tineretul contemporan să și găsească slujbe devreme, ci mai curând să se adapteze la roluri de adult printre educație mai îndelungată și contact cu semenii. Pe lângă aceasta, familia de origine a pierdut mult din influență pe care o avea în trecut asupra alegerii partenerului și dragostea a devenit momentul de auto-împlinire și emancipare de sub controlul familial. Deoarece dezvoltarea adolescentilor este marcată de experiențe romantice, căutarea unui partener a fost intens asociată cu ideea de timp liber și consum (Illouz 1997). În lumina acestor observații putem înțelege bucurile lipsite de griji, "zănatice", simțite de adolescenți când ascultă muzică, danseză și se distrează ca urmare a cerințelor și conflictelor caracteristice vârstei și rolurilor din societate (vezi și Frith 1978). *Teen pop* nu trebuie deci înțeles drept 'cultură de masă' sau 'artă populară', ci mai degrabă drept cultură populară, o cultură ale cărei resurse simbolice au o însemnatate majoră pentru cei ce o consumă. Studii empirice viitoare vor trebui să se ocupe de importanța a analizării structurii grupurilor de consumatori și a strategiilor lor de consum. De exemplu, mai este adevărat că fetele reprezintă grupul cel mai numeros de consumatori de *teen pop*, așa cum arăta Frith în 1978? Ideea este discutabilă, dar poate fi încă adevărată. Formațiile de băieți par să fie create în intenția de a cucerii simpatia fetelor, iar cântecele lor par să reflecte o idee mai degrabă feminină despre relații.³ Pe de altă parte, stelele pop feminine par să fie create cu un dublu scop: pentru a atrage privirile masculine și pentru a fi model de inspirație pentru admiratoare. Britney Spears, de exemplu, este personificarea spiritului muncitor, ridicat prin propriile mijloace, cultivat de morala protestantă americană. Această fată-dinvecini pare să le inspire pe admiratoarele sale pentru că, la urma urmei, este "doar o fată din clasa de mijloc a Americii", o fată simplă făcută să arate ca o stea cu ajutorul hainelor moderne, a unui machiaj îngrijit, a unei bune pregătiri fizice și a unei alimentații corecte, toate fiind produse cărora Britney le face reclamă și pe care fanii le pot cumpăra pentru 'a ajunge ca ea'.

Pe măsură ce principiile capitalismului și ale culturii de consum au invadat și tărâmul aventurilor romantice, timpul liber și dragostea au devenit tot mai dependente de consum (Illouz 1997). Analizați mesajul subtil ce se ascunde în următoarele versuri: "Petrecărea nebună ce mult o iubesc. Petrecărea nebună Nu există o altă petrecere. Mereu gata să dansez (Aaron Carter 2000) *Crazy little party girl how I love her. Partying around the world - she wants to dance. Crazy little party girl There's no other party party. Always ready to dance*

În acest sistem etic bazat pe timp liber și auto-împlinire lumea nu pare a fi decât un ring de dans nemărginit ce poate fi parcurs în căutarea celei mai bune petreceri. Desigur, aceasta este o fantezie, dar implicațiile sale nu trebuie neglijate. Călătoriile sunt forma globală absolută de consum evident. Spiritul turismului postmodern este cel al timpului liber nelimitat; întregă lume și viață devin

posibilități nelimitate de distracție și experiență. Iar călătoriile sunt, desigur, întotdeauna experiențe romantice unice; ca urmare, așa cum sugerează Illouz (1997), mărfurile sunt romantizate, iar dragostea devine marfă, după cum se vede în versurile următoare: "Poți să mă chemi când mă vrei, dacă ai nevoie de un prieten mă ai pe mine voi fi totul pentru tine, îți voi îndeplini orice vis. Putem să-o facem automat, pot să te fac să-ți pierzi mintile cu jucăria mea, voi fi totul pentru tine. Vei vedea că sunt tot ce vrei și chiar mai mult voi fi jucăria ta, cea pe care o chemi ca să faci minuni, majoritatea stelelor rap trăiesc îmbelșugat. Îți-am luat un Benz și chiar un diamant, de 8-10 carate dar aproape ai uitat. Când am fost amândoi la Paris, și ai băut, din cauza ta, uite cătă băuturi am luat. Amintește-ți cătă nurci ai avut și știu că vei fi impresionată de lucrurile pe care le am căci eu sunt D1. Jucărie (Youngstown 1999). You can call me when you want me, if you need a friend you got me I'll be your everything, fulfill your every dream We can do it automatic, I can freak you with my gadget, I'll be your everything. You'll see I'm everything you want and more I'll be your gadget, the one you call to make magic, most rap stars live lavish. Got you a Benz for a carriage and even a rock, about 8 to 10 carats but you almost forgot. When we both went to Paris, and you took shots, cause of you, look at all the drinks I got. Think back and look at all the minks you rocked and I know you'll be impressed from the things I got 'cause I'm Mr. Gadget.

Când dragostea este astfel construită, calitățile umane sunt confundate cu bogățiile materiale. Implicațiile acestui fenomen asupra studiului identității și culturii nu pot fi trecute cu vedere:

Hoinăream cu prietenii. Te-am văzut cu nouă tău prieten și am fost gelos speram să

nu te văd niciodată cu el. Dar e bine pentru

că mă bucur că l-am întâlnit. Căci acum

știu competiția nu există și pot să spun că

nu el e cel așteptat. Nu e tipul care spuneai

că-ți place. Are un stil de toată jena, hainele

sunt nasoale. Hai, iubito, lasă-l, te vreau

înapoi (N'Sync 2000). I was hangin' with the fellas. Saw you with your new boyfriend and made me jealous I was hopin' that I'd never see you with him. But it's all good cause I'm glad that I met him, huh. Cause now I know the competition's very slim to none. And I can tell by looking that he's not the one. He's not the type you said you liked. His style is whack, clothes are bad. Come on girl; let him go, I want you back.

Concluzii

Dicotomia tradițională ce caracterizează modul de a privi expresiile artistice consideră muzica fie drept o oglindă a zeitgeist-ului existent, fie drept un mod de a crea convingeri și tendințe culturale. În mod inevitabil, diferențierea între muzica văzută în prim plan sau cea considerată un fundal induce în eroare, și poate părea o reflectare a modului simplist de a gândi părtinitor în favoarea cauzalității lineare (Negus 1996). Observația lui Grossberg despre relevanța culturală a muzicii transcende atât punctul de vedere al lui Adorno despre industria muzicală ce manipulează ascultătorii pasivi, că și, de exemplu, abordarea opusă a lui Iain Chambers (1985), ce consideră producerea, reprezentarea și consumul ca inovații culturale active.

Urmând raționamentele lui Frith (1986a,b) și Grossberg (1986, 1992), considerăm că discursul muzical rezidă într-un context social și cultural mai larg a cărui expresie este, și pe care îl poate influența. Ca sistem de semnificații, muzica nu poate fi considerată ca fiind fie o variabilită dependentă, fie una independentă a culturii populare, ci mai degrabă o structură socială care face parte dintr-un anumit context cultural. Astfel, producătorii și consumatorii săi sunt interprătați ce aparțin același context social în care conținutul muzicii și valorile culturale se îmbină pentru a crea realități structurate sociale.

(continuare în pagina 22)



Jucăreaua vestitului folclorist Alexandru sin Amza ot Valea Stanciului-Olténia

Omizii

Nicolae
CONSTANTINESCU

Oricine are, fie și sumare, cunoștințe despre folcloristica românească din ultimii cincizeci de ani atașeză numele lui Alexandru I. Amzulescu (n.4 decembrie 1921, Valea Stanciului, jud. Dolj) de cercetarea, cu precădere, a epicii populare românești în versuri. *Balade populare românești*, 3 vol., 1964, *Cântece bătrânești*, 1974; *Cântecul epic eroic. Tipologie și corpus de texte poetice*, 1981; *Balada familială. Tipologie și corpus de texte poetice*, 1983; *Cântecul nostru bătrânesc*, 1986; *Valori de patrimoniu ale cântecului bătrânesc din Oltenia*, 2000 sunt lucrări fundamentale, unice și inegalabile într-un domeniu în care spirite ilustre ale culturii naționale și-au spus cuvântul, de la deschizătorii de drumuri, un Alecsandri sau Odobescu, la ctitorii marilor sinteze, un Hasdeu sau Iorga, și de la aceștia la folcloristii de meserie, specializați, precum profesorii D. Caracostea sau P. Caraman, ori, dintre contemporani, un Adrian Fochi, Mihai Pop sau Gheorghe Vrabie.

Într-o firească linie de continuitate cu marii săi înaintași, ale căror merite le-a scos întotdeauna, cu pioșenie, în evidență, Alexandru I. Amzulescu a reluat, pe baze documentare noi și cu instrumentarul teoretic al sfârșitului de secol XX, marile teme ale baladei populare românești, între care, la loc de cinste se află *Miorița*, despre care ilustrul folclorist a scris, de asemenea, pagini memorabile. Ar fi nedrept să limităm aria preocupărilor și realizărilor lui Al. I. Amzulescu numai la acest domeniu, când opera sa se arată a fi mult mai cuprinzătoare și, lucru demn de semnalat, se îmbogățește an de an, deși, la fiecare nouă apariție, dintr-un fel de cochetărie care îl prinde foarte bine, anunță că aceea va fi ultima, adică, înțelegem noi, cea mai recentă, nu și cea din urmă.

Așa că nu e de mirare să găsim în librării, aproape în fiecare din ultimii ani, o nouă carte a octogenarului folclorist, *Despre obârșii ... et quibusdam aliis!*, Editura Scrisul Românesc, Craiova, 2003. O carte cu totul specială, diferită de toate celelalte ale reputatului cercetător, înfățișată și ea, în dedicăția către noi, drept "această ultimă (subl. aut.) ispravă (șagalnică, și vicleană!)". Dedicăția, pe spaltul lucrării, și însemnările autorului pe exemplarul dăruit mie, dublate de o scurtă dar hotărâtă lămurire verbală, dau cheia de lectură a acestui volum, în aparență compozit - două studii de folclor, tot despre baladă, tratând două teme mai speciale ale epicii populare românești (*Trei păsări lebede albe și Trei crai*), o secțiune de "Versuri originale", plus *Capra cu clopoțel*. (Prelucrare în versuri a unei povestiri culese din Muscel. Ilustrații de Ioana Constantinescu, Editura Tineretului, 1959, publicat într-un "Ad-

dendum", și la sfârșitul volumului *Miorița și alte studii și note de folclor românesc*, 2001), câteva pagini de memorialistică ("Alte rânduri, alte gânduri...") și un "Cuvânt de încheiere, anevoios de sine lămuritor, și de toate cele mai sus scrise, de mine și de Altii - cărora aduc mulțumirile mele sincere și pline de recunoștință..."; sau, mai curând așa zicând: VOROAVĂ către iubitul (cunoscut

studentiei mele de un coleg, oltean și el, dacă nu mă-nșală memoria: "Și deo fi, ca-n recidivă, /Să-ți supor iar toanele,/O s-ajungi de pe colivă,/Să-mi mănânci bomboanele!")

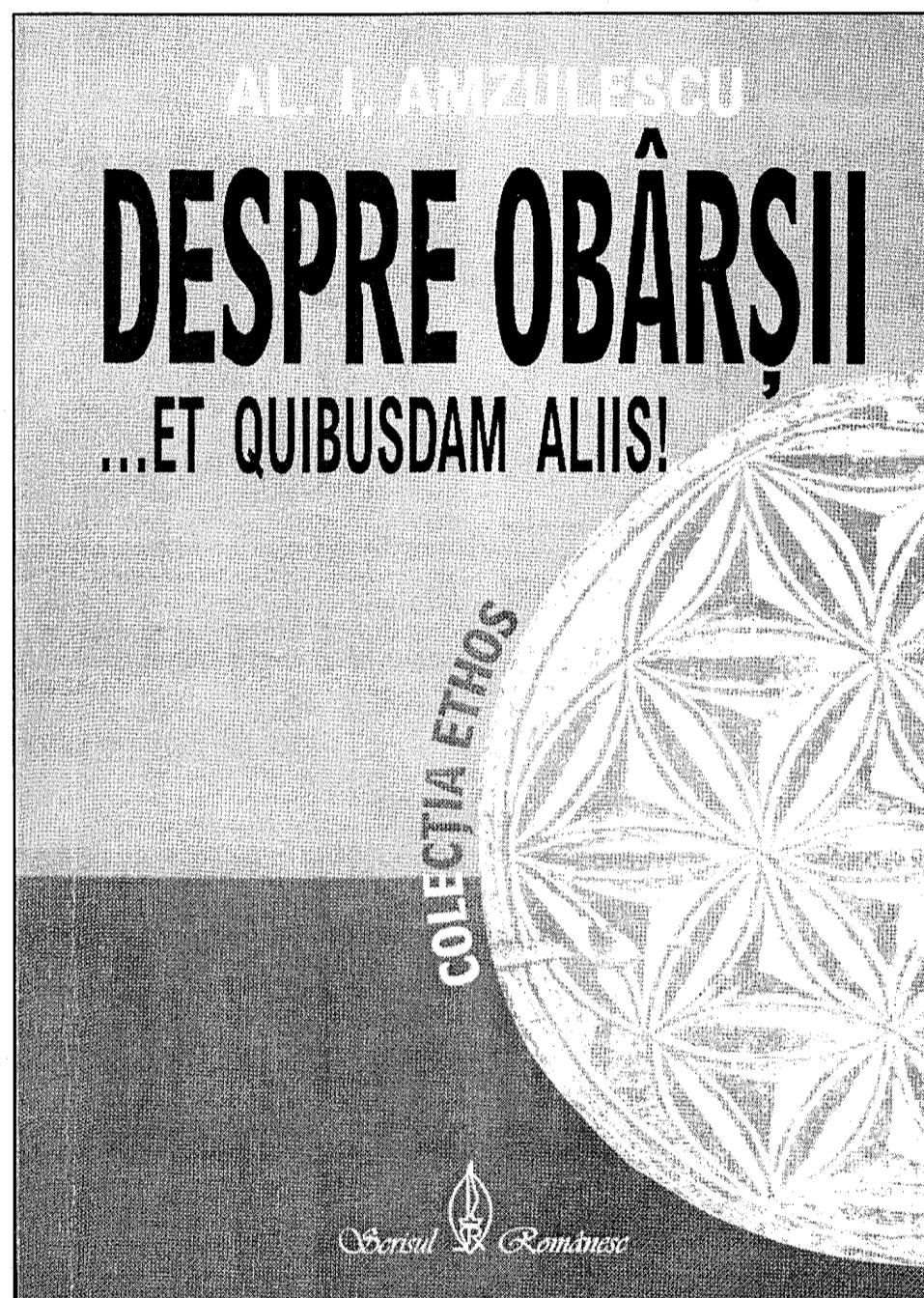
Deși tema era gravă, Amzulescu o tratează într-o cheie minoră, *ludicul* fiind una dintre dimensiunile scrierilor sale din acest volum. O jucărea este și basmul versificat, publicat în 1959, în care *culegătorul* de narațiuni

al întrebării care ne bântuie pe toți muritorii, dacă "fusul [...] cel amarnic/ Mai are încă fire", rostit/scris la 60 de ani, este comentat, cu un fel de obidă argheziană din *De-a v-ați ascuns*, la 80 de ani: "...dar Cloantelor sfrijite, scofâlcite,/Voi, moașe urgisite/Si babe afurisite/ Si azi, la ani 80,.../ v-aștept la mine în odaie,/Bătrâne ciumăfaie/.../Si-aștept acum neîndurătoarea voastră Soră, cu o coasă!"

Un sentimental lucid, Al. I. Amzulescu transcrie în versurile sale trăiri autentice, melancolii și iubiri, tristeți și doruri pe care și le reprimă fie prin umorul oltenesc, stenic și ocrotitor, fie prin comentariile savante ale unui intelectual fin, filolog de clasă, hispanist de formăție, această *Violon d'Ingres* tinută mereu sub obocul preoccupărilor de folclorist care i-au umplut viața. Căci, scrie autorul în finalul cărții: "Iar slovele acestei relatări șerpuitor-imbâcsită (spre a nu zice confuză), mimează, de altfel voit și căutat, cel puțin în intenția mea, 'stilul' adesea pretențios-bombastic, ostentativ-patetic și retoric, și grandilocvent, și gongoric întortochiat, oarecum caracteristic, al copleșitoarei și preafrumoasei literaturi spaniole" care i-a servit drept model, împreunându-se cu tradiția locurilor natale, Oltenia, într-o splendidă și originală sinteză.

Tehnica citatului, inserția notăției savante, procedee moderne sau chiar post-moderne dau versurilor și prozelor lui Al. I. Amzulescu o notă de sprinteneală, de vioiciune, de inedit. Este limpede că autorul, scriitorul, are în minte un cititor, un interlocutor căruia î se adresează și de la care așteaptă reacții, opinii aprobatoare, cel mai adesea; vezi, în acest sens, *Prolog i predoslovie*, care se încheie cu o urare către cititor: "I Bog te veselit, iubite cititorile...". Schimbarea neașteptată a registrelor stilistice, asocierile șocante (rimează, astfel, pe "bătrâne popă Tomo" cu ... "Ecce Homo", aşază drept motto la o simpă *Urare de An Nou* celebrul vers al lui Horatius, "Eheu, fugace, Postume, Postume, / Labuntur anni...", sau, dimpotrivă, își intitulează un poem despre trecere și moarte *Excelsior, excelsior* (O Mateńis... - Vanitas Vanitatum), dar îl prefacează cu versuri dintr-un cântec ceremonial de înmormântare și îl agrementează cu citate folclorice - "dalbul de prieag", "încolăcit toiac", "mândru verde brad", "negru corb", "pasărea-suflet", "Vidra blândă", "Lupul bunul" - , la care adaugă alte "toposuri" funebre, din mitologia antică - "barca lui Osiris și Caron", și negrul Acheron/și Stixuntunecat/și Lethele uitării" - concluzia fiind, în spiritul Ecclesiastului, "căci pulvis et umbra sumus").

Nu știu dacă Domnul Amzulescu, astăzi unul dintre patriarhii folcloristicii românești, titlu pe care nu îl poate contesta și de care nu-l poate depoeda nimeni, aspiră, neapărat, și la gloria literară. Cert este că Alexandru sin Amza ot Valea Stanciului, Dolj, are condei, are cultură cu carul, are umor cât să facă față marilor tristeți și micilor neîmpliniri, sau cără să le ascundă, are, mai ales, vigoarea intelectuală spre a ne da, an după an, încă una și încă una din ultimele sale cărți, pe care le așteptăm cu drag.



și necunoscut) cititoru..."

Chiar și pentru cei familiarizați cu scrierile lui Al. I. Amzulescu, al căror stil, ușor retoric, plin de paranteze și reluări, insinuant, polemic, patetic, le individualizează între ale confrăților folcloristi, compunerile din volumul *Despre obârșii ...* constituie o surpriză (poate mai puțin pentru cei foarte apropiati și care le vor fi descoperit la vremea producerii lor, în cadrul unor întâlniri prietenești sau familiale restrânsse, cum rezultă dintr-o notă la un mic pamphlet politic, "alcătuit mental la 25.XI.1989 și comunicat atunci unor buni vecini și prieteni" - era în preajma sau în timpul ultimului Congres al PCR: "HIMALAYA? AMAZONUL? Comparării prea pitice/ Evocând pe campionul/Revoluției mitice!/Precum Dânsul e și Dânsa/ NIAGARĂ a chimiei/Ce din leagăn fuse unsa/Ca regină-a Academiei. /Dar cu Zoe și cu Nicu/Ce-am dori să toastăm?/Din coliva lui Tăticu/Și-a Mămicii să gustăm!...", ceea ce-mi aduce în minte o parodie la Topârceanu, spusă în timpul

populare prelucrarează, cu mijloacele scriitorului cult, o poveste *cumulativă*, perfect adecvată vîrstei tinere, copiilor, care au multe de învățat dintr-o astfel de istorisire în care "Şoarecele nu vrea să roadă pușca, / pușca nu vrea să puște lupii, / lupii nu vor să mânce boii, / boii nu vor să bea apa, / apa nu vrea să stingă focul, / focul nu vrea să arză bărdița, / bărdița nu vrea să taie copăcelul, / copăcelul/numi dă clopoțelul!"

Aceeași *ghidușie* însoțește și compunerile serioase, profunde ale poetului din Valea Stanciului, multe cu caracter autobiografic și zâmislite la un prag al vîrstei care, se vede, îl va marcat. Scrieri de sertar, de album de familie, versurile despre satul natal, despre părinti, despre moși și strămoși, despre soție (*Parvulae uxori meae carissimae*), despre vîrstă sunt revizitate de autor, comentate cu humor, după ...20 de ani, adnotate, precum "cântecele" *Tiganiadei* lui Leonachi Dianeu de către Mitru Perea, "vestit cîntăret". Un dialog cu ursitoarele (*Ad Parcas ...*), așezat sub semnul greu

Scurt istoric al unei științe a contemporaneității, antropologia urbanului

(continuare din pagina 2)

De precizat că Park nu aplică teoria sa la un model abstract de societate, ci că vede societatea ca o concreție a proceselor spațiale (adaptare la mediu), pe care el le numește de selectare și de segregare. Cum orice oraș este, în ultimă măsură, o populație, aceste procese de segregare și selectare determină configurația particulară a populației pe cartiere, arii, afinități, orașul fiind, în cele din urmă, o constelație de arii naturale: cartiere industriale, etnice, rezidențiale. Aceste arii se diferențiază prin nivelul eco-nomic, cultural și prin figurile sociale.

Filosofia spațiului pe care ne-o propune Park se reduce, în cele din urmă, la două probleme: ocuparea și organizarea spațiului, care, la rândul lor, determină comportamentul colectiv. Această vizionare naturalistică despre societate a fost criticată (Saunders - *Social Theory and Urban Question 1981* și Gottdiner - *The Social Production of Urban Space 1985*), dar, în același timp, a generat noi deschideri teoretice (Prigogine, Stengers, Parsons), care propun, într-o manieră mai coerentă, substituiri ale modelului ecologic cu sisteme diverse, cum este cel economic, în cazul, deja celebru, al lui Parsons (*The Social System*).

Max Weber abordează dintr-o cu totul altă perspectivă chestiunea urbană decât Park. El este interesat, mai curând, să contureze un model al orașului european occidental, model pe care înțelege să-l definească, în primul rând, din punct de vedere istoric (Die Stadt 1920-21). Această temă a fost reluată de Weber cu puțin timp înainte de a muri în *Wirtschaftsgeschichte*, 1923, unde urbanul este relaționat de economic în contextul mai larg al nașterii capitalismului modern și al instituțiilor societății occidentale.

Orașul este pentru Weber o formă complexă, definibilă printr-o ierarhie instituțională congruentă (nivel economic, politic, cultural). Aceste niveluri pot genera tensiuni între ele, cauzate de acțiunile concrete ale indivizilor care fac parte din grupuri, clase, partide, familii, asociații. Cu alte cuvinte, orașul este o societate locală completă. Orașul lui Weber este o instituție a puterii nelegitime, născută ca usurpare a puterii legitime, monopolizată de stat și destinată să fie resorbță în sfera acestei puteri. Acest raport stat/orăș, un raport istoric, este reglat de procesul de legitimare a puterii. Weber identifică un prim sens al puterii în virtualitatea ei pe care o denumește putere și o definește drept posibilitatea de a realiza scopurile propuse chiar în povida unei rezistențe oarecare. Puterea devine un tip particular de putere și Weber contextualizează noțiunea mediului politic și administrativ, definind-o drept posibilitatea de a obține supunerea față de o serie de comenzi specifice. Puterea, ilegitimă inițial, se legitimează prin credința împărtășită socialmente în propria-i legitimitate.

Modelul weberian de oraș este unul criticabil datorită celor două excese notabile pe care le comite. În primul rând, este exclusiv eurocentric și, în al doilea rând, este excesiv legat de stat. Cu toate acestea, modelul lui este cel care a influențat cel mai mult sociologia urbanului în sensul orientării ei spre studierea localului și a regionalului.

În aceeași perioadă în care Durkheim, Weber și Park sunt interesați de o sociologie a spațiului, iar ultimii doi, mergând mai în specificul lucrurilor, chiar de una a urbanului, apare o lucrare care va fi considerată certificatul de naștere al antropologiei urbanului: *Middletown*, 1923, de Helen și Robert Lynd. Prin ea, sociologia urbanului deschide linia studierii unor spații concrete, individualizate, a localului și a regionalului.

Importanța ei, ca și a celorlalte de aceeași natură, ce poartă numele unor orașe denumite simbolice - Lloyd Warner-Yankee City sau John Dollard-Southerntown, mai precis, Class and cast in Southrentown, 1947 - poate fi decelată în două planuri distincte.

O importanță metodologică atât pentru sociologie cât și pentru antropologia urbanului. În contextul practicilor de un empirism trivializat (M. Cernea), care eludau proiectele teoretice și se cantonau în abordarea unor fenomene minore, banale, pentru simplul motiv că erau ușor măsurabile și al căror rezultat nu putea fi decât fragmentarea analitică și neproductivitatea reintegrării conceptuale în întregul social, apariția unor proiecte de genul celor amintite mai sus a însemnat practic o schimbare generoasă de optică.

Orientarea noilor studii viza reconstituirea teoretică a ansamblului, a totalității. Anchetonomania, microsociologia, cuantofrenia (P. Sorokin) au fost părăsite în favoarea unor noi tehnici în sociologie: "...s-au pus treptat la punct procedee minuțioase și rafinate de radiografiere în profunzime și de incizie penetrantă în raporturile interpersonale, în mentalități și în atitudinile subacente comportamentelor".⁵

Al doilea palier de importanță rezidă în extensia de câmp. Cele trei lucrări impunute în anii '30-'40 studierea unor comunități locale (community study), punct în care drumul sociologiei se bifurcă spre antropologia culturală a urbanului. Deși criticat și depășit de cercetările observației cantitative, localismul unor Lynd, Warner și Dollard este continuat în sociologie și antropologia urbană. În sijul acestora, Irwin Sanders-The Community. An Introduction in a Social System, 1966, Herman Lantz-People of Cool Town, 1971 și A Community in Search of Itself, 1972, impun sisteme conceptuale și metode mult mai eficiente pentru abordarea intelligentă și nuanțată a realului.

Conturarea unei problematici a urbanului ca entitate globală generează în aceleași decenii, al treilea și al patrulea, în care se dezvoltă localismul, o a doua orientare, numită ecologică, emergând din Școala de la Chicago. Această orientare este mai curând un "...produs de sinteză între sistemele teoretice macrosociale și teoria mai restrânsă a zonei speciale date și a seriei de fenomene concrete de care se ocupă o ramură sau altă".⁶ Ceea ce în mod generic se numește Școala de la Chicago este, în realitate, un corolar de trei mari orientări: delincvența (Thrasher-The Gang, Shaw și McKay-Delinquency in Urban Area), culturalismul (A. Cohen-Delinquent Boy) și teoria etichetării -labeling- (H. Becker- The Outsiders, E. Shur-Our Criminal Society).

În spatele acestor orientări, decripțăm perspective diferite, de la încercarea de a demonstra apariția comportamentului deviant într-un mediu dezorganizat și de a explica delincvența într-o manieră freudiană, relaționând elemente precum instinctul, personalitatea și cultura, până la responsabilitatea celor care etichetează față de cei care sunt etichetați. Aceste perspective trasează, practic, evoluția unei discipline, căci ele se regăsesc pe parcursul a trei decenii, din al patrulea până în al șaptelea al secolului al XX-lea, și surprind schimbările modurilor de abordare a problemelor, schimbări a căror consecință este transformarea substanțială a cercetării: interesele sunt altele, de asemenea, proiectele științifice. De la observarea devianței ca fenomen absolut necesar pentru înțelegerea societății, după cum proclama structurofuncționalismul lui Parsons în

deceniul al cincilea, se ajunge la punerea în discuție a rolului agenților sociali și a instituțiilor responsabile pentru controlul comportamentului deviant în societate sub incidența interactionismului în deceniul al saselea. Concluzia era că "înseși grupurile sociale nasc comportament deviant, instituind reguli a căror încărcare constituie devianță, aplicând aceste reguli la anumiți indivizi și etichetându-i drept marginali (outsiders)".⁷, ceea ce presupune deja o ecologie rotundă, o circumscrise a tuturor proiectelor și intereselor, de la individul reflectat la cel reflectant, de la obiect la metalimbaj.

Antropologia urbanului ca filosofie a spațiului evoluează în urma contribuției atât de diversificate a cercetătorilor Școlii de la Chicago de la ideea de oraș ca globalitate socială, ce se legitimează față de stat prin uzurparea unor funcții ale acestuia (localismul, regionalismul) la ideea de oraș ca un construct magmatic, un organism spațial, ce pune în evidență interacțiunea dintre grupuri sociale, pe de o parte, și dintre grup și individ, pe de altă parte, în toată complexitatea comportamentală a acestora (ecologismul).

Sub impulsul metodologic al Școlii de la Chicago cercetarea urbană se orientează tematic spre o nouă arie sociologică: orașul și săracia. Bidonville-ul devine spațiu predilect al anchetelor anilor '60-'70 impunând conjuncția a două axe tematice: etnicitatea și săracia. Cercetarea americană și cea engleză fac din America de Sud și Africa terenul sănătății. Oscar Lewis introduce termenul de cultură a săraciei⁸, pe care îl definește ca pe o formă de viață care există independent de privația politicii și economice. Problematica a fost dezvoltată într-un mod critic de Valentine⁹, Goode și Eames¹⁰. În Europa, tema îmbracă o formulă specifică; migrația urieră internațională și fluxul de refugiați politici. Raportul dintre aceste două realități sociale și orașul european sunt studiate din perspectiva capacitatii primelor de a modifica fizionomia urbană.

Odată cu anii '80 putem identifica adevărată antropologie urbană ca filosofie a spațiului în efortul de integrare a spațiului în teoriile generale despre societate. De acum, nu doar timpul este utilizat ca o constantă în lucrările de sociologie și antropologie urbană, ci și spațiul. Semnificativ în acest sens ni se pare apariția în 1984 a două lucrări cu un înalt grad teoretic vizând această orientare. Editarea lor aproape simultană nu este atât o coincidență cât semnul grăitor al obsesiilor domeniului, autorii lor reprezentând spații teoretice suficient de deosebite, America și Germania. Aceste lucrări sunt: The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration, scrisă de A. Giddens și publicată la Berkeley și, respectiv, Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie a lui Niklas Luhmann, publicată la Frankfurt/Main.

Anthony Giddens propune o teorie a structurării în care se folosește de ideea de spațiu pentru a contura schema regionalizării ca o concreție socială, cu atât mai mult cu cât, susține el, societatea este un termen imprecis. De altfel, modelul teoretic al lui Giddens ne confruntă, înainte de toate, cu precizia și, respectiv, imprecizia termenilor. Dintre acestea, structura, structurarea, societatea sunt esențiali.

Teoria sa privind structurarea vizează depășirea dualismului dintre societate (obiect) și actorul social (subiect), plecând de la dualitatea structurii, mai

precis spus, de la structura văzută în același timp drept condiție și rezultat al acțiunii. Pentru Giddens, structura este un ansamblu de reguli și resurse (materiale și de autoritate), organizat ca proprietate a sistemului social. Ca și pentru structuraliști, și pentru Giddens, acest ansamblu este un construct mental. Spațiu și timp sunt introduse odată cu noțiunea de sistem social. Definiția acestuia este o îmbinare de structuralism și pragmatism empiric, căci sistemul social este văzut drept modele de relații între actori și colectivitate, organizate ca practici sociale regulate și reproduce în spațiu și timp¹¹. În prelungirea acestui concept, Giddens poate clarifica noțiunea de structurare pe care o imaginează drept coagularea relațiilor sociale în timp și spațiu, ca joc al dualității structurii. Cu alte cuvinte, proprietățile structurale ale sistemelor sociale nu există decât atunci când se reproduc neîntrerupt, sub forma de comportament social, în timp și în spațiu. Introducerea conceptelor de timp și spațiu atrage după sine prezența altor două noțiuni: inter-acțiunea și integrarea sistemică.

Giddens consideră că organizarea spațială permite înțelegerea integrării sistemice și a integrării sociale în condițiile prezenței/absenței, a interconexării dintre cei fizici prezenți și absenți. Aceste concepte conduc la definirea unui alt cuplu terminologic important pentru mecanismul analitic propus de Giddens: localul și regionalul. Localul sau localismul (<engl. Locale) este înțeles drept spațiu utilizat ca ambient al unor interacțiuni particulare, definite ca atare în termeni fizici și recunoscute ca actori în urma modului specific de utilizare socială. Giddens oferă drept exemple de localism camerele unor case, colțul străzii, interioarele unor fabrici, orasele mai mari sau mai mici și chiar statele naționale¹². Regionalul este văzut ca un concept complementar față de localism. Spațiu și timpul joacă un rol determinant în definirea acestui concept. Pentru Giddens, regionalul înseamnă că spațiu și timpul sunt divizate în zone specifice prin intermediul unor practici sociale specifice. El oferă câteva exemple în aceeași manieră de spirală spațială, plecând de la punctual la complex. O casă este un localism pentru numeroase tipuri de interacțiuni, dar poate fi regionalizată în etaje, coridoare, camere, folosite pentru practici diverse. Un alt exemplu este antagonismul urban/rural. După cum se vede, regionalismul nu are conotații geografice ci, mai curând, sociale. Aceste conotații sociale sunt date de felul în care localismul este organizat spațio-temporal și ordonat în interiorul unor sisteme sociale comprehensive. Giddens conferă acestor particularisme numele de caractere ale regionalismului. Scopul declarat al unei astfel de conceptualizări este de a contrabalansa sensurile afirmației conform cărei societățile sunt organisme omogene și unificate¹³.

Giddens este adeptul ideii de neomogenitate și variabilitate a sistemelor sociale care îl conduce la edificarea conceptului de sistem intersocial și care îl permite redefinirea noțiunii de societate, pe care el îl găsește imprecis și, mai ales, cu un sens generic. După el, societatea este văzută ca o sumă, dar și ca o interacțiune de sisteme sociale, sisteme sociale care ies în relief pe fundalul unor alte relații sistematice, generate de acumularea unor instituții, ancoreate în localism.

(Continuare în pagina 23)



Nebun după tine - Reflectii despre semnificațiile muzicii teen pop contemporane

(Continuare din pagina 19)

Această dublă capacitate a muzicii de a reflecta convingerile populare obișnuite și de a influența în același timp schimbarea și modelarea acestora este ceea ce o face un agent cultural atât de important. În cazul *teen pop*-ului industria muzicală încearcă să promoveze și să sprijine anumite stiluri în defavoarea altora, dar aceste activități de marketing depind de interpretările pe care industria le face asupra tendințelor deja agreate de public. Dacă deseori marketingul are succes în menținerea acestor tendințe și în formarea gustului, uneori productia de muzică eșuează lamentabil. De aceea, interpretarea discursului muzicii *teen pop* este un exercițiu de importanță majoră pentru sociologi, muzicologi, istorici, psihologi, și antropologi. *Teen pop*-ul este un gen muzical care există de mulți ani, dar care doar de puțin timp a căpătat o imensă influență comercială și unele din trăsăturile de stil tipice care recomandă atenta sa analiză. Prin examinarea unui eșantion larg și reprezentativ al celor mai populari interpréti contemporani ce aparțin acestui gen și investigând unele din aspectele teoretice ale consumului de muzică, am oferit următoarele argumente: (a) muzica *teen pop* este un sistem de semnificații folosit de tinerii săi ascultători pentru dezvoltarea unui sentiment al sinelui și al propriei identități, precum și pentru interpretarea informațiilor despre timp liber, dragoste și relații interpersonale; și (b) *teen pop*-ul, definit ca expresie muzicală produsă și adresată adolescentilor și preadolescentilor, este caracterizat de un conținut tematic ce descrie o idee despre dragoste ca "lipsă", accentuând importanța stilului de viață bazat pe consumul liber. Nu vrem să insinuăm că în mod inevitabil consumatorii de *teen pop* acceptă fără discernământ ideile prezentate în versurile discurilor preferate. Adoptăm ipotezelor lui Stuart Hall (1980) în articolul citat despre codare/decodare când concluzionăm că ascultarea muzicii reprezintă o alegere activă, oricără de influență ar fi de discursul hegemonic. Poziția deterministă a lui Adorno sau behaviorismul psihologic, pare-se atât de populară în rândul detractorilor obișnuiți ai muzicii ușoare pe latura conservativă sau progresivă, ignoră în mod clar rolul activ pe care mulți ascultători și-l asumă în interpretarea mesajului muzical într-un anumit context social. Bineînteles că este la fel de greșit să afirmăm că scriitorii, interpréti și producătorii de *teen pop* au pus în vreun fel la cale un plan de spălare de creiere ce ar putea să-i facă pe tineri să se bucure intens de dragoste și timp liber și să se simtă prost dacă le lipsește capacitatea de a o face. După cum am arătat, credem că muzica ușoară este modelată de atitudinile existente, ajutând în același timp la modelarea acestora. Susținem de asemenea ideea că *teen pop*-ul nu este cu siguranță singurul factor răspunzător de explicarea formării unei anumite identități sau crearea de idealuri culturale; evident, trebuie luată în calcul și alți agenți sociali. Totuși remarcăm că influența crescândă a *teen pop*-ului poate avea efecte importante la nivel cultural atât individual cât și global prin rolul pe care îl poate avea în modelarea identității publicului și prin ajutorul dat în definirea ideilor culturale, a valorilor și a rolurilor în relațiile inter-sex. Cercetările viitoare trebuie să se ocupe de rolul unui domeniu discursiv mai larg

al muzicii ușoare, de exemplu studiind clipurile video ca importante simboluri culturale, și importanța identității muzicii la nivelul psihologic al societății.

Cercetătorii ce urmăresc rolurile în relațiile inter-sex, relațiile interpersonale și mai ales dragostea trebuie în viitor să investigheze *teen pop*-ul. Dacă adolescenții sunt foarte sensibili la valoarea dragostei, acest lucru se întâmplă poate pentru că sistemul nostru de convingeri culturale accentuează în diferite moduri ideea că dragostea este necesară pentru a-i da vieții un scop (Dubrow-Eichel 1993). Muzica *teen pop* este o industrie de succes deoarece oferă dragostea ca produs (sau cel puțin imaginea ei) unui grup țintă de consumatori care au nevoie de siguranță existențială pe care ea o oferă atât de ușor. Această lucrare de cercetare reprezintă un prim pas către înțelegerea unor dintre semnificațiile *teen pop*-ului în viața adolescentilor și în cultura contemporană.

References

A*Teens 2000. The Abba Generation, (Performed by), Audio Recording. MCA



Enrique Iglesias

Records.

Adorno, Theodor 1976. Introduction to the Sociology of Music, translated by E. Ashton. NY: Seabury.

Adorno, Theodor 1991. The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture, Edited by J. Bernstein. London: Routledge.

Aguilera, Christina 1999. Christina Aguilera, (Performed by), Audio Recording. RCA Records.

Backstreet Boys 2000. Black and Blue, (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

BBMak 2000. Sooner or Later, (Performed by), Audio Recording. Hollywood.

Beall, Anne and Sternberg, Robert 1995. "The Social Construction of Love". Journal of Social and Personal Relationships, 12, (3), pp. 417-438.

Bellah, Robert N., Madsen, Richard, Sullivan, William M., Swindler, Ann, and Tipton, Steven. Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life. Berkeley: University of California Press, 1985.

Burnett, Robert 1996. The Global Jukebox: The International Music Industry. London: Routledge.

Carter, Aaron 2000. Aaron's Party (Come Get It), (Performed by), Audio Re-

cording. Jive Records.

Chambers, Iain 1985. Urban Rhythms, Pop Music, and Popular Culture. London: MacMillan.

Davis, S. 1985. "Pop Lyrics: A Mirror and Molder of Society". Et Cetera, summer, pp. 167-169.

Denisoff, Serge 1975. Solid Gold: The Popular Record Industry. New Brunswick: Transaction.

Dubrow-Eichel, Steve K. 1993. "The Cultural Context of Sex and Love Addiction Recovery". In Eric Griffin-Shelley (Edited by): Outpatient Treatment of Sex and Love Addicts, pp. 113-135. Westport, CT: Praeger.

Fiske, S. T., and Taylor, S.E. 1991. Social Cognition, (2nd ed.). New York: McGraw Hill.

Frith, Simon 1978. The Sociology of Rock. London: Constable.

Frith, Simon 1987. "The Industrialization of Popular Music". In J. Lull (Edited by): Popular Music and Communication, pp. 53-77. Newbury Park, CA: Sage Publications.

Frith, Simon 1996a. "Music and Identity". In Stuart Hall, Paul Du Gay (Edited by): Questions of Cultural Identity, pp. 108-127. London: Sage.

Frith, Simon 1996b. Performing Rites: On the Value of Popular Music. Oxford, UK: Oxford University Press.

Gitlin, Todd 1981. "Television Screens: Hegemony in Transition". In M. Apple (ed.) Cultural and Economic Reproduction in Education. London: Routledge and Kegan Paul.

Grossberg, Lawrence 1986. "Is There Rock after Punk?" Critical Studies in Mass Communication, 3, (1), pp. 111-123.

Grossberg, Lawrence 1992. We Gotta Get Out of This Place. London: Routledge.

Hall, Stuart 1980. "Encoding/Decoding". In Hall et al., Culture, Media, and Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979. London: CCCS University of Birmingham Press.

Hall, Stuart and Jefferson, Tony (editors) 1976. Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain. London: Harper Collins Academic.

Hall et al., 1980. Culture, Media, and Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979. London: CCCS University of Birmingham Press.

Hargreaves, David, J., North, Adrian C. 1997. "The Social Psychology of Music", pp 1-21. In The Social Psychology of Music, David J. Hargreaves and Adrian C. North (Edited by). Oxford: Oxford University Press.

Hebdige, Dick 1979. The Meaning of Style. London: Methuen.

Hoku 2000. Hoku, (Performed by), Audio Recording. Geffen Records.

Illouz, Eva 1997. Consuming the Romantic Utopia. Berkeley: University of California Press.

Leeds, Jeff 2001. "Kid-Generated Pop Turns into a Gold Mine". Chicago Tribune, January 6, p. 1.

LFO 2000. LFO (Lyte Funky Ones), (Performed by), Audio Recording. Arista Records.

M2M 2000. Shades of Purple, (Performed by), Audio Recording. Atlantic.

Negus, Keith 1996. Popular Music in Theory: An introduction. Cambridge, UK: Polity Press.

N'Sync 2000. No Strings Attached

(Performed by), Audio Recording. Jive Records.

Riesman, David 1990. "Listening to Popular Music", in S. Frith and A. Goodwin (Editors): On Record, Rock, Pop, and the Written Word. London: Routledge.

S Club 7 2000. 7, (Performed by), Audio Recording. Interscope Records.

Simpson, Jessica 2000. Sweet Kisses, (Performed by), Audio Recording. Columbia.

Spears, Britney 2000. Oops...! I did It Again, (Performed by), Audio Recording. Jive Records.

Veblen, T. 1899. Theory of the Leisure Class. New York: Macmillan.

Wright, J. 1997. The Universal Almanac. Kansas City, MO: Andrews & McMeel.

Youngstown 1999. Let's Roll, (Performed by), Audio Recording. Hollywood.

Zillman, Dolf, Gan, Su-Lin 1987. "Musical Taste in Adolescence". In The Social Psychology of Music, David J. Hargreaves and Adrian C. North (Edited by). Oxford: Oxford University Press.

98 Degrees 2000. Revelation, (Performed by), Universal Records.

1 Vânzările combinate ale celor 'trei grei' ai *teen pop*-ului - Britney Spears, N'Sync și Backstreet Boys - au totalizat 120 milioane de albeume și mai mult de 400 milioane de dolari din vânzările de bilete pentru concerte în perioada 1998 - 2001 Leeds 2002. Albumul lui Britney Spears "Oops, I did it again" s-a clasat din 2000 pe locul 4 în Billboard Top 200 al albumelor vândute; albumul "No strings attached" al formației N'Sync s-a clasat pe primul loc; albumul eponim al Christinei Aguilera pe locul 8; "Sweet kisses" al Jessicăi Simpson pe locul 51; 98 Degrees s-a clasat pe locul 25 în Top 200 al artiștilor; în același clasament, LFO a fost pe locul 71; BBMark pe locul 36 în clasamentul artiștilor noi de succes; M2M pe locul 92, în același clasament și albumul "The Abba generation" al grupului Abba Teens a rămas 31 de săptămâni în Top 200; albumul lui Aaron Carter "Aaron's party" s-a clasat pe locul 27 în ultima săptămână din decembrie 2000; recentul lansat album "Black and blue" al formației Backstreet Boys s-a clasat pe locul 2 în ultima săptămână din decembrie 2000. Billboard, 30 decembrie, 2000.

2 Structura cererii consumatorilor este un concept important de care trebuie să se țină seama. După cum nota Frith 1978 capacitatea producătorilor de a forma nevoi este limitată. Cum sau de ce un anumit stil devine popular sau nu rămâne o enigmă pentru industria muzicală. Pentru un producător este mult mai ușor să rămână fidel unui gen sau interpret după ce a câștigat popularitate și să producă la nesfârșit imitații, decât să experimenteze formate noi sau să modeleze cerințele consumatorilor. Companiile de înregistrări găsesc foarte puțini interpréti care să aducă profituri foarte mari, în timp ce majoritatea albumelor produse și distribuite de-abia aduc vreunul. (Burnett 1996).

3 Deși afirmația este discutabilă, nu este o întâmplare că baladele fiecarei formații de băieți prefațează fiecare pasaj liric cu "iubito" sau "fetițo". Orice privire superficială asupra componentei publicului unui concert *teen pop* va confirma bănuiala că fetele sunt publicul țintă iar băieții sunt acolo poate doar pentru a sta împreună cu fetele care le plac.

Traducere: Andreea Bratu

Text preluat, prin amabilitatea autorilor, din Electronic Journal of Sociology (2002)



Scurt istoric al unei stăiinte a contemporaneității, antropologia urbanului

(Continuare în pagina 23)

Acesta nu este înțeles în mod necesar ca o arie stabilă, ci doar în urma definirii unor elemente normative, care legitimează ocuparea acestuia, a identificării unui sens identitar comun, ceea ce presupune un consens în jurul unor valorii¹⁴. Teoria lui Giddens sugerează nu doar importanța spațiului ci și a tendinței de reinterpretare a modernității plecând de la tipicitatea/non-tipicitatea relațiilor sociale.

Cu toate că Luhmann propune o teorie independentă, aceasta este, în mare măsură, consonantă cu cea a lui Giddens în ceea ce privește importanța interacțiunii sociale. Luhmann distinge două tipuri fundamentale de sisteme sociale, caracterizate de elemente eterogene și distințe tocmai prin referențialul spațio-temporal. Pe de-o parte, se pot identifica sisteme de interacțiune (tot ce poate fi considerat fizic prezent), bazate pe mecanismele dinamice ale percepției, iar, pe de altă parte, societatea, bazată pe o comunicare lentă și formalizată¹⁵. Cele două sisteme sunt interdependente, dar existența lor poate fi, în aceeași măsură, și paradoxală, căci, în cadrul procesului evolutiv, societatea se dezvăluie ca un ansamblu de interacțiuni, care, depășind, prin expansiune, limitele percepției, blochează tocmai interacțiunea.

Recunoaștem în teoria lui Luhmann urme ale sociologiei weberiene dar și ale mode-lului lui Tonnies (Gemeinschaft/Gesellschaft), nu doar convergențe cu analiza lui Giddens. Ele provin, după opinia noastră, dintr-o inefabilă solidaritate teoretică a gândirii sociologice a acestuia secol în încercarea acesteia de a contura sisteme de integrare mult mai coerente și de a stabili raporturi realiste între individ, grup, clasă, societate.

Localismul și regionalismul par a fi răspunsul deceniului nouă al secolului. Nu întâmplător, modelul lui Giddens își găsește în Peter Dickens un replicator (Urban Sociology. Society. Locality and Human nature 1990), ce încearcă să atenuzeze excesele teoretice ale americanului și, mai ales, neclaritățile teoriei acestuia în definirea localismului.

Concluziile parțiale ale unei astfel de retrospective ne sugerează efortul constant al antropologiei urbanului de a se despărți de proiectele și metodele sociologiei și de a se constitui într-o știință independentă.

1 cf. Coandă, L., Curta F.1993. *Mic dictionar de sociologie*, București, Editura All: 176

2 Simmel, Georg 1988. *The Metropolis and Mental Life in Modernism. An Anthology of Sources and Documents*, edited by Vassiliki Kolokotroni, Jane Goldman, Olga Taxidou, Edinburg, Edinburg University Press: 51

3 Idem: 52

4 Idem: 53

5 Cernea, M. 1974. *Sociologia americană. Tendințe și controverse*, București, Editura Enciclopedică Română: 16

6 Idem: 30

7 Beker, H. *The Outsiders*, apud M.Cernea, op.cit. 73

8 Lewis, O. 1968. *La Vida: a Puerto Rican family in the Culture of Poverty*: San Juan-New York, New York, Vintage Books.

9 Valentine, Ch. 1968. *Culture and Poverty: critique and counter-proposals*, Chicago, Chicago University Press.

10 Goode, J., Eames, E. 1996. *An Anthropological Critique of the culture of Poverty, in Urban Life. Readings in Urban Anthropology*, Waveland Press.

11 Giddens, A. 1990. *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*, Berkeley, 1984, în trad. italiană *La costituzione della società. Lineamenti di teoria della strutturazione*, Milano, Comunita: XIX

12 Idem: 118

13 Idem: 363

14 Idem: 162, 163

15 Luhmann, N. 1990. *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*, Frankfurt/Main, 1984 în trad. italiană *Sistemi sociali. Fondamenti di una teoria generale*, Bologna, Il Mulino: 635

Ritualul colindatului și teoriile do-ut-des

(continuare din pagina 13)

Căci pentru raționalistul german al protestantismului, religia este unul din factorii hotărâtori în dualitatea amintită și extinderile ei, ceea ce demonstrase deja într-o altă lucrare *"Etica protestantă și spiritul capitalismului"*. Religia, hotărâște Weber, este finalmente *"teodiceea a fericirii"*, datorită puterii sale de a ordona și mobiliza rațiunea, de a face comprehensibilă lumea (Weber 1993, dar și Gellner 2001, Lallement 2002 Boudon 1997 etc). Dacă fi să introducem tipurile de cultură și economie românești mai mult sau mai puțin tradiționale în tiparul weberian al activităților socio-culturale, cel mult trei, din cele patru cadre tipologice, s-ar potrivi și ar putea fi operate pentru spațiul autohton: 1. *Acțiunea tradițională* care se sprijină și se manifestă prin obiceiuri și alte activități ale tradiției, 2. *Acțiunea afectivă* determinată de pulsioni și 3. *Acțiunea rațională* în valoare ce se bazează pe valori religioase, estetice, etice.

Ultima dintre acțiunile propuse de Weber cu scopul determinativ și caracterologic al oricărui tip de societate este cea rațională în finalitate care implică o echivalență între scopuri și mijloace, într-un capitalism modern și avansat. La evidența rigiditatei a schemei, sociologul își ia măsuri de precauție, precizând că viața socială este, de fapt, mult mai complexă, manifestându-se ca un sumum de combinații între idealitățile active care interacționează. Oricum, stabilește Weber, orice societate, în indiferent ce stadiu de dezvoltare ar fi, va fi încărcată de tensiuni.

Realitatea socio-culturală rurală românească de până la începutul secolului XX, care cuprindea comunități agricole, semi-autarhice din punct de vedere economic, caracterizate prin relații de înrudire familiale și de clan, se supune cu greu unor interpretări și canoane weberiene.

Specificitatea felului de proprietate, privată, dar și comună, structurile economice bazate pe asigurarea subzistenței familiei, pe schimburi interne și rar pe producții de piață, nu determină obligatoriu și un autarhism cultural, păstrarea la nesfârșit a unor modele primitive, păgâne.

Chiar dacă în societatea tradițională autohtonă nu se întrevăd la modul ideal adevările revelatoare între etosul religios și necesitatea rațională economică, asta nu înseamnă că mesajul creștin n-a fost asimilat corespunzător și că nu și-a arătat roadele în creații culturale și felul de a privi și judeca lumea. În general, în spațiul românesc dihotomiile rural-urban, natură-cultură, tradiție-modernitate, atât de grăitoare în occident, nu funcționează, sau au cu totul alte nuanțe și conjuncturi, iar dacă ținem cu tot dinadinsul să le aplicăm, finalitățile vor fi ideologizante și mistificate. Tânărul român, uneori idilizat, alteori acuzat ca retrograd, n-a fost "tipul ideal" weberian al ascetului activ, nici contemplativul mistic rupt total de lume, pentru care orice activitate mundană pune în pericol propria-mântuire. A fost activ într-un spațiu limitat, ordonat în primul rând pe valori etice și morale, care în esență sunt creștine. Că această învățătură i-a devenit

apropiată și... este fără dubii. Nu luăm în calcul în afirmațiile noastre idealizările excesive ale vieții și muncii Tânărului, așa cum apar ele în curente culturale interbelice, dar nici nu putem să-i minimalizăm propensiunea către transcendență și încercarea de a exista armonios în relație cu natura și cu Dumnezeu.

Nu avem nevoie nici de sloganul "românul s-a născut creștin, dar nici de demonstrații prin care se încearcă să se acrediteze că religia tradiționalului a păstrat atâtea păgânisme încât Iisus nu este Iisus, ci un zeu al vegetației, de origine precreștină, eventual neolitică.

Dar trebuie să recunoaștem că Weber, apoi Joachim Wach și, desigur, Traian Herseni aveau dreptate când persuadau asupra alegării către magie și ritualitate a agro-păstorului.

Aici se regăsește cu adevărat convergența a cestei specificități economice cu religia. Problema care trebuie pusă în continuare și care nu se pare importantă este că de funcționale mai sunt aceste fragmente magico-agrare și dacă mai au coerentă formativă într-o comunitate în care structura religioasă predominantă este cea oficială, cât de puternice mai sunt aceste recurente, care sunt modalitățile lor de exprimare și în ce contexte.

Este greu de crezut că autohtonul român supus creștinării apostolice una gândeala la biserică și alta pe ogor și înogradă. Adevărul este că săvârșea acte magice apotropaice sau fertilizatoare cu aceeași sinceritate cu care i se închinea lui Cristos fără să fie duplicitar sau păgân.

Traian Herseni mizează pe teoria weberiană a do-ut-des-ului pentru că ea se pliază foarte bine pe preceptele sale probatoare: omul care își câștigă traiul din roadele pământului trebuie să "cucerească" natura, să-l folosească pe Dumnezeu în folosul său prin intermediul ritului oblativ. Nicăi un fel de trimiteri la transcență sau la credință în acest demers sociologic, istoric, etnologic, psihosociologic etc, atât de doct și documentat la zi cu lucrările de specialitate.

Fin cunoscător al evoluționismului lui Morgan sau culturalismului școlii lui Bras, lucrarea lui Traian Herseni ar fi trebuit să fie una dintre capodoperele etnologiei românești și citită pe fragmente este; la fel de redutabilă este și atunci când analizează fapte sociale concrete. Antinomile încep să apară atunci când ritualul colindatului este prezentat ca un spectacol în care sacrul și religiosul sunt obliterate. Deși teoretic acordă ritualului importanța cuvenită, din interpretarea lui nu rezultă că pentru comunitățile agro-pastorale rolul lui ar fi unul precumpărător.

Tânărul lui Herseni nu este nici credincios, nici ateu. Este o mixtură greu de definit de păgân-creștin aflat într-o incipientă stare de alteritate. Având o altă

formație științifică, sociologul Școlii Gusti simte nevoia să rupă definitiv cu aprecierile unor Lucian Blaga, Mircea Vulcănescu, Simion Mehedinți, Vasile Băncilă. Pe unii dintre ei nici nu i-a putut cita. Știm că vremurile în care apare lucrarea au fost grele și ideologizante, dar în timp, acest lucru este uitat. O carte rămâne o construcție care trebuie susținută permanent și care nu poate să invoke motivații extra-științifice, oricare ar fi ele.

Din triada economie-natură-religie, discursul hersenian îl minimalizează pe ultimul și în felul acesta echilibrul demonstrațiilor se rupe și înclină nefiresc într-o parte și nu are cum să fie validat într-totul, atâtă vreme că se consideră că religia



Colindatul din Valea - Festivalul
Orăștie, 1999 - Arhiva CC

este un accident, că este nenaturală... pentru că n-o întâlnim la animale, apărând într-o anumită fază a antropogenezei, dar având toate şansele să dispară în fazele înaintate ale civilizației atunci când tehnica și știința vor fi în măsură să o alunge din sufletul oamenilor (Herseni 1977:289). Sau: omul se desprinde oarecum nu numai de animalitate ci și de natură, situându-se, datorită muncii, pe o poziție de cuceritor (...), cu alte cuvinte își crează o lume a lui, cultura opusă naturii și îndreptată în primul rând spre subjugarea și exploatarea acesteia în favoarea omului. (Herseni 1977: 291)

Ce poate fi do-ut-des-ul dintre om și divinitate în ipostază teoretică? Doar o cădere la învoială care implică mai mult sau mai puțin morală și etica și care are loc în spațiul comun, profan. Ori ritualul colindatului resemantizează tot ce este domestic pentru a face loc sacrului în totă plinătatea și magnificența lui. În același mod orice relație, acțiune, obiect au, în acest non-spațiu, valoare simbolică. Concretul este abolit. Dumnezeu nu coboară pe pământ pentru a le asigura oamenilor bunăstarea, fericirea și sănătatea decât atunci când toposul de jos este pregătit, când milostenia, faptele bune, purificarea trupească și sufletească ale oamenilor ating starea de idealitate. Atunci, locul de jos se transfigurează, căpătând, la rându-i, atributele Raiului ceresc. Iisus nu cere daruri, gospodarii îi oferă pâine și vin, prefigurând o cină, o agapă, iar prin extindere simbolică, Taina Euharistie după modelul creștin arhaic. Darul obișnuit și specific colindelor este cel de sus în jos. Omului nu-i stă în putere să ofere, "însă darul de sus are o conotație spirituală și religioasă. Omului îi rămâne doar șansa transformării, prin rit, a materialului în spiritual". (Ursache 2001:101)

Modelul preeminent al gospodarului colindat rămâne cel al frumuseții și bunătății divine. *Kalos kai agathos*, după constatarea lui Simion Mehedinți. Într-un asemenea primat al idealității și armoniei, omul nu poate trăi decât alături de divinitate..(continuare în pagina 24)



Ritualul colindatului și teoriile do-ut-des

(continuare din pagina 23)

O frumoasă colind din Tara Loviștei ni-l descrie pe Iisus apofatic minunându-se de transformările mirifice ale gospodarului, motiv pentru care-l întrebă: Cin'pe tine bun te-au fapt/ De-nflorești și mărgărești!/ Sau mie te-mpotrivești/Sau mie te-năduiești?/Unde sui în codrui negri,/ Codrui negri-mi înverzesc,/ Mi-nverzesc și lăstăresc;/..."/ (Piloiu 1996:59)

Dar "cicea" (formă coruptă de la "aici") "acest domn bun" răspunde cât se poate de limpede, confirmă nu imitația modelului divin ci trăirea în el: "Cu direptu spune-ți-o/ Cin' pe mine bun m-au fapt,/ De-n floresc și mărguresc,/ Numai tie-mpotivesc,/ Că mi-ai dat năstavul (obiceiul, n. n) tău,/ De-am pus casa lângă drum,/ și-am tins curtea peste drum;/ Căti călători mi-au trecut,/ Eu pe toti i-am găzduit,/ Căti goi că mi-au trecut,/ Eu pe toti i-am încălțat/ Căti flămânzi că mi-au trecut/ Eu pe toti i-am săturat;/ Căti setoși că au trecut,/ Eu pe toti i-am adăpat;/ Căti friguroși au trecut,/ Eu pe toti i-am încălzit;/ Cu ale lor rugăciuni,/ Cu-ale noastre rugăciuni,/ Cu-ale noastre încinăciuni,/ Slavă-n cer s-a ridicat,/ Slavă-n cer la Dumnezeu."/ (Piloiu 1996:59).

Într-un alt "colindec" din Loviștea gospodarul câștigă dreptul de a purta la marea "întâlnire" cu Iisus veșmântul mohorât "scris" cu semnele astrale, veșmântul pe care, altfel, nu îl poartă decât Hristos, tocmai pentru că i-a slujit chiar lui Hristos... "Și-am slujit în direpte/ Nouă ani și jumătate" (Piloiu, Florile dalbe 1996:40).

Prin urmare, dacă există un contract gen do-ut-des, nu este unul oarecare ci unul înscris într-o etică profund creștină. Înclinăm să credem că nu este vorba de aşa ceva, ci mai degrabă, cel puțin, în ritualul colindatului, de o convenție ritualică menită să consfințească relația omului cu hierofania, mai ales că demersul narativ este unul simbolic.

Iisus este, de fapt, cel care (se dănuiește). Colindul românesc surprinde această "umanitate" a Mântuitorului și propensiunea oblativă a lui mai ales în colindelor care descriu simbolice sfintele taine ale Euharistiei, Botezului și Mirungerii.

Descinderile lui Iisus pe pământ, deschiderea cerurilor sau unirea cerului cu pământul nu sunt întâmplătoare și au motive biblice cărurărești prin Sfintii Părinți și populare.

Informațiile etnofolclorice mai vechi (sfârșitul secolului al XIX-lea), ne semnalează că Iisus se arată în Noaptea Nașterii numai celor buni, curați și credincioși (Mehedinți 1995: 74).

În repertoriul ritualului colindatului nu există daruri contractuale și, dacă sunt, ele sunt gratuite. Masa la care este invitat Cristos, aşa cum spuneam deja, are sensuri simbolice și nu concrete chiar dacă ne aflăm într-un spațiu spiritual real. Să nu uităm că totul este aureolat de duhul sărbătorii care înlesnește deschiderea către transcendent (Băncilă 1995:74), când fie coboară Dumnezeu pe scara-i de ceară, învăluindu în lumină, fie omul, prin calitățile sale, urcă în Ra (Băncilă 1996:57).

Sunt unele texte sub formă de dialog în care Iisus îi cere gazdei, după ce a fost cuprins de sentimentul mirum-ului, obiecte sacre care, altminteri, sunt însemne divine sau odoare liturgice. De asemenea, sfintii însuși ai lui Iisus, Sfântul Petru, Sfântul Ion, Crăciun, au rolul de a înlesni unirea cerului cu pământul, pentru că, precum Iisus, au fost cândva oameni.

Bibliografie:

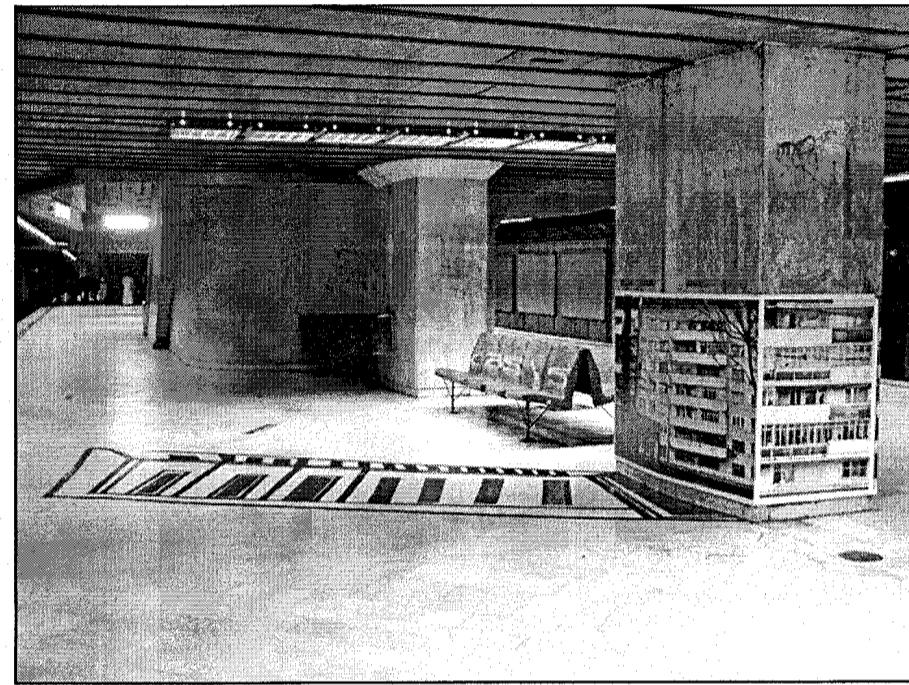
- Herseni, Traian 1997. *Forme străvechi de cultură poporană*, p. 283, Cluj-Napoca, Ed. Dacia.
 Weber, Max 1998. *Sociologia religiei*, București, Ed. Universitas.
 Weber, Max 1993. *Etică protestantă și spiritul capitalismului*, București, Ed. Humanitas.
 Gellner Max 2001. *Rațiune și cultură*, București, Institutul European.
 Lallement, L. 2002. *Istoria ideilor sociologice*, București, Ed. Antet.
 Boudon, Raymond *Tratat de sociologie*, București.
 Ursache, Petru 2001. *Cazul Mărie sau Despre frumos în cultura orală*, Iași, Ed. Junimea.
 Piloiu, Ion 1996. *Florile dalbe*, Rm. Vâlcea, Centrul Județean de Valorificare a Tradiției și Creației Populare.
 Mehedinți, Simion 1995. *Creștinismul românesc*, București, Fundația Anastasia.
 Băncilă, Vasile 1996. *Duhul Sărbătorii*, București, Editura Anastasia.



Perspectivă

Magda PREDESCU

Sfârșitul lui Ianuarie a prilejuit bucureștenilor (obișnuiți, unii dintre ei, să folosească în mod frecvent metroul ca mijloc de transport) întâlnirea cu un spațiu metamorfozat prin inserția unui act artistic. Expozițile



de artă contemporană „În-chip-uiri subterane” și „Blocul de sub noi” (autor Lila Passima, colaborator Cosmin Manolache) reprezentă etape ale programului cultural „Orașul de sub oraș” inițiat de Teatrul Masca, Primăria Capitalei și Metrorex. Proiectul s-a desfășurat în luniile Ianuarie-Februarie în stațiile de metrou Eroilor și Universitate.

Asemenea programe sunt frecvente în alte spații culturale. Pentru noi, acesta este un început. De aceea nu m-a interesat gestul Metrorexului de a iniția un astfel de proiect, ci motivația artistului. Nu știam dacă în traseul artistic al Lilei Passima expoziția din metrou reprezenta o ruptură sau o continuitate. Dacă a doua ipoteză se dovedea corectă, îmi rămânea să identific elementele recurente, cele care dau, probabil, identitate unui artist și te ajută să-l recunoști în orice etapă a creației. Formarea Lilei Passima pare să fie dominată de unitate (Liceul „Tonitza”, Academia de Artă, membru al Uniunii Artiștilor Plastici) și, în egală măsură, de complexitate (stagii și



călătorii de studiu la Roma, Tokyo, Paris). Traseul producției artistice îl intersecțează la un moment dat pe cel al formării și atunci descoperi lista impresionantă a expozițiilor naționale și internaționale, activitatea publicistică, participarea la comunicări științifice. Cosmin Manolache, colaboratorul pentru acest proiect al Lilei Passima, este muzeograf. A organizat numeroase

expoziții la Muzeul Tăranului Român, acolo unde conduce secția „Acțiune culturală”. Preferințele sale se îndreaptă spre arta fotografică și cinematografică (este realizator de film antropologic și etnografic). Cei doi urmează în prezent cursurile masteratului interdisciplinar „Teoria și practica imaginii” organizat de Centrul de Excelență în Studiul Imaginii (C.E.S.I.) al Universității București.

Urmărindu-le activitatea, am avut senzația că intuiesc reperele pe care le căutam. Nu era prima dată când utilizau spații neconvenționale de expunere, anulând, în același timp, fantă temporală care separă momentul realizării operei de cel al expunerii. (Se cuvine adăugată o mică precizare. În cursul derulării proiectului, această a doua regulă nu a fost respectată întotdeauna. Pentru a nu incomoda circulația, în stațiile de metrou s-a lucrat de multe ori noaptea, motiv pentru care singurii martori ai evenimentelor au fost lucrătorii de la Metrorex. Călătorii observau transformarea acelor spații abia a doua zi.) Pe de altă parte, chiar tema expozițiilor apărea ca o constantă a proiectelor Lilei Passima: un

spațiu public (convențional sau neconvențional pentru expunerea/desfășurarea produsului/actului artistic) asupra căruia sunt proiectate valori definind spații personale, puternic marcate afectiv, fapt ce conduce la resemantizarea spațiului inițial. Voi urmări în continuare modul în care acest lucru s-a realizat în cazul expoziției din stația de metrou Universitate.

Precizez că aceasta este o grilă de lectură care



valorifică doar câteva dintre elementele proiectului. Cu siguranță semnificațiile lui sunt cu mult mai bogate.

Spațiul public supus transformării este stația de metrou. Gesturile artistului o vor colora afectiv prin inserția unui alt spațiu, cel al blocului. Metamorfoza este un proces, implică o derulare, succesiunea unor etape. Totalitatea lor va constitui actul artistic propus de Lilei Passima și de Cosmin Manolache.

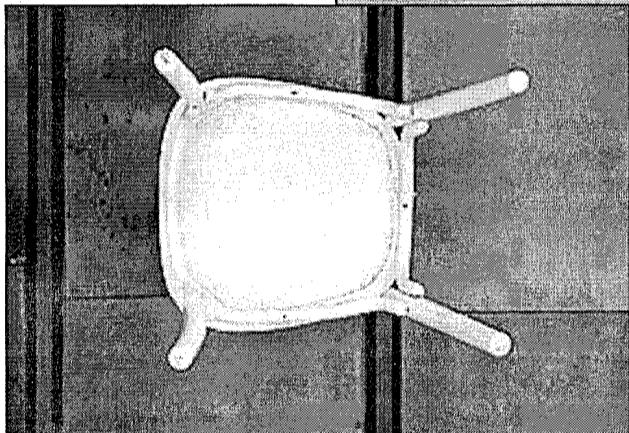
Așadar elementul cu putere de transformare este blocul. La prima vedere, între bloc și metrou nu par să se instituie intersecții semantice. Blocul ține de familiar și de familial, de proximitate și nediferențiere, metroul

publice personale

este un spațiu public, nemarcat afectiv. Blocul pare spațiu fericit, protector (în sensul toposurilor bachelardiene); spațiu metroului, deși cavitate, nu pare să aibă aceleași valori. Blocul-casă este un centru. Metroul reprezintă o rețea de centre, este unul dintre acele elemente care descentrează, care distrug isonomia orașului (deși este adevărat că oferă repere, dar de alt tip; este rețeaua pe care o reproduc în momentul în care alcătuiesc harta mentală a unui oraș). Este un spațiu dinamic, al tranzitiei, al trecerii, în timp ce blocul stă aparent sub semnul nemîncării (mîncarea există, dar este una individuală, mîncare în sensul devenirii). Autoarea proiectului a crescut în acest spațiu; proiectul va demonstra că acesta reprezintă un reper identitar privilegiat. Spațul blocului este resimtî și ca posibil creator de identități colective- grupul de copii (vom vedea cum acest

un al doilea transfer, de data aceasta de tip afectiv.

Într-o primă etapă s-a încercat crearea echivalențelor morfologice. S-a lucrat nu cu întregul (deși, atât blocul,



element a fost utilizat în proiect), de o foarte mare complexitate în exprimarea raporturilor umane. În timp ce metroul este tocmai unul dintre acele locuri în care proximitatea viațiește confortabil alături de anonimat.

cât și metroul dispune de sensul comun al cavității), ci cu fragmentul. Există un spațiu în care jocul verticalelor și orizontalelor a permis desenarea unui grup de blocuri. În această zonă este afișat titlul proiectului. Fragmentul spațial despre care vorbeam este reprezentat de stâlpii de susținere care au fost transformați în blocuri (s-a realizat „îmbrăcarea” acestora în imagini reprezentând blocuri reale). Apoi stâlpul-bloc, proiectat pe podea, a oferit spectatorului doar umbra celui de-al doilea element (ceea ce implică ștergerea treptată a suportului material inițial.) Umbra reprezintă un alt element puternic valorificat (scaunul real și proiecția acestuia). Nu uităm niciodată că ne jucăm cu reprezentările acestor forme spațiale. Dacă nu s-ar fi încadrat în convenție, umbra nu ar fi fost recunoscută ca trimițând la bloc. Ultimul punct în etapa transferului morfologic va fi repre-

ludicul. Blocul favorizează ludicul doar în măsura în care participă la formarea unei identități colective (aminteam grupul copiilor). Alteritatea (nu identitatea) este cea care permite apariția ludicului, te joci întotdeauna cu Celălalt. Jocul este elementul care va provoca în acest proiect memoria afectivă. Iar publicul, de data aceasta, a fost unul privilegiat. Se cunoșteau, aveau amintiri comune, se raportau în același mod la spațiu blocului afectiv. Ora târzie a favorizat intenția artistei, singurii „străini” în această acțiune fiind doar câțiva călători întârziati care au acceptat jocul și, din nou, lucrătorii de la Metrorex (care au putut participa, cred eu, din cu totul alte motive: spațiu le era familiar, iar într-un spațiu cunoscut gesturile gratuite sunt mult mai firești). Căci Lila Passima a valorificat dimensiunea pur gratuită a jocului. De altfel, agonul nu-și avea rostul. Participanții au respectat cu totii „regula” jocului devenit act artistic; regăsim în acesta toate elementele formale ale jocului descrise de Huizinga în al său „Homo ludens”: acțiune liberă, dezinteresată, delimitată spațial și temporal, având o ordine proprie, bazată pe abolirea realității vieții obișnuite.

Jocul copilului, jocul adultului regăsindu-se copil, jocul artistului sunt elementele care au determinat în final o creștere a complexității spațului metroului la nivelul relațiilor umane. Datorită tipului special de public nu se poate spune că s-a reușit vreo diluare a distantei sociale față de un Celălalt real din metrou care, paradoxal, ne este atât de apropiat fizic. Cu siguranță însă, măcar pentru acel timp privilegiat al jocului, spațiu acesta a fost resemantizat și a căpătat o altă funcție. Actul cultural i-a modificat identitatea. Dar actul cultural nu ar fi fost posibil fără o anumită deschidere a oricărui spațiu public spre spectacolar. Tocmai datorită slabiei sale articulării identitare, tocmai pentru că este



De cele mai multe ori, cei aflați în metrou stabilesc doar relații spațiale, de simplă juxtapunere, de co-existentă, sărace. Este locul unde întotdeauna îl vei întâlni pe Celălalt și unde te vei simți tu însuți Celălalt.

Cum să găsești printre atâtea antinomii o logică a apropiierii acestor spații? Tentativa Lilei Passima se dovedește din acest motiv cu atât mai temerară. Să încercăm o demontare a mecanismului acestei logici. Traseul pe care îl propun conține două etape (și se va vedea că regăsim în ele gesturile artistei): un transfer de formă între cele două spații (o primă etapă în care artistul a lucrat la nivelul morfologiei), transfer care va permite constituirea unui spațiu hibrid, capabil să susțină

zentat de o reconstituire. Stâlpul va primi pe suprafață sa fotografii ale stâlpului-bloc inițial, discursul instituindu-și astfel circularitatea. În ceea ce eu numesc etapa transferului morfologic, artistul a implicat două tipuri de public: prietenii, cei care într-o anumită formă s-au implicat în proiect, și călătorii.

Această imbricare de forme și de spații va constitui suportul transferului afectiv. Condiție necesară, dar nu și suficientă. Autoarea trebuia să găsească un al doilea element comun celor două spații. Iar acesta a fost



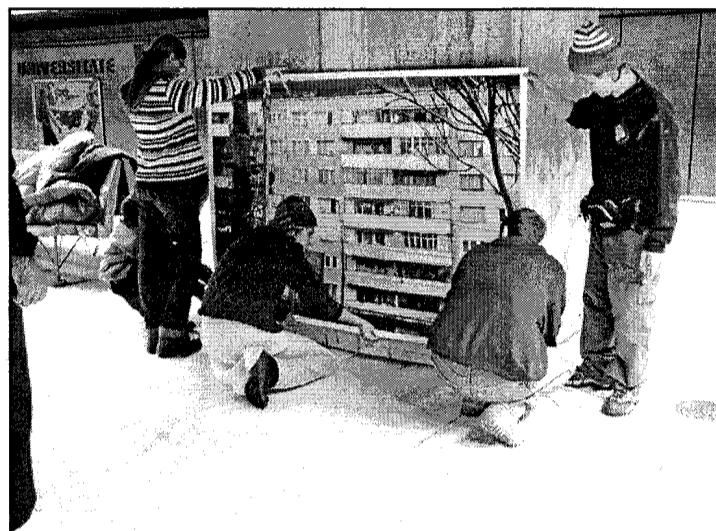
un spațiu comun, deschis tuturor, neutru, ușor de manipulat, are această disponibilitate de metamorfozare care poate fi valorificată cu succes. Ceea ce Lila Passima a reușit prin proiectul său.



*Locuri
neconvenționale*

Lila PASSIMA

Cetăeanul capitalei este supus multor agresiuni exterioare, de la inflația vizuală a reclamei – cuceritoare a spațiului, fără reguli, discernămînt și opțiuni, pînă la pro-



pria imagine devenită exterioară și ieșită într-un spațiu halucinant și distrugător de imagine (majoritatea capitalelor aglomerate ale planetei, arată așa).

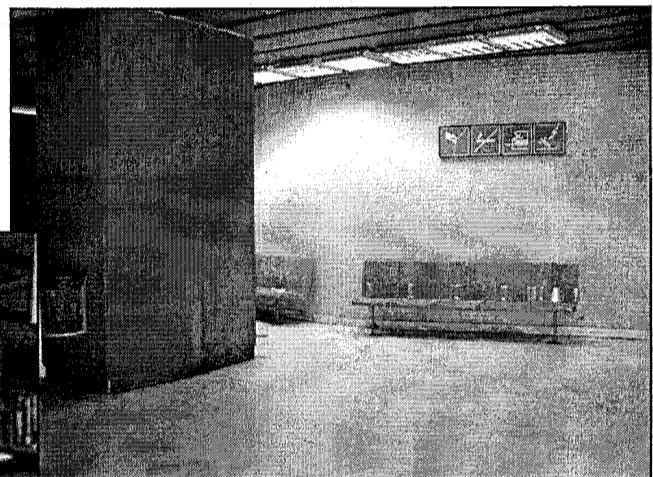
Nu mă mai gîndesc la arhitectura spațiilor, la "oxigenarea" lor prin prezența verdelui, a amprentei locurilor, la o logică urbanistică și o curătenie a detaliilor care ar putea duce la construcția unei identități vizuale, pentru că de toate acestea se ocupă arhitecții, urbanistii, în studiile lor. Elementul viu (omul), care suportă cu obedieneță, indiferență sau resemnare această lipsă, obișnuit de-atâta timp cu ea, cu un continuu simț al bășcăliei, îmbrăcată cu forme de fatalism autohton, se mișcă relativ liber pe culoare care uneori se intersectează, alteori rămân paralele, în efortul colectiv de a conviețui fără conflicte și în atât de bine cunoscută expresie " fiecare cu aia a m... , care de altfel nu prea funcționează în spațiul mioritic – carpatin, unde întotdeauna aia a celuilalt e mai..."

Cetăeanul capitalei este grăbit mai tot timpul, încruntat, apăsat de griji și de un ritm al vieții pe care nici el nu-l mai înțelege, astă în timpul zilei când lumea obișnuiește să lucreze. Seară, cluburile, berea, Jazz-ul, fumul / fumurile și alte muzici dansante sau isterice pur și simplu, destind puțin fruntea (cutanată... tânără... neliniștită...) cetăeanului în căutarea – păstrarea - recuperarea identității. Bănuiesc că " Tânăr și neliniștit" este unul dintre cele mai proaste, mai lungi și mai liniștite seriale de popularizare în masă a "omului de tip nou", american / universal cu probleme de rezistență psihică la forme de căutare a identității. Nu știu de ce în multe din filmele americane se bea foarte mult, de regulă whisky, care are darul de a scăpa mintea omului de problemele atât de stresante de la serviciu - serviciu care poate să fie o firmă de avocatură, de marketing, etc., un holding cu

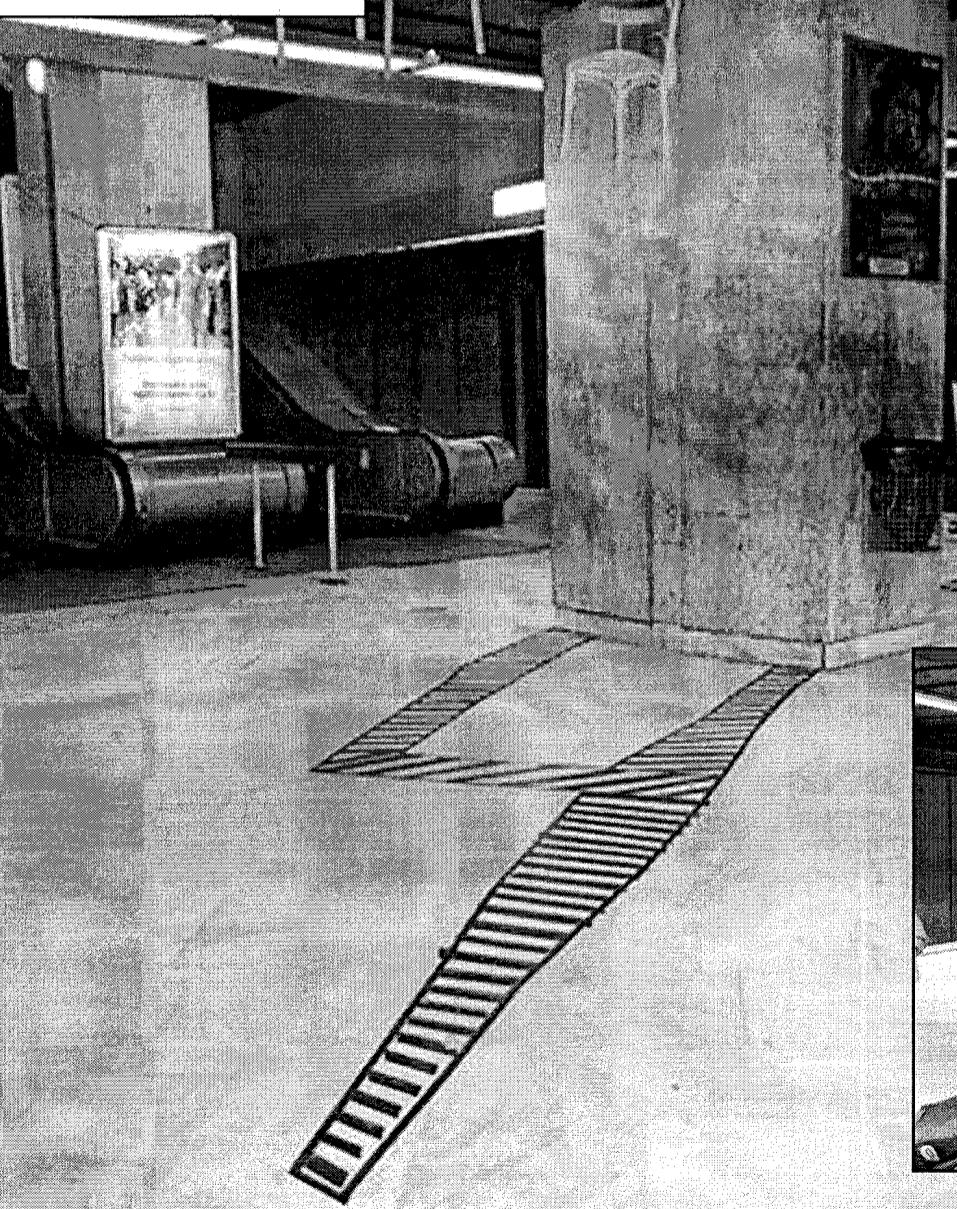
răspunderi nelimitate, o slujbă devoratoare de energie, care responsabilizează personajul într-atât încât replicile se adună firesc într-un spațiu foarte mic și intim: - Honey, I'm so tired, we'll see tomorrow! Astă când e cu soția, care are prea multe pretenții, căci scenele de relaxare cu amanta, sunt ceva mai dinamice și mai încurajatoare ("Viața merită să fie trăită... trăiește clipa... dacă nu acum, atunci când, etc.") řansele cetăeanului român de a intra în pielea personajului american responsabilizat, care bea whisky în fața semineului, aburit de căldură și gândind la realitatea crudă a fiecarei zile de mâine, pris într taxe și noi forme de creștere a eficienței / productivității, nu sunt foarte mari.

Doar dacă vin să toarne americanii, ceva filme la Buftea. Îmi permit totuși să citez un amic, gândindu-mă la cărțile și bodegile noastre de cartier în care "Viața bate piață", cu siguranță, sfidând orice legi ale unei economii și vieții democratice. Acolo, filmul rămâne o improvizație, iar realitatea e doar o scenă pentru manifestarea identității. Există lumi care se adună-n mintea cetăeanului. O oarecare stratificare a lor, "s-a pornit și pe străzile capitalei". Apar categorii "identitare": "băieții" de firme : publicitate, marketing, import -export, instrumente medicale, oale Zepter, cosmetice și produse naturiste, hoteluri și frați care le conduc etc., cu mașini lucitoare, unele bine puse la punct, altele cu firma pe ele; softiști și băieții cu computerele, mai inteligențiali

creează probleme de re-cunoaștere a vreunei identități. Si totuși... aparent lipsiți de identitate, cerșetorii își se-nșurubează în minte de dimineață, cum pleci la serviciu, școală, universitate etc. Au devenit repere clare în traseul nostru zilnic și prezența lor seamănă cu o oglindă care tot apare din loc în loc și ne arată unde și în ce fel ne-am pierdut conștiința, asemănarea cu Ființa. Sunt foarte mulți, raportat la posibilitățile tale financiare și ajungi să-ți epuizezi toate sentimentele și tot măruntul înainte de a-i putea mulțumi "oarecum" pe toți. Categorie speculațivă, cerșetorii sunt mai rezistenți ca mulți dintre noi. Își îndură condiția cu încăpățânare pentru că nu mai pot, nu mai știu sau nu mai vor să facă altceva și atunci nu le rămâne decât să supraviețuască de pe urma profitului zilnic. Dumnezeu e mare și e pentru toată lumea, chiar dacă în ultimul timp apare mai mult subliminal în implerile și confesiunile lor. Subiectele rupte din viață: orfani sau alungați de părinți, părinți sau copii bolnavi incurabili cu certificate xeroxate și legate de gât sau de căruțul copiilor, tigănuși maltratați și ciuniti, de



câte-o mână sau picior, operații nereușite sau așteptate să reușească cu ajutorul nostru, al trecătorilor / călătorilor, lipsă unui domiciliu, luat abuziv, poezii și colinde repetitive veșnic pentru înduioșarea și îmbunătățirea sufletelor noastre de creștini: "Tatăl Nostru" spus în versuri sau pe muzică, - "Să vă trăiască familia și copilașii", - "Să aveți noroc / reușită / parte de dragoste și baftă la examene și la un băiat frumos și cu bani, dacă pari a fi elev sau studentă, toate acestea dezvoltă o na-rațiune ce depășește puterile noastre de concentrare la nevoie celuilalt sau a celui care îți reclamă într-un fel sau altul că este în dificultate. Sunt deja eroi ale unor filme care au "plonjat" în viațile lor, le-au descris și "înfrumusețat" discursurile zilnice, i-au numit ca pe actori în scenariile lor, construindu-le o



identitate, dându-le posibilitatea să se recunoască fie și pentru un timp atât de scurt.

Ei, cerșetorii, sunt, chiar dacă nu ne place că știm asta, una dintre categoriile "identitare" la vedere, ne "agresează și poluează vizual" fiecare zi a vieții noastre.

Noi, cetățenii obișnuiți, ofțăm, contribuim, că și cu ce ne lasă înima și bugetul, și trecem mai departe, la fel de grăbiți, spre treburile noastre. Puterea noastră de suportabilitate în fața neputinței e depășită de forța lor de a rezista unui context social (străin și agresiv la rândul său) fără puțină de a se integra.

Categoriile "identitare" ar mai fi și sunt, mă gîndesc de exemplu la categoria privatelor (culturale și nu numai), cetățeni normali și gînditori care sănjește după

Forme de identitate urbană

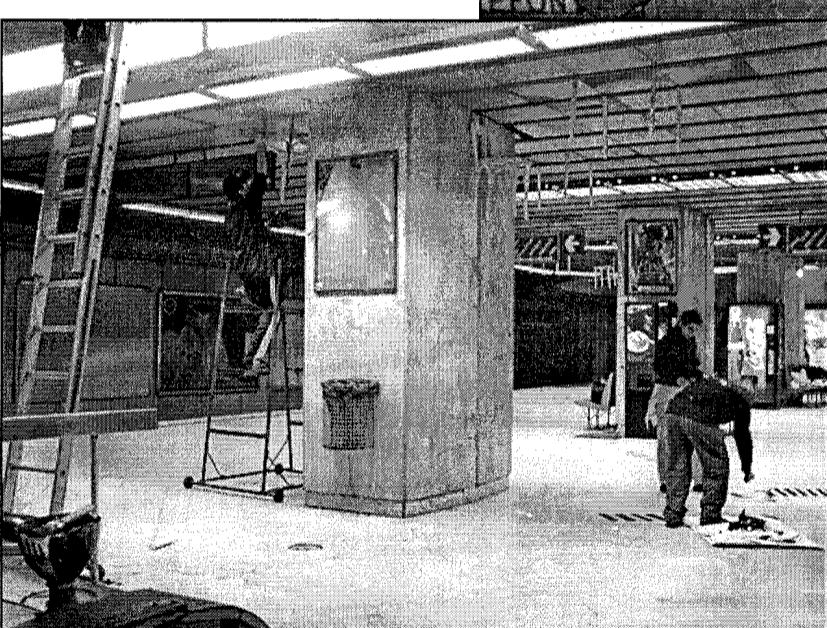
Pasagerul și timpul său.

"normalitatea" unei vieți coerente și proiectarea unui viitor; mulți – puțini, aceștia se zbat între dorința de a-și realiza proiecțiile și stopurile / inertă celor ce nu vor nimic care să le supună mintea la un alt tip de efort cu care au fost deja obișnuiti 50 de ani buni > vezi **categoria bugetarului (versus intelectualul care gândește și se mișcă mult prea liber prin istorie)**, care ar merita câteva studii de caz. În cazul nostru, al domeniului cultural, personajul / "eroul" multiplicat în sute de exemplare, care înțelege cultura ca o formă de educație permanentă multilateral dezvoltată și orientată tematic, într-un program de disciplină a muncii de la ora 8 la ora 16, impune, celui care vrea să cerceteze și să construiască un sistem (din îndoieri, ipoteze, reveniri, semnale, experimente – "greșeli ale procesului creației") un singur sens al (in)culturii: **platitudinea unei formații de arhivare a istoriei și paznic al unor pseudo-valori pentru care de cele mai multe ori a fost numit să le păzească**. O inadecvare la contextul căutării / creației, sub pretextul "cu atâtă mă plătește statul, atâtă fac" sau "eu am o funcție și știu eu ce fac", pe care tu, de cele mai multe ori, mic, prost, nul, trebuie să le respecti. Statul nu te poate plăti să faci cultură conform paradigmii "funcția creează organul", și nu de la el trebuie să aștepți ceva în sensul asta. **Politizarea actului cultural este o realitate pentru multe din instituțiile bugetare de cultură**, în care există mai multe categorii de administratori culturali, unii care încearcă, după noua modă a proiectelor, să

o altă identitate.

Proiectul care m-a obligat să-mi defnesc această categorie identitară, se adresa pasagerului/călătorului din metroul bucureștean. Inițial încadrat și definit pentru o raportare vizuală, în care cultura imaginii(de la caz la caz pentru fiecare pasager) putea să aducă noi interpretări ale spațiului construit vizual, în timpul construcției a primit o serie de suprapunerile din zone și teritorii ale socialului, încadrabile antropologiei și etnologiei urbane (tipuri de inter-acțiuni ale pasagerilor, ale lucrătorilor de muzeu, ale echipei, relații interumane construite în noul context / chestionare).

"Blocul de sub noi"- instalație / intervenție



În spațiul public (stația de metrou Universitate, perioada ianuarie-martie 2004), ca proiect dezvoltat în tempi ai unui work in progress, a încercat să provoace o reacție la realitatea uniformizantă a blocului socialist, producător al unui autism colectiv în care cei mai mulți dintre noi își trăiesc viațile și limitele: cutia gri a fiecărui dintr-noi, cutia din care plecăm și în care ne întoarcem, pe care o cosmetizăm,

- transformarea unui context neutru, toxic, agresiv, indiferent, specific / limitat și limitant / reconstruirea lui într-un posibil loc de intersecții cu alte limbi decât cel oferit de spațiu existent

- testarea și provocarea unui alt tip de atitudine a cetățeanului - pasager, într-un timp și spațiu bine delimitat și limitant

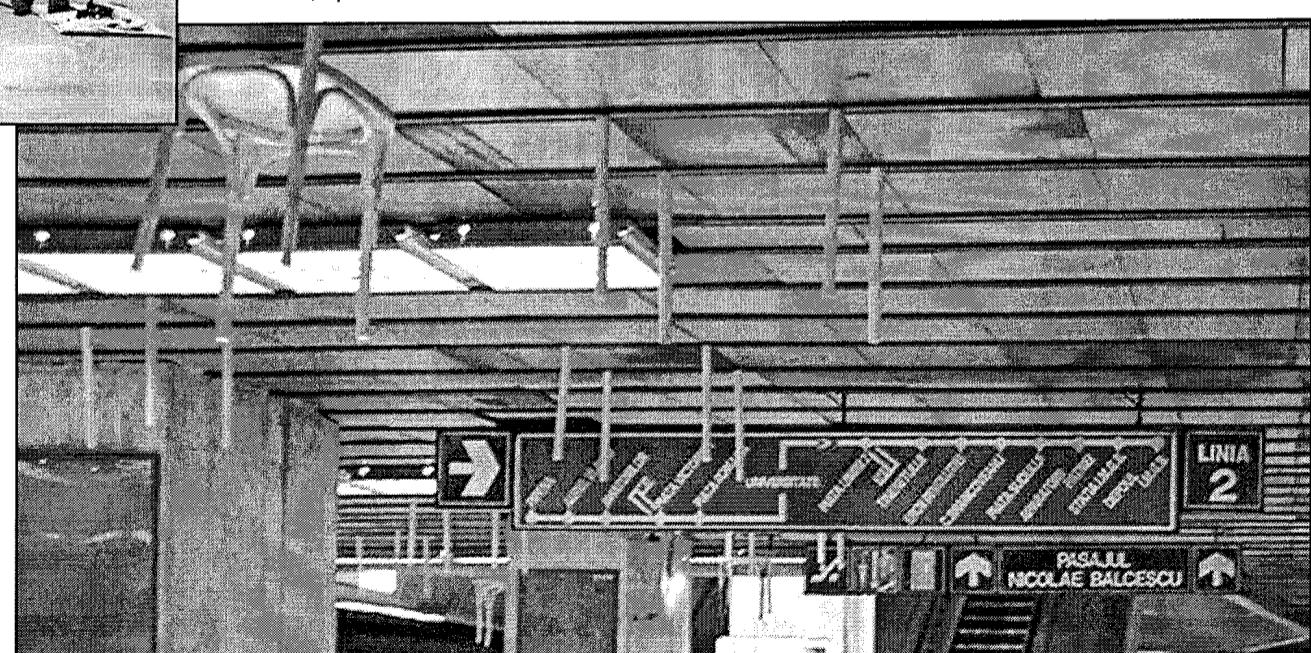
- reacție la aplativare, robotizare, ștergere, indiferență / profilul pasagerului (din metroul bucureștean)

- investirea unui spațiu / context social, cu valențe artistice / culturale printre-un limbaj vizual greu recurgabil (instalație / work in progress, eseu vizual, colaj postmodern, obiecte ready-made / clișee pop art)

- inter-reactia gestului / actului artistic cu spațiul de trecere (strict delimitat) / pasajul, care impune alte reguli de lecturare și de integrare a formei de artă. > se creează o altă identitate a pasajului, spațiului de trecere cu ajutorul vizualului / imaginii.

Argument pentru cucerirea spațiului:

Echipa de lucru – constituită din prieteni, cu diferite specializări: artiști, scenografi, designeri în publicitate, programatori de soft, muzeografi, liber profesioniști - foști copii cu probleme familiale, comercianți, angajații Metrex: atelierul tehnic, echipa de la plăfoane, echipa de la intervenții exterioare : zugrăveli, montaje pe stâlpi, agenții de stație, agenții de pază angajați de Metrex, personalul care asigură



decorindu-ne interioarele și în care ne exteriorizăm toate angoasele, încercând, forțați fiind de legii de comportament civic, să nu-i deranjăm pe ceilalți. Nu am ca scop descrierea proiectului, încerc să schițez o posibilă relație dintre pasager și spațiu nou creat, care capătă la rândul lui o altă identitate.

Repere / chei / semnale / concept

Opoziții: comunicare / întâlnire / reacție / mirare / surpriză

- interactivitate / provocare / deschidere / cuvânt / imagine (chip)

- atenție la neatenție / posibile semnale pentru o întoarcere la auto-reflexivitate

- îmblânzirea spațiului / umanizarea socialului / remodelarea spațiului / forme de rezistență la un autism colectiv alienant

curătenie , vânzătoarele de la cabine, directori de echipe și de departamente (pentru aprobări), angajații Teatrului Măsca...

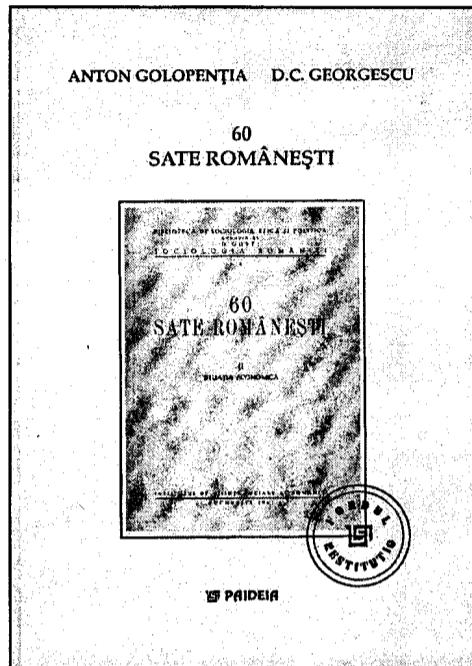
Pasagerul și reacțiile sale: o receptare fragmentară

Conform paradigmii, deja citate: "viața bate piață", pasagerul a re-creat proiectul, de la writerii de grafitti și fanii de artă tentantă / consumabilă, la călătorii care au răspuns provocării spațiului reinvestit. Toți aceștia schițează profilul pasagerului implicat. Altfel, cetățeanul capitalei rămâne adesea grăbit și la suprafață și în subteranele capitalei. Grăbit și indiferent. Sub presiunea realității, sufocantă și epuizantă, nu este atât de deschis schimbării, și nu este dispus să facă eforturi și concesii pentru un alt tip de receptare a unui spațiu de tipul pasajului.



Lecturi paralele

Anton Golopenția, D. C. Georgescu, 60 Sate Românești, reproducere după ediția Institutul de Științe Sociale al României 1941, editată cu sprijinul Agenției Naționale pentru Știință, Tehnologie și Inovare, Editura Paideia 1999, 295 p.



"60 Sate Românești", cercetate de echipele studențești în vara anului 1938, sub direcția lui Anton Golopenția și al lui D. C. Georgescu reprezintă o lucrare reprodusă după ediția *Institutul de Științe Sociale al României 1941*, și face parte din Fondul Restitutio, prin care editura Paideia încearcă să reducă în circuitul valorilor cărti rare într-o formă apropiată celei initiale.

Este de datoria tânărului cercetător care parcurge paginile acestei lucrări fundamentale pentru cercetarea sociologică să cunoască monumentală operă a ceea ce s-a numit pe drept cuvânt Școala Sociologică de la București, dar și cumplita și nedreapta fractură în firul istoriei pe care a produs-o instaurarea regimului totalitar în anii 1950.

Trebue amintit faptul că Dimitrie Gusti, Directorul Școlii Sociologice de la București, a fost în 1948, odată cu desființarea sociologiei ca disciplină universitară, scos din învățământ, exclus din Academia Română și evacuat din chiar propria-i locuință.

O soartă la fel de nefericită a avut-o și A. Golopenția care încețează din viață ca detinut politic în închisoarea Jilava.

Abia odată înțeleasă drama Școlii Sociologice de la București putem prețui la adevarata sa valoare bucuria pe care ne-o face editura Paideia din București prin reeditarea acestei lucrări.

"60 Sate Românești" reprezintă o lucrare de cercetare monografică realizată și condusă de sociologi care au lucrat și s-au afirmat împreună cu D. Gusti.

Cercetările efectuate de echipele studențești în 1938 asupra celor 60 de sate românești, realizate prin metoda anchetei sociologice, au fost conduse de A. Golopenția și D. C. Georgescu.

Această carte abordează, din perspectivă sociologică, situația economică a celor 60 de sate românești, evoluția de după război a proprietății agricole, situația economică prezentă în momentul efectuării cercetărilor, analiza economică a gospodăriilor (bugetele țărănești).

În loc de prefată cititorul găsește un

text apărut în AGORA-revista alternativă de cultură – volumul I, nr. 2/1988 "Un sat basarabean" semnat de A. Golopenția, în care acesta consideră "cercetările monografice ca fiind întreprinderi științifice, mijloc încercat pentru cunoașterea mai cu deosebitul a unor specimene tipice ale unor unități speciale interesante pentru motive principale și politice" p. I. Autorul nota că pentru cunoașterea unor astfel de cercetări este nevoie de o bogată zestre teoretică și tehnică în care să fie concentrat tot ce a fost descoperire efectivă a naturii realității sociale, a metodelor potrivite pentru cunoașterea ei. Golopenția era convins că toate cercetările monografice nu au fost numai întreprinderi științifice în sensul profund al cuvântului, față a două a cercetărilor constituind-o viața monografiștilor cu satele, cu anume instituții țărănești, ducând în permanentă o luptă plină de peripetii cu satul ființă și el și de necuprins.

Lucrarea de față prezintă și analizează problema fărămitării proprietăților agricole după război, evoluția structurii proprietății țărănești de la împroprietărire până în 1938.

Utilizând metoda anchetei sociologice coordonată de Golopenția și Georgescu, lucrarea prezentă continuă amănuntul analizei economică existentă în momentul efectuării cercetărilor: suprafața totală și modul de folosire a terenului pe gospodării și tipurile de gospodării, culturi, provincii istorice, inventarul mort (mașinile agricole, distribuția regională, unele elementare pentru lucrarea pamântului), inventarul viu (animalele mari, animalele mici, pasările și stupii), bugetele țărănești ale gospodăriilor (venitul brut, cheltuielile exploatației, venitul agricol, veniturile anexe, consumul menajului și al familiei, rentabilitatea).

"60 Sate Românești" încearcă să oglindească cifric, cât mai exact, situația economică a satelor românești studiate în acea perioadă. Golopenția susținea că "năzuința ultimă a cercetărilor monografice este întemeierea pe cunoașterea adevărată a înțelegerii satului de cei din oraș, operă mai mult decât toate necesară. Satul e puțin cunoscut în România, deși locuitorii orașelor noastre se trag mai toți de la țară".

Cartea "60 de Sate Românești" se dovedește și atât prin exactitatea datelor, organizarea materialului, metodele utilizate, analizele, descrierile și concluziile efectuate, o lucrare responsabilă, documentată, utilă, una dintre cele mai complexe lucrări dedicate satului românesc.

Daniela IANCU

"Fluierul" și "ștergarul" - dincolo de obiectul etnografic

Se face adesea, din rațiuni didactice, o distincție, mai degrabă formală, în interiorul ansamblului bine structurat al culturii populare, între manifestările de ordină "practică" și cele de ordină "ideală", între cultura populară materială, exprimată în obiecte, lucruri (unele, instalații, așezări și adăposturi, vestimentație, ustensile casnice din lemn, lut, metal etc.) și cultura populară spirituală sau "imaterială" (determinantul apare în documentele UNESCO privind "protejarea patrimoniului imaterial", "capodoperele patrimoniului oral și imaterial", proiect de anvergură mondială, despre care, din păcate, dirigitorii culturii de la noi par a nu fi informați sau interesați să se implice în chip mai transparent, prin specialiștii existenți, deși, din respect pentru adevăr trebuie spus că, la un moment dat, Comitetul Național Român UNESCO și F. N. S. A. au organizat o dezbatere pe această temă; în acel cadre

am arătat că mi se pare mai adecvat termenul cultură "non-materială" în loc de "imaterială"), manifestată în forme de expresie verbală (legende, basme, urări, orăji etc.), verbală și muzicală (balade, doine, colinde, lamentații funebre etc.), muzical-cinetică (dansuri rituale și nerituale, jocuri de copii etc.).

Fără a împinge disocierile mai departe, e limpede, cred, pentru oricine, că atât "fluierul" cât și "ștergarul" aparțin culturii populare materiale, fiind "obiecte" în cel mai exact înțeles al cuvântului, rezultate ale activității manuale a oamenilor, elaborate ale unor procese de muncă, destinate unor funcții practice, în împrejurări comune, obișnuite, de muncă sau sărbătoarești, festive. Obiecte palpabile, care se adresează în primul rând privirii și pe care ne aşteptăm să le întâlnim (le întâlnim) expuse în muzeele etnografice, oricare ar fi acestea, la târgurile meșterilor populari, la expozițiile de profil, în albume de artă. În elaborarea, în producerea lor, creatorii/confecționerii au făcut apel la părți ale corpusului de cunoștințe ("a body of knowledge"), în formularea lui Dan Ben-Amos) dobândite și transmise prin tradiție, ca parte integrantă a culturii populare în ansamblu, privitoare la arbori, esente de lemn, tehnici de tăiere, de găurire, de măsurare, de slefuire etc., pe de o parte, și privitoare la fibrele textile vegetale sau animale, la tehnici de obținere a firului, de țesut, de închindisit, de vopsit etc, pe de altă parte. La fel, fiecare din aceste obiecte încorporează o parte a modului de gândire ("mode of thought") specific grupului căruia creatorii lor îl aparțin, mentalității acestuia, felului său de a gândi lumea, macro- și micro-cosmosul, în categorii larg filosofice (viață-moarte, început-sfârșit), practice (sus-jos, înainte-înapoi), etice (bine-rău, curat-necurat), religioase (sacrificiu-profan) și altele.

Toate aceste sume de considerații mi-au fost sugerate de studiile monografice semnate de Traian Ciuculescu, *Fluierul la români*, Centrul Creației Populare al Județului Argeș, Editura "Paralela 45", 2001, și de Zina Sofranksy, *Ştergarul tradițional moldovenesc*, "Bibliotheaca Thracologica" XXXIV, București/Chișinău, 2002. Deși deosebite prin obiectul concret de studiu, cele două lucrări au multe în comun, autorii împărtășind o atitudine asemănătoare în tratarea acestuia, dominată, pe de o parte, de o neascunsă iubire față de *lucrurile* despre care scriu, văzute în calitatea lor de exponate dacă nu neapărat definitoare, cel puțin sensibil reprezentative ale culturii populare, tradiționale românești. "Fluierul a ocupat un loc aparte în viața spirituală a poporului român" acest "străvechi instrument" fiind "cel mai apropiat și cel mai drag sufletului omului din popor...", în timp ce ștergarul, "această piesă, simplă doar la prima vedere, comportă multiple și variate semnificații legate indisolubil și determinante de o mulțime de factori între care cei istorici și social-economiți au o pondere deosebit de importantă".

Atașamentul pentru cele două obiecte etnografice vine, desigur, și din profunda, minuțioasa, apropiata lor cunoaștere. Traian Ciuculescu este el însuși un cunoscut și apreciat constructor de fluier, cântă la acest instrument cu virtuozitate, instruiește formații de fluierași din județul Argeș, cu care a obținut numeroase premii. Zina Sofranksy are vocația cercetării științifice, cartea sa despre ștergarul moldovenesc fiind, de fapt, teza de doctorat elaborată în cadrul Institutului de la Chișinău, sub îndrumarea acad. Valentin Zeleniuc, dar nu mă îndoiesc că etnograful se pricepe la fel de bine și la țesut, ales, cusut, și la conservarea și expunerea respectivelor obiecte în muzeele etnografice.

Se constată, în ambele studii, un efort notabil de depășire a descriptivismului excesiv imputat studiilor etnografice

"tradiționale", deși descrierea este considerată a fi modalitatea proprie a etnografiei. "Oricum ar fi, concisă sau detaliată [...], descrierea impune saturare și mai ales ordonare și clasificare. [...] Ea constă într-un mod anume de decupare și disecție a realului, ori mai curând de construcție a acestuia din urmă: clasarea și asocierea prin analogie, dar mai ales prin contiguitate" (Laplantine, François, *Descrierea etnografică*, 2000.. 61). În aceste coordonate, nu puteau să lipsească, desigur, capitole despre "vechimea și istoricul fluierului românesc" și, respectiv, despre "ștergarul tradițional românesc din trecut și din prezent", dublat de "notițe preliminare de ordin istoric" despre ștergarul din Basarabia și Transnistria; despre funcțiile celor două obiecte etnografice în viața de zi cu zi și în segmentele sărbătoarești ale timpului ("fluierul și viața păstorească", "fluierul în obiceiurile Crăciunului și Anului Nou", "de primăvară", "de înmormântare" etc., respectiv "ștergarul în gospodăria țărănească", "ștergarul de port", "ștergarul ceremonial", "ștergarul de cult" etc.); despre tehnici specifice de lucrație a fluierelor și, respectiv, despre materia primă, tesutul și confectionarea ștergarelor și a.m.d. De fapt, prin atenția acordată fiecarui detaliu, autorii răspund unei cerințe de bază a cercetării, anume exhaustarea materialului, în așa fel încât cititorul află, poate cu uimire, despre diversitatea instrumentelor de suflat populare, de la cele mai simple, la început jucării sau pseudo-instrumente ("nuca găurită") la cele mai complicate, precum "fluierul gemănat", care se realizează "prin alăturarea teilor a două fluieri obișnuite, de aceeași lungime. Unul este prevăzut cu orificii pentru degete, iar celălalt emite un singur sunet (fundamentală gamei în care este acordat) care are menirea de a-l acompania pe primul, motiv pentru care i se mai spune și «fluier de ison», sau despre un ritual de trecere modern, legat de plecarea tinerilor la armată (zie 'modern', pentru că serviciul militar regulat s-a impuls relativ târziu, pe scară largă, în condiții istorico-sociale cunoscute) în care ștergarul ocupă un loc însemnat: se citează, astfel, o marturie din 1666 care arată că "în satul Petrești (Transilvania) de gătul feclorilor plecați la cătane, «în slujbă la-mpăratu» li se agățau ștergare și batiste ca talismane menite să-i apere de rele", după cum recrutului în armata rusească "i se da o pereche de colaci, îl legau cu un ștergar... îl dăruiau cu bani și mânăștergure (prosoape)".

Cât despre tendința de depășire a etnografismului pur, notez că Traian Ciuculescu realizează, în premieră, un mic dicționar al formațiilor, al fluierașilor profesioniști și amatori (de la Ilie Cazacu din Fundu-Moldovei, Suceava, descoperit în 1928 de Constantin Brăiloiu, la virtuozul Dumitru Zamfira, din Novaci, Gorj) și al constructorilor de fluier (de la Constantin Dinu Antonie, din Urșani, Horezu, Vâlcea, la Dumitru Tărtăreanu, din Vaideeni, Vâlcea), precum și, un unic, din căte știu eu, manual de învățare a cântatului la fluier, o metodă de fluier!

Zina Sofranksy adaugă minutioasei analize a ștergarului scheme și schițe de aplicare a metodelor fizice și chimice în identificarea obiectelor etnografice, precum și dense pagini de interpretare a semanticii și simbolicii ornamentelor tradiționale cu accent pe cele arhaice, precum *pomul vietii* și *zeița-mamă*, urmărind cu tenacitate găsirea de noi argumente întru susținerea tezei cu privire la unitatea structurală, de origine și semnificație, a culturii populare românești: "Rădăcinile artei populare moldovenești [...] sunt comune cu cele din tot arealul românesc, pe care le-am moștenit de la daco-romani și de la populațiile premergătoare lor", iar "semantică și simbolica, ornamentală, elementele deco-



rative din arealul pruto-nistrean" sunt parte integrantă a culturii românești.

Conducătorul de principii teoretice ferme, investigația științifică descoperă, în obiectul etnografic concret, semnificațiile de profunzime ale unor semne culturale și simboluri arhaice, păstrate miraculos în bucața de lemn transformată în fluior sau în petecul de pânză înflorâtă cu care tânără nevastă își acoperă capul.

Nicolae CONSTANTINESCU

Sărbătoarea noastră cea de toate zilele.

Performări rurale - performări urbane

După o lungă perioadă de domnie a spațiului exotic (însulele din Pacific, rezervațiile indienilor nord-americani ori Africa neagră), după o legitimată întoarcere acasă (*anthropology at home*) reclamată de propriile comunități tradiționale ale societăților europene, este rândul spațiului urban să centreze atenția studiilor etnologice și antropologice asupra realităților sale intrinseci. Schimbările se înregistrează pe toate nivelele, dar ele se repercutează în final asupra palierului mentalitar, astfel încât cele mai complexe studii de antropologia urbanului pornesc de aici, de la reprezentările colective și mentalitarul urbanului.

Un caz aparte - și substantivul folosit aici este unul dublu conotativ, în sensul că ar putea reclama și o abordare psihanalitică a conjuncturii, formulându-cu adevărat un caz, dar și în calitate de subiect de discuție extrem de fructuos - este conturat de cadrele generale ale sărbătorii. Moment augural și inaugural, sărbătoarea fundamentează un cronotop ce reclamă deopotrivă trăirea în individualitate și colectivitate, în social și cultural. Tocmai de aceea, sărbătoarea impune puncte de vedere multiple, abordări interdisciplinare și semantizări poliedrice.

Desigur, configurarea unui moment atât de încărcat de semnificații cum este sărbătoarea a generat multe studii și abordări. Fascinanta *Practică a fericirii* a lui Paul Drogăeanu a deschis chiar un soi de placere specială a cercetătorilor către studierea cât mai vastă a sărbătorii, pe paliere multiple. Cu un material extrem de bogat în bibliografie sau studii de teren, cele mai multe dintre ele s-au axat pe spațiul rural și mai ales pe acea secțiune a trăirii sociale care este cunoscută drept *societatea tradițională*, și care putea pune la dispoziția cercetătorilor coordonate nebănuite de productive pentru redactarea unor concluzii.

Anii din urmă, însă, au dislocat atenția etnologilor dinspre rural spre urban, și astfel au apărut primele studii de antropologie sau etnologie a urbanului care au marcat ca centru de interes sărbătoarea urbană, așa cum este ea receptată, trăită, configurată și asumată de colectivitatea urbană.

Primele discuții au pornit de la *reinventarea tradițiilor* și de la repunerea în circuit a unor sărbători pe care presunile ideologice și opreliștile socialiste le-au confiscat în mod brutal. Odată cu reapropierea sau întoarcerea la biserică, fie ea ortodoxă sau catolică, orășenii și-au amintit valoarea spirituală a "ținerii" sărbătorii; desigur, firesc, imediat au început să apară sincopale sau, din contră, exagerările prin importul de sărbători inexistente într-un spațiu și calchiile după alte spații, cu alte tradiții; un alt fenomen interesant este importul de sărbători occidentale, iar aici promovarea mass-media care se face unor sărbători de tipul Valentine's Day sau Haloween este mai mult decât ilustrativă;

în fine, caracteristică teritoriului urban pare și fi trăirea colectivă, deseori vecină cu dionisiacul, mereu finalizată cu festivism pe scară largă (un exemplu bun ar putea fi, pe de o parte, sărbătorile religioase finalizate cu pelerinaje, care includ nu doar oportunitismul individual, ci merg până la carnavalul politic, dar și mediatizarea masivă a unor sărbători precum Sfântul Andrei, prilej de sărbătorire a numelui pentru toate vedetele de muzică, film sau televiziune).

Astfel că, într-un astfel de climat de mari efervescente, unele înnând cu orice preț să refacă legătura cu societatea folclorică, altele, din contră, inovând la maximum, este tot mai vizibilă o necesitate acută: cea a posibilității consultării unui *ghid al sărbătorii* și a unui *ghid al sărbătorilor*, nu foarte sofisticat, pentru a asigura accesul larg al consumatorilor, dar nici simplist, pentru a nu lăsa loc diletanților să falsifice adeverata valoare a actului sărbătoresc. Aici își găsește locul, încercând să răspundă unor necesități obiective, marcate istoric și cultural, încercarea de abordare a unei sărbători de toate zilele, deschisă tuturor, dar legitimată cultural pe bazele solide ale cercetării științifice.

Încercarea apartine reputației etnografe Narcisa Știucă și se numește chiar așa: *Sărbătoarea noastră cea de toate zilele*, vol. I - sfârșit de an, început de an. Face parte din *Cunoștințele la îndemâna* ale unor volume - encyclopedii practice editate sub sigla *Cărții de buzunar*. Primul volum al acestei lucrări încearcă, astăzi, să răspundă unei simple întrebări de tipul Ce este sărbătoarea, care însă se dovedește a avea răspunsuri complexe, încăpătoare, de largă perspectivă. Textul cărții trimite la rostul sărbătorii, la sentimentele pe care le generează și la un anumit timp și spațiu al sărbătorii, ce produce o trăire de maximă intensitate a bucuriei.

Semnificativă ni s-a părut chiar încadrarea volumului: el debutează cu o întrebare care prin ea însăși transcende cadrele individualului, sincroniei și ruralului, situându-se, discret, în social, diacronie, urban: "Ce este sau ce poate însemna pentru omul contemporan o sărbătoare?" (p. 3). Răspunsul se clădește prin tehnică literar-poetică a bulgărelui de zăpadă: sărbătoarea este amintire și inaugurare, ordine și echilibru, întemeiere și consacratie, prăznuire și istorie trăită, pentru a culmina cu două dintre atributele sale definitorii: festivitatea și ceremonia (p. 3).

Firesc, volumul intră în substanță coerentă a subiectului: se pornește de la calendar și de la importanța lui în efortul de ordonare a lumii, de la cele două calendare - calendarul creștin oficial și calendarul popular - trecându-se prin toate celelalte calendare generate de o existență arhetipală: calendarul agrar, calendarul păstoresc, calendarul apicol și calendarul pomivitic. Lectia despre calendar culminează cu calendarul babelor, atât de drastic păzit mai ales de femei....

Concluzia primă vine firesc: "la români, sărbătorile impuse de biserică creștină au un substrat arhaic, înglobând și alte elemente (mitice, magice religioase, sociale) ce transpar din denumirea, dar și din practicarea lor" (pag. 5).

Urmează o trecere în revistă documentată, cu repere trainice în cultura populară românească, a sărbătorilor cuprinse între 1 septembrie (Anul Nou bisericesc) și 6 ianuarie (Boboteaza), cu opriri liniștite și frumos spuse din condei, pentru placul cititorilor, dar fără ca amănuntele să se îndepărteze vreun moment de la rigoarea argumentului etnografic. Sfântul Andrei și Sfântul Nicolae, Ajunul Crăciunului și colindatul, Sfântul Praznic al Crăciunului, Nașterea Domnului și toate poveștile sfinte ale Nașterii, pomul de Crăciun și petrecerile de sărbători, Boboteaza și Sfântul Ioan

Botezătorul, toate sunt secvențe ale unui timp care încheie un ciclu și reîncepe altul, mai primenit, de bun augur.

Ne simțim datori să mai revenim o dată asupra finalității acestei abordări etnologice a sărbătorilor românești, situate în calendarul tradițional la întreținerea calendarului creștinesc cu cel folcloric. În această finalitate este subsumată perfect stilul în care curge textul: simplu, direct, dar foarte apropiat de cititor, decis să răspundă gusturilor unei largi palete de lectori avizați și neavizați, toti la fel de interesați de semantica sărbătorilor de iarnă, dar fiecare dintre ei cu un alt orizont de cunoaștere. Tocmai de aceea, convingi de utilitatea unor astfel de demersuri culturale, aşteptăm, interesați, volumul al doilea, dedicat, probabil, sărbătorilor de primăvară.

Camelia BURGHELE

François de Singly, Alain Blanchet, Anne Gotman, Jean-Claude Kaufman, Ancheta și Metodele ei: Chestionarul, Interviu de producere a datelor, Interviu comprehensiv, ediție îngrijită de Elisabeta Stănciulescu, Editura Polirom, Iași, 1998, 321 p.



Ancheta și Metodele ei: Chestionarul, Interviu de producere a datelor, Interviu comprehensiv, reunesc trei lucrări de metodologie, realizate de profesori și cercetători francezi din domeniul sociologiei și al psihologiei.

Autorii discută în cadrul acestui volum, modalități de realizare a unei anchete sociologice, utilizând atât metode tehnice clasice (chestionarul, interviul de producere a datelor), cât și o metodă originală (interviu comprehensiv).

În prefată, Elisabeta Stănciulescu consideră că lucrarea "acoperă o nevoie de contact a specialistului în formare dar și a utilizatorului de anchete socio-umane cu cercetarea vie" (p.6).

Fiecare din cele trei părți cuprinde descrieri amănunțite, ale unor practici de anchetă, selectate de profesori cu o bogată și îndelungată experiență de cercetare. Contactul cu realitatea vie reprezintă în cadrul cercetării o condiție științifică a cunoașterii faptelor socio-umane. Tocmai de aceea, regulile prezentate de autori, nu trebuie înțelese ca elemente ale unui model perfect ce se impune și aplică întotdeauna în anumite condiții, ci ca experiențe vii, trăite de oameni în teren. "Având ca obiectiv producerea unei cunoașteri științifice, ancheta prin chestionar nu se situează la

un nivel exclusiv empiric. Ea angajează un punct de vedere teoretic, o viziune asupra lumii, potrivit căreia socialul este socialmente determinat (un fapt social este determinat de alte fapte sociale)" susține François de Singly, p. 29.

Singly se ocupă de metoda chestionarului, analizând pe capitol: "La ce servește producerea de cifre", "Modalități de elaborare a chestionarului: Rolul determinanților sociali", "Alcătuirea chestionarului: Regulile chestionării", "Exploatarea chestionarului". Autorul reușește să fixeze etapele unei anchete prin chestionar: "fabricarea, aplicarea codarea exploatarea – principiile operaționalizării unei problematici sociologice" p. 105.

Chestionarul urmărește să realizeze explicarea conduitelor (identificarea factorilor determinanți), în timp ce interviul reprezintă un instrument pentru înțelegerea comportamentului (identificarea motivațiilor a scopurilor). "Ca tehnică de anchetă, interviul a luat naștere din nevoia de a stabili un raport suficient de egalitar între anchetator și anchetat astfel încât acesta din urmă să nu se simtă constrâns să dea informații ca la un interogatoriu" p. 113.

Alain Blanchet și Anne Gotman, pe de altă parte, analizează detaliat metoda interviului arătând condițiile pe care acesta trebuie să le respecte pentru a fi validă, pregătirea anchetei și modul de realizare al acestuia, pornind chiar de la premisa că "trebuie înțeles că nu există o metodă unică de realizare a interviului ci mai multe", scopul principal fiind acela de a realiza o perfecționare a metodei.

La rândul său, Kaufman descrie interviul comprehensiv ca "fiind o metodă creativă fundamentată pe supletea instrumentelor" :293. Deși suplu, interviul comprehensiv reclamă multă muncă și rigoare. "Obiectivul principal al metodei este producerea de teorie în acord cu exigenta formulată de N. Elias: o articulare cât mai fină între date și ipoteze, cu atât mai creațoare cu cât este înrădăcinată în fapte" : 203). Demersul comprehensiv se bazează pe ideea că oamenii nu sunt doar agenți purtători de structuri, ci producători activi ai socialului, deci posesori ai unei cunoașteri care trebuie analizată din interior prin intermediul valorilor proprii indivizilor. Activitatea sociologică nu se mărginește la această etapă, cercetătorul continuând să interpreteze și explice pornind de la datele culese. Înțelegerea persoanei nu este decât un instrument, scopul sociologului fiind explicarea comprehensivă a socialului.

Autorii celor trei lucrări grupate în acest volum susțin necesitatea unui pluralism metodologic, subliniind ideea că nu există o metodă unică a științelor socio-umane, în fiecare anchetă în parte impunându-se folosirea unei combinații specifice de procedee.

Concepția în special pentru uzul studenților din domeniul științelor sociale, lucrarea se adresează și altor categorii: candidați la licență, doctorat și chiar cercetătorilor cu experiență.

Singly, Blanchet, Gotman și Kaufman analizează, argumentează și practică ipostaza sociologului cercetător stăpân pe o bogată cultură teoretică, capabil de inventivitate metodologică. Autorii mai susiți ne demonstrează că sociologia nu se poate dezvolta ca speculație pură, ci numai utilizând cercetarea empirică, dar în același timp ne atrag atenția că nici o anchetă de teren serioasă nu se poate dispensa de reconstrucția teoretică continuă a obiectului, ori de autoreflexivitatea epistemologică.

Ca o concluzie, putem afirma că volumul de față aduce o contribuție decisivă prin ideile oferite atât pentru metodologia cercetării cât și pentru reflexivitatea teoretică, fiind un necesar instrument de lucru pentru oricine se apropie de acest domeniu atât de fascinant care este sociologia aplicată.

Daniela IANCU

Lecturi
paralele

Contribuții la bibliografia folclorului românesc

Nicolae
CONSTANTINESCU

Așa cum arătam în prezentarea celui de-al doilea volum din *Bibliografia generală a etnografiei și folclorului românesc (1892-1904)*, realizată, cu decenii în urmă, de un colectiv condus de Adrian Fochi și publicată, în anul 2002, de Iordan Datcu la Editura Saeculum I. O. condusă de I. Oprisan, trei sunt condițiile sine-qua-non ale constituiri oricărei științe: definirea cât mai exactă a domeniului, a obiectului de studiu, utilizarea unor metode și tehnici de cercetare adecvate obiectului și elaborarea instrumentelor de lucru specifice. Folcloristica și etnografia românească au parcurs, în timp, etapele necesare emancipării lor ca discipline științifice autonome, contribuții notabile având, în acest sens, mari cărturari și specialiști de la B. P. Hasdeu și Ovid Densusianu la C. Brăiloiu, D. Caracostea, P. Caraman, I. Mușlea, Romulus Vuia, în epoca interbelică și, pe urmele lor, Ovidiu Bărlea, Valer Butură, Adrian Fochi, Mihai Pop, Ion Vladuțiu, Gheorghe Vrabie, Romulus Vulcănescu, dintre cei care nu se mai află printre noi, apoi Al. I. Amzulescu, Iordan Datcu, D. Pop, Ion Taloș și alții (scuze pentru inevitabilele omisiuni, dar cei care sunt în profesie îi cunosc bine pe "ctitori"), precum și reprezentanți ai generației imediat următoare, a "șaizeciștilor", și chiar mai tineri.

Sigur că necesitatea elaborării unor istorii ale disciplinei, unor dicționare de personalități și a unei bibliografii a scrierilor din domeniu s-a impus abia atunci când etnografia și folcloristica se vor fi înfiripat îndeajuns, nu doar ca număr de contribuții, dar și, mai ales, ca substanță, trecându-se de la culegerile întâmplătoare la marile colecții de literatură și muzică populară, de la comentariile mărunte la marile studii de orientare și de sinteză care le vor marca destinul (vezi Nicolae Constantinescu, *Recuperarea unui important instrument de lucru: "Bibliografia generală a etnografiei și folclorului românesc" vol. II (1892-1904), "Adevărul literar și artistic"*, anul XI, nr. 640, 29 oct. 2002.. 12).

Instrument de lucru pentru a cărui utilitate nu este, cred, nevoie de nici o pledoarie, bibliografia - una bine făcută - să mărturie mersului disciplinei în timp și reprezentă sprijinul cel mai prețios pe care autorii de studii particulare sau de sinteze cuprinzătoare îl pot primi în munca lor. Să observăm că primele "Note bibliografice", care se situează la începutul bibliografiei curente a folclorului românesc, au fost publicate de către S. Teodorescu-Kirileanu, în prima revistă specializată de folclor, de tradiții și artă populară, "Şezătoarea" (1892-1929), în 1902, adică în urmă cu 100 de ani. Timp în care *bibliografia generală* a ajuns la doar al doilea volum, oprindu-se la anul 1904, ceea ce înseamnă că bibliografi au de parcurs, de fișat, de ordonat fix un secol de cercetare etnografică și folclorică românească. Un secol în care cercetarea de profil a atins apogeul dezvoltării sale, trecându-se decisiv la profesionalizare, la învățământ de specialitate, la cercetare instituționalizată. Aproape jumătate din întinderea acestei sute de ani este cuprinsă în lucrarea *Creația populară românească. Lucrări editate de centrele județene ale creației populare*

(1954 - 2002). Bibliografie întocmită de Stelian Cârstea, apărută în colecția "Anotimpuri culturale" editată de Centrul Național pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale, 2003, 239 p.

Întocmitorul acestui admirabil instrument de lucru, dr. Stelian Cârstea, unul dintre studentii și doctoranzii favoriți ai Profesorului Mihai Pop, evocat cu căldură în "Argument", ca unul dintre sprijinitorii fervenți și îndrumătorii competenți ai activității centrelor creației populare din anii '60 - '70 ai secolului XX, pune în relație acțiunea de cercetare, culegere, editare a unor ample segmente ale culturii populare românești prin aceste instituții cu aceea întreprinsă, în cu totul alte coordonate istorico-sociale, de "monografiștii" din Școala D. Gusti: "Socotim că, după inegalabila epocă inaugurată de Școala Sociologică de la București, perioada la care se raportează investigația noastră constituie o a doua etapă semnificativă privind creșterea interesului pentru definirea identității locale în domeniul cercetării etnografice și folclorice românești, interes manifestat cu prioritate în cercetarea monografică de teren" (p. 11).

Într-adevăr, acum, când avem în față această largă panoramă a investigațiilor etnografice și folclorice desfășurate, începând cu anul 1954, de Casa Centrală a Creației Populare și de filialele ei județene, continuante, din 1990 de Centrul Național de Conservare și Valorificare a Tradiției și Creației Populare (condus, până la prematura sa trecere în lumea umbrelor, de Victor Parhon), devenit, în 2003, Centrul Național pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale (director Oana Petrică), sub a cărui egidă apare bibliografia pe care o comentăm, putem constata că activitatea "ne-profesioniștilor" ("înțelegem prin acest termen - scrie Stelian Cârstea - nu lipsa de profesionalism a celor implicați, cât faptul că profesia de bază a acestora era, sau este, alta decât cercetarea etnofolclorică", p. 8) s-a desfășurat, încă de la început, sub îndrumarea sau în colaborare cu profesioniștii cei mai prestișoși din instituțile de cercetare și din universități. S-ar putea spune că, deși instituțional cercetarea etno-folclorică s-a derulat și se derulează încă pe "feli", în secțiuni adesea paralele (institute academice, universități, centre de conservare, muzeu), prin prezente individuale se realizează, dacă nu o coordonare a activităților, măcar o conlucrare a forțelor implicate în amplu proces de cunoaștere, păstrare și înțelegere a culturii populare românești.

Bibliografia întocmită de Stelian Cârstea cuprinde nu mai puțin de 634 de titluri, ceea ce înseamnă o "recoltă" destul de bogată (în medie 12 apariții pe an), la strângerea căreia au trudit sute de folcloristi, etnografi, etnomuzicologi, etnocoreologi, mulți dintre ei reținuți, și astfel investiți cu calitatea de etnolog, tocmai datorită lucrărilor publicate prin casa centrală și casele județene ale creației populare, în cele trei volume din *Dicționarul etnologilor români* de Iordan Datcu. Judecata acestuia, în legătură cu o parte din cărțile inventariate de Stelian Cârstea, este destul de aspră. Citim, astfel, în secțiunea "Instituții" a *Dicționarului...*, vol. III, 2001, p. 230, sub "Casa Centrală a Creației Populare": "A tipărit un număr considerabil de cărți de folclor nou, improvizări pedestre ale unor activiști culturali despe viața nouă, bucuria, bogăția și tinerețea țării, despre traiul luminos adus de comunism pe meleagurile

României". După ce dă o listă cu câteva zeci de titluri de astfel de lucrări, care susțin, în parte, aprecierile de mai sus (*Bogată și tanără*, București, 1961; *Bucurie, mandră floare*, Suceava, 1962; *Spune, Argeș, spune tu/Cum a fost și cum i-aci*, Pitești, 1962; *Bucuria de viață nouă*, Brașov, 1963; *Viață nouă, cântec nou*, Oradea, 1964 etc. etc.) autorul notează: "Cîtitorul contemporan, interesat cumva de aceste falsuri, nu trebuie să apeleze la

volumul ca acestea citate de noi, ci își poate face o impresie asupra amintitei producții prin studiul doamnei Nicoleta Coatu, un excelent studiu de altfel, *Lirica populară românească cu tematică actuală - clasificarea tematică a variantelor motivice* (1984), structurat pe bibliografia volumelor tipărite sub egida CCCP". Nu începe nici o îndoială că multe dintre culegerile de "poezii populare cu tematică actuală" erau "confectionate" ad-hoc, de "condeieri" plătiți pentru aceasta, care răspundeau, "din străfundul inimii" comenzi ideologice a timpului, elaborând, în acest fel, cu bună știință sau purtați, pur și simplu de valurile vremii, un segment important al culturii oficiale, al literaturii de partid, proiectată la secția de propagandă a CC al PCR. Aceasta cu atât mai mult cu cât Casa Centrală și Casele Județene ale Creației Populare s-au aflat sub controlul direct al Consiliului Culturii și Educației Socialiste, vectorul esențial al ideologiei și propagandei de partid. Dar nu trebuie ignorată sau minimalizată nici latura pozitivă a fenomenului, subliniată cu *fair-play* de comentator: "Sigur este că au apărut sub egida CCCP și multe cărți de bună înțuită științifică, așa cum sunt cele semnate de Aurelian Popescu, V. Cărăbiș, Dumitru Pop, Mihai Pop, Gh. Pavelescu, Zamfir Dejeu, Iosif Herțea, István Almásy, Eugenia Cernea, Sigismund Seifert, Gh. Popescu-Județ, Constantin Costea, Emeric Dombi, Tancred Bănățeanu, Nicolae Dunăre, Radu Octavian Maier, Paul Petrescu, Georgeta Stoica, Dumitru Jompan și alții" (ar fi sugestiv de comparat cu lista lui Stelian Cârstea de la p. 9!).

Oricum, bibliografia lucrărilor editate de centrele județene ale creației populare (dar și de Casa Centrală, respectiv Centrul Național), atestă preocuparea constantă a unui mare număr de intelectuali pentru cultura populară românească, tradițională și nouă, iar culegerile și monografiile locale trebuie luate ca *documente etnologice* de cea mai mare importanță pentru o întinsă perioadă din istoria contemporană a României. Din acest punct de vedere, culegerile și studiile de folclor publicate de instituțiile menționate s-ar înscrive mai degrabă în seria cercetărilor întreprinse, începând cu o două jumătate a secolului al XIX-lea de "învățătorii folcloristi", cadre didactice, preoți, funcționari din mediul rural care s-au nevoit să scoată la lumină "comoara satelor" lor, "floricelele", "trandafirii și viorele" de pe meleagurile natale. E drept că pe contul lor și fără vreo intruziune de la "centru"!

Anotimpuri
culturale

3



Stelian
Cârstea

Creația
populară
românească

Bibliografie 1954 - 2002

Cele trei "argumente" prin care Stelian Cârstea își susține utila și valoroasa sa lucrare sunt întrutotul valide: calitatea științifică a multora dintre cercetările realizate, contribuția lor la cunoașterea mai completă a domeniul larg al culturii populare, recunoașterea, astfel, a meritelor incontestabile ale unor harnici, devotați și învățători cercetători care au publicat roadele muncii lor în regia instituțiilor menționate.

Prezentarea analitică exactă a celor 634 de volume, grupate în patru mari secțiuni: I. Generalități; II. Etnografie; III. Artă populară; IV. Folclor, este însoțită de toate auxiliarele necesare (indici de nume, de locuri, de materii, întocmite cu extrema archie și profesionalism), ceea ce face din *Bibliografia* întocmită de Stelian Cârstea un instrument de lucru indispensabil cercetătorilor fenomenului culturii populare românești de astăzi și se constituie într-un imbold pentru ducerea la bun sfârșit a marilor proiecte ale folcloristicii românești (corpus, atlas, tipologii, bibliografie), toate începute cu peste patruzeci de ani în urmă, toate cu notabile realizări partiiale, dar, vail, nici măcar unul singur dus integral până la capăt. Este și cazul *bibliografiei* din care, în afara celor două massive volume datorate lui Adrian Fochi și coechipierilor săi (I, 1968; II, 2002), alte secvențe, realizări partiiale, sunt deja elaborate, unele și publicate (vezi, de ex., contribuțile în acest sens ale lui Ion Mușlea, Ion Taloș, Adrian Fochi publicate în "Revista de Folclor" în anii 1956 - 1963, ca și *Bibliografia "Revistei de Etnografie și Folclor"* (1956 - 1980) și 1981-1993, apărută în "R.E.F. Tomul 25, nr. 2, 1980, respectiv Tomul 39, nr. 3-4, 1994).

Lucrarea realizată de Stelian Cârstean, chiar dacă acoperă doar un segment al cercetării culturii noastre populare, desfășurată într-un anumit cadru instituțional, reprezintă o contribuție remarcabilă la împlinirea unui proiect major al folcloristicii românești. Căci, dacă autorul nostru, lucrând solitar, ca și contemporanul său, Iordan Datcu, a reușit, cu tenacitate și dăruire, să ducă la capăt un proiect cuprinzător ca acesta, de ce nu ar fi în stare instituțile de profil, cu zeci de oameni plătiți de-a lungul a zeci de ani pentru aceasta, să se apropie cel puțin de capătul unui drum început și jalonat de mari înaintași precum B. P. Hasdeu, Ovid Densusianu, D. Caracostea, C. Brăiloiu, Mihai Pop, Adrian Fochi, Ovidiu Bărlea, Gheorghe Vrabie, Romulus Vulcănescu, întemeietorii și ziditori de trainice monumente ale culturii naționale.



Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj, organizează în perioada 5-8 mai 2004, la Craiova, Colocviul Internațional Moartea și Orientul - "La mort et l'Orient"

Dacă în Europa Occidentală moartea a constituit subiectul unor interesante dezbatere și lucrări științifice, unele de o deosebită calitate, în ciuda unui interes constant manifestat și de specialiști din Răsărit, suntem departe de a vorbi de o consistență calitativă similară și pentru această regiune. Varietatea surselor și persistența unor practici funerare care sunt departe de a-și fi erodat semnificațiile ar putea îndreptăti crearea unui câmp de cercetare cel puțin la fel de interesant. Numai valorificarea comparativă a rezultatelor obținute este în măsură să ofere o imagine de ansamblu a dialogului în care societățile europene s-au angajat cu moartea, trăsăturile specifice și notele comune ale acestui proces.

Intenția noastră este ca participanții la colocviu (etnologi, antropologi, istorici, filologi, teologi) să valorifice în comunicările lor rezultatele propriilor cercetări cu accent pe:

1. sursele utilizate și reprezentativitatea lor în tratarea temei;
2. metodologia (metodologiile) folosită(e) și eficiența ei (lor);
3. posibilitatea ca rezultatele să fie utile și colegilor, aparținând altor discipline umaniste.

Vor fi încurajate în mod deosebit dezbatările între specialiști de formății diverse, texte care vor constitui baza lor urmând să fie publicate ulterior într-un volum special. Textele construite dintr-o perspectivă interdisciplinară și comparată vor fi în mod special binevenite.

Limbile oficiale ale colocviului vor fi franceza și engleza.

Programul conferinței

Miercuri, 5 mai 2004 - Sosirea participantilor

Joi, 6 mai 2004

Ora 10,00 - Deschiderea oficială, Palatul Administrativ Craiova
Ora 10,30- Pauză
Ora 11,00- Comunicări:

Michel VOVELLE (Université de Paris I), *Les représentations devant la mort: sources et problèmes, état de recherches-ouvertures sur une comparaison Orient-Occident*

Nicolae CONSTANTINESCU (The University of Bucharest), *Death and Resurrection (re-birth) – symbolic representations of the ritual*

Cristina BOGDAN (Faculté de Lettres, Université de Bucarest), *La Mort et sa place dans l'iconographie des églises roumaines (XVIIIe-XIXe siècles)*

Lucia OFRIM (The Faculty of Letters of the University of Bucharest), *Managing Grief and Loss in Romanian Popular Traditions*

Bojan JIKIC (University of Belgrade, Department of Ethnology), *Representations of Human Body and Personality in Traditional Serbian Funerary Rites*

Biljana SIKIMIC and AnneMarie Sorescu (the Institute for Balkan Studies of Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade), *The Concept of Loneliness and Death among Vlachs in Northeastern Serbia*

Francesco MASSIP (Université de Barcelone), *Traces d'Orient dans les danses macabres d'art occidental: le cas catalan*

Assia POPOVA (Centre Nationale de la Recherche Scientifique, Paris), *L'invention de la kollyva (mythes et croyances bulgares)*

Ora 13,30 - Vernisaj - Expoziție de fotografie - Galeria "Cromatic" - Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Dolj

Ora 14,30- Dejunchi
Ora 16,00- Comunicări

Laurentiu VLAD (Faculté de Sciences Politiques, Université de Bucarest), *La peine de la mort en Valachie à la fin du XVIIIe siècle et au début du XIXe siècle*.

Petko HRISTOV (Ethnographic Institute with Museum - BAS, Sofia), *Neither Alive, Nor Dead – The Status of the 'Marginal' Man in the South Slavic Tradition*

Sanda LARIONESCU (Le Musée Nationale du Village « Dimitrie Gusti », Bucarest)

Maggie JACKSON (the University of Teesside - England), *Looking around us to talk about death (using the environmental, social and cultural resources to teach about loss and death to social work students)*

Cristiana TEODORESCU (Faculté de Lettres de l'Université de Craiova), *Stupeur et tremblement : la « mort » symbolique au Japon*.

Ora 18,00- Pauză
Ora 18,15- Comunicări

Florenta POPESCU (Faculté de Lettres, Université "Spiru Haret", Bucarest), *Les annonces funéraires – entre l'espace privé et l'espace public*

Marius ROTAR (The Center for Studies in History and Politics « Iuliu Maniu » of the University '1st December 1918', Alba-Iulia), *In Search of Significance. Death and its Explanations in Transylvania in the Latter Part of the 19th Century*

Mihai FIFOR (The Center for Studies in Folklife and Traditional Culture Craiova)

Laura JIGA (The Academy of Romania – The Institute of Folklore and Ethnography "C. Brăiloiu", Bucharest), *Monks identity after Death*

Dimitrina KAUFMAN (The Institute of Folklore, The Academy of Bulgaria), *Funeral Lamentation in Bulgaria*

Ora 20,00- Cina
Ora 21,00-Gală de film

Vineri 7 mai 2004

Ora 9,00- Comunicări

Sabina ISPAS (The Academy of Romania – The Institute of Folklore and Ethnography "C. Brăiloiu", Bucharest), *The Dying of Death and the Resurrection of Life*

Ligia LIVADĂ-CADESCHI (Faculté de Sciences Politiques, Université de Bucarest), *Le rôle sotériologique et social de l'aumône dans le monde roumain entre l'Ancien Régime et la modernité*

Clara SARAIVA (Faculdade de Ciencias Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa), *Conceptions of death and funerary rituals in contemporary Portugal*

Narcisa ȘTIUCĂ (The Faculty of Letters of the University of Bucharest), *North versus South: the Romanian Attitude Before Death*

Ora 10,20- Pauză
Ora 10,50- Comunicări

Laura MESINA, *La politologie et la politographie de la mort dans la littérature princière roumaine médiévale*

Cristina GAFU (The Academy of Romania - The Institute of Ethnography and Folklore « C. Brailoiu », Bucharest), *The Symbol of Light in the Romanian Funeral System*

Ileana STĂNCULESCU (L'Institut d'Histoire et de Théorie Littéraire 'G.Calinescu' de l'Académie Roumaine, Bucarest), *Mort et résurrection dans l'iconographie et les écrits de Moldavie du XVIe siècle*

Mirjam MENCEJ (Department of Ethnology and Cultural Anthropology, Faculty of Arts, Ljubljana), *Water and Death in Slavic folk beliefs and customs*

Ljupko Risteski (Department of Ethnology, the Faculty of Natural Sciences and Mathematics, the University « Sts. Cyril and Methodius », Skopje), *The Death and the Laughter*

Ora 13,00- Turul orașului
Ora 16,30- Comunicări

Marianne MESNIL (Université Libre, Bruxelles), *Le corps, l'amour, la mort. Petit voyage ethnologique de l'Occident vers l'Orient de l'Europe*

Nicolae PANEA (Faculté de Lettres, Université de Craiova), *Titre réservé*

Alexandru OFRIM (Faculté de Lettres, Université de Bucarest), *Thèmes divinatoires concernant la mort dans les croyances populaires roumaines*

Lucian NASTASĂ-KOVACS (Institut d'Histoire, Cluj-Napoca), *Les rituels funéraires dans le milieu intellectuel roumain (1864-1964)*

Otilia HEDEŞAN (The Faculty of Letters of the West University of Timișoara), *Goodbye from Vanessa. The Romanian verº at the beginning of IIIrd millennium*

Ora 18,00- Pauză
Ora 18,30- Comunicări

Cătălina VELCULESCU (L'Institut d'Histoire et de Théorie Littéraire 'G.Calinescu' de l'Académie Roumaine, Bucarest), *Ars bene moriendi dans un manuscrit du Xe siècle, traduit en roumain*

Rodica ZANE (Faculté de Lettres de l'Université de Bucarest), *Monuments funéraires et la mémoire des défunt dans les cimetières de Bucarest*

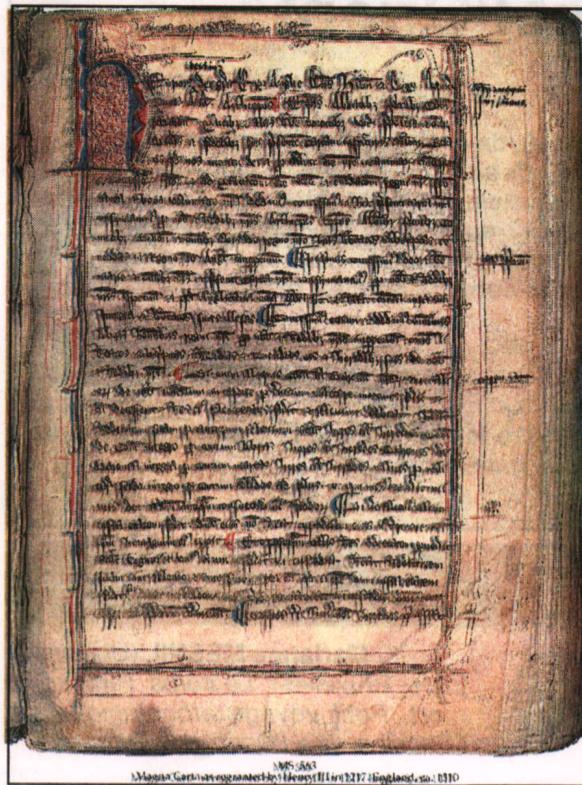
Chiara GARATTINI (the National University of Ireland in Maynooth), *Memorializing Infantile death in Irish Cultural History. How traditional are modern dilemmas ?*

Peter Mario KREUTER (Universitäts- und Landesbibliothek Bonn 'Virtuelle Fachbibliothek Romanistik', Bonn), *Les médecins et les morts étranges ou comment le vampire parvint à sucer du sang*

Nicolae MIHAI (Faculté d'Histoire et de Philosophie /Centre d'Etudes sur la Culture Traditionnelle, Craiova), *Société, mémoire et mort chez les Roumains (XVIIIe-XIXe siècles): l'usage du testament en Olténie*

Sâmbătă, 8 mai 2004
Ora 10,00- Concluzii
Ora 11,00- Închiderea conferinței

Tipărituri și cultură "populară" (secolele al XVIII-lea și al XIX-lea)



(continuare din pagina 5)

Definirea folclorului în relație obligatorie cu satul și cu trecutul excludea din sfera preocupărilor programatice a restituitorilor și revalorizătorilor folclorice, expresiile orale ale culturii create și colportate în mediile orașenești contemporane epocii. Prezența în calendare a ceea ce ulterior, la maturizarea disciplinelor, se va numi folclor contemporan, folclor urban, dar care la vremea respectivă nu era considerat folclor este sporadică și se datorează, din nou, cerințelor pieței și ale modei. Neinvestite cu valori ideologice, variantele folclorului urban se bucurau de mai multă libertate din partea editorilor și erau redate în forme mai apropiate de cele originale. Așa este cazul unui "Calendar pe anul de la Hristos 1854. Care cuprinde în sine prognosticele babelor și prevestirile lui Cazania și Arătarea serbărilor de peste an, citirea Evangeliilor și răsărirea și apunerea soarelui. și Căteva povești sau anecdotă desfășătoare, cum și căteva cântece ce se cântă acum (s.n.L.J.)", tipărit la București de către Anton Pann.

3. Cel de-al treilea factor căruia i se datorează prezența elementelor de cultură tradițională rurală în cuprinsul calendarelor îl reprezintă inițierea activităților de culegere și antologizare a folclorului și descrierilor etnografice. Exemplul cel mai ilustru este "Călindariu julianu, gregorian și poporul român". Aceasta din urmă cuprinde în sine toate serbările, datinile și credințele strămoșești cu comentarii pe anul 1882", de Simeon Mangiuca, calendar continuat în 1883. Până la un punct, avem de-a face cu un text similar unui calendar popular care conține genealogiile monarhilor europene, datele sărbătorilor mobile, date astronomice și astrologice, tabelele calendaristice cu sfaturi practice și comentarii marginale ale autorului, dar, mai departe și având ponderea cea mai mare, urmează o antologie a obiceiurilor țărănești sistematizate după criteriul temporal anual și comentarea lor din perspectivă mitologizantă.

Este vorba despre o lucrare cu pretenții științifice, scrisă "pentru istoria culturii și pentru originile noastre românești"¹¹, adresată în primul rând celor preoccupați de aceste probleme și de la care a primit 6 recenziile pozitive. Cartea a circulat, însă, și printre oamenii simpli, mai puțin interesați de comentariile autorului, dar receptiv la partea despre obiceiuri și practici magice, putem deduce din protestul unor demnitari ai bisericii față de "acest călindar care va lăti și propaga superstițunea (credința deșartă) în popor"¹². Conform distincției terminologice "poporan" (creat de popor) și "popular" (cu largă circulație), propuse, la noi, de către B.P. Hasdeu, calendarul lui Mangiuca este "poporan" doar în sensul provenienței obiceiurilor și practicilor descrise, nu și în ceea ce privește sistematizarea lor calendaristică, care aparține, de fapt, autorului.

Circulația calendarelor în toate provinciile românești, printre români și, eventual, celealte grupuri etnice, a avut ca o primă consecință îmbogățirea repertoriilor folclorice zonale cu elemente provenite din alte zone, cu elemente de factură livrescă și cu împrumuturi culturale. O a doua consecință, mai profundă, constă în modificarea sistemului tradițional de transmitere folclorică, canalelor orale de

Note

1 Răduică, Georgeta, Răduică Nicolin 1981. *Calendare și almanahuri românești. 1731-1918. Dicționar Bibliografic*, cuvânt introductiv de M. Zaci, București, Editura Științifică și Enciclopedică: 20.

2 De exemplu, "pocosturile sau verniscele cele ce nu vor zugravi să arate ueniciilor săi. Cum să face apa cea tare, așcă seiu vasuru, cum sa face ceară albă, roșie sau verde", în Mircea Tomescu, *op.cit.*: 30.

3 Răduică, Georgeta, Răduică, Nicolin 1981. *Calendare și Almanahuri românești. 1731-1918. Dicționar bibliografic*, București, Editura Științifică și Enciclopedică.

4 Pann, Anton. *Calendar în care să cupind toate trebuințioasele materii după caracterul și faptele muerilor cele reale, prin Vanoftie Setosul, matematicul stelelor, sticlelor și urcioarelor*.

5 Folosim această sintagmă în accepțiunea pe care i-o acordă Roger Chartier în *Les usages de l'imprimé (XVe – XIXe siècle)*, sous la direction de..., Fayard, 1987: 5-24.

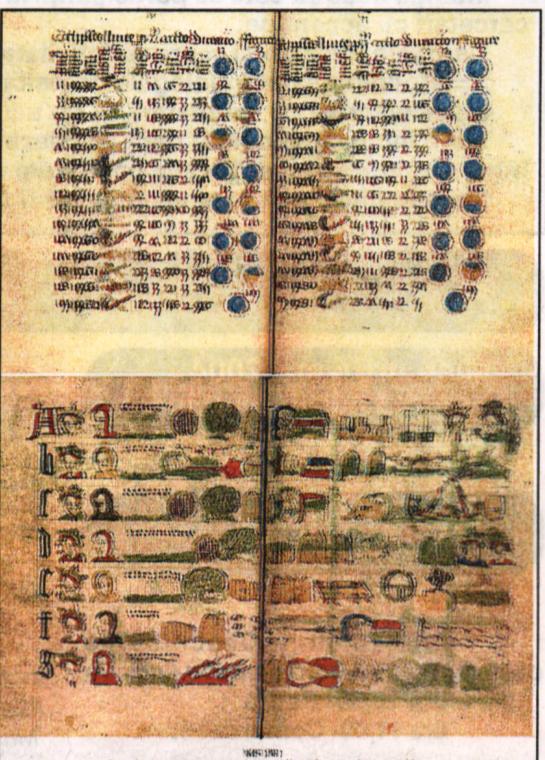
6 Aflăm din « Predoslovia » scrisă de Mihail Stribițchi în 1875. Ulterior, sintagma titlu « *Almanah/Calendar de învățătură și petrecere* » va fi foarte frecvent folosită.

7 Din secolul al XVIII-lea tipărirea cărților devine mijloc de subzistență, iar printre tipografi se numără persoane de proveniență rurală.

8 Citirea publică a calendarelor în sezoare (conform Tomescu, *op.cit.*: 1)

« Acestu calendaru este celu mai minciinosu din toate calendarale care au fostu și care va fi și care suntu. Si acela carele l-au facut, este că s-au arătat talentu sau de a spunea minciuni mari și neauzite » (apud. Tomescu *op.cit.*: 89), dar ea rămâne izolată, deocamdată, și neintegrată unui studiu.

10 În ceea ce privește secolul al XIX-lea, Alexandru Duțu sugera următoarea



specializare între sat și oraș, a literaturii cu destinația populară: calendarale s-ar fi distribuit, în special, dar nu numai, în mediile urbane și semiurbane, cărțile populare rămânând destinate mediilor rurale. A. Duțu, *La circulation de l'imprimé dans le Sud/Est européen entre le XVIIIe et le XIXe siècle*, în volumul Roger Chartier et Hans-Jürgen Lüsebrink (sous la dir.), "Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVIIe-XIXe siècles", IMEC, Paris, 1996: 165-172.

11 În Calendarul pe 1882: 35.
12 Ibidem.: 36.

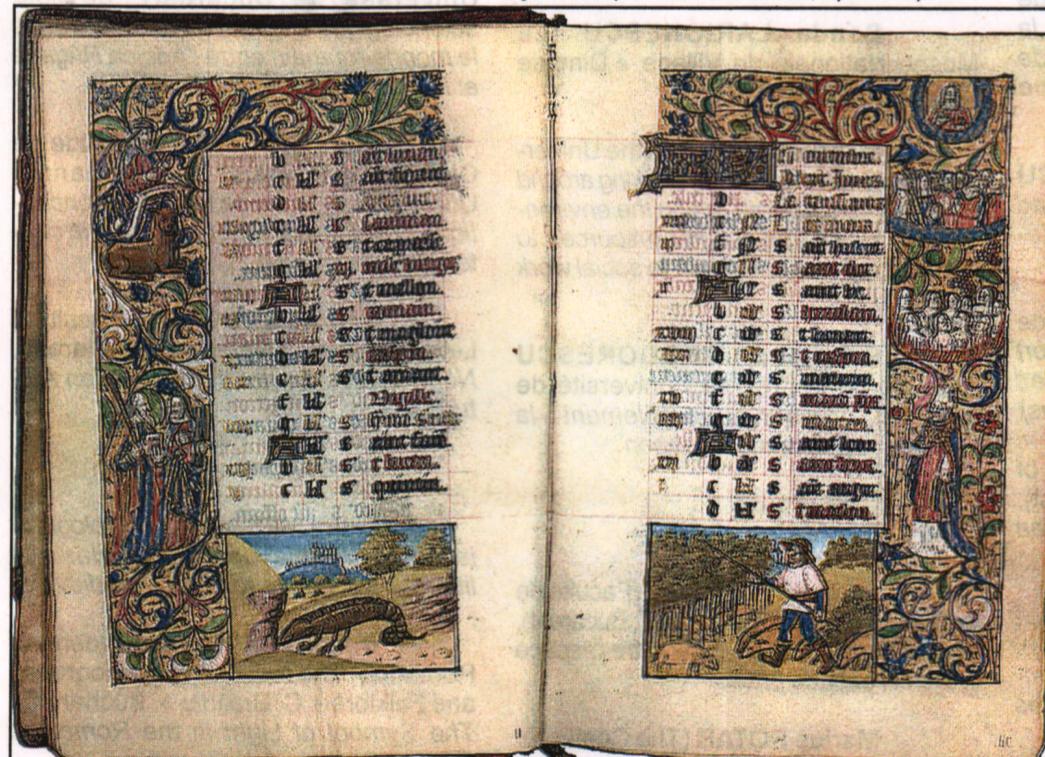
BIBLIOGRAFIE

Răduică, Georgeta, Răduică Nicolin 1981. *Calendare și almanahuri românești. 1731-1918. Dicționar Bibliografic*, cuvânt introductiv de M. Zaci, București, Editura Științifică și Enciclopedică. Tomescu, Mircea 1957. *Calendarele Românești. 1733-1830. Studiu și bibliografie*, București, Editura de Stat și Pedagogică.

Pann, Anton. *Calendar în care să cupind toate trebuințioasele materii după caracterul și faptele muerilor cele reale, prin Vanoftie Setosul, matematicul stelelor, sticlelor și urcioarelor*.

Chartier, Roger 1987. *Les usages de l'imprimé (XVe – XIXe siècle)*, sous la direction de..., Fayard.

Duțu, Alexandru 1996. *La circulation de l'imprimé dans le Sud/Est européen entre le XVIIIe et le XIXe siècle*, în volumul Roger Chartier et Hans-Jürgen Lüsebrink (sous la dir.), "Colportage et lecture populaire. Imprimés de large circulation en Europe XVIIe-XIXe siècles", IMEC, Paris.



MS 013
Calendar, illuminated in the style of Jean Colombe and Maître François. Tours, ca. 1480

Imaginiile provin din colecția Schøyen - www.nb.no/baser/schøyen/5/547/index.htm

transmitere adăugându-li-se cele scrise, prin care unei creații imateriale îi este conferit suportul material asupra căruia mecanismele specifice oralității nu mai acționează. Nu se mai poate vorbi despre un flux continuu de creare și colportare a variantelor, ci despre fixarea unei singure versiuni, la rândul ei construită prin combinarea convențiilor oralității cu cele ale scrierii.

este o informație importantă, dar singulară (putem bănuia perpetuarea acestei maniere de lectură atestă în cazul cărților populare) și nedezvoltată. Nu știm ce se selectă din cuprinsul calendarului, sfaturile practice, previziunile astrologice sau « poveștile »? Nu știm cine performă lectura (spre exemplu, care era rolul copiilor trimiși iarna la școlile sătești etc).

9 Avem o însemnare marginală pe un calendar « de șapte planete » din 1859 –