

PENTRU O ETNOLOGIE A URBANULUI

Nicolae PANEA

I. Reformă și reformare

Orice reformă vizează o restructurare socială și pleacă de la ideea că o societate poate fi definită nu doar printr-o configurație statică ci și prin schimbarea, funcționalitatea și stările de conflict care-i sunt inerente. O societate trăiește prin schimburile generate de gradul său de deschidere, paralel cu lupta pentru menținerea identității sale, cu alte cuvinte, organizarea și dezorganizarea merg împreună într-o dinamică socială.

Din această perspectivă, o colectivitate locală se structurează permanent în raport de procese endogene și exogene, implicând o pluralitate de unități de acțiune ce definesc și societatea globală, precum:

-mișcări sociale

-clase de vârstă

-o matrice funcțională formată din întreprinderi, asociații, grupuri profesionale, gospodării.

Fiecare comună, în funcție de poziția pe care o ocupă în raportul centru /periferie, exprimă și reflectă structura societății care o înglobează. Face acest lucru conform unor modalități culturale care îi sunt specifice, dând naștere unei stări conflictuale mai mult sau mai puțin violentă.

Ceea ce vrea să impună un astfel de model descriptiv este importanța funcțiilor de mediere dintre centru și periferie. Aceste medieri se desfășoară pe toate palierele sociale: politic, economic, cultural, religios și propagă schimbarea, reformarea unor configurații sociale neoperante. Schimbarea este modelată de trei factori:

a) identitatea culturală /felul în care tradiția este citită și interpretată de subiecții culturali/

b) raportul dintre puterea locală și gestionarea resurselor și, mai ales, configurarea acestor raporturi față de interesele regionale și naționale.

c) gestionarea propriu-zisă / planificarea, luarea deciziilor, rețelele de comunicare etc. /

Simpla comparare a diverselor rețele de comunicare conchide dureros și aproape morometian că timpul nu mai are răbdare față de noi, căci rețea de comunicare este și sistemul național de șosele, dar și cel de telefonie cât și televiziunea prin cablu sau internetul. Ori, în fața unui monitor, navigând pe Internet, conștientizezi atât marea singurătate mondială, ascunsă în spatele dorinței imense de comunicare, dar, mai ales, dureroasa senzație în fața accelerării istoriei.

II. Colectivitatea în fața schimbării. a reformării

a) Memoria colectivă permite grupului o conștientizare prin rememorarea istoriei proprii dar, în felul acesta, generează și o izolare față de celelalte grupuri, căci memoria colectivă a unei localități contribuie la elaborarea unei identități locale, plecând de la o dezvoltare endogenă.

Cum poate fi abordată această endogenie plecând de la individ, de la actorul social?

Aceștia nu sunt definiți doar prin poziția lor în structura/rarea socială sau doar prin prisma interpretării memoriei colective ci și printr-un ansamblu de interese care orientează constant devenirea comunității. Cu alte cuvinte, în dialectica centru/periferie, colectivitățile locale sunt receptacule ale dezvoltării exogene, dar și sisteme ce suscită evoluții specifice.

Drept exemplu, știm bine, fără să ne amăgim cu iluzii protocroniste, că avem azi un alt sat decât cel pe care ni l-au descris gustienii, că avem un alt sat decât cel pe care l-am descris noi la începutul muncii noastre de teren, un sat

preocupat, mai curând, de obținerea creditelor agricole decât de doină și baladă. Schimbarea lui este produsă, constant și din ce în ce mai accelerat, de cel puțin doi factori importanți:

1) el este confruntat cu o triplă stare de exces; excesul evenimential, excesul de imagini, excesul de individualism, care produce un alt tip de educație și care impune o nouă imagine culturală.

2) refluxul demografic este plasma care propagă această stare și susține noul tip de educație. Fenomenul social al șomajului de masă și dislocarea demografică (vezi Valea Jiului) accelerează dinamica medierii centru/periferie.

Într-o astfel de situație este nevoie, evident, de o reformulare a obiectivelor etnologului.

III. Pentru o etnologie a urbanului sau rețândirea referențialului etnologic. Reformă și reformulare.

Prezența acestui „pentru” în subtitlu nu traduce imperativul ci necesitatea desenării unui nou câmp de interese, probleme, episteme reflectând o nouă imagine a omului și a societății românești.

În mod concret, credem că necesitatea amintită poate fi definită pe două paliere:

– unul de reflectare / surprinderea polarizării accentuate a societății românești, dezvoltarea urbanului cu tot ce implică el, diferența de viteze în dezvoltarea urbanului și a ruralului, și descrierea acestor transformări.

– altul conceptual / încorporarea în discurs a unei schimbări de paradigme, implicit, de orizont.

Conceptualmente, etnologul român este obișnuit să-și definească demersul prin restituirea globalității micilor universuri, imaginate ca lumi mai mult sau mai puțin închise, clasificând, interpretând ansamblul de trăsături culturale specifice acestor lumi. Este o etnologie de tip patrimonial ce și-a dezvoltat nucleul paradigmatic îmbinând tradiția intelectuală autohtonă, metodele antropologiei sociale engleze și ale etnografiei franceze.

Dar mă întreb, plecând de la o realitate metodologică, anchetele de teren, dacă, în ultimul timp, și nu mă refer restrictiv la demersurile științifice ale generației mele, dacă nu cumva etnologul nu mai analizează culturi ci doar logici inerente unor situații concrete.

În astfel de condiții, nu este mai corect să ne gândim 1) că etnologul are drept scop să pună în evidență logici sociale implicite conform cărora o populație se comportă într-o situație dată, 2) că societatea nu este compusă dintr-o succesiune de spații izolate și 3) că, implicit, actorul social trece dintr-un spațiu social într-altul?

Dacă da, această etnologie patrimonială cu care ne-am obișnuit poate fi extinsă și în mediul urban, chiar cu aceleași metode și finalități, etnologia urbană însemnând, într-o primă măsură, o extensie de câmp.

Nu trebuie confundate, însă, locul cu obiectul cercetării. În acest sens, Michele de la Pradelle sublinia existența a trei orientări¹:

- etnologia orașului, a societății urbane,
- etnologia unui oraș, a unei colectivități urbane,
- etnologia într-un oraș.

Dacă prima orientare trebuie partajată cu sociologia, celelalte două pot fi practicate de etnolog, încercând să se observe trecerea de la cultura tradițională la cea cosmopolită, degradarea, reinventarea tradițiilor etc., urmărind să se pună în evidență unicitatea unui oraș.

De ce o astfel de pledoarie?

Pentru că asistăm de un deceniu la o accelerare a vieții sociale românești care deja conturează două fenomene considerabile ce angajează transformări ireversibile în lumea ruralului:

- accentuarea polarizării rural/urban, sau, mai bine zis, diferența de viteze a dezvoltării urbanului față de rural și
- migrarea inversă/revenirea în sat a valorilor demografice orientate de necesitățile social-politice timp de decenii spre oraș și care au suportat diverse grade de urbanizare.

Toate aceste realități nu trebuie văzute ca posibili “virusi sociali” sau germeni ai distrugerii lumii satului românesc ci ca obligativitatea descoperirii logicii imanente a acestor situații complexe pentru a putea studia producerea identităților colective, căci, în cazul satului, trebuie văzut cum reacționează el la un alt tip de cultură, iat în cazul orașului, cum își construiește acesta unicitatea și, dacă nu cumva, asistăm la începutul unui proces de omogenizare a societății românești.

Ori, atunci, etnologul se vede în situația nu doar de a cerceta diferențele constitutive ale identității culturale ci și de a o face foarte urgent.

Această urgență este corelativă, după noi, cu re-analizarea conceptului de spațiu în etnologie.

Să încercăm să trecem peste hățșul micilor amănunte, al definițiilor rigurose metodologice, peste capcanele pervers întinse de tradiția noastră științifică și să ne întrebăm care este esența filosofică a acestei științe, care este etnologia. Ori, această știință nu studiază altceva decât raportul dintre a face lumea și a înțelege lumea, deci situarea în spațiu și sensurile pe care ni le conferim unul altuia. Reducând, putem spune, citându-l pe Marc Auge: „etnologia s-a preocupat întotdeauna de două spații, locul pe care îl studiază/un sat, o întreprindere/ și un altul mai vast în care acest prim loc se înscrie și de unde îi parvin/se exercită asupra lui/ influențe și constrângeri care nu sunt fără efect asupra jocului intern al relațiilor locale. Etnologul este astfel condamnat la un strabism metodologic: el nu trebuie să piardă din vedere nici locul imediat al observației sale, nici frontierele pertinente ale extensiilor, ale exteriorului observației sale.”²

A reduce, azi, într-un astfel de context, totul la un singur spațiu, cel al satului așa-zis tradițional, ni se pare o greșală imensă cu consecințe grave asupra imaginii reale a societății pe care dorim să o conturăm prin studiile noastre. A unei societăți definibilă ca o succesiune de spații pe care noi le putem ordona taxinomic după voia noastră.

Ceea ce este, însă, obligatoriu de relevat este o anumită relativizare a metodei de cercetare care scoate în evidență importanța obiectului. Regândirea obiectului cercetării din perspectiva spațiului etnologic reflectă o evidentă interpenetrare a spațiilor. Haloul unor non-spații/scara de bloc/ poate fi regăsit într-un spațiu tradițional/vezi aceeași migrație din Valea Jiului/ ca un implant cu tot ce implică acesta din punct de vedere mentalitar. Acest circuit demografic, interesele și jocurile actorilor sociali, felul în care își folosesc **marja lor de libertate** /Michel Crozier/ vor duce, fără îndoială, la o nouă configurație socială iar etnologul trebuie pus în gardă.

Încercăm să prezentăm în continuare două cazuri concrete de producere a identității unei comunități urbane, care să susțină, totodată, necesitatea scrierii unei etnologii românești a urbanului.

IV. Orașul și reinventarea tradiției

Un astfel de subiect ne impune, din rațiuni metodologice, o explicație și crearea a trei grupuri de opoziții. Explicația ar consta în aceea că ne permitem să privim sintagma "reinventarea tradiției" cu mefiență. Societatea românească însăși ne impune o astfel de atitudine. Tradițională până acum un secol, această societate, chiar dacă trăiește un prezent derutant, uneori ignorându-și rădăcinile, particularitățile, este departe de a permite verificarea unor astfel de sintagme, specifice antropologului occidental, în contextul fenomenalității sale.

Cu toate acestea, nu putem să o ignorăm. Ea se regăsește din ce în ce mai des în discursul antropologic românesc, folosită cu mai multă sau mai puțină rigoare, chiar făcându-se câteodată abstracție de însuși statutul societății noastre. Încercăm, în continuare, să expunem punctul nostru de vedere, mai ales că existența unei instituții culturale precum cea a festivalului ne este de un real folos.

Grupurile de opoziții sugerează complexitatea unei problematice dar și necesitatea operării unei resetări a discursului etnologic în raport de referențialul urban/rural. Aceste antinomii ar fi: 1. festival/festivitate/sărbătoare, 2. Tradiție/ artificialitate/festival/politic, 3. Festivalul, obiect de studiu în etnologie/festivalul, industrie a spectacolului.

Legăm festivalul de o mentalitate urbană care introduce alături de sărbătoare sfere referențiale în care baza rituală, scenografia este reglată de cu totul alte nevoi decât cele tradiționale sau religioase (nu discutăm aici distincția religie oficială/religie populară). Din aceste sfere fac parte și festivalul și festivitatea.

Așa cum sărbătoarea este o cale de definire a unei comunități tradiționale, căci ea încorporează însăși ideea de tradiție, Vasile Băncilă o numea un summum al valorilor tradiționale, festivalul și festivitatea sunt elemente care pot contribui la definirea unei colectivități urbane. De multe ori, create sau inițiate de autoritățile municipale, festivalurile au menirea să participe la crearea unicității unui oraș prin implantarea unor particularități locale.

Ele au ceva în comun cu sărbătoarea tradițională: manipularea unui cod simbolic și comunicarea culturală.

După 1989, asistăm la o certă creștere a importanței puterii administrative locale față de cea centrală, care se manifestă prin organizarea unor evenimente, să le spunem de *comunicare culturală*: festivaluri sau evenimente puternic ritualizate, crearea unor locuri emblematice (piața revoluției, a martirilor, statui, complexe arhitecturale etc.), toate producții simbolice foarte agresive. Ele au drept scop crearea unei identități, deci realizarea unui cod de comunicare între cetățeni, iar, pe de altă parte, o imagine destinată celuilalt, exteriorului.

Dar această comunicare culturală nu vizează exclusiv solidarizarea comunității ca în cazul sărbătorii din mediul tradițional, ci crearea unui spațiu simbolic de către autoritățile legale în cadrul căruia să se stabilească schimburi (nu în sensul mercantil) între cetățeni pentru a legitima puterea locală. Aceste schimburi vizează comunicarea și nu solidarizarea, imaginea nu esența, conștiința apartenenței la un spațiu concret, nu la cosmos.

Sărbătoarea tradițională conștientizează identitatea cosmică a individului prin nucleizarea timpului și prin semantizarea sa specifică, pentru că, în mod tradițional, spațiul satului este sinonim cosmosului.

Celelalte serii de antinomii apar ca o urmare firească a acestei prime serii de opoziții. Festivalul apare ca un fapt artificial față de naturalul sărbătorii. Nu este un produs care marchează solidarizarea unei comunități locale în jurul unei valori, creând, astfel, bazele unei tradiții, ci un joc de interese, culturale și politice, o ecuație complicată în care intră orgoliul local, nevoia de legitimare a puterii locale, nevoia de câștig, nevoia de imagine.

Pentru a contracara această lipsă de solidarizare, festivalul exacerbează spectacularul, atractivitatea efemeră, creând premisele unei industrii a show-ului. Pe de altă parte, în timp ce sărbătoarea este un produs al identității, festivalul creează identitate.

Un exemplu concludent, în acest sens, ni se pare parada grupurilor de călușari ce are loc la Craiova. Festivalul urban al călușului reduce obiceiul atât de bogat în semnificații la o simplă curiozitate de duminică, într-un oraș relativ pustiu, părăsit de locuitorii ce preferă ieșirile de week-end participării la o sărbătoare pe care n-o mai înțeleg.

Sensurile magice, profilactice, ale dansului se reduc la spectacularul zgomotos al dansului stradal executat de cete de călușari, care se simt stingheri într-un spațiu străin, depersonalizat. Itinerariul lor, stabilit de organizatori, este însă reprezentativ pentru un nou tip de raporturi care mimează solidaritatea locuitorilor urbei. Colindatul casă cu casă ce are loc în sate este înlocuit cu un traseu simbolic ce pune în valoare centrul orașului, centrul administrativ, primăria

ca substitut simbolic al uniunii tuturor gospodăriilor. Gestul trebuie privit ca o încercare de solidarizare a tuturor în jurul puterii locale dar și ca o evidentă reacție de legitimare a acesteia.

Itinerariul însuși, intrat deja în obișnuință, mimează un ritual, pe care l-am putea numi de întemeiere, ritual ce poate fi descris ca o reinventare a orașului prin parcurgerea tuturor spațiilor sale reprezentative într-un moment important și semnificativ al calendarului tradițional, cel al renașterii timpului. Ritualul mixează două coduri, cel tradițional, preluat din simbolistica drumului călușarilor și cel politic, ce caracterizează comunicarea puterii locale cu cei pe care îi reprezintă.

Aceasta nu înseamnă că festivalul este mai puțin atractiv pentru etnolog. Din contră, numai că el trebuie privit dintr-o perspectivă justă, legat de urban și abordat în cadrul unui studiu privind *producerea identității colective urbane*. Reinventarea tradiției, în cazul acesta, înseamnă practic inventarea orașului.

U. Noile legende ale orașului

Afirmam anterior că definirea etnologiei este, înainte de toate, o problemă filosofică a interpretării spațiului. Spațiul urban și spațiul rural nu sunt doar două concepte geo-demografice, ele sunt imaginea a două filosofii, reprezentarea la scară 1/1 a raportării specifice a individului la cosmos.

În societățile tradiționale, spațiul este un continuu dublu vectorializat; orizontal, unde funcționează normele conviețuirii dintre cei vii și vertical, unde acționează normele conviețuirii dintre cei vii și cei morți. Satul, în felul acesta, devine o imagine a cosmosului, o *imago mundi*: tot ce este între limitele lui este benefic, tot ce este *extra muros* este malefic. Istoria colectivității și istoriile personale se întrepătrund, mimând aceleași scenarii sacre: al întemeierii, al fecundității, al morții, al renașterii. Obiceiurile, ritualurile, sărbătorile conștientizează apartenența individului la cosmos, creând baza simbolică a solidarității comunitare.

În identificarea cotidianului urban, un rol deosebit îl joacă dispersia spațiului. Spațiul urban, văzut ca o succesiune de spații, ne permite să ierarhizăm un spațiu intim, un spațiu familial, un spațiu profesional, un spațiu public, toate contribuind la accentuarea individualismului.

Dispersia spațiului este sinonimă, în cazul acesta, cu decosmicizarea individului, cu limitarea ariei sale de percepție, cu însingurarea sau, mai bine spus, cu un fenomen pe care l-am denumi implozia în propria-i individualitate.

Un rol important în cadrul acestui fenomen îl joacă informația. Ea servește individului la surpasarea situațiilor limită, la extinderea percepției spațiului, virtualizându-l, la comuniunea lui cu universul, la solidarizarea lui. Numai că totul este o iluzie. Așa cum spațiul devine virtual, comuniunea, solidaritatea devin simple exerciții de imaginație, accelerate atât de mult de succesiunea de informații încât par reale.

Societatea programată, post-industrială, ierarhizează individul tocmai în raport de accesul la informație și, mai ales, de rapiditatea cu care se produce această accesare. Opoziția definitorie nu mai funcționează doar la nivelul binomului informat/ non-informat ci și la acela inițiat/informat, căci accesarea rapidă a informației facilitează apariția unei superelite informaționale care modelează istoria. Ea este deținătoarea secretelor. Ea este stăpâna viitorului.

Toată această abordare teoretică ni se pare necesară pentru că ea conferă un sens nou unui concept deja învechit (apărea prin anii 1982), cel al „spațiului înconjurător informațional”³. Acest spațiu era definit drept „Tesătura informațională de mesaje, semne, mituri și simboluri care afectează percepția și comportamentul subiecților sociali într-un spațiu dat”⁴.

Conceptualizarea lui urmărea implementarea unei noi filosofii, unei noi pragmatice, ce s-ar traduce prin aceea că integrarea și chiar supraviețuirea nu înseamnă doar consum alimentar sau de bunuri, ci și *consum mediatic*. Acesta devenea, folosind schema funcționalistă a lui Malinowski, din nevoie derivată, nevoie elementară.

Promovarea ideii de *consum mediatic*, suprema materializare a unei societăți superindustrializate și informatizate, ca și centrarea acestei noțiuni pe spațiul familial, pe acel *acasă*, pe care îl publicitează acum și o binecunoscută televiziune comercială românească sunt sinonime cu o schimbare de pedagogie publică. Aceasta motivează exacerbarea individualismului și încearcă acomodarea noastră cu postulatul următor: să învățăm să trăim singuri în superficialitatea informației de-a gata.

Acest spațiu informațional, conceptul cheie al filosofiei clasei mijlocii, îi ajută pe indivizi să-și construiască, pe de o parte, o imagine despre sine și, chiar mai mult, despre sine aparținând unei clase sociale sau chiar unei societăți și, pe de altă parte, despre lumea înconjurătoare. Exemplele cele mai concludente sunt cele care surprind felul în care comunitatea mondială a receptat cele trei evenimente majore care au marcat acest ultim deceniu al secolului: revoluția română, războaiele din Golf și din Balcani, fenomene situate între show de televiziune și realitate.

Pentru noi, revoluția română ca show interactiv a însemnat nu doar despărțirea de o sumă de valori ale unei lumi care mima normele societății tradiționale, deși dorea eficiența celei industriale, și intrarea într-o societate post-modernă, programată, fără să fi asimilat etapa firească a industrializării complexe, ci, mai curând, șocul psihic al conștientizării, pe de o parte, că timpul a avut alt ritm la numai o mie de kilometri depărtare de București, iar, pe de altă parte, și aceasta mi se pare cel mai grav, că nu mai putem să ne coagulăm o imagine despre lume. Ori, tot acest șoc este o urmare normală a creșterii importanței informației și a puterii ei modelatoare. Rezultatul este o și mai mare adâncire a

diferenței dintre generații, a generațiilor întoarse spre valorile tradiționale și a generației post-revoluționare orientată spre globalizare.

Am conceput acest cadru teoretic pentru a justifica, explica și înțelege un fenomen urban pe care l-am numit generic *legendele orașului*. El ni s-a părut suficient de important în acest proces de producere a identității urbane, complementar, într-un fel, celui abordat anterior, festivalul. Dacă festivalul ni se părea o modalitate administrativă de producere a identității, un construct oarecum artificial, *legendele orașului* reprezintă o modalitate naturală prin spontaneitatea ei și, mai ales, prin anonimul și colectivul, care amintește de legile produsului folcloric.

Mi-a atras atenția asupra lui proliferarea desenului mural în marile cartiere urbane. Câteva anchete întreprinse în Craiova mi-au impus o concluzie: desenele murale pot fi văzute ca unități narative cu o încărcătură psiho-simbolică redutabilă, unități narative al căror mesaj este în general același, și poate fi descompus, aproape invariabil, în următoarele componente:

- nevoia de teritorializare ca formă de solidarizare și construcție a identității colective,
- sportul, în special. fotbalul, ca formă a cristalizării ideii de valoare eroică, necesară tot creării imaginii identitare și, implicit, sportivul ca succedaneu contemporan al eroului tradițional,
- erotismul și violența, înțelese, pe de o parte, ca reacție la viața uniformă și frustrantă, iar, pe de altă parte, ca valori induse de specia care a înlocuit basmul, desenul animat și benzile desenate, în educația autorilor desenelor murale.

Trebuie spus că autorii acestor desene sunt reprezentanții *generației șocului*, a schimbării de paradigme educaționale și a apariției unei noi pragmatice pedagogice.

Maturizată după revoluția din decembrie, educată mai mult prin intermediul media decât prin cel al școlii, această generație încearcă să-și găsească modele competitive în lumea care a educat-o, lumea filmului, a afacerilor, a internetului.

Trăind într-o societate blocată, căreia nici clasa politică, nici intelectualitatea nu sunt capabile să-i contureze un ideal, beneficiare ale unui sistem educațional mereu în tranziție, ce pare rupt total de nevoile societății, această generație pare a reprezenta breșa radicală prin care mentalitatea românească se va schimba. Pentru ea, dictonul blagian privind veșnicia nu are nici o relevanță, căci nu veșnicia îi interesează pe reprezentanții acestei generații ci prezentul.

De asemenea, nostalgiile sămănătoriste față de satul românesc, unic păstrător al valorilor tradiționale, ei nu par a manifesta, căci s-au confruntat cu un sat paralizat de reformele comuniste, care nu mai putea constitui un model, singura valoare pe care o mai păstra fiind, eventual, sărăcia.

Provenind din familii fără tradiție urbană, locuind în cartiere marginale, care au acumulat de-a lungul vremii conștiința diferenței și, totodată, a refuzului centrului, reprezentanții acestei generații încearcă să-și creeze o identitate a lor în care se amestecă reflexe culturale autohtone și aluviuni transculturale.

Mesajele acestor desene murale susțin *legendele orașului*, forme moderne ale unor arhetipuri cunoscute, cum ar fi: Țara Eldorado, reprezentată de occidentul, pământ al fâgăduinței, băiatul de cartier, un amestec de erou de baladă, Păcală și de non-conformist al filmelor americane ale anilor '60, construcția ca întemeiere; spațiul pictat ce conferă personalitate locului anonim, cartierului.

Ele ne amintesc acea propoziție la care se poate reduce întreaga teorie a lui van Gennep despre esența legendei: „...legenda are valoarea unei explicații și a unei justificări”⁵ și, totodată, ne impune tragica realitate a unei generații care vrea să-și explice lumea și să-și justifice existența într-un cosmos căruia nu-i percepe legile și ale cărui efecte o covârșesc.

•

VI. Proiect pentru o etnologie a urbanului

Scrierea unei etnologii a urbanului, cerută de un referențial irefutabil, impune o serie de probleme metodologice, generate, credem noi, de perspectiva etnologului față de subiectul tratat. Ele pot fi grupate în două mari arii referențiale: prima: a necesității abordării diacronice, a stabilirii unei „istorii” ca o confirmare a importanței subiectului și a doua, ce s-ar impune de la sine, a necesității unei abordări sincronice ca urmare a presiunii exercitate de realitatea socială.

În primul caz, se impune să discutăm despre ce înseamnă „oraș” în istoria și cultura românească, dacă tipul original de așezare urbană a stabilit relații cu ruralul și care sunt trăsăturile acestora, care sunt primele preocupări de cercetare a culturii urbanului, regândirea, din această perspectivă, a momentului primelor culegeri în secolul trecut.

În al doilea caz, o etnologie a urbanului poate urma modelul etnologiei clasice, cu alte cuvinte, să concretizeze o formă oarecare de morfologie sau să propună abordări punctuale.

Recunoaștem că nici unul dintre aceste proiecte nu ni se par satisfăcătoare, că, metodologic, scrierea unei astfel de etnologii este dificilă. Drept urmare, eu aș propune conexiunea a trei semantici în studierea acestei realități complexe: a etno-tanaticului, a parentalului, a ludicului.

Formula pe care am adopta-o ar fi cea a unei structuri deschise, dar, care, trasând eșafodajul unei demonstrații, ar impune, totuși, un stil distinct construcției.

FOR A ROMANIAN URBAN ETHNOLOGY

The author proposes a project of urban ethnology starting from the concrete Romanian reality of some towns which built their identity reviving traditional patterns.

NOTE

1. Michele de la Pradelle, *Quelques remarques a propos de l'anthropologie urbaine*, în „*Ethnologie francophone de l'Amerique et d'ailleurs*“, Laval, 1997, pp. 150-160.
2. Marc Auge, *Non-lieux*, Paris, Ed. Seuil, 1993, p. 146
3. Proulx, Serge-*Vie quotidienne et usages possibles des medias dans l'avenir*, Gouvernement du Quebec, LAREHS, UQAM, 1982
4. *Ibidem*, p. 3
5. Arnold van Gennep-*Formarea legendelor*, Iași, Polirom, 1997, p. 184