

Locuire simbolică și în locuiri identitare în mediul urban românesc

Gabriela BOANGIU

Numeroși cercetători din mediul științific românesc au abordat problema fundamentului epistemologic și metodologic al etnologiei urbane¹. Astfel, s-a subliniat necesitatea operării unei distincții între „etnologie în oraș” / „etnologie a unui oraș” și „etnologie a orașului”. În cazul „etnologiei în oraș”, mediul urban va fi analizat mai ales din perspectiva „ipostazelor sale de continuitate, de supraviețuiri și metamorfoze ale lumii tradiționale”², „trecerea de la cultura tradițională la cea cosmopolită, statutul acesteia într-o societate complexă cum este cea urbană, degradarea, reinventarea tradițiilor, urmărind să se pună în evidență unicitatea unui oraș”³. Pe de altă parte, „etnologia orașului” „își propune să descopere orașul în unitatea și specificitatea sa, ca un obiect etnologic”. Etnologia orașului, deși își dispută obiectul de studiu cu sociologia urbană, se diferențiază de aceasta prin „valorizarea diferențierii”⁴, „etnologia este o știință a diferențierii, care-și orientează opțiunea spre particular (...) scopul etnologiei constă în a analiza și interpreta deosebirile”⁵. Etnologia orașului nu consideră, așadar, orașul drept „produs” al urbanizării, desprins de un context socio-cultural specific (critică adusă „sociologiei orașului” sau mai degrabă „sociologiei urbanizării”), introducând în ecuația analizelor și interpretărilor sale și „voințele de personalizare și distanțare, mai mult sau mai puțin divergente” ale indivizilor care locuiesc în mediul urban⁶.

Mediul urban este un spațiu asociat uneori cu anonimatul, cu individualizarea, cu anomia. Sarcina etnologului în fața provocării lansate de un obiect de studiu atât de complex, este destul de dificilă, acesta confruntându-se adesea cu pericolul manipulării unor constructe mult prea abstracte, cu riscul de a se îndepărta de realitatea socială studiată.

Studiul de față își propune să coreleze problematica identității culturale cu aspectele societății de consum ce caracterizează mediul urban. Se va analiza astfel, caracteristicile consumului de obiecte de artă populară românească în urban și implicațiile sale asupra configurării spațiului identitar urban.

În lucrarea *Zei de asfalt. Antropologie a urbanului*, N. Panea propunea o analiză a urbanului printr-o raportare a comunității față de „spațiu în pluralitatea sa”,

¹ H. Culea, Nicoleta Coatu, *Etnologia orașului – considerații etnosociologice (un program de cercetare etnologică a urbanului)* I, în REF, tom 36, nr. 5-6, 1991, p. 207-239; Nicolae Panea, *Zei de asfalt. Antropologie a urbanului*, Craiova, Editura Cartea Românească, 2001; Vintilă Mihăilescu, Viorica Nicolau, Mircea Gheorghiu, Costel Olaru, *Blocul, între loc și locuire. Teme și probleme de etnologie urbană*, în „Revista de cercetări sociale”, nr.1, București, 1994.

² Vintilă Mihăilescu, Viorica Nicolau, Mircea Gheorghiu, Costel Olaru, *op. cit.*, p. 71.

³ Nicolae Panea, *op. cit.*, p.12.

⁴ Vintilă Mihăilescu, Viorica Nicolau, Mircea Gheorghiu, Costel Olaru, *op. cit.*, p. 181-205.

⁵ H. Culea, Nicoleta Coatu, *op. cit.*, p. 221.

⁶ Vintilă Mihăilescu, Viorica Nicolau, Mircea Gheorghiu, Costel Olaru, *op. cit.*, p. 72.

identificând un spațiu „identitar” (strategiile de utilizare a spațiului – teritorializarea, legitimarea – în vederea construirii unei identități colective), din care emerge o *semantică a legitimării*, altul *relațional* (semantizarea spațiului în raport cu anumite tipuri de relații; public, domestic, funerar, ludic sau capacitatea relațiilor sociale de a marca spații concrete), din care emerge o *semantică a decosmicizării* și un altul *textual* (spațiul în care individualul se împlinește ca atare prin alegerea și aplicarea de către fiecare individ a unor strategii coerente, manifestate artistic), din care emerge o *semantică a adaptării*”⁷.

Într-o secțiune a lucrării menționate mai sus, este analizată problematica legitimării simbolice a unei imagini identitare a orașului, mediată de organizarea unor evenimente adresate publicului larg – festival / festivitate, cu un studiu detaliat asupra paradei grupurilor de călușari din Craiova. Această „presiune” simbolică exercitată dinspre exterior către interior, dinspre autoritatea locală înspre identitatea colectivă ridică o nouă problematică cea a „implicării în sărbătoare”. Or, în mediul urban feedback-ul unei astfel de implicări este destul de dificil de sesizat. Totuși, organizarea festivalului – aspectele sale rituale, preocuparea pentru utilizarea unui cod simbolic, (re)activarea unui atașament presupus deja existent față de anumite elemente locale, evidențiază existența cel puțin a unor repere identitare colective, ce se doresc a fi actualizate.

Locuirea în urban ridică, implicit, problema particularităților configurării identității socio-culturale. În ceea ce privește spațiul locuibil cotidian, specific mediului urban, acesta devine un spațiu identitar, dar nu sub presiunea simbolică exterioară, ci dimpotrivă, tocmai pentru a contracara uniformizarea impusă de construcția arhitecturală predominantă în mediul urban – blocul. Voi încerca să trasez câteva repere necesare unui studiu mult mai aprofundat, dedicat configurării spațiului cotidian locuibil ca spațiu identitar, particularizat de prezența unor obiecte de artă populară, analizându-se modul în care „sunt trăite obiectele”⁸, raportarea valorică față de acestea, comportamentul specific modului de achiziționare etc.

Înainte de a aprofunda această problematică sunt necesare anumite precizări referitoare atât la conceptul de identitate, cât și la cel de tradiție. Conceptul de identitate a suscitat numeroase definiții, redefiniții, dar și critici. Deși spațiul expunerii nu permite o expunere mai detaliată a etapelor-reper ale istoriei conceptului de identitate, subliniez, totuși, faptul că „identitatea” este înțeleasă în studiul de față drept o „manifestare relațională”⁹, depășindu-se alternativele obiectivism/subiectivism. Identitatea nu este un „dat” imuabil, ci ea „se construiește și reconstruiește constant în cadrul schimburilor sociale”¹⁰. Se acordă astfel o pondere importantă situației relaționale și actorului, care conferă semnificație, identificarea situându-se, așadar, la același nivel cu diferențierea.

⁷ Nicolae Panea, *op.cit.*, p. 220-221.

⁸ Jean Baudrillard, *Sistemul obiectelor*, Cluj, Editura Echinox, 1996, p. 6.

⁹ Frederik Barth, *Les groupes ethniques et leurs frontières* (trad. în limba franceză) în Ph. Poutignant și J. Streiff-fenart, *Théories de l’ethnité*, PUF, colecția „Le sociologue”, Paris, 1995, p. 203-249 *apud* Denis Cuhe, *Noțiunea de cultură în științele sociale*, Iași, Editura Institutul European, 2003.

¹⁰ Denis Cuhe, *op.cit.*, p. 127; Géraud, Lesservoisiere, Pottier, *Noțiuni-cheie ale etnologiei. Analize și texte*, Iași, Editura Polirom, 2001.

Vintilă Mihăilescu articulează conceptul de tradiție în strânsă legătură cu teoria „locului controlului” (*locus of control*), elaborată de Rotter în 1966¹¹. Teoria privind *locus of control* susține că există, pe de o parte indivizi care consideră că sursa controlului este externă, independentă de ființa lor, desemnând în acest sens fie norocul, destinul sau persoane investite cu putere (*external locus of control*), în timp ce, pe de altă parte, există indivizi care indică drept sursa controlului propria persoană, eul propriu (*internal locus of control*). De asemenea, acest lucru este valabil și pentru colectivități sau categorii de populație¹². Pornind de la această teorie, binecunoscutul antropolog român evidențiază două modalități de interpretare a lumii: una „cosmocentrică” (control extern) – caracterizată printr-o „raționalitate retrospectivă de ordin sacru”, și una „antropocentrică” (control intern), căreia îi este specifică „raționalitatea prospectivă de ordin profan”. Pornind de la aceste premise, autorul subliniază distincția dintre „obicei” – specific societăților cu o „viziune cosmocentrică” (de fapt, societăți cutumiare, care valorizează pozitiv practicile repetitive, în care nimic nou nu poate apărea) și „tradiție” – care este interpretată mai degrabă drept o „construcție intelectuală”, ce vizează „conservarea modelelor culturale împărtășite”, legitimate de trecut însă „prezentificate”. „Reinventarea tradiției” are în vedere recuperarea în prezent a unui trecut semnificativ, valorizat pozitiv, o „patrimonializare” a acestuia. Astfel, „a împărtăși un patrimoniu definitoriu și comun, înseamnă să-ți construiești o identitate după imaginea propriului patrimoniu, să fii acest patrimoniu. Iar mijloacele de care dispunem sunt tradițiile, adică acele comportamente de conservare în sine și pentru sine ale patrimoniului comun (...); te eliberezi de trecut... cu condiția să îl conservi. Atât timp cât regula jocului vrea ca cel care câștigă să fie cel care acumulează mai multe bogății patrimoniale, tradițiile sunt exact mijlocul pentru a face acest lucru: ele sunt depozitarea acestei bogății de sine”¹³.

Revenind la problematica valorizării obiectelor de artă populară românească în urban, mai exact a rolului lor în amenajarea spațiului locuit, este evidentă tendința de „patrimonializare” a acestora în ideea configurării unui spațiu identitar ca spațiu simbolic. Astfel, obiecte provenind din zone etnografice diferite, prin plasarea lor laolaltă, în încercarea de a se amenaja un spațiu identitar coerent, depășesc comunitățile de proveniență, înscriindu-se în sfera mai largă a unei „comunități imaginate” a românilor¹⁴. Irving Goffman, în binecunoscuta sa lucrare *Viața cotidiană ca spectacol*, analizează aspectele esențiale ale interacțiunilor față-în-față, identificând drept „față” (*front*) „acel aspect din performarea individului, care funcționează, de regulă, într-un mod general și fix, pentru a defini situația în ochii celor care observă performarea. Fața este echipamentul expresiv standardizat, angajat intenționat sau nu de individ în timpul performării”¹⁵. Printre „părțile standard ale feței”, Goffman menționează și „cadrul”

¹¹ Julian B. Rotter, *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement*, în „Psychological Monographs”, vol. 80 (609) *apud* Vintilă Mihăilescu, *op. cit.*, p. 184.

¹² Lee Ross, Richard E. Nisbett, *The person and the situation. Perspectives of social psychology*, New York, McGraw-Hill Publishing Company, 1991 *apud* Mihăilescu, V., *op. cit.*, p. 184.

¹³ Vintilă Mihăilescu, *Dificila deconstrucție a sarmalei. Discurs despre tradiție*, în „Cercetarea antropologică în România. Privire istorică și etnografică” (coord. Cristina Papa, Giovanni Pizza, Filippo M. Zerilli), Cluj, Editura Clusium, 2004, p.194-195.

¹⁴ Benedict Anderson, *Imagined Communities*, Verso, London, 1983 *apud* Vintilă Mihăilescu, *op. cit.*, p. 191.

¹⁵ Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, București, Editura Comunicare.ro, 2003, p. 50.

(*setting*) „incluzând mobilă, decorațiunile, amplasarea fizică și alte obiecte de fundal care furnizează tabloul general, ca și suportii de scenă necesari pentru desfășurarea acțiunii umane”¹⁶. Este evident faptul că spațiul locuibil reprezintă adesea „cadrul” ce susține performarea individului. Reunind „echipamente-semnal”, în cazul nostru obiecte de artă populară, spațiul locuibil dobândește o încărcătură simbolic-identitară, jucând un rol important în prezentarea sinelui, pe parcursul interacțiunilor față-în-față.

Apare, de asemenea, problematica autenticului corelată cu cea a achiziționării unor obiecte de artă populară care să „recupereze” obiectul de odinioară, „certificatul său de autenticitate” fiind determinat de anumiți subiecți de respectarea unor tehnici tradiționale de producere a respectivelor obiecte.

Baudrillard afirma: „involuția spre origini e, evident, o regresie spre mamă: cu cât obiectele sunt mai vechi, cu atât ne apropiem de o eră anterioară; (...) exigența de autenticitate se traduce printr-o obsesie a certitudinii (...); fascinația obiectului artizanal vine din faptul că a trecut prin mâna cuiva, a cărui muncă e înscrisă încă în el: fascinație a lucrului creat (și care, din acest motiv, e unic, deoarece clipa creării este ireversibilă”¹⁷.

Dincolo de contaminare psihanalitică a textului lui Baudrillard, se reconfirmă acea recuperare a unui trecut semnificativ prin intermediul unei proveniențe autentice.

Achiziționarea obiectelor de artă populară, care se bucură de o reală vechime, este specifică multor colecționari, însă nu ei sunt subiecții direcți ai cercetării noastre; la ei se poate vorbi deja de o „specializare”, în sensul unei valorizări pozitive a „istoriei” obiectului „supraviețuitor”, a măistriei tehnice, a irepetabilității sale.

Individul, însă, care achiziționează obiectele de artă populară, mai ales din perspectiva dorinței de a *personaliza* spațiul locuibil, este puțin interesat de perspectiva acumulării în vederea întemeierii unei colecții. „Autenticitatea” pentru el se traduce prin achiziționarea unui obiect care să respecte, cel puțin în limita posibilităților lumii moderne, procesul de producție original. „Trecutul revine în circuitul consumului”¹⁸, însă, în acest caz, fără necesitatea recuperării obiectului „supraviețuitor”, ci doar a imaginii sale asemănătoare. Această „reinventare a tradiției” în sfera culturii materiale poate fi corelată cu un proces de „auto-identificare”, de recuperare a unor însemne identitare și, în același timp, de diferențiere față de *noile* produse „tradiționale”, prezente uneori în târgurile meșterilor populari, produse catalogate drept „kitsch”, „de prost gust”, „grotești”. Având în vedere faptul că identitatea și diferențierea se găsesc la același nivel, rezultând în cadrul unor situații relaționale, studierea unui mecanism de configurare a identității implică, de asemenea, studierea procesului de diferențiere, de departajare.

Numeroși cercetători români subliniază importanța desprinderii de perspectiva unilaterală ce valorizează ceea ce este considerat „vechi și suficient de bine conservat, (...) obiectul unei pietăți recuperatoare”¹⁹, ignorând fapte socio-culturale neconcordanțe cu principiile estetice, axiologice considerate valide în prezent, plasându-le sub eticheta „kitsch-ului” sau a non-valorii. Etnologul trebuie să răspundă provocărilor schimbărilor

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ Jean Baudrillard, *op. cit.*, p. 51-52.

¹⁸ *Ibidem*, p. 56.

¹⁹ Vintilă Mihăilescu, *op. cit.*, p. 203-205.

sociale actuale, să-și consolideze principiile epistemologice și metodologice, dar și deontologice, necesare studierii acestora²⁰.

Problema mai amplă a „prezentării” identitare în vederea unei valorizări pozitive a tradițiilor-patrimonializate (capitalizate simbolic) din partea celuilalt, comportă aspecte particulare în condițiile schimbărilor sociale ale ultimelor două decenii.

Logement symbolique et remplacements identitaires dans le milieu urbain roumain

Concernant le problème de la valorification des objets d'art populaire roumain, en special, leur rôle dans l'aménagement de l'espace logeable, il est evident la tendance de leur «patrimonialisation» en vue de configurer une espace identitaire. Ainsi, des objets qui proviennent de régions ethnographiques differants, dépassent leur origine et se rejoignent dans une espace identitaire, personnalisée, pour offrir les fondements d'une „communauté imaginaire”, en utilisant l'expression consacré par Anderson.

²⁰ Sabina Ispas, *Some Considerations of The Ethical Issues in Folkloristics Today*, în „Oltenia. Studii și comunicări. Etnografie”, vol. IX, Craiova, 1999, p. 114-120; Vintilă Mihăilescu, *op.cit.*, p. 203-205.