

„CULTURA TRADIȚIONALĂ” ÎN ROMÂNIA ÎN PERIOADA COMUNISTĂ. O ANALIZĂ DIN PERSPECTIVA STUDIILOR CULTURALE

SIMONA ȘTEFĂNESCU*

ABSTRACT

FOLK CULTURE IN ROMANIA DURING THE COMMUNIST PERIOD. AN ANALYSIS FROM THE PERSPECTIVE OF CULTURAL STUDIES

The paper starts from the theoretical perspective opened by the *culturalist* approach, that introduced the so-called *break* from the end of '50s in cultural studies, and took into consideration the meaning of the concept *popular culture* not as opposite to that of *elite culture* or *high culture*, but as a term which refers to the cultural products, practices and artefacts produced *by* and *for* people, also with a special focus on their complex relationship with the political and economic agenda of the period.

The research focuses on the popular culture in the communist Romanian society between 1947–1989. The general objective of this larger study was to outline the main aspects of the popular culture in the communist Romania and to identify the popular culture practices and artefacts and their roots. In this paper there will be presented the results regarding the *folk culture* as a distinct part of the popular culture. I analyzed both the practices of folk culture (what is included in the term of *lived culture*) and the products and artefacts of folk culture (as a part of the larger concept of *lifestyle*). Besides this, because these issues have been little explored from this perspective in Romania, I also paid close attention to unanticipated themes that could arise from the empirical research.

The method used for accomplishing the objectives of the research was the *social biography* (in the form of *life histories*). More exactly, I used the technique of 'multiple autobiographies', understanding the term in its classic sense, as subjects' narrations about themselves, about their own lives. This method allowed me to obtain 'subjective' data about the 'lived culture', and also about the existence, evolution, appropriation, negotiation, resistance or rejection of the popular culture products, which in the end could lead us to outline the situation of popular culture elements in Romania in the communist epoch.

Keywords: popular culture, folk culture, lived culture, lifestyle, cultural studies, communism, life histories.

* Address correspondence to Simona Ștefănescu: Bulevardul Camil Rescu nr. 1, Bl. 14B, Sc. B, Ap. 70, sector 3, 031731, București, România, e-mail: simona.stefanescu@shd-net.com.

1. CADRUL TEORETIC ȘI CONCEPTUAL

Specifică studiilor culturale este tendința de a considera din ce în ce mai multe domenii de activitate umană ca fiind „cultură”. Această tendință se înscrie într-un curent mai larg, care tinde spre reflexivitatea radicală, în, practic, toate domeniile de activitate umană, și care este caracteristic epocii moderne (Lawson, 1985; Giddens, 1991). Termenul de *cultură*, utilizat în studiile culturale, se referă la preocupările, motivate sociologic și antropologic, pentru practicile și produsele activității umane. Acestea sunt considerate ca exprimând și incluzând, totodată, o anumită subiectivitate. Sensul este văzut ca un *construct social*, iar studiile culturale tind să analizeze modul în care este acesta structurat, articulat și pus în circulație în diverse medii (Dahlgren și Sparks, 2000, p. 19).

Această lucrare pornește de la perspectiva teoretică deschisă de „curentul culturalist”, a cărui apariție a constituit una dintre materializările așa-numitei „rupturi”, de la sfârșitul anilor '50, în studiile culturale. Această „ruptură” a fost marcată de apariția studiilor unor autori precum R. Hoggart (1957), R. Williams (1958), S. Hall (1964), E. P. Thompson (1968), care au constituit o provocare pentru tradiția liberală/idealistă, în care valorile și ideile erau considerate autonome și libere, separate de viața economică și politică a societății. În același timp, acești autori au provocat, de asemenea, teoriile reduționiste marxiste anterioare, care vedeau cultura ca fiind determinată, în cele din urmă, de baza economică a societății. Noii teoreticieni au încercat să explice cultura ca având o interrelaționare complexă cu alte aspecte ale vieții politice, sociale și economice (Casey *et al.*, 2002, p. 57). Din această perspectivă, cultura este produsă activ – ea nu este un receptor pasiv, influențat de structurile economice; ea poate fi, la rândul său, influentă.

În lucrarea de față utilizăm termenul de „cultură tradițională”, ca un echivalent al termenului englezesc de „folk culture”. În studiile culturale britanice, în tradiția cărora îmi încadrez cercetarea, „folk culture” se referă la o parte distinctă și importantă a conceptului de „cultură populară” (*popular culture* – engl.), fiind subliniată, adesea, continuitatea dintre „cultura tradițională” (*folk culture*) și cultura populară¹. Conceptul de „cultură populară” va fi înțeles în accepția mai largă a curentului culturalist, nu în sensul de „ceea ce rămâne” în afara „culturii elitelor” (în ansamblu sau numai ceea ce era considerat „cultura superioară/înaltă” – *high culture* – engl.), ci în sensul de ceea ce este produs *de și pentru* oameni, incluzând

¹ Precizez că termenul de „folk” păstrează în această lucrare sensul său original din limba engleză (fie adjectiv: „referitor la artă, cultură etc. cu înțelesul de tradițional, provenind de la oamenii obișnuiți”; fie substantiv: „muzică sau cântec în stilul tradițional al unei țări sau comunități; exemplu: muzică folk” – conform *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press, 1996, p. 456) și nu sensul transformat, în care a fost preluat/adaptat în limba română (substantiv neutru/adjectiv invariabil, desemnând „stil în muzica ușoară contemporană, care utilizează motive din muzica populară” – conform *DEX. Dicționar explicativ al limbii române*, București, Editura Univers Enciclopedic, 1998, p. 389).

aici produse, artefacte și practici, forme indigene de cultură, ca expresii legitime ale oamenilor. Din acest punct de vedere, cultura populară include „cultura tradițională”. Deși o parte importantă a ceea ce se chema *folk culture* a dispărut odată cu destrămarea comunităților organice (al căror mod de viață o generaseră), unele forme ale acestora au supraviețuit într-un chip transformat. Cu toate că industrializarea și urbanizarea au dus la procesul de profesionalizare și îndepărtare a artistului de viața și experiențele publicului, artiștii cu adevărat „populari” construiesc actul artistic din viața, experiențele și atitudinile oamenilor și exprimă ceva de valoare pentru ei (Hall și Whannel, 1965, p. 67).

Întorcându-ne la termenul mai larg de „cultură populară”, care va fi un concept-cheie în cercetarea care urmează, trebuie spus că am inclus în el și ceea ce se numește „cultură de masă”, evitând disjuncția făcută de unii autori între „cultura superioară/înaltă” – *high culture*) și „cultura inferioară/de jos” – *low culture* – engl.). În această disjuncție, prima ar reprezenta cultura de calitate, realizată mai ales de și/sau pentru elite (inclusiv „artiști de elită”), în timp ce a doua ar fi „cultura decăzută”, echivalentă în mare măsură cu „cultura de masă”, care este concepută a fi cât mai „pentru mase” și „despre mase” (Sparks, 2000, p. 42) și caracterizată prin standardizarea și decăderea produsului cultural, ca urmare a permanentei căutări a succesului comercial. În opinia mea însă, în prezent este greu de trasat o graniță între „cultura decăzută” și cultura care exprimă ceva de valoare pentru oameni. De aceea, ca și mulți alți autori, de altfel, în lucrarea de față voi considera mai degrabă „cultura de masă”, cel puțin în unele din formele ei, ca fiind o parte a culturii populare, alături de „cultura tradițională” (*folk culture*). Din acest punct de vedere, consider relevantă concepția lui J. Fiske (1989): termenul de cultură populară se referă la un proces – însușirea interpretativă de către oameni a produselor culturii capitaliste de masă. Prin „oameni” el înțelege, într-o versiune revizuită a analizei de clasă marxiste, *majoritatea populației*, care nu intră în ceea ce el numește „grupul/blocul puterii” (*power-block* – engl.). Sensibilitatea populară, spune el, are puterea de a transforma artefactele culturii comercializate de masă în spații de rezistență față de „grupul/blocul puterii” și față de ordinea culturală, politică și socială dominantă. Momentul de rezistență și popularitatea culturii populare nu rezidă în natura textelor vieții culturale, ci tocmai în momentul consumului. Prin productivitatea modurilor de interpretare, oamenii generează conținutul opozițional al popularului și subminează logica de tip „bunuri de consum” a culturii comerciale, selectând, din multitudinea de produse ale industriilor culturale și din multitudinea de posibile moduri de interpretare a acestor produse, pe acelea care se adresează direct simțului popularului și care pot fi folosite pentru a da un sens popular experienței sociale (Fiske, 1989, p. 24).

Alte aspecte referitoare la cultura populară sunt următoarele: **a.** măsura în care cultura populară *este impusă* oamenilor, în general (prin corporațiile media sau prin agențiile statului), sau *derivă din* propriile lor experiențe, gusturi, obiceiuri și așa mai departe; **b.** măsura în care cultura populară este doar o expresie a poziției

de clasă subordonate și fără putere sau este o sursă autonomă și potențial eliberatoare a modurilor alternative de a vedea și a face, care pot fi opuse culturii dominante sau oficiale (O’Sullivan *et al.*, 1997, p. 232). Astfel, ceea ce este „socotit” drept cultură populară depinde, într-o anumită măsură, de posibilitatea interesului față de ce *înțelesuri* anume sunt produse de și pentru „oameni” și de posibilitatea ca aceste înțelesuri să fie relevante pentru „ce vrea publicul” sau pentru „ce primește publicul”. De fapt, studiul culturii populare nu poate merge prea departe fără o încercare de a face legătura între producția și reproducția socială a înțelesurilor și diviziunile și antagonismele de clasă, economice și politice (*ibidem*, p. 233). Această recunoaștere a unei relații între clasă și cultură a condus la o extindere a atenției, dincolo de preocupările inițiale, asupra unor artefacte culturale atât de evidente precum textele, ajungând să includă acum și practicile, stilul de viață (*lifestyle* – engl.) și tot ceea ce a fost reunit sub termenul de „cultură trăită” (*lived culture* – engl.). Pe de altă parte, această recunoaștere a condus și la redescoperirea „culturii politice”, adesea asociată cu opera lui A. Gramsci și cu conceptele lui de „hegemonie” și „național-popular”. Prin urmare, deoarece atenția mea se îndreaptă spre relația complexă dintre cultura populară și agenda politică, economică și ideologică a regimului dictatorial comunist din perioada 1947–1989, voi lua ca referință conceptele de *hegemonie* și *ideologie*, așa cum au fost definite de A. Gramsci, punând accent pe faptul că, în timp ce în societățile democratice lupta pentru putere și dominație are loc la nivelul societății civile – prin intermediul ideologiei –, dictaturile represive pot să controleze populația prin forță. Astfel, impunerea ideologiei dominante în regimul comunist, menită a servi nevoilor și intereselor elitei aflate la putere, a fost una directă și vizibilă, spre deosebire de societățile democratice, în care este nevoie de o serie de diferite strategii persuasive pentru a impune o ideologie dominantă (înțeleasă în termenii lui Gramsci). De asemenea, precizez că voi lua termenul de cultură populară în sensul său larg, incluzând atât *produse și artefacte* culturale, cât și *practici* și elemente de „cultură trăită”.

2. PERIOADA COMUNISTĂ ÎN ROMÂNIA – SCURTĂ CARACTERIZARE

2.1. CONTEXTUL SOCIAL-ISTORIC-POLITIC – ETAPELE COMUNISMULUI ÎN ROMÂNIA

Regimul comunist în România nu a fost unul uniform, ci a cuprins câteva faze distincte, care, în unele aspecte, s-au deosebit radical între ele. După ce, între 1945–1947, forțele comuniste au preluat puterea prin violență și fraudă, cu ajutorul masiv al regimului de la Moscova, a urmat perioada 1948–1958, caracterizată prin unul dintre cele mai dure regimuri politice și economice din România: implementarea modelului stalinist, în plan economic (ceea ce a presupus procesele de naționalizare și colectivizare a agriculturii), politic (instaurarea monopolului puterii de către partidul unic și dictatura proletariatului, prin „ascuțirea luptei de clasă”) și cultural (construirea unui *homo sovieticus* român).

Perioada 1959–1971, numită de unii istorici „absolutismul luminat”, poate fi caracterizată ca una de „destindere” sau „relaxare”. Ea a debutat încă din ultimii ani de conducere ai lui Gh. Gheorghiu Dej și primii ani ai lui N. Ceaușescu. În această perioadă au fost luate măsuri de relaxare politică, economică, culturală, de îndepărtare de Uniunea Sovietică și reorientare spre valorile naționale.

În fine, în perioada 1971–1989 (în special începând cu anul 1974, când a avut loc Congresul al XI-lea al PCR, congres care a marcat sfârșitul „absolutismului luminat”, practicat după 1960) are loc revenirea la un regim dictatorial dur, însă unul diferit de tot ce fusese înainte, deoarece a fost un regim prezidențial, axat pe cultul personalității lui Nicolae Ceaușescu. Regimul totalitar al lui Ceaușescu a introdus în România o nouă formă de socialism, anume socialismul dinastic, de familie, care s-a caracterizat prin: reintroducerea metodelor staliniste (de aceea a mai fost numit și „perioada neostalinistă”) de control al libertății oamenilor; cultul personalității împins la paroxism; impunerea la conducerea țării a membrilor familiei conducătorului și aplicarea principiului „rotirii cadrelor” în funcțiile de conducere din partid, astfel încât nimeni, în afara familiei lui Ceaușescu, să nu acumuleze prea multă putere prin ocuparea unei funcții; dezastru economic (centralizare strictă, economie planificată, industrializare păguboasă); lipsuri în majoritatea bunurilor de consum (inclusiv bunuri de consum elementare, precum alimentele și produsele de igienă) și chiar foametea populației, în ultimii ani ai dictaturii.

2.2. MASS-MEDIA ȘI CULTURA POPULARĂ ÎN ROMÂNIA SOCIALISTĂ

Evoluția mass-mediei și a culturii populare în perioada comunistă trebuie înțeleasă în contextul social-politic descris mai sus, unul specific unui regim caracterizat prin controlul comunicării – nu doar al celei de masă, ci chiar și al celei interpersonale. Regimul comunist, indiferent de faza prin care a trecut, a avut tot timpul grija controlului, a cenzurii presei, și de aceea titlurile de presă trebuiau să fie limitate. Mai mult, media au fost înțelese, în România ca și în orice altă țară socialistă, drept instrumente principale ale propagandei de partid și de stat, prin urmare, orice alte funcții din mass-media, în afara celei a transmiterii propagandei oficiale, au fost lăsate în plan secundar. Aceasta nu înseamnă că trebuie minimalizat conținutul mass-mediei românești din perioada respectivă. Din contră, el trebuie analizat cu atenție, pentru că, dincolo de propaganda oficială și cu toate avatarurile cenzurii, unele medii (în special în acea fază „de destindere”) au produs programe care se ridicau la standardele vremii².

În timp ce unele mass-media, precum presa scrisă, radioul și televiziunea, au fost mai ușor și mai puternic supuse controlului, alte medii (înțelese în sensul larg

² Multe producții românești de radio și televiziune din vremea respectivă au fost recompensate cu premii internaționale (a se vedea, în acest sens, <http://www.srr.ro/> și <http://www.tvr.ro/>).

al termenului³) au fost mai puțin controlate și cenzurate (de exemplu muzica – oamenii făceau schimb deși copiau unii de la alții benzi magnetice și/sau casete audio; dar și unele cărți sau chiar unele filme transmise în cinematografe, iar către sfârșitul anilor '80, casete video). Putem aminti, aici, succesul de care s-au bucurat filmele americane, muzica *rock-and-roll* (precum cea a lui Elvis Presley) și mai târziu *rock* (precum Pink Floyd, Led Zeppelin, Queen etc.), muzica disco a anilor '70–'80, americană, dar și vest-europeană (precum Boney M, ABBA, Madonna, Modern Talking etc.) și petrecerile cu astfel de muzică, îmbrăcămintea adoptată (a avea blugi însemna atunci „a fi *cool*”, adică „a fi în pas cu moda”), coafurile (creț, tapat, *punk*, *break* ș.a.) etc.

Controlul și cenzura au devenit însă exacerbate în ultimii ani ai regimului lui Ceaușescu (anii '80), când au fost impuse restricții drastice în ceea ce privește, printre altele, conținutul mediei. De exemplu, seriile americane și britanice au fost eliminate din grila – oricum foarte limitată – de programe a televiziunii, pe motiv că prezintă o societate capitalistă decadentă, nocivă pentru „valorile” pe care încerca să le promoveze „societatea socialistă multilateral dezvoltată”. Printre acestea s-a aflat și serialul *Dallas*, foarte popular în România (interzis de Ceaușescu în 1982). În ciuda tuturor acestor restricții, în special în „perioada de relaxare” a socialismului, dar chiar și până la prăbușirea lui în 1989 (cu tot controlul lui Ceaușescu), produsele și practicile de cultură populare occidentale au pătruns în România cu precădere prin intermediul mass-mediei și au fost adoptate/apropiate de populație, fiind percepute de oameni, în special de către tineri, ca elemente ale modernității, în sensul de „a fi în pas cu vremea”.

3. OBIECTIVELE, IPOTEZELE ȘI METODA DE CERCETARE

Pornind de la cadrul teoretic schițat mai sus, prin cercetarea empirică, am încercat să văd cât de utile sunt conceptele referitoare la cultura populară, dezvoltate în țările occidentale pentru înțelegerea culturii populare specifice unui regim comunist. Lucrarea de față este o parte a unei cercetări mai ample, care s-a focalizat asupra culturii populare din România, în toată perioada comunistă, adică între 1947–1989.

Obiectivul general al întregului studiu a fost acela de a releva și analiza principalele aspecte ale culturii populare în România comunistă și de a identifica practicile și artefactele de cultură populară, ca și *sursele* și *rutele* lor. Prin urmare,

³ Sensul larg al noțiunii de „mass-media” sau „*medium*-uri de masă” se referă „nu doar la suporturile și mijloacele tehnice de transmitere a mesajelor (instrumentele comunicării), ci mai ales la caracterul masiv al mesajelor difuzate” (conform I. Drăgan, *Comunicarea*, vol. I, București, Editura Rao, 2007, p. 287). Din acest punct de vedere, mass-media cuprinde presa scrisă, radiodifuziunea și televiziunea, cinematograful, cartea, benzile, casetele audio sau videocasetele, afișul publicitar, telefonul, telegraful etc.

am încercat să aflăm: dacă a existat, în perioada comunistă, o continuitate istorică a perioadei monarhice anterioare celui de-al Doilea Război Mondial, în ceea ce privește produsele și practicile de cultură populară; dacă a existat o influență a fazelor distincte ale perioadei comuniste în România asupra culturii populare; în ce măsură produsele și practicile de cultură populară impuse de regimul comunist au devenit cu adevărat „populare” și cum au fost apropiate de oameni sau cum aceștia le-au rezistat/sau ele au fost respinse; dacă în România cultura populară a urmat *trend*-ul general al practicilor și artefactelor de cultură populară dezvoltate în societățile industrializate și cum au fost acestea importate, negociate, apropiate și posibil sancționate/interzise de forțele conducătoare.

În lucrarea de față vor fi prezentate doar rezultatele cercetării, care au reieșit urmărind obiectivele și ipotezele referitoare la „cultura tradițională” (*folk culture*), ca parte distinctă a culturii populare. Ca și în analiza celorlalte obiective de cercetare, și în ceea ce privește „cultura tradițională” am luat în considerare relația strânsă dintre diferitele ei aspecte și contextul/evoluția social-politică, deoarece, cum precizam mai devreme, regimul comunist din România nu a fost unul uniform, ci a cuprins câteva faze, care, în multe privințe, au diferit radical între ele. Prin urmare, prima noastră ipoteză de cercetare, referitoare la „cultura tradițională”, a fost aceea că produsele și practicile de *folk culture*, componente ale tradiției, transmise oral din generație în generație, ale căror „rădăcini” pot fi găsite (uneori adânc) în trecut, în vechea epocă rurală – când oamenii trăiau și munceau pământul, construindu-și propriile tradiții culturale și propriile practici de divertisment – au fost, spre deosebire de alte componente/elemente ale culturii populare, mai puțin modelate de fazele regimului comunist din România și au urmat calea lor continuă de dezvoltare istorică (de exemplu ritualurile/practicile populare specifice fie vieții de zi cu zi, fie sărbătorilor). În cazul în care unele din aceste produse și practici au fost interzise de regimul dictatorial, ipoteza noastră a fost că oamenii le-au reinventat sau au creat diverse forme noi de produse de cultură populară, prin care au încercat să opună rezistență ideologiei sovietice dominante: cântece, poezii sau ghicitori populare, bancuri, zicători cinice etc. – unele cu un înțeles explicit, altele cu subînțeles.

Am analizat atât practicile incluse în/presupuse de „cultura tradițională” (sau ceea ce este desemnat prin termenul de „cultură trăită”), cât și produsele și artefactele de „cultură tradițională” (ca parte a conceptului mai larg de „stil de viață”). De asemenea, deoarece această problemă a fost puțin explorată din această perspectivă până acum, mi-am propus să acord atenție tuturor temelor neanticipate, care ar fi putut să apară din cercetarea empirică.

Metoda utilizată a fost biografia socială, în forma „istoriilor de viață” (*life histories* – engl.). Mai exact, am folosit tehnica „autobiografiilor multiple”, termenul fiind înțeles în sensul său clasic, de relatare a subiecților despre ei înșiși, despre propria viață, urmând ca relatările respective să fie analizate și interpretate din postura teoretico-metodologică amintită mai sus. Utilizând această metodă am

încercat să văd: cum se împletește traiectoria de viață personală cu micromediul social, dar și cu dimensiunile macromediului (schimbările politico-sociale, instituțiile sociale etc.); cum și cât de activi erau actorii sociali și grupurile sociale și care erau consecințele acestui activism asupra socialului; cum au fost trăite și ce semnificații proprii au dat oamenii practicilor și artefactelor culturale; cum au fost înțelese „din interior” (Iluț, 1997, p. 99) unele fenomene social-politice, precum colectivizarea forțată, urbanizarea, industrializarea, migrația etc. La toate acestea se adaugă faptul că metoda biografică prezintă avantajul de a avea o perspectivă globală asupra unor fenomene social-istorice, deoarece, prin intermediul ei, interacțiunile individ-grup-societate sunt redată ca procese temporale *à la longue*, desfășurate, de obicei, pe parcursul a câtorva decenii. Aplicând această metodă, m-am așteptat să obțin rezultate și date „subiective” despre „cultura trăită” (*lived culture*), dar și despre existența, evoluția, apropierea, negocierea, rezistența sau respingerea produselor și practicilor de cultură populară, care, în cele din urmă, ne va permite creionarea situației culturii populare în România în epoca socialistă.

Am analizat autobiografiile realizate de 62 subiecți în perioada decembrie 2008–februarie 2009⁴. Subiecții au vârste diferite, de la 98 de ani, cel mai vârstnic, la 40 de ani, cel mai tânăr. Experiența lor de viață a fost așadar diferită. Se poate spune că minimum 20 dintre subiecți (născuți până în 1936) au trecut prin toate etapele vieții (copilărie – adolescență – tinerețe – vârsta maturității – bătrânețe); 12 dintre ei fac parte din ceea ce, în etapizarea psihologică a vieții, este numită „marea bătrânețe” (au peste 80 de ani). Tot ei sunt cei care și-au trăit copilăria, adolescența și chiar o parte din tinerețe înainte de instaurarea regimului comunist (1947). Alți cinci subiecți și-au trăit primii ani ai copilăriei în timpul celui de-al Doilea Război Mondial. În total, un număr de 28 de subiecți s-au născut înainte de anul 1947, anul instaurării definitive și totale a comunismului în România. Prin relatarea istoriei lor „subiective”, a propriilor vieți, în conexiune cu fenomenele și transformările socio-politice din societate, acești subiecți ne-au oferit o viziune de ansamblu asupra comunismului și a evoluției sale în societatea românească, adică date cu privire la toate fazele comunismului în România, inclusiv prima, „perioada stalinistă”. Alți 19 subiecți s-au născut între 1948–1958. Cum 1958 este considerat anul de start al perioadei de destindere/relaxare a socialismului în România, acești subiecți ne-au oferit informații despre „etapa relaxării” din ultimii ani ai conducerii lui Gheorghiu Dej și despre perioada care a urmat, „ceaușismul”. În fine, 15 subiecți s-au născut între anii 1959–1968, ca atare, biografiile lor ne-au relevat date cu privire la perioada conducerii lui Ceaușescu (începută în 1965), inclusiv nuanțe și diferențieri în interiorul acestei etape („ceaușismul cu față umană” – o continuare a „perioadei de relaxare” începută în 1958, urmat de „ceaușismul dinastic/totalitar”, început între 1971–1974).

⁴ Colectarea biografiilor a fost realizată de către studenții anilor II și III ai Facultății de Științele Comunicării, Universitatea Ecologică București, ca parte a lucrărilor practice realizate în cadrul cursului (pe care îl predau) de „Metode și tehnici de cercetare în științele comunicării”.

Din punctul de vedere al mediului rezidențial, 39 dintre subiecți s-au născut în mediul rural, iar 23 în mediul urban. Deși metoda biografică este una calitativă, deci respectarea unor proporții legate de vârstă, mediu de rezidență sau gen nu este un criteriu în alegerea subiecților, se poate spune că proporția de mai sus (39 subiecți din rural vs 23 subiecți din urban) reproduce proporția de la nivelul societății, societatea românească la vremea respectivă fiind una preponderent rurală. În fine, în funcție de genul lor, 31 subiecți sunt de genul masculin, iar ceilalți 31 sunt de genul feminin.

Autobiografiile au fost realizate urmând o structură dată de un ghid biografic, ale cărui teme principale au fost: *a.* data și locul nașterii, copilăria; *b.* școala; *c.* familia formată și munca; *d.* consumul de mass-media (înțelese în sens larg); *e.* alte elemente de cultură populară (inclusiv „cultură tradițională” – *folk culture*) – atât artefacte, cât și „cultură trăită” – *lived culture* (inclusiv practici culturale, stil de viață – *lifestyle*); atât produse culturale impuse de autorități, cât și produse generate de oameni (inclusiv ca forme de rezistență, precum bancurile antiregim), atât produse culturale autohtone, cât și produse străine, preluate pe diverse căi și adaptate etc. Din motive care țin de confidențialitate și de caracterul privat al identității subiecților, voi face referire la subiecți, pe parcursul lucrării, sub forma S1, S2,... S62⁵.

4. REZULTATELE CERCETĂRII ȘI DISCUȚII

4.1. PRACTICI DE „CULTURĂ TRADIȚIONALĂ”. „CULTURA TRĂITĂ” ÎN PERIOADA COMUNISTĂ

Una dintre practicile de cultură populară, care s-a păstrat din perioada monarhică anterioară celui de-al Doilea Război Mondial și a avut continuitate în perioada comunistă, a fost tradiția petrecerilor populare, la care oamenii – în special tinerii – se reuneau, ascultau muzică și dansau („jucau”). Cunoscute sub diferite denumiri, dar mai ales sub aceea de „hore” și „baluri”, aceste petreceri au o tradiție îndelungată (de secole chiar) în societatea românească, preponderent rurală. Aceste petreceri aveau loc în zilele libere ale oamenilor: „horele” aveau loc, în general, în aer liber, duminica, iar balurile în diferite spații (în special în „căminul cultural”), sâmbăta (însă aceasta nu este o regulă generală). Ele se caracterizează prin muzica populară cântată de cele mai multe ori *live* (de către „formații” numite „tarafuri”) și prin dansurile („jocurile”) populare. Hainele îmbrăcate de oameni la aceste petreceri erau „hainele bune”, adică de sărbătoare: costume populare naționale, în perioada precomunistă și chiar în primii ani ai comunismului, sau haine speciale de sărbătoare după. Petrecerile populare au supraviețuit urbanizării,

⁵ De reținut că subiecții au fost notați astfel în ordinea anului nașterii, prin urmare, S1 este cel mai în vârstă subiect, iar S62 cel mai tânăr.

în special sub forma „balurilor” (adică a reuniunilor organizate în diferite locații), fiind întâlnite aproximativ în aceeași formă și în orașe. Cercetarea noastră relevă faptul că aceste petreceri sunt rememorate de subiecți a fi avut loc pe tot parcursul perioadei comuniste, indiferent de fază. Ele îndeplineau atât rol de „distracție/divertisment” (*entertainment* – engl.), în special în perioada stalinistă, fiind una din singurele modalități de distracție/petrecere a oamenilor, cât și roluri sociale: pe de o parte, cunoașterea potențialilor parteneri de viață de către tineri, iar pe de altă parte, aducerea la un loc a oamenilor, întărirea spiritului comunitar și a comunicării de grup, „atacate” de ideologia comunistă, dar încă menținute de oameni.

S36: „Când eram tânără, mă duceam la horele care se organizau în fiecare duminică în poiana din sat, unde veneau atât tinerii, cât și bătrânii”.

S26: „Aveam multe prietene, cu care mergeam la baluri, care se organizau în fiecare sâmbătă de U.T.M. la noi în comună. Ne îmbrăcam în rochii vaporoză, largi, ne făceam bucle mari – așa era moda atunci”.

„Căminele culturale”, în care aveau loc balurile (petrecerile din spații închise), sunt clădiri construite încă din perioada monarhică anterioară: ele au început să fie construite o dată cu anul 1922, la inițiativa Fundației Culturale Regale „Principele Carol”⁶ și au devenit, în scurt timp, principalul instrument de „promovare a culturii” în mediul rural. Căminele culturale erau locul de desfășurare nu doar a balurilor, ci a tuturor evenimentelor sociale locale, precum petrecerile legate de nunți și botezuri, serbările școlare, concursurile populare și școlare între comune, micile „concerte” sau „spectacole” – în special de muzică populară etc. În căminele culturale „sala de spectacol” (cu scenă și scaune pentru spectatori) coincide cu „sala de bal” (caz în care scaunele, portabile, sunt așezate pe margini, de unde poate fi urmărit „spectacolul” dansului din mijlocul sălii). Corespondentul în mediul urban al căminelor culturale erau „casele de cultură” – mai mari și îndeplinind mai multe funcții. În acestea, „sala de spectacol” și „sala de bal” nu mai coincid, ci sunt săli separate. De asemenea, balurile din mediul urban erau organizate și în alte locații, precum cantinele muncitorești, sau în aer liber, pe stadioanele uzinelor.

S28: „Se făceau întâlniri la căminul cultural din sat, unde se pregăteau spectacole cu dansuri, cântece, cor. Căminul cultural avea și taraf de lăutari și era condus de un profesor foarte talentat și dedicat. Cu formațiile respective se dădeau spectacole atât în comună, cât și în satele alăturate, unde aveau loc concursuri numite *dialog la distanță*”.

S15: „L-am cunoscut pe soțul meu la unul din balurile care se făceau pe vremea aceea duminică seara la Depou. Era o sală mare, unde se făceau toate petrecerile și balurile”.

⁶ Conform Barometrului de Consum Cultural 2005, realizat de Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii, Ministerul Culturii și Cultelor, <http://209.85.229.132/search?q=cache:MX7j11BS6mEJ:www.culturalnet.ro/Downloads/prezentare-mtr/Prezentare%2520Camine%2520Culturale%2520final.ppt+camin+cultural&cd=2&hl=ro&ct=clnk&gl=ro&client=firefox-a>, ultima accesare 17 mai 2009.

S20: „Uzina Republica avea stadionul de fotbal lângă uzină și, când se apropia ziua plății salariului, sâmbăta, se făceau reuniuni, cu bere, mici, sucuri și altele, formații cu muzică populară foarte bune și ascultai și dansai toate genurile. Luai de băut, de mâncat, te treceau în borderou și la leafă îți opreau banii”.

Fără să ignore popularitatea acestor petreceri și fără să negligeze potențialul pericol al unor astfel de reuniuni, autoritățile comuniste erau atente la astfel de manifestări. Deși, cel puțin conform subiecților din cercetarea noastră, nu a existat o interdicție a acestor petreceri populare, ele erau supravegheate, cel puțin într-o anumită măsură, de informatorii autorităților. De aceea, multe petreceri populare, la o scară mai mică și fără a avea caracter public, erau organizate și în spațiul privat. Denumirile lor diferă la subiecți: „ceaiuri dansante” și „serate” (în special în prima etapă a perioadei comuniste), „bairamuri” sau „chefuri” în etapele următoare. De remarcat că și specificul lor se schimbă: deși se asculta muzică populară și se mai dansau și dansuri populare în continuare, în special în anii '60–'70 ele au început să devină locurile în care se asculta și muzica occidentală a vremii (*rock and roll*, apoi *rock*, *disco*) și se dansau dansurile aferente acestora (*twist*, *disco*) și alte tipuri de dansuri (vals, tangou, *blues*, *cha-cha-cha* etc.), diferite de „dansurile populare naționale”. Nu fără diverse restricții (de exemplu, dacă muzica era dată la maximum, atunci era foarte posibil ca Miliția să apară la ușă), aceste reuniuni au continuat să existe pe tot parcursul perioadei comuniste.

S34: „Îmi amintesc și de așa-zisele «serate», pe care le organizau de obicei câțiva flăcăi, care invitau fetele dragi, și unde se dansa după muzica de la patefon”.

S18: „Muzica la ceaiurile dansante era reprezentată de valsuri, tangouri și hore populare”.

S32: „În vacanțe ne întâlneam mai mulți băieți și fete și organizam «ceaiuri dansante» acasă la unul dintre noi, unde ascultam și dansam pe «muzica ușoară», înregistrată pe bandă magnetică de magnetofon: *blues*-uri, *twist*-uri, *charleston*, tangou etc.

S49: „Se asculta muzică *rock*, *disco* și se dansa tot asta”.

Alături de petrecerile (hore, baluri) organizate public în zilele libere, cultura populară din România a păstrat, în perioada comunistă, și petrecerile ocazionate de diferite evenimente din viața oamenilor (de exemplu, nunțile și botezurile). Dacă, legat de petrecerile propriu-zise, cu muzică și dans, autoritățile comuniste nu au introdus interdicții, altfel au stat lucrurile cu ceremoniile din biserici. Societatea comunistă se autoproclama „societate atee”, așa că participarea la ceremoniile din biserici era îngreunată sau chiar interzisă (membrii de partid, de exemplu, în toată perioada comunistă, nu au avut voie să intre în biserică, iar dacă totuși o făceau și erau prinși, erau sancționați). Așa se face că multe „cununii religioase” și „botezuri” au fost făcute pe ascuns.

S8 (vorbind despre perioada stalinistă, faza de început a comunismului în România): „După 1948 am fost urmărită permanent de un agent al Securității. Mulți colegi și cunoscuți au fost arestați sau au dispărut și nu s-a mai știut nimic de ei (...) Nunțile și botezurile se făceau în secret, pentru că mersul la biserică era interzis”.

La fel au stat lucrurile și cu ceremoniile bisericești legate de sărbătorile religioase. Oficial, Crăciunul și Paștele „nu existau” în societatea socialistă. Practic însă, ele erau celebrate, la biserică și (mai ales) acasă. Practicile culturale populare legate de sărbătorile religioase sunt alte elemente de „cultură tradițională” (*folk culture*), perene în toată perioada comunistă. Mai mult, alături de ceremoniile religioase propriu-zise și practicile legate de ele, cu ocazia acestor sărbători au fost păstrate și obiceiurile și ritualurile populare aferente: colindatul de Crăciun, vopsirea ouălor de Paști etc.

S25: „Crăciunul îl sărbătoream în familie, mergeam cu colinda, unde primeam de obicei covrigi, biscuiți și fructe, iar seara ne adunam în sat la căminul cultural. Anul Nou îl sărbătoream cu toții în sat la căminul cultural. De Paști mergeam la biserică. Seara ne îmbrăcam în haine noi și ne strângeam în fața căminului cultural, unde se făceau sârbe, hore și se petrecea până la miezul nopții”.

S24: „Locuiam la casă și îmi amintesc cum mergeam în Ajun la colindat. Era o tradiție a familiei și a satului. Mergeam împreună cu sora, verișorii și prietenii apropiați, să colindăm la rude și la vecini. Colindam, cântam și mâncam dulciuri (cei la care mergem ne ofereau dulciuri, nu bani). De Paști se întâlneau toate rudele, în fiecare an acasă la altcineva, și cinam după ora 12 noaptea, după ce luam lumina de la slujba de Înviere”.

S29: „Iarna se mergea cu capra, veneau mascații (uneori mai ieșea și cu bătaie). În prima dimineață de Paști trebuia să pui un ou roșu într-un ibric cu apă și să te speli cu acea apă pe ochi, pentru ca tot anul să ai obraji roșii ca oul înroșit”.

De remarcat este că unele din aceste elemente de cultură populară au fost adaptate astfel încât să nu atragă atenția autorităților comuniste, precum mici modificări în textele cântecelor cu care se colinda (de exemplu, numele lui Isus Cristos a fost scos din unele texte, astfel încât să absolve textul respectiv de o eventuală prohibiție) sau chiar schimbarea numelui și a datei la care Moș Crăciun venea pentru a da cadouri copiilor: moșul era numit pe atunci Moș Gerilă (pentru a exclude orice legătură cu Crăciunul, deci cu nașterea lui Isus Cristos) și venea nu pe 24 decembrie, ci pe 30 sau 31 decembrie, adică de Anul Nou.

S34: „Crăciunul nu aveam voie să-l sărbătorim – se sărbătorea doar în familie, discret – și atunci Moș Gerilă (așa îi spuneam lui Moș Crăciun) venea la Anul Nou”.

Continuitate a existat, de asemenea, și în celebrarea altor tipuri de sărbători: cele legate de credințe mitologice, având probabil „rădăcini” precreștine, ca și cele legate de muncile și sezoanele agricole. De exemplu, mulți subiecți rememorează obiceiuri populare legate de sărbătoarea „Sânzienelor”, o sărbătoare populară care are loc pe 24 iunie și care este legată, se pare, de cultul recoltei, al iubirii și al fecundității. În tradiția populară, la această dată fetele nemăritate își puteau afla (visa), dacă urmau anumite ritualuri, „alesul” și/sau anul în care urmau să se mărite.

S16: „Sânzienele reprezintă un prilej de întâlnire a tinerilor ce doresc să își unească destinele, o sărbătoare a iubirii, care era cinstită cum se cuvine, cu cântec, joc și voie bună”.

S54: „Cel mai spectaculos obicei, care m-a impresionat încă din primii ani de viață, se petrecea în noaptea de Sânziene, când toată lumea mergea la cimitir, la morminte, să aprindă lumânări, apoi băieții tineri luau cauciucuri uzate, se urcau cu ele în vârful dealului, le dădeau foc și le dădeau drumul să se rostogolească la vale”.

O altă sărbătoare populară, des invocată de subiecți, atât de cei mai bătrâni, cât și de cei mai tineri, este legată de celebrarea recoltei: ea avea loc toamna (data exactă variind în funcție de zona din România sau chiar de fiecare sat în parte) și implica o serie de ritualuri și obiceiuri.

S29: „Cea mai frumoasă zi din an era Ziua Recoltei. Toate casele se împodobeau cu roadele pământului (struguri atârnați la geamuri, știuleți de porumb agățați de porți, fructe aranjate în castroane mari de pământ), oamenii se îmbrăcau cu cele mai frumoase haine, căruțele erau lustruite și împodobite, cailor li se împleteau coamele cu canafi roșii. Se bea must, se mânca pastramă de oaie, taraful se auzea până în satul vecin, se încingeau hore, care ridicau țărâna în aer”.

Practici de cultură populară „trăită” existau toamna, în conexiune cu recolta, nu doar prin organizarea unor sărbători și ceremonii, ci și în munca și viața cotidiană a subiecților. Anumite activități agricole (precum depănușatul porumbului) erau transformate în prilejuri de reuniune socială și în ritualuri populare: membrii comunității se ajutau pe rând între ei, făcând din aceste reuniuni prilejuri de împărtășire a unor diverse elemente de cultură populară, cum ar fi: cântece populare, ghicitori, zicători, povești populare, glume, bancuri etc.

S7: „Se făceau grămezi mari de porumb în curte și, când cădea seara, veneau vecinii, se făcea șezătoare și se depănușa porumbul. Se făcea un felinar dintr-un dovleac, adică scobeam dovleacul și înăuntru băgam lumânări. Într-un ceaun mare fierbeam porumbul care rămăsese încă moale, bun pentru fiert. Pentru copii era paradisul, mai ales ca aveam voie să stăm până târziu”.

S57: „Toamna se organiza o așa-numită «clacă», adică lumea se strângea la o anumită gazdă, pe care o ajutau la diferite treburi, de exemplu la curățatul porumbului. În timpul acesta gazda servea oaspeții cu prăjituri și vin. Munca se făcea cu bucurie, pentru că se spuneau glume, ghicitori și povești sau se cântau cântece populare”.

Așadar, în ceea ce privește *practicile* de cultură populară, una din ipotezele de cercetare de la care am pornit se confirmă prin analiza biografiilor: practicile populare, despre care am vorbit mai sus, s-au păstrat în aceeași formă sau au fost reinventate/adaptate în perioada comunistă (precum redenumirea lui Moș Crăciun și „mutarea” tradiționalului Ajun al Crăciunului cu câteva zile mai târziu), iar evoluția lor nu a depins de fazele comunismului, ci mai degrabă de evoluția istorică și culturală a societății.

Cercetarea ne-a relevat însă și alte aspecte interesante, legate de practicile de „cultură trăită” ale oamenilor în perioada comunistă. Astfel, conform istoriilor de viață analizate, pe lângă toate obiceiurile, ritualurile, ceremoniile religioase etc. amintite mai sus, în perioada respectivă au apărut și s-au dezvoltat și diverse „activități specifice timpului liber” (*leisure activities* – engl.), odată cu dezvoltarea tehnologică și a mass-mediei. Una dintre acestea a fost mersul la cinema. Deși existau cinematografe și înainte de război, acestea funcționau numai în marile orașe și erau accesibile numai anumitor categorii de oameni. Cinematograful a devenit cu adevărat un fenomen de masă în orașe abia în anii ’40–’50. În mediul rural, un surrogat pentru cinematograful au fost filmele difuzate (în unele sate) în zilele de week-end, la căminele culturale, dar mai ales prin ceea ce se chema „caravana cinematografică”, o activitate specifică timpului liber, care se derula în doi pași: **a.** cu câteva zile înainte, o mașină trecea prin sat, anunțând printr-un megafon filmul care urma să ruleze, ca și data și locul în care urma să se întâmple acest lucru; **b.** urma difuzarea propriu-zisă a filmului, la data și la locul indicat – de obicei, căminul cultural, dar și în săli de școală, spații în aer liber etc. Ceea ce prezintă interes pentru tematica noastră, din analiza biografiilor este practica ritualizată, socială, a mersului la film, fie la cinema, fie la căminul cultural, fie la „caravană”. Așa cum arăta și D. McQuail (1997), activitatea de a merge la film este, în primul rând, **o activitate socială**, gratificația fiind dată, dincolo de „mesajul” comunicat, de prilejul de reuniune (de grup, de cuplu etc.) și nu de filmul în sine (care poate fi unul „bun”, dar, la fel de bine, unul „prost”, fără a afecta satisfacția consumatorului). Ca o dovadă că, într-adevăr, conținutul mesajului nu conta chiar atât de mult, este faptul că filmele pe care mulți subiecți declară că le vedeau, în special în prima fază a comunismului românesc, erau filme rusești proletare sau cu teme/învățăture proletare. Mai târziu, acestora li s-au adăugat filmele indiene și filmele românești istorice, iar în perioada de „relaxare”, și filmele occidentale, cu precădere franțuzești și americane. De asemenea, nici condițiile, de multe ori improprie vizionării filmului, nu îi opreau pe oameni să realizeze, totuși, această activitate socială specifică timpului liber, atât de comună și prețuită (a se vedea, în acest sens, citatele din relatările subiecților S31 și S49 de mai jos).

S22: „Era o mașină, care, o dată pe lună, trecea prin sat și anunța, în difuzoare, programul și locul în care se va putea viziona filmul. De obicei, era sala școlii cu clasele I–IV, pentru că era singura în care existau scaune. Se strâneau mulți oameni, dar era în special distracția tinerilor și a copiilor. Țin minte că, pe vremea aceea, când aveam vreo 14–15 ani, eram la vârsta la care băieții tachinează fetele, iar „mersul la film” era un bun prilej să ne vedem și, mai ales, să chicotim, într-un cadru mult mai relaxat decât școala (...) Filmele, de cele mai multe ori, aveau teme proletare, era de obicei prezentată societatea capitalistă, cu tente politice, pentru a pune în evidență exploatarea clasei muncitoare și «superioritatea» sistemului comunist față de cel capitalist. Dar nu ne prea păsa nouă de asta, oricum, nu ne prea uitam la film”.

S29: „Cinematograf nu era în sat. În toată copilăria, a venit Caravana Cinematografică o singură dată, când încă nu eram la școală. Au montat o pânză mare în curtea școlii și așa am văzut un film. Îmi amintesc că era un film cu o locomotivă și, atunci când aceasta a început să meargă, oamenii au prins să arunce cu pietre și cu pantofii din picioare spre ecran, pentru că au crezut că locomotiva vine spre ei (...) În Capitală s-au schimbat însă datele problemei. Aveam în jur de 16 ani când am venit definitiv la București. Aici am început să merg aproape săptămânal la cinematograf”.
S58: „De obicei trecea caravana și anunța cu 2–3 zile înainte și ne invita pe toți la cinematograf. În ziua vizionării se făcea mare coadă la bilete, iar sala era plină”.
S44: „În sat vizionam filme la căminul cultural în fiecare duminică, iar la liceu, în Brăila, mergeam săptămânal la cinematograful popular «Patria 23 August». Vedeam filme românești și filme indiene de dragoste. Îmi amintesc de <i>O floare și doi grădinari</i> , <i>Vagabondul</i> , <i>Cuibul salamandrelor</i> , <i>Haiducii lui Șapte Cai</i> ”.
S37: „O posibilitate de evadare din cotidian era cinematograful. La multe filme trebuia să vii cu mult timp înainte, să cumperi bilet sau să pleci acasă supărat că nu ai putut să intri”.
S31: „La cinematograf îmi amintesc că am fost prima dată pe la 14 ani, la Găești, unde era un cinematograf mic și frigos. Am văzut acolo un film de desene animate”.
S49: „Toate filmele erau precedate de un jurnal cu propagandă comunistă. Toată lumea aștepta să se termine jurnalul și să înceapă filmul american. La filmele americane era năvala cea mai mare: rula o săptămână același film și, de multe ori, vedeam filmele de 2–3 ori. Unele cinematografe aveau săli insalubre, în care mai apărea și câte un șoarece, care provoca panică pe unde trecea. Proiectarea filmului se întrerupea uneori (destul de des), din cauza aparaturii depășite, și pe ecran apărea scris «Defecțiune tehnică». Filmul era întrerupt chiar și 30 de minute, timp în care se aprindeau luminile de veghe, iar spectatorii începeau să comenteze situația. Cu toate acestea, îmi amintesc că mergeam cu mare plăcere la film”.

Tot un prilej de reuniune și o activitate ritualizată a fost și privitul la televizor, în primii ani de după apariția televiziunii. Televizoarele se procurau greu – nu se găseau în magazine, ci se făceau liste de așteptare, pentru cei care doreau achiziționarea unui aparat. Unii subiecți ne-au spus că au așteptat chiar câțiva ani unul. Subiecții de la țară, în special, au povestit că existau puține televizoare în sat, numai câteva familii aveau. Așa că, de multe ori, privitul la TV era o activitate comunitară, rituală, un prilej al oamenilor de a se reuni și a se „uita seara la televizor”. A merge la cineva pentru a privi la televizor era echivalent cu a merge la cinema.

S54: „Familia mea a avut primul televizor din sat, în anul 1967. Seara, după muncă, toată lumea venea să se uite la emisiuni. Televizorul era pe verandă, cea mai încăpătoare cameră, și mama puneu băncuțe de lemn în fața lui, pentru a încăpea toată lumea, transformând, practic, casa într-un cinematograf”.
S42: „Televizorul reprezenta un lux pe care nu și-l permitea oricine. Exista posibilitatea de a merge în vizită la vecini dacă doreai să te uiți la televizor”.
S30: „Și acum am lacrimi în ochi când îmi amintesc cum, în 1959, la vârsta de 10 ani, tatăl meu a venit seara acasă cu un televizor alb-negru. Pe atunci era o mare realizare să îți poți cumpăra un televizor, iar noi am fost printre cei norocoși”.

S13: „Am văzut primul televizor în 1968. Nu avea toată lumea, mai ales la țară, pentru că aparatele erau scumpe și se procurau și greu, cu liste de așteptare. Erau două televizoare în comună. Atunci când ne-am cumpărat televizor alb-negru, a fost o mare fericire, însă programele pe care le puteai urmări erau puține și orele de difuzare, la fel”.

4.2. PRODUSE DE „CULTURĂ TRADIȚIONALĂ”. „STILUL DE VIAȚĂ” ÎN PERIOADA COMUNISTĂ

În ceea ce privește *produsele* de „cultură tradițională” (*folk culture*) – cel puțin cele care apar în relatările celor 62 de subiecți – și aici se poate constata atât o continuitate față de perioada anterioară, cât și o relativă independență față de fazele distincte ale regimului comunist românesc. Muzica populară, de exemplu, a continuat să fie creată, cântată și ascultată, pe scară largă, în societatea românească socialistă, atât în interiorul „culturii trăite” (*lived culture*), cât și în „cultura de masă” (*mass culture*), promovată fiind de diferitele mass-medii. Muzica populară autohtonă era prezentă la toate sărbătorile sociale (petreceri sau reuniuni, baluri sau „ceaiuri dansante”, petreceri legate de evenimente din viața umană, serbări și concursuri școlare etc.) și pe toate canalele de masă audiovizuale.

S12: „Muzica de la radio era de toate felurile însă mai mult și mai mult îmi plăcea muzica populară”.

O atenție aparte trebuie acordată unui fenomen muzical de cultură populară, care s-a întins pe parcursul a mai mult de un deceniu în timpul conducerii lui N. Ceaușescu: „Cenaclul Flacăra”. El este un fenomen rememorat în biografiile lor de către subiecții născuți după 1955, deoarece a debutat în 1973 și a fost interzis în 1985. „Cenaclul Flacăra” a fost deopotrivă un fenomen muzical și unul social. Muzica promovată era cea *folk* (nu populară)⁷. Conceput inițial ca un cenaclu cu spectacole „de poezie și muzică tânără” în cadrul unui teatru din București, succesul de care s-a bucurat a făcut din el un fenomen național și social. Astfel, el s-a extins în toată țara, incluzând o mulțime de turnee, cu multe spectacole în aer liber⁸.

⁷ A se vedea explicația dată cu privire la această distincție în nota de subsol nr. 1. Aici, sensul termenului „folk” este cel din limba română.

⁸ Conform http://www.monitorulexpres.ro/?mod=monitorulexpres&a=citeste&p=mozaic&s_id=66364 (ultima accesare: 6 aprilie 2009), au fost în total 1 615 spectacole. Trebuie precizat că Cenaclul Flacăra a fost un fenomen controversat: era condus de poetul Adrian Păunescu, cunoscut ca unul dintre „poetii de casă” ai familiei Ceaușescu. Se autointitula cenaclu de „poezie și muzică”, pentru că în cadrul spectacolelor erau citite și poezii, în mare parte ale lui Păunescu (cu mențiunea că, deși multe erau patriotice, în cadrul cenaclului nu erau promovate totuși poeziile dedicate de Păunescu familiei Ceaușescu). Se poate spune că, prin acest Cenaclu, a avut loc popularizarea (la scară de masă) a unui anumit gen de poezii, alături de muzica *folk* care le folosea pe post de „texte” (*lyrics* – engl.). Controversată a fost și interzicerea sa în 1985, după un spectacol de pe un stadion din Ploiești, în timpul căruia căderea curentului electric a provocat panica spectatorilor și moartea mai multor persoane. Mulți spun însă că ar fi fost vorba de o înscenare, interzicerea fiind dictată de însuși Ceaușescu, nemulțumit de amploarea pe care o luase fenomenul (*ibidem*).

S46: „În perioada anilor de liceu am devenit fan al Cănaclului Flacăra”.
S59: „Din cauză că se oprea curentul, seara ascultam la un radio mic cu baterii Cănaclul Flacăra și învățam la lumânare”.
S60: „Un eveniment deosebit pentru mine era Cănaclul Flacăra, unde mergeam cu mare drag”.

Cănaclul a fost promovat și prin mass-media, prin propria emisiune a cănaclului pe postul național de radio, ca și prin reportaje apărute în fiecare număr al revistei „Flacăra”. Muzica *folk* a căzut însă în dizgrație după 1985, fiind interzis atât Cănaclul, cât și orice spectacol de muzică *folk*, dar și promovarea acestui gen muzical la radio sau televiziune. Succesul acestui fenomen poate fi explicat și prin sentimentul de libertate pe care îl trăiau tinerii, participând la astfel de spectacole: într-o societate închisă, în care controlul și cenzura erau omniprezente, aceste spectacole și muzica lor ofereau una din puținele oportunități de evadare și de „a te simți liber”.

S52: „Erau deja celebre în acea perioadă (începutul anilor '80 – <i>n. ns.</i> , S. Ș.) spectacolele de muzică <i>folk</i> organizate pe stadioane de către Adrian Păunescu și, la acea vreme, gustam acel gen de muzică și de spectacol, care era mai liber sau măcar oferea senzația libertății de exprimare”.
--

Deși mulți vedeau, la vremea respectivă, în spectacolele Cănaclului Flacăra, o formă subtilă de răzvrătire la adresa lui Ceaușescu, ele au fost organizate, totuși, oficial. Muzica și versurile cântecelor erau discret controlate: nu se recita orice tip de poezii, nici nu se cânta orice gen de muzică. Spectacolele nu au avut fătîș nicio tentă de răzvrătire sau rezistență la adresa regimului socialist sau a lui Ceaușescu.

Singurele produse de cultură populară „de rezistență”, prin care erau criticate și ironizate regimul comunist, cu „împlinirile sale mărețe”, ca și Ceaușescu și familia sa, au fost bancurile. Bancurile sunt unul din locurile-cheie ale producției de înțelesuri în viața populară, iar râsul exploziv provocat de acestea se bazează pe o subversiune a structurilor lor obiective (Sparks, 2000, p. 49). Din punctul nostru de vedere, în timpul regimului comunist, bancurile au avut mai mult decât funcția de a provoca râsul: ele au însemnat, totodată, o formă de conexiune tacită a oamenilor, o formă de comunicare, cu sensul: „nu ești singur, toți gândim așa (antiregim, anti-Ceaușescu, anticomunism, în general)”. Elemente de cultură populară în orice societate, bancurile au fost adaptate de oameni regimului comunist, fiind o formă de rezistență și de opoziție atât față de sistemul social, cât și față de conducători (în special față de Ceaușescu). Bancul fiind unul dintre puținele elemente de cultură populară de rezistență și de opoziție, locul în cadrul culturii populare comuniste nu trebuie minimalizat. Pe de altă parte, trebuie recunoscut faptul că ele erau, totuși, o formă pasivă de rezistență: nu îndemneau la o formă de activism social, ci constituiau mai degrabă un debușeu, o formă de ironie sau chiar de autoironie, o poziționare antiregim sau anti-Ceaușescu însă nu în

spațiul public, ci numai în spațiul privat (și nici acolo oriunde, ci doar în mediile considerate „sigure”).

Analiza biografiilor noastre relevă faptul că bancurile referitoare la regimul comunist sunt rememorate mai ales de către subiecții mai tineri, cei care și-au trăit viața în special în timpul lui Ceaușescu. Subiecții care au trăit și perioada stalinistă a regimului socialist își amintesc de teroarea instaurată în acel timp printre oameni, din cauza vânătărilor constante, în timpul „ascuțirii luptei de clasă”, a indivizilor considerați „elemente burgheze”, anticomuniste și care, în acea perioadă, puteau să fie ridicați și să dispară pur și simplu pentru totdeauna. Prin urmare, în perioada stalinistă, spunerea și chiar râsul la auzul bancurilor erau privite cu scepticism. Mai mulți subiecți își amintesc chiar că, în vremea respectivă, exista credința că bancurile erau spuse chiar de turnătorii poliției politice, pentru a vedea cine râde/aderă la ideile lor și este, deci, împotriva sistemului (și, ca urmare, trebuie pedepsit).

S3: „Circulau multe bancuri cu subînțeles, dar nu trebuia să râzi prea tare la ele, pentru că multe erau provocări. Cei care le spuneau erau turnătorii Securității, cei care «încheiaseră pactul cu diavolul», pentru a lua pulsul atașamentului populației la «marile realizări» ale partidului”.

În ceea ce privește bancurile rememorate de subiecții mai tineri, acestea pot fi clasificate în două mari categorii: **a.** bancurile anticomunism în general (antiideologie, antipropagandă etc. – așa cum este exemplul 1 din caseta de mai jos) și **b.** anti-Ceaușescu. Și în cadrul celei de-a doua categorii se pot face diferențieri: existau bancuri care ținteau și ironizau prostia lui Ceaușescu, lipsa lui de educație (exemplele 2 și 3); bancuri care relevau viața grea a populației în acea perioadă, în contrast cu ceea ce, oficial și propagandistic, se numea „epoca de aur” sau epoca „împlinirilor mărețe” pentru România (exemplele 4, 5 și 6, care amintesc de cozile interminabile ale populației pentru a procura alimente de bază, respectiv de dorința oamenilor de a fugi cumva din țară – granițele fiind închise și strict controlate în acea vreme); și, de asemenea, bancuri care dezvăluiau părerea reală a populației față de Ceaușescu, critică și de opoziție, în contrast cu atitudinea propagandistică și oficială, în conformitate cu care Ceaușescu era „cel mai iubit fiu al poporului” (exemplul 7):

Exemplul 1 – S23: „Își dau întâlnire Comunismul, Socialismul și Capitalismul. Socialismul întârzie. Vine până la urmă transpirat, șifonat și se scuză: «– Iertați-mă că am întârziat, dar am stat la coadă la carne».

Capitalismul întreabă: «– Ce-i aia coadă? », Comunismul întreabă: «– Ce-i aia carne? »”

Exemplul 2 – S62: „Nicu și Leanța⁹ se aflau în avion împreună cu un șef de stat prieten, deasupra unei jungle. Din greșeală, lui Nicu îi cad pantofii peste bord. Este rugat prietenul

⁹ „Nicu” sau „Nea Nicu” și „Leana” sau „Leanța” sunt numele sub care apar în bancuri Ceaușescu (Nicu este un diminutiv de la Nicolae) și soția sa, Elena („Leana” sau Lenuța este un apelativ popular pentru Elena).

șef de stat să pună în mișcare toate trupele de care dispune pentru a-i căuta lui Nicu pantofii prin junglă. Nedumerit, prietenul întreabă de ce nu își cumpără o altă pereche. «Țin foarte mult la această pereche, deoarece era lucrarea mea de diplomă», răspunde Nicu» ¹⁰ .
Exemplul 3 – S57: „Un deținut ajunge la Canalul Dunăre-Marea Neagră ¹¹ . Comandantul șantierului îl primește: «Văd la dosar o condamnare de 50 de ani la muncă forțată. Care-i motivul?». Deținutul răspunde: «Am spus că Ceaușescu este un idiot și am luat: 10 ani pentru insultarea prim-secretarului, 10 ani pentru insultarea partidului și 30 de ani pentru divulgarea secretului de stat!»”.
Exemplul 4 – S29: „Întrebare: De ce în România, magazinele se fac la minimum 5 km distanță unul de celălalt? Răspuns: – Să nu se încurce cozile”.
Exemplul 5 – S29: „Ceaușescu cu nevasta, în elicopter. Leana îi zice: «– Uite, Nicule, se vede râurile! »...«– Nu tu, astea nu e râurile astea e șoselele! »... Pilotul intervine: «– Nu, astea-s cozile! »...”
Exemplul 6 – S60: „Se spune că (în timpul perioadei comuniste) s-ar fi dorit construirea unei autostrăzi București-Berlin, pe patru benzi: trei pentru dus și una pentru depășire”.
Exemplul 7 – S29: „Pe vremea lui Ceaușescu, iese un timbru cu Ceaușescu. Se duce Ceaușescu, deghizat, la un oficiu poștal, să vadă cum se vinde timbrul. «Nu se vinde», spune funcționarul. «– De ce? » «Nu se lipește». Cere Ceaușescu un timbru, scuipe pe lipici, îl pune pe un plic și-i arată funcționarului: «– De ce spui că nu se lipește? Uite că se lipește! » «Da, spune funcționarul, dar toți scuipe pe partea ailaltă”.

În perioada socialistă au fost create și alte elemente de cultură populară de rezistență, mai scurte, sub forma zicătorilor, adică a acelor fraze scurte, de obicei rimate, prin care poporul exprimă în mod metaforic constatări de ordin general, norme de conduită etc.:

S62: „Greu a fost cu <i>der, die, das</i> , dar mai greu cu <i>davai ceas</i> ”.
S62: „Cine limba lungă are va lucra cinci ani la sare”.

În primul exemplu de mai sus este amintită și ironizată obligativitatea de a învăța limba rusă în școli. În cel de-al doilea exemplu, este exprimată metaforic teama de a vorbi liber („limba lungă”), din cauza pericolului de a ajunge în închisoare (și de a munci, prin urmare, din greu, de exemplu, într-o mină de sare).

¹⁰ Deși, propagandistic, Ceaușescu era prezentat drept o persoană cu o inteligență strălucită și un mare învățat (oficial a „scris” chiar și câteva cărți), în realitate, singura sa educație era constituită de școala primară (patru clase), iar singura meserie pe care o învățase, ca ucenic într-un atelier, era aceea de cizmar.

¹¹ „Canalul Dunăre–Marea Neagră” este canalul navigabil ce leagă porturile Cernavodă de pe Dunăre și Constanța de la Marea Neagră, scurtând drumul spre portul Constanța cu aproximativ 400 km. El a fost un proiect economic „grandios” al regimului comunist, început în 1949. Cei mai mulți muncitori erau deținuți politici din închisorile comuniste. Lucrările au fost sistate în 1955 și reluate în 1975, la inițiativa lui Ceaușescu. La canal au continuat să lucreze și deținuții din închisori. Canalul a fost inaugurat la 26 mai 1984, în plină perioadă de restricții în viața populației (lipsă de alimente și de bunuri de larg consum, lipsa căldurii în apartamente, oprirea curentului electric, imposibilitatea de a călători în afara țării etc.)

*

Pe lângă artefactele evidente de cultură populară tradițională relevate și de cercetarea noastră, precum textele (bancurilor, cântecelor, zicătorilor etc.) și muzica, am urmărit și analizat și diversele produse de cultură populară (inclusiv cele de „cultură tradițională”), care țin de „stilul de viață” (*lifestyle*) al oamenilor. Cercetarea noastră a relevat faptul că în perioada comunistă, adică după 1947, destul de puține produse mai erau încă automanufacturate sau create de oameni. Am urmărit prin cercetare, prin ghidul care a structurat biografiile, inclusiv stilul de îmbrăcăminte și de tunsoare – ne-au interesat, în acest sens, produsele și stilurile de îmbrăcăminte, stilurile de tunsoare, dar și originile lor, sursele lor de inspirație, „rutele” pe care le-au urmat. În această privință, conform cercetării, există, într-adevăr, diferențe majore între subiecții născuți în perioade diferite de timp, diferențe între generații. În timp ce subiecții născuți înainte de cel de-al Doilea Război Mondial ne-au vorbit despre păstrarea unor produse și obiceiuri tradiționale în îmbrăcăminte și tunsoare, subiecții născuți după război au fost mai deschiși la schimbare și la influențe. Cu cât anul nașterii lor se apropie mai mult de prezent, cu atât subiecții au fost mai mult influențați de *trend*-urile externe, de care au luat cunoștință pe diverse căi.

Întorcându-ne la subiecții mai în vârstă, din biografiile lor aflăm că în primii ani ai comunismului, adică primii ani după încheierea războiului, viața a fost deosebit de grea: mulți ne-au vorbit despre sărăcie și despre o mulțime de neajunsuri. Această stare precară de existență a fost o consecință atât a moștenirii lăsate de război, cât și a măsurilor impuse de autoritățile comuniste. La acestea s-au adăugat și alte două fenomene, încă vii în amintirea multor subiecți, care au traversat perioada respectivă: un fenomen natural, „marea secetă” din 1946 și un fenomen economic, „marea stabilizare monetară” din 1947. Ambele au afectat considerabil condițiile de viață, oricum precare, ale populației: marea secetă a compromis aproape în întregime recoltele, esențiale pentru asigurarea hranei unei populații preponderent rurale, în timp ce marea stabilizare monetară, măsură luată pentru stoparea inflației¹², a dus la pierderea economiilor populației și, practic, la uniformizarea averilor.

S14 (subiect din mediul rural): „De când cu marea secetă din 1946, și astăzi îmi păstrez în fiecare an o parte din recolta de anul trecut, pentru că nu mai vreau să trec prin ce am trecut atunci, când mâncam semințe de cânepă și mei (...) Când s-a făcut stabilizarea monetară, în '47, se duceau oamenii cu doi saci de bani la târg și se întorceau cu o pâine și cu un pachet de țigări. Alții, de necaz, au dat foc saltelelor de bani în mijlocul satului”.

S9 (subiect din mediul urban): „Timp de un an a fost o mare secetă și nu s-a găsit pâine, iar mălaiul a fost raționalizat. (...) În 1947 s-a produs și o stabilizare monetară, schimbându-se numai 3 milioane de lei de persoană, indiferent de statut”.

¹² Măsura a presupus denominarea monedei naționale.

S6 (subiect din mediul urban): „Stabilizarea monetară m-a surprins la începutul concediului, pe Valea Prahovei. Toți banii de concediu nu mi-au ajuns ca să îmi iau bilet de tren de întoarcere. Noroc că Ministerul la care lucram a trimis un camion, pentru ca angajații plecați în grup să se poată întoarce acasă”.

Seceta din 1946 a generat și diverse produse de *folk culture*, de tipul zicătorilor sau al scurtelor poezii populare:

S19: „Seceta din '46 a rămas mult timp în memoria oamenilor. A fost făcut și un cântec al săracilor, care suna așa: «Îți mai aduci aminte, frate, de foamea din '46, ștevia și știrulețu' desființară făcălețu'»”¹³.

La toate acestea s-au adăugat și măsurile drastice luate de autoritățile comuniste de început, profund dedicate ideologiei sovietice din vremea respectivă. Implementarea modelului stalinist în economie presupunea naționalizarea și colectivizarea. Între 1948–1950 a avut loc naționalizarea accelerată a proprietăților: s-a început cu întreprinderile industriale și miniere (care reprezentau 90% din producția țării), cu băncile și societățile de asigurare, apoi au urmat instituțiile de sănătate, casele de filme, cinematografele. Până în aprilie 1950 a fost naționalizată o parte a fondurilor de locuințe (Georgescu, 1995, p. 259). În 1949, partidul a început, de asemenea, colectivizarea agriculturii, proces desfășurat mult mai lent decât se așteptau comuniștii: le-au fost necesari nu mai puțin de 13 ani pentru a-l desăvârși. În special perioada 1949–1953 a fost una extrem de dură pentru țărănime, nu mai puțin de 80 000 de țărani „recalcitranti” (conform statisticilor oficiale, deci, în realitate, numărul a fost mult mai mare) fiind arestați de autorități (*ibidem*, p. 260).

În aceste condiții, stilul de viață al oamenilor în perioada de început, „stalinistă”, a comunismului românesc a fost unul simplu, cu multe neajunsuri. Referindu-ne la îmbrăcăminte, de exemplu, biografiile ne arată că, în special în mediul rural, îmbrăcăminte încă mai era constituită din produse populare, confecționate manual, acasă. În mediul urban, nu doar alimentele au fost raționalizate „pe cartele”, ci și hainele și alte mărfuri.

S3 (subiect din mediul rural): „Datorită sărăciei, neajunsurilor de tot felul, straiile erau țesute și cusute de mama manual, încălțăminte se compunea din opinci din piele de porc, în cel mai fericit caz, pe care le purtam când mergeam la școală, la biserică, iarna mai ales. Vara umblam desculți, să nu uzăm aceste opinci”.

S6 (subiect din mediul urban): „Atât pe piața alimentară, cât și pe cea a confecțiilor, mărfurile au fost raționalizate pe cartele. Rațiile alimentare erau însă mici, pâinea de calitate proastă, iar cozile la magazine foarte mari”.

¹³ Ștevia și știrulețul (diminutivul de la „știr”) sunt două plante sălbatice folosite în special ca nutreț pentru porci.

Pe lângă purtarea costumelor populare și a încălțămintei realizate acasă sau a hainelor de calitate îndoienică luate „pe cartelă”, oamenii păstrau, în cea primă fază a comunismului, stilul tradițional, popular, în ceea ce privește tunsoarea: bărbații erau tunși scurt și purtau pălărie, iar iarna căciulă „de astrahan” (din blană de oaie); femeile purtau părul lung, împletit într-una sau două cozi. În special la țară, femeile căsătorite purtau tot timpul, în afara casei, batic pe cap.

Deși reminiscențe ale acestor tradiții populare mai pot fi întâlnite, chiar și în prezent, la unele persoane în vârstă din mediul rural (costum popular – atât la bărbați, cât și la femei, păr lung și împletit, plus batic pe cap – la femei etc.), aceste stiluri populare au fost puternic afectate de fenomenele care au marcat modernizarea societății, chiar în perioada socialistă: urbanizarea și industrializarea. Schimbările în stilul de îmbrăcăminte și tunsoare și, în special, influențele externe în această privință, au început în mediul urban și au fost accelerate o dată cu intrarea comunismului românesc în cea de-a doua fază a sa, acea perioadă de „relaxare”. Aceasta este caracterizată de istorici ca o perioadă de „destindere”, în special pe plan politic și cultural: s-au produs o îndepărtare ideologică de „marele frate eliberator de la Răsărit” și o renunțare la campania susținută de rusificare, fapt ce a făcut posibilă atât reabilitarea valorilor naționale (re-scrise sau chiar interzise până atunci), cât și deschiderea către valorile occidentale. Toate acestea au făcut ca perioada să fie una de progres și modernizare, în special pe plan cultural. Ca atare, au fost posibile și influențe occidentale în cultura populară, fapt relevat și de biografiile analizate. Conform cercetării noastre, în ceea ce privește îmbrăcămintea, aceste influențe s-au produs mai puțin prin existența efectivă a unor *produse occidentale* pe piața românească, cât mai ales prin imitarea unor modele occidentale. Cunoașterea acestor modele s-a făcut prin intermediul mediei, în special al televiziunii (filmele TV și serialele), al cinematografului și al muzicii. Există și o piață „subterană” – la care unii oameni aveau acces – prin care „se putea face rost”, de obicei cu costuri destul de mari, și de produse occidentale (a se vedea, în acest sens, citatele de mai jos). Însă nu mă voi opri aici asupra influenței culturii populare occidentale asupra culturii populare din România, acesta fiind un obiectiv de cercetare diferit de cel reținut pentru această lucrare (identificarea elementelor de „cultură tradițională”).

Întorcându-ne la produsele de îmbrăcăminte adoptate/purtate de populație în perioada comunistă, se poate spune că, în conformitate cu cele 62 de biografii analizate, cele mai multe din haine erau de producție proprie, românească, sau erau produse importate din alte țări socialiste. În anii '80 însă, ai perioadei ceaușiste de restriște, nu mai erau disponibile nici măcar multe produse românești de îmbrăcăminte, cel puțin nu cele de calitate ridicată, deoarece acestea luau toate calea exportului, în cadrul politicii furibunde a lui Ceaușescu, de achitare a tuturor datoriilor externe ale țării. Lipsa de produse de îmbrăcăminte în magazine a fost suplinită, în toată perioada socialistă, de obiceiul confecționării hainelor la croitor (fie în ateliere de croitorie, la orașe, fie la „croitor” – bărbații – sau „croitoreasă” – femeile, la sate).

S29 (femeie): „Hainele erau foarte simple, dacă doreai ceva mai special, trebuia să-ți faci pe comandă. Mai puteai să-ți cumperi de la cei care plecau în străinătate în interes de serviciu și care mereu aduceau ceva de vânzare (...) Ce mi-a plăcut cel mai mult a fost moda anilor '60-'70, când se purtau fustele conice și scurte, până la jumătatea genunchiului și foarte strâmte, pantofii cu toc cui și foarte înalt, părul ondulat în exterior și tapat în creștet, taioare, pardesiile legate cu un cordon foarte lat în talie și foarte strâns. Vedeta care m-a influențat în stilul de îmbrăcăminte a fost Sophia Loren”.

S54 (femeie): „Hainele se făceau pe atunci la croitoreasă sau ți le tricota singură și trebuia să ai multă imaginație ca să arăți bine. De cumpărat, nu se găseau decât câteva modele și culori la casa de modă”.

S21 (bărbat): „Vestimentația din acea perioadă era comună, sărăcăcioasă, arătam cu toții la fel, parcă eram în uniforme. Rar se întâmpla să se mai aducă prin magazine marfă de bună calitate, aceea care era refuzată la export. Întreaga industrie lucra 90% pentru export”.

S32 (bărbat): „Vestimentația era modestă din punctul de vedere al calității materialelor. După ce am ieșit la salariu, asta se întâmpla în anul 1966, îmi făceam la croitor pantaloni și chiar costum pe comandă, pentru că hainele din comerțul socialist erau construite după un singur tipar, probabil stahanovist (...) Am avut un prieten marinăr, de la care am cumpărat blugi de câteva ori”.

S56 (bărbat): „Nu se puneau problema unor produse occidentale în vestimentația din acea perioadă, mai ales în provincie”.

În toată perioada socialistă, oamenii au purtat, de asemenea, haine realizate manual, tricotate sau croșetate. În primii ani ai comunismului, acest fapt a fost mai mult o continuare a tradiției populare românești a confecționării în casă a hainelor, ca și răspunsul la nevoia umană de căldură (nevoie greu de satisfăcut, în special la orașe, unde nu existau atât de multe „materii prime” – precum lână – pentru automanufacturarea hainelor, iar confecțiile, în acea primă perioadă comunistă, erau insuficiente și vândute „pe cartelă”). Cu timpul, se poate spune că tricotarea hainelor, în special din materiale mai deosebite, precum mohairul, a devenit o parte a modei, a *trend*-ului general în stilul de îmbrăcăminte.

S25: „În zilele obișnuite se purtau haine precum puloverele lucrate (tricotate – n. ns., S. Ș.) din lână, mohair, pantaloni din tercot, postav. Pe timp de iarnă se purtau pantaloni tricotați din lână”.

Alături de haine, în mediul rural au continuat să fie realizate acasă diverse lucruri necesare în gospodărie, precum covoarele, preșurile și cuverturile pentru pat. Primul citat de mai jos ne oferă, de asemenea, un exemplu de „obicei culinar” (*eating habit* – engl.), generalizat în mediul rural românesc.

S29: „Totul se făcea în casă: se țeseau covoare, cuverturi, ii, ițari (la războiul de țesut), se torcea lână și din aceasta se împleteau pulovere, veste (ilice), șosete. Făina era cam rară, deci pâine nu mâncam prea des, dar, în schimb, mămăliga era la loc de cinste. Mama mea fierbea mămăliga în tuci, o răsturna pe tocător și o tăia cu ață”.

S17: „Vara spălam lâna de la oi, pe care o cumpăram (noi nu aveam decât vaci, capre și păsări în gospodărie), o puneam la uscat, apoi mergeam cu ea la darac sau o dărețeam singură acasă, pentru că aveam un darac mic. Apoi torceam lâna și făceam din ea pulovere, mănuși, șosete pentru soț și copii. Mai lucram și la război, făceam covoare de perete și preșuri de diferite mărimi, modele și culori, și astăzi mai am acasă astfel de exemplare, de care sunt foarte mândră, ele au fost munca mea de o viață”.

Cu toate că oamenii s-au adaptat timpurilor, totuși perioada comunistă a fost una plină de neajunsuri, inclusiv în privința produselor de îmbrăcăminte, indiferent de faza comunismului. În acest sens, sunt elocvente citatele de mai jos: în primul, un subiect (femeie) ne relevă cum în anii '50 nu exista lenjerie intimă în magazine, în timp ce în al doilea, un alt subiect (tot femeie, dar mai tânără), ne relevă două aspecte: cum în anii totalitarismului lui Ceaușescu (anii '80), cumpărarea unor produse era condiționată de „donarea” către stat a unor produse alimentare, realizate de oameni în propriile lor gospodării¹⁴ și cum, inevitabil, se dezvoltase o „piață subterană” comercială, unde, „pe sub mână” sau „cu relații”, se puteau totuși achiziționa produse, inclusiv de îmbrăcăminte.

S15: „Sunt sigură că pare de necrezut astăzi, dar în vremea aceea nu exista lenjerie intimă în comerț și atunci mergeam la cooperativă (în sat era o singură cooperativă – un magazin) sau cumpăra soțul meu din alte orașe pe unde mergea, el fiind șofer, cumpăra deci materiale și eu făceam lenjeria intimă, ca și haine pentru copii, scutece, pantalonași etc.”

S58: „Aveam un magazin în oraș, în Vălenii de Munte, care mai aducea haine frumoase, dar uneori era neplăcut, pentru că trebuia să ducem nuci, fasole, ouă, păsări, ca să ne luăm de îmbrăcat. Spuneau că au cotă la stat de provizii. Bine, mai găseam și «pe sub mână» sau cu relații”.

5. CONCLUZII

În ceea ce privește ipotezele formulate la început, se poate spune că, în mare parte, acestea au fost confirmate de analiza celor 62 de *istorii de viață*. Așa cum spuneam, cercetarea, ale cărei rezultate le prezintă această lucrare, a fost una mai amplă, iar studiul, în ansamblul său, ne-a relevat faptul că, în România, cultura populară a fost influențată de cele trei faze distincte, prin care a trecut regimul comunist între 1947 și 1989. Cercetarea ne-a arătat însă că ea a fost influențată și de fenomenele la scară largă, pe care le-a urmat societatea, anume industrializarea și urbanizarea.

¹⁴ În același ton, uneori cumpărarea unor produse, în special alimentare, era condiționată de obligativitatea cumpărării altor produse – care, altfel, nu erau cumpărate de nimeni, din cauza calității lor (unele fiind chiar stricate sau necomestibile: conserve de legume, pește etc.).

Referindu-ne la ipoteza specifică urmărită în această lucrare, se poate spune că o mai mare independență față de fazele comunismului au avut-o practicile de „cultură tradițională” (*folk culture*), precum balurile și „ceaiurile dansante”, celebrarea sărbătorilor religioase și obiceiurile conexe acestora, obiceiurile legate de credințe mitologice și cele legate de muncile agricole, diverse „obiceiuri culinare” (*eating habits*), ca și unele produse de „cultură tradițională”, precum hainele automanufacturate, diferitele obiecte de uz casnic realizate acasă etc. La acestea din urmă a existat, de altfel, o continuitate, între perioada monarhică anterioară celui de-al Doilea Război Mondial și perioada comunistă. Unele practici și produse de cultură populară „tradițională” au fost adaptate și reinventate, astfel încât să nu intre sub interdicțiile comuniste și să poată fi continuate. De exemplu, celebrarea unor sărbători religioase în medii private, schimbarea numelui lui Moș Crăciun în Moș Gerilă sau modificarea textului unor cântece utilizate în obiceiurile și datinile legate de sărbătorile religioase.

Analizând însă, în ansamblu, biografiile unor persoane aparținând unor generații diferite, am putut constata o transformare treptată, chiar și în aceste practici și produse de *folk culture*, profund tradiționale. Această transformare s-a datorat însă nu influenței trecerii prin fazele distincte ale comunismului, ci, mai degrabă, modernizării în ansamblu a societății. Societatea românească a urmat, totuși, *trend*-ul generalizat din lumea industrializată, *trend* de care ea nu a fost străină, cel puțin la nivelul modelelor și al mentalităților, chiar dacă regimul totalitar al lui Ceaușescu a încercat să țină populația din România cât mai departe de astfel de influențe. De exemplu, treptat, „balurile” au fost înlocuite cu discotecile, cel puțin în mediul urban, iar hainele tradiționale, confecționate de obicei acasă, înlocuite cu haine moderne, care, chiar dacă nu erau disponibile în magazine, cel puțin erau făcute la comandă după modele occidentale.

Un alt aspect care a reieșit din cercetarea noastră – și pe care nu l-am luat în considerare prin ipotezele formulate inițial – este cel legat de practicile rituale de cultură populară, generate de evoluția tehnologică a societății, precum mersul la cinematograful sau privitul la televizor în grup. Acestea au fost activități ale căror gratificații se găseau preponderent în latura lor socială și nu în conținutul mediatic propriu-zis, fiind forme noi de „cultură trăită” (*lived culture*), dezvoltate o dată cu progresul general al societății, independent de fazele comunismului.

În fine, o ultimă precizare trebuie făcută cu privire la toate datele prezentate și analizate în această lucrare: ele trebuie interpretate ținând cont de limitarea metodologică specifică metodei istoriilor de viață. Ca și în interpretarea altor fenomene ce utilizează această metodă, nici aici nu trebuie să pierdem din vedere faptul că autobiografiile, care ne-au oferit materialul de analiză, reprezintă viziuni *subiective* ale realității, ceea ce înseamnă că pot suferi de pe urma *intervenției* subiecților, atât în *selectarea* evenimentelor trăite, cât și în *prezentarea*, *combinarea* și *interpretarea* lor. Așadar, biografiile ne oferă nu fapte, ci *reprezentări* ale subiecților despre ei înșiși și despre lumea înconjurătoare. Mai

mult, fiind relatări *à la longue*, întinse pe mai multe decenii și incluzând copilăria și tinerețea, este posibil ca subiecții să atribuie, în memorie, valori afective, mai intense decât au fost în realitate, unor evenimente trecute (de multe ori, aceste valori afective sunt pozitive, deoarece sunt legate de perioade „luminoase” din viața umană, precum copilăria și tinerețea – de aici și nostalgia unora dintre subiecți). Prin urmare, în interpretările și concluziile formulate mai sus, trebuie avută în vedere precauția limitărilor metodologice.

BIBLIOGRAFIE

1. BARAN, S.J. & DAVIS, D.K., *Mass Communication Theory. Foundations, Ferment, and Future*, Belmont, Wadsworth, 2000.
2. BERGER, P.L. & LUCKMANN, T., *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City, New York, Anchor Books, 1966.
3. CASEY, B.; CASEY, N.; CALVERT, B.; FRENCH, L. & LEWIS, J., *Television Studies. The Key Concepts*, London, New York, Routledge, 2002.
4. DAHLGREN, P. & SPARKS, C. (eds.), *Journalism and Popular Culture*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 2000.
5. DAHLGREN, P., *Introduction*, în Dahlgren, P. & Sparks, C. (eds.) *Journalism and Popular Culture*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 2000, p. 15–36.
6. FISKE, J., *Understanding Popular Culture*, London, Unwin Hyman, 1989.
7. GEORGESCU, V., *Istoria românilor. De la origini până în zilele noastre*, București, Humanitas, 1995.
8. GRAMSCI, A., *Selections from the Prison Notebooks*, ed. și trad. de Q. Hoare și G. Nowell-Smith, London, Lawrence and Wishart, 1971.
9. HALL, S. & WHANNEL, P., *The Popular Arts*. New York, Pantheon, 1965.
10. ILUȚ, P., *Abordarea calitativă a socioumanului*, Iași, Polirom, 1997.
11. McQUAIL, D., *Audience Analysis*, Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage Publications, 1997.
12. O’SULLIVAN, T.; HARTLEY, J.; SAUNDERS, D.; MONTGOMERY, M. & FISKE, J., *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, London, New York, Routledge, 1997.
13. SPARKS, C., *Popular Journalism: Theories and Practice*, în Dahlgren, P. & Sparks, C. (eds.) *Journalism and Popular Culture*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage Publications, 2000, p. 37–56.