

# Studiu de antropologie socială într-o comunitate aflată la confluența a două regiuni istorice ale României

Cătălin-George Fedor

**Rezumat.** Articolul de față prezintă rezultatele unui studiu de antropologie socială realizat într-o comunitate cu un specific aparte, aflată la confluența a două mari regiuni istorice ale României. Populația investigată prezintă caracteristici preluate de la populațiile învecinate. Scopul studiului este de a reliefa trăsăturile specifice ale comunității locale și a identității acesteia, respectiv imaginea individului în mentalul colectiv local. Am apelat la un mix metodologic, cantitativ și calitativ. Rezultatele scot în evidență specificul și tradițiile comunității locale, precum și modul în care se autopercep localnicii, iar concluziile ne arată o imagine de ansamblu cu aspecte în general pozitive care pot constitui premise pentru dezvoltarea ulterioară a comunității.

**Cuvinte cheie:** comunitate locală, identitate, mental colectiv, reprezentări sociale, ceilalți.

**A Social Anthropology Study in a Confluence of Two Romanian Historical Regions Community.** The paper presents the results of one social anthropological study conducted in a distinctive community located between two major historical regions of Romania. The investigated population presents characteristics taken from the neighbouring populations. The purpose of the study is to highlight the specific features of the local community and its identity, respectively the image of the individual in the local collective mind. The methodology is mixed, both quantitative and qualitative. The results highlight the local community specificity and traditions, as well as how the locals perceive themselves, and the conclusions show us an overview with generally positive aspects that may constitute premises for the further development of the community.

**Keywords:** local community, identity, collective mind, social representations, the others.

.....

## 1. Introducere

Studiul pe care îl prezentăm în continuare reprezintă rezultatele unei cercetări de antropologie socială realizată în municipiul Buzău, România, care își propune o evaluare a specificului local. Scopurile urmărite constau în relevarea trăsăturilor specifice ale comunității locale și a identității acesteia, respectiv imaginea individului în mentalul colectiv local. Din punct de vedere geografic și istoric,

localitatea aparține fostei Țări Românești, în vecinătatea Moldovei. Locuitorii se definesc ca fiind munteni, deși recunosc influența moldovenească în multe aspecte legate de tradițiile lor.

Premisa de la care pornim (Fedor 2014a) constă în faptul că, în general, prin comunitate locală înțelegem membrii unui grup mai mult sau mai puțin omogen, care își afirmă o anumită formă de identitate dată de conștiința unui trecut sau a unei origini comune. În egală măsură, această identitate (asimilată adesea cu specificul local) este construită de membrii comunității respective. Acest fapt, pe care putem să-l numim de conștiință, se fundamentează pe unele criterii relativ obiective, cum ar fi locul, instituțiile sau trăsăturile culturale care conțin aspirațiile și proiectele comune. Rezultă, astfel, că apartenența comunitară, în calitate de fapt de conștiință, poate fi definită prin semnificația pe care o dă individul criteriilor enumerate mai sus. Altfel spus, acestea își dobândesc semnificația de trăsături comunitare numai în măsura în care sunt activate și integrate în conștiința unei identități comunitare. Despre această identitate ne vom ocupa în cele ce urmează.

Vom releva, în acest sens, faptul că apartenența la o anumită comunitate locală este un proces dinamic, care prezintă atât aspecte prezente în memoria colectivă, cât și aspirații către viitor, este un proces în care se produc reconfigurări periodice și în care rolul inter-relaționării (cu vecinul, cu vizitatorul, cu celălalt, în general) este decisiv și vizibil (Fedor 2014b).

Precizăm încă de la început faptul că termenul de „munteni” întâlnit în text se referă la locuitorii sudului României (fosta Țara Românească/Muntenia), iar cel de „moldoveni” se referă la locuitorii din regiunea Moldova a României (până la Prut).

## **2. Metode de cercetare**

Cercetarea are caracter mixt, calitativ și cantitativ. Din punct de vedere calitativ, am utilizat interviul comprehensiv individual. În cadrul cercetării cantitative am utilizat întrebări deschise, respectiv scala distanței sociale, inventarul de atribute și inventarul de reprezentări sociale ale diverselor forme de capital.

### ***2.1 Cercetarea cantitativă***

a) Am optat pentru cercetarea prin sondaj, în calitate de metodă statistică de cunoaștere a unei populații pe baza datelor înregistrate asupra unei părți reprezentative (eșantionul) extrasă din populație. În demersul nostru am optat pentru un „sondaj aleator prin selecție nerepetată” (Jaba 2002, p. 283; Fowler 2002, p. 14). Am luat în considerare segmentul de populație reprezentat de elevii de liceu, cu vârsta începând de la 15 ani, respectiv populația tânără, matură și vârstnică.

b) Am optat pentru utilizarea inventarul de atribute (Chelcea 1998), care este cea mai utilizată metodă de măsurare a stereotipurilor culturale / identitare /

etnice / etc. și ne oferă cele mai multe cunoștințe despre structura, stabilitatea și schimbarea acestora.

c) Pornind de la diversele forme de capital propuse de Bourdieu (1986), am utilizat un instrument simplificat de captură a reprezentărilor sociale privind diversele forme de capital (economic, politic, simbolic, cultural și social) al comunității studiate, prin comparație cu altele.

## **2.2 Cercetarea calitativă**

Am aplicat 3 interviuri comprehensive. Am optat pentru acest tip de interviu, deoarece permite subiectului interviuat explorarea temei până la saturarea ei (Blanchet *et alii* 1998). Un accent deosebit am acordat poveștii vieții, având ca finalitate conturarea memoriei individuale și colective (Atkinson 2006).

Perioada de desfășurare a cercetării pe teren a fost luna martie 2017. Grupul țintă al studiului a fost reprezentat de persoanele mature și vârstnice, depozitare ale memoriei colective specifice comunității.

Întrebările au fost adaptate la nivelul de înțelegere al subiecților investigați, cu un limbaj potrivit gradului lor de înțelegere. Persoanele interviuate și-au dat acordul în vederea realizării interviului. Am adus la cunoștința subiecților caracterul confidențial al informațiilor oferite în cadrul interviului. Interviurile s-au desfășurat online prin intermediul aplicației Skype.

Corpusul de date cules prin interviurile individuale a fost supus operațiilor de codare, pe baza ierarhizării importanței datelor și a recurențelor întâlnite, cu scopul construirii categoriilor și temelor. Ne-am propus să creăm o înțelegere a semnificațiilor latente ale mesajelor analizate, conform modelului Grounded Theory (Strauss, Corbin 1990), abordare metodologică care pune accentul pe modul în care datele și analiza lor sunt produse ale interacționismului simbolic. Ulterior, conceptele și temele au fost organizate într-o schemă narativă care însumează cunoașterea obținută asupra subiecților de interes ale cercetării.

Axele tematice urmărite au constat în: Specificul și tradițiile comunității locale; Autopercepția localnicilor; Raportarea la „ceilalți” semnificativi.

## **2.3 Populația investigată**

Pentru crearea unui eșantion reprezentativ am apelat la datele INS. Potrivit datelor furnizate de Institutul Național de Statistică conform recensământului din anul 2011 (ultimul realizat în România), în municipiul Buzău populația stabilă se ridică la 115494 locuitori, din care 84,4% cu vârsta de peste 15 ani (<http://statistici.inse.ro>).

Eșantionul principal ale cărui rezultate le vom prezenta ulterior cuprinde 311 subiecți adulți, maturi și vârstnici, de ambele sexe, cu vârste și grade de instrucție

diferite. Un al doilea eșantion a fost alcătuit din elevi de liceu, cu 72 de subiecți. Eșantionul total cuprinde, astfel, 383 de subiecți investigați. Potrivit distribuției întregului eșantion, în cadrul studiului au participat 60,7% persoane de sex feminin, respectiv 39,3% persoane de sex masculin.

Repartiția eșantionului principal (adulți, maturi și vârstnici) în funcție de apartenența la sex evidențiază faptul că 77,8% dintre respondenții adulți sunt de sex feminin, iar 22,2% aparțin genului masculin.

Distribuția eșantionului în funcție de vârstă evidențiază faptul că 81,5% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30-64 ani, 14,8% au vârsta cuprinsă în intervalul 0-29 ani, iar 3,7% este ponderea respondenților cu vârsta între 65-X ani.

Potrivit repartiției respondenților pe baza ultimului nivel de studii absolvite se observă următoarele: respondenți cu studii universitare: 48,2%; respondenți cu studii liceale: 14,8%; respondenți cu școală postliceală: 14,8%; respondenți cu studii postuniversitare: 14,8%; respondenți cu 10 clase: 7,4%.

### 3. Rezultate și discuții

#### 3.1 Aspecte de ordin calitativ

În continuare vom prezenta rezultatele obținute pe segmentul populației adulte, mature și vârstnice.

##### a) Despre specificul comunității - imaginea pozitivă

„Orașul Buzău este relativ ușor accesibil pentru cineva care vine fie din străinătate, fie din țară, din orice punct. E undeva la confluența unor drumuri, adică dinspre București, de exemplu, sau dinspre Dobrogea sau dinspre Galați spre Brașov. Este situat și într-un județ foarte interesant care are și câmpie și deal și munte. E chiar aproape de dealuri Buzăul, are câteva puncte de atracție, chiar în oraș sau în împrejurimile foarte apropiate.” (I1)

„Pentru oraș, el ca oraș nu este ceva foarte spectaculos, numai că este plin de istorie, și... știu eu?, locuri care merită văzute. Ai locuri în care să te relaxezi, să petreci timp liber... Sunt câteva puncte de atracție, printre cele mai importante ar fi parcul Crâng, o zonă foarte frumoasă, mai sunt câteva repere istorice, o zonă centrală unde au rămas clădiri vechi, amenajate destul de interesant, e și un palat administrativ în centrul vechi combinat cu centrul nou. Sunt câteva bulevarde pe care poți să te plimbi, e unul, de exemplu, care duce chiar de la acest palat administrativ, merge cursiv, drept, bulevardul castanilor i se mai spune, care merge până în parc. Iar în weekend este închisă circulația autovehiculelor și se poate merge pietonal. E un punct de atracție...” (I2)

„E un fel de pol de atracție. Locuri de muncă și locuințe, în general, cam astea sunt motivele pentru care vin... [*cei din mediul rural*]. Poate că vin și la studii, mă

refer la tineri. Vin la liceu, poate și studii universitare, pentru că sunt facultăți particulare ca extensie ale celor de la București. Fiind aproape, sunt situații în care vin profesori din București sau chiar și din Iași, din Galați, din Ploiești.” (I3)

**b) Despre specificul comunității** - imaginea negativă

„Ca antireclamă ar fi, în primul rând, aglomerația. Drumurile sunt destul de accesibile până la Buzău, dar orașul este aglomerat în anumite locuri, iar șoseaua nu este de cea mai bună calitate. Apoi, nu prea sunt de astea, cum li se spune..., da! mobilier stradal, să fie frumos ca în alte părți. Blocuri, clădiri mai frumoase sau mai puțin, tot așa!” (I1)

„Este renumit și că în localitate sunt destul de mulți romi... Acum, pe cei care deranjează astfel de lucruri, ei nu sunt neapărat agresivi, nu ies în evidență, dar îi vezi, nu ai cum să nu îi vezi.” (I2)

„Există și o oarecare stare, să-i spunem așa, în unele momente ale anului, când poți să riști să găsești mizerie pe străzi. Nu totdeauna, că [*buzoienii*] sunt gospodari și au grijă de zonele circulante, să fie un pic mai curat. Și apropo de circulație, mă refer la indicatoare pentru ce avem de arătat, [*ele*] nu există. Adică pentru monumente, clădiri istorice, dacă cineva vrea să le viziteze trebuie să întrebe sau nu știe nimic despre ele.” (I3)

„Deși e ordonat orașul comparativ cu altele prin care am fost, tot nu știi pe unde să o iei, mă refer la un străin care vrea să vadă ceva anume.” (I1)

**c) Despre membrii comunității** - autopercepția localnicilor

„Buzoienii sunt gospodari, este o caracteristică a lor. Chiar dacă se află aproape de București și de alte zone unde... de zona de munte, de exemplu, Buzăul nu a avut așa de multe resurse... A avut o zonă industrială destul de bine dezvoltată. Repet, fiind în zona de câmpie, fiind aproape și de deal și de munte, au încercat să valorifice și să se evidențieze prin ceva. De exemplu, eu îmi aduc aminte, prin copilărie, [*că*] erau renumite livezile și viile din județul Buzău. Erau renumite exploatarea de lemn și crescătoriile de cai. Era renumit și prin chihlimbar. E adevărat, mai sunt și lucruri cu care ne mândrim, cum ar fi tezaurul de la Pietroasa, dau un exemplu.” (I1)

„Iar referitor la hărnicie, buzoienii nu prea au avut de ales, ca să zic așa, pentru că pentru a supraviețui trebuie să îți pui în evidență capacitățile profesionale și lucrative, dacă e vorba de cei de la țară. Eu am fost în zona rurală foarte mult și oamenii nu se laudă cu niște gospodării extraordinare, ca-n Bucovina, de exemplu, sau ca în Maramureș, însă, de obicei, nu locul sau spațiul de locuit era important pentru ei, ca să iasă în evidență cu el, ci prin rezultatele muncii lor. Și aveau o gospodărie destul de bine... adică animale, utilaje... Da, și buzoianul chiar din Buzău... asta vreau să subliniez. Mulți dintre ei erau în zona de servicii, în zona administrativă sau în zona industrială. Nu pot să fac o extrapolare, dar marea majoritate a orașenilor mergea la țară. Pentru că, de obicei, erau familii mai

numeroase, mergeau fie să ajute, fie să-și completeze, să zic așa, veniturile. De asta spuneam că sunt harnici. Mergeau și își făceau treaba și în oraș și la țară.” (I2)

„Eu zic că sunt oameni primitori. Cei din trecut și cei de acum. Nu s-au schimbat foarte mult. Oamenii, în general, nu se schimbă așa de radical, mai degrabă se adaptează. Au rămas oameni primitori, pentru că, fiind la confluență de drumuri, e o..., ca să zic așa, o vânzoleală permanentă acolo și, dacă n-ar fi primitori, ar fi o zonă ocrotită, ca să zic așa.” (I3)

#### **d) Tradițiile specifice comunității locale**

„Tradițiile, din păcate, nu s-au păstrat foarte bine. Sunt câteva venite..., aduse, ca să zic așa, din zona rurală. Mi-aduc aminte de Târgul de Drăgaică. Se organiza în fiecare primăvară. Era, practic, cel care corespundea sosirii primăverii și era interesantă ca tradiție, numai că s-a transformat în târg de produse, să spunem așa, un aspect comercial ieftin. Tradiția a rămas, numai că prea puțini își aduc aminte ce era cândva.” (I1)

„Nu îmi aduc aminte să fi fost foarte multe tradiții, poate de sărbătorile obișnuite, cele de Paște, de Crăciun, sau mai erau diverse târguri, dar... ceva spectaculos... nul! Mai erau diverse festivaluri, tot așa prilejuite de..., festivalul recoltei sau... În oraș, mă refer.” (I2)

„În oraș sunt destul de puține. În general, Primăria dacă voia să organizeze ceva, organiza un concert cu diverse ocazii. Nu era ceva neapărat tradițional. Erau sărbători inventate sau update-te acum, în perioada recentă.” (I3)

„Îmi aduc aminte de diverse manifestări culturale care se organizau, cum ar fi festivalul de teatru, de poezie, de muzică... În parcul Crâng, îmi aduc aminte, era tradiție ca să cânte fanfara duminică. Era un lucru atractiv și inedit. S-a pierdut, din păcate, pentru că persoanele mai în vârstă care gustau astfel de momente nu mai sunt.” (I1)

#### **e) Autopercepția localnicului comparativ cu vecinii**

„Să știți că se simte influența din zona Moldovei, cu cât te apropii mai mult de Râmnicul Sărat și de Focșani. Buzăul este la 30 de km de Râmnicul Sărat și influențele în ceea ce privește limba vorbită, accentul moldovenesc de exemplu, chiar și tradițiile culinare, să zic așa, se simt în Buzău. Dar, în aceeași măsură, se simt și dinspre zona de munte, zona Brașovului, și dinspre Ploiești sunt influențe, cam în aceeași măsură. Ce-am observat... tradițiile sau obiceiurile legate de prepararea mâncării, cele culinare, sunt mult mai bine primite dinspre zona Moldovei, pentru că sunt mai gustoase, ăsta e adevărul!” (I1)

„Diferența între buzoieni și moldoveni este, pot să spun, insesizabilă, poate în ceea ce privește tot zona asta culinară și de consum de alcool, să zic așa, se merge mai mult pe vin. În zona Buzăului se consumă vin, mai puțin alte produse, iar cât privește mâncarea, eu cred că sunt mai multe asemănări decât deosebiri.” (I2)

„Diferență între buzoieni și munteni nu pot să spun că ar fi, pentru că majoritatea se consideră munteni, deși nu se face un capăt de țară din asta. Nu e nici ceva de laudă sau de ieșit în evidență față de ceilalți vecini, pentru că sunt apropiate zonele și se înrudesc foarte mult oamenii și sunt foarte multe familii mixte din zonă, din Moldova, chiar și de peste Carpați. Moldovenii sunt în proporție destul de mare, ca să zic așa.” (I3)

**f) Proximitatea capitalei (București) ca pol regional - avantaje și dezavantaje**

„Sunt și avantaje și dezavantaje. Avantajul ar fi că ai acces ușor la unele lucruri pe care nu le găsești în orașele mici. Bucureștiul este un centru universitar, un pol puternic de cultură și artă, produse, servicii. Bucureștiul este un loc de unde poți să pleci oriunde în lume.

Pe de altă parte, un dezavantaj ar fi că Bucureștiul reprezintă un pol de atracție pentru tineri. Merg spre studii acolo și, de multe ori, nu se mai întorc. Sau dacă se întorc, o fac foarte rar.” (I1)

„Nu neapărat. Pe de o parte, într-adevăr, migrează către alte zone, nu numai spre București ci și în străinătate, dar, pe de altă parte, și Buzăul este un pol de atracție pentru zona rurală, deși sunt câteva orașe în județul Buzău, dar sunt orașe mai de la țară, cum le spunem noi, adică orașele mici unde industrie nu prea a mai rămas, și atunci cei care vor să își găsească un loc de muncă vin spre Buzău. Deci, se compensează.” (I2)

„În general, au plecat [la București] pentru că au găsit fie condiții mai bune, fie altfel de condiții, adică ceea ce își doreau ei. În Buzău nu găsești, de exemplu, o piață de muncă dezvoltată pe zona IT. Pe urmă, artiștii sau cei care doresc să se dezvolte în domeniul muzical sau cinematografic, teatral... Se pot afirma, sunt și în Buzău unele zone dezvoltate pe specific artistic, dar nu oferă aceleași perspective ca Bucureștiul sau chiar alte țări.” (I3)

„Destul de mulți pleacă la studii universitare. Se întorc dacă au unde, se întorc dacă au locuri de muncă. Însă, în afară de administrație și servicii, sunt destul de puține locuri de muncă pentru tinerii absolvenți de facultate. Cu atât mai mult cu cât Bucureștiul este aproape plin de oferte de locuri de muncă... Bucureștiul este văzut și ca o rampă de lansare către alte zone ale Europei și nu numai.” (I1)

### **3.2 Aspecte de ordin cantitativ**

În continuare vom prezenta; de asemenea, rezultatele obținute pe segmentul populației adulte, mature și vârstnice.

**a) Tradiții specifice comunității locale**

Potrivit analizei răspunsurilor oferite de respondenți, Drăgaica este tradiția specifică cu cea mai mare recunoaștere din partea comunității locale.

Tradiții specifice comunității locale	Pondere
Drăgaica	26,2%
Covrigii de Buzău	8,6%
Festivalul cârnaților de Pleșcoi	8,6%
Serbările câmpenești	8,6%
Cântece și dansuri populare	5,2%
Sarata Monteoru	5,2%
Târg creații populare	5,2%
Ziua Recoltei	5,2%
Caloianul	3,4%
Calendarul de ceapă	1,7%
Festivalul de la Plaiul Nucului	1,7%
Grădinaritul	1,7%
Grădinile de zarzavat	1,7%
Muzeul Chihlimbarului Colți	1,7%
Obiceiuri de nuntă	1,7%
Paparuda	1,7%
Parcul Marghiloman (castel)	1,7%
Peșitul	1,7%
Sărbătoarea florii de salcâm	1,7%
Sărbătoarea vinului	1,7%
Târg, tradiții și obiceiuri de Crăciun	1,7%
Terapia cu zer de Varlaam	1,7%
Toamna buzoiană	1,7%
Total	100%

**Tab. 1.** Tradiții specifice comunității locale (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)  
**Tabl. 1.** Local community specific traditions (*Data source: personal processing*)

Ponderea ce revine persoanelor de sex feminin care au specificat că Drăgaica este o tradiție specifică comunității este de 17,2%. Ponderea respondenților de sex masculin care consideră că Drăgaica este tradiția caracteristică comunității reprezintă 8,6% din total.

Tradiții specifice comunității locale	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Calendarul de ceapă	--	1,7%
Caloianul	1,7%	1,7%
Cântece și dansuri populare	--	5,2%
Covrigii de Buzău	3,4%	5,2%
Drăgaica	8,6%	17,2%
Festivalul cârnaților de Pleșcoi	--	8,6%
Festivalul de la Plaiul Nucului	--	1,7%
Grădinaritul	1,7%	--



Tradiții specifice comunității locale	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Grădinile de zarzavat	--	1,7%
Muzeul Chihlimbarului Colți	--	1,7%
Obiceiuri de nuntă	--	1,7%
Paparuda	1,7%	--
Parcul Marghiloman(castel)	--	1,7%
Peșitul	1,7%	--
Sarata Monteoru	--	5,2%
Sărbătoarea florii de salcâm	--	1,7%
Sărbătoarea vinului	--	1,7%
Serbările câmpenești	--	8,6%
Târg creații populare	--	5,2%
Târg, tradiții și obiceiuri de Crăciun	1,7%	--
Terapia cu zer de Varlaam	1,7%	--
Toamna buzoiană	--	1,7%
Ziua Recoltei	--	5,2%

**Tab. 2.** Tradiții specifice localității locale în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 2.** Local community specific traditions according to the respondent's gender  
(Data source: personal processing)

Pe baza datelor din tabelul 3 se poate afirma faptul că 24,1% dintre respondenți au vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani și consideră Drăgaica ca fiind tradiția specifică comunității. Cu o pondere de 8,6% se clasează respondenții ce au vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani și consideră Festivalul cârnaților de Pleșcoi drept tradiția specifică locului. Următoarea pondere revine persoanelor chestionate care au vârsta între 30-64 ani și sunt de părere că tradiția specifică locului sunt covrigii de Buzău (6,9%).

Tradiții specifice comunității locale	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Calendarul de ceapă	--	1,7%	--
Caloianul	--	3,4%	--
Cântece și dansuri populare	5,2%	--	--
Covrigii de Buzău	--	6,9%	1,7%
Drăgaica	--	24,1%	1,7%
Festivalul cârnaților de Pleșcoi	--	8,6%	--
Festivalul de la Plaiul Nucului	--	1,7%	--
Grădinaritul	--	1,7%	--
Grădinile de zarzavat	--	--	1,7%
Muzeul Chihlimbarului Colți	--	1,7%	--

Tradiții specifice comunității locale	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Obiceiuri de nuntă	--	1,7%	--
Paparuda	--	1,7%	--
Parcul Marghiloman(castel)	--	1,7%	--
Peșitul	--	1,7%	--
Sarata Monteoru	--	5,2%	--
Sărbătoarea florii de salcâm	--	1,7%	--
Sărbătoarea vinului	1,7%	--	--
Serbările câmpenești	3,4%	5,2%	--
Târg creații populare	--	5,2%	--
Târg, tradiții și obiceiuri de Crăciun	--	1,7%	--
Terapia cu zer de Varlaam	--	1,7%	--
Toamna buzoiană	--	1,7%	--
Ziua Recoltei	--	5,2%	--

**Tab. 3.** Tradiții specifice comunității locale în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 3.** Local community specific traditions according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Conform datelor prezentate în anexa 1 se observă faptul că cei mai mulți dintre respondenți au absolvit studiile universitare și consideră Drăgaica ca fiind tradiția specifică numărul 1 a comunității (17,2%).

### b) Autopercepția membrilor comunității locale

Pe baza datelor prezentate în tabelul 4 se poate observa faptul că respondenții apreciază la conlocuitori faptul că sunt deschiși, inteligenți, ospitalieri, transmit căldură sufletească, sunt prietenoși, serioși, emană bucuria de a trăi, sunt corecți, creativi, sunt devotați acțiunilor pe care le întreprind etc. Printre aspectele pe care persoanele chestionate nu le apreciază la membrii comunității se numără faptul că aceștia sunt leneși, că sunt încrezuți, corupți, egoiști, că fac risipă, sunt invidioși, nu au cultură ș.a.m.d.

Ce apreciați la membrii comunității?	Pondere	Ce nu apreciați la membrii comunității?	Pondere
Deschiși	12,5%	Lenea	20%
Inteligența	12,5%	Că sunt încrezuți	6,7%
Ospitalieri	12,3%	Corupția	6,7%
Căldura sufletească	8,3%	Egoismul	6,7%
Prietenoși	8,3%	Fac risipă	6,7%
Seriozitate	8,3%	Invidia	6,7%
Bucuria de a trăi	4,2%	Lipsa culturii la mulți	6,7%
Corectitudinea	4,2%	Lipsa de cuvânt	6,7%

Ce apreciați la membrii comunității?	Pondere	Ce nu apreciați la membrii comunității?	Pondere
Creativitatea	4,2%	Nesiguranța	6,7%
Devotamentul pentru acțiunile lor	4,2%	Nesinceritatea	6,7%
Onestitatea	4,2%	Schimbători	6,7%
Respectuoși	4,2%	Sunt respingători	6,7%
Stilul direct	4,2%	Tupeul	6,7%
Veselia	4,2%		
Vrednicia	4,2%		
TOTAL	100%	TOTAL	100%

**Tab. 4.** Autopercepția localnicilor (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 4.** Locals self-perception (*Data source: personal processing*)

Ponderea înregistrată de respondenții de sex feminin care au afirmat că apreciază mai mult la localnici faptul că sunt inteligenți reprezintă 12,5% din total. Cu aceeași pondere se clasează și persoanele intervievate de sex feminin care apreciază faptul că aceeași localnici sunt ospitalitalieri.

Ce apreciați mai mult la membrii comunității?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Bucuria de a trăi	4,2%	--
Căldura sufletească	8,3%	--
Corectitudinea	--	4,2%
Creativitatea	--	4,2%
Deschiși	4,2%	8,3%
Devotamentul pentru acțiunile lor	--	4,2%
Inteligența	--	12,5%
Onestitatea	--	4,2%
Ospitalieri	--	12,5%
Prietenosi	--	8,3%
Respectuoși	4,2%	--
Seriozitate	--	8,3%
Stilul direct	--	4,2%
Veselia	4,2%	--
Vrednicia	--	4,2%

**Tab. 5.** Opinia despre localnici în funcție de apartenența la sex a respondentului

(*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 5.** Opinion about the locals according to the respondent's gender

(*Data source: personal processing*)

Proporția respondenților cu vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani care sunt de părere că localnicii sunt deschiși este de 12,5% din total.

Ce apreciați mai mult la membrii comunității?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Bucuria de a trăi	--	4,2%	--
Căldura sufletească	--	8,3%	--
Corectitudinea	--	4,2%	--
Creativitatea	4,2%	--	--
Deschiși	--	12,5%	--
Devotamentul pentru acțiunile lor	4,2%	--	--
Inteligența	4,2%	8,3%	--
Onestitatea	--	4,2%	--
Ospitalieri	4,2%	4,2%	4,2%
Prietenoși	--	8,3%	--
Respectuoși	--	4,2%	--
Seriozitate	--	8,3%	--
Stilul direct	--	4,2%	--
Veselia	--	4,2%	--
Vrednicia	--	4,2%	--

**Tab. 6.** Opinia despre localnici în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 6.** Opinion about the locals according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Potrivit anexei 2 se poate afirma că ponderea respondenților care au absolvit liceul și consideră că membrii comunității sunt inteligenți este de 8,3%.

Rezultatele prezentate în tabelul 7 evidențiază faptul că 20% dintre respondenți sunt de sex feminin și nu apreciază la concitadini că sunt leneși.

Ce nu apreciați la membrii comunității?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Că sunt încrezuți	--	6,7%
Corupția	--	6,7%
Egoismul	--	6,7%
Fac risipă	--	6,7%
Invidia	--	6,7%
Lenea	--	20%
Lipsa culturii la mulți	6,7%	--
Lipsa de cuvânt	--	6,7%
Nesiguranța	6,7%	--
Nesinceritatea	--	6,7%
Schimbători	--	6,7%
Sunt respingători	--	6,7%
Tupeul	6,7%	--

**Tab. 7.** Opinia despre localnici în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 7.** Opinion about the locals according to the respondent's gender  
(Data source: personal processing)

Cu o pondere de 20% se situează persoanele cu vârsta între 30-64 ani care nu apreciază lenea manifestată de localnici.

Ce nu apreciați la membrii comunității?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Că sunt încrezuți	--	6,7%	--
Corupția	6,7%	--	--
Egoismul	--	6,7%	--
Fac risipă	6,7%	--	--
Invidia	--	6,7%	--
Lenea	--	20%	--
Lipsa culturii la mulți	--	6,7%	--
Lipsa de cuvânt	--	6,7%	--
Nesiguranța	--	6,7%	--
Nesinceritatea	--	6,7%	6,7%
Schimbători	--	--	--
Sunt respingători	6,7%	--	--
Tupeul	--	6,7%	--

**Tab. 8.** Opinia despre localnici în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 8.** Opinion about the locals according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Conform anexei 3, cei mai mulți dintre respondenți au absolvit studiile universitare și nu apreciază lenea ce caracterizează un segment de populație locală (20%).

### c) Reprezentări privind vecinii

Pe baza datelor din tabelul 9, cei mai mulți dintre respondenți au afirmat că apreciază la moldoveni preparatele culinare (16,7%). Moldovenii mai sunt apreciați pentru faptul că sunt ospitalieri, credincioși, frumoși, originali etc. Cu ponderi de 15, 4% se clasează respondenții care au declarat că nu apreciază la moldoveni faptul că folosesc arhasime, că sunt naivi, neglijenți, prea înceți etc.

Ce apreciați la moldoveni?	Pondere	Ce nu apreciați la moldoveni?	Pondere
Preparatele culinare	16,7%	Arhaismele	15,4%
Ospitalieri	12,5%	Naivitatea	15,4%
Credința	8,3%	Neglijența	15,4%
Frumusețea	8,3%	Prea înceți	15,4%
Originalitatea	8,3%	Aprigi la mânia	7,7%
Tradițiile, obiceiurile	8,3%	Aroganța	7,7%
Tradiționali	8,3%	Consumă alcool	7,7%
Trăsăturile sufletești	8,3%	Dialectul	7,7%
Amabili	4,2%	Încăpățânarea	7,6%

Ce apreciați la moldoveni?	Pondere	Ce nu apreciați la moldoveni?	Pondere
Curajul	4,2%		
Istețimea	4,2%		
Plimbăreți	4,2%		
Precizia	4,2%		
TOTAL	100%	TOTAL	100%

**Tab. 9.** Opinia despre moldoveni (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)  
**Tabl. 9.** Opinion about Moldovans (*Data source: personal processing*)

Procentul înregistrat de respondenții de sex feminin care apreciază la moldoveni frumusețea este de 8,3% din total.

Ce apreciați mai mult la moldoveni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Amabili	--	4,2%
Credința	4,2%	4,2%
Curajul	--	4,2%
Frumusețea	--	8,3%
Istețimea	4,2%	--
Originalitatea	--	8,3%
Ospitalieri	4,2%	8,3%
Plimbăreți	--	4,2%
Precizia	--	4,2%
Preparatele culinare	8,3%	8,3%
Tradițiile, obiceiurile	--	8,3%
Tradiționali	--	8,3%
Trăsăturile sufletești	4,2%	4,2%

**Tab. 10.** Opinia despre moldoveni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 10.** Opinion about Moldovans according to the respondent's gender  
(*Data source: personal processing*)

Cea mai ridicată pondere relevă respondenții cu vârsta între 30-64 ani care consideră că moldovenii sunt ospitalieri (12,5%).

Ce apreciați mai mult la moldoveni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Amabili	--	4,2%	--
Credința	--	4,2%	4,2%
Curajul	--	4,2%	--
Frumusețea	--	8,3%	--

Ce apreciați mai mult la moldoveni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Istețimea	--	4,2%	--
Originalitatea	8,3%	--	--
Ospitalieri	--	12,5%	--
Plimbăreți	--	4,2%	--
Precizia	--	4,2%	--
Preparatele culinare	--	16,7%	--
Tradițiile, obiceiurile	4,2%	4,2%	--
Tradiționali	4,2%	4,2%	--
Trăsăturile sufletești	--	8,3%	--

**Tab. 11.** Opinia despre moldoveni în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 11.** Opinion about Moldovans according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Cei mai mulți respondenți (12,5%) au finalizat studiile universitare și apreciază mai mult la moldoveni preparatele culinare (conform anexei 4).

Ponderea acumulată de respondenții de sex feminin care nu apreciază la moldoveni faptul că utilizează arhaisme este de 15,4%. Aceeași pondere se înregistrează și la respondenții de sex feminin cărora le displace faptul că moldovenii sunt neglijenți.

Ce nu apreciați la moldoveni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Aprigi la mânie	7,7%	--
Arhaismele	--	15,4%
Arogața	--	7,7%
Consumă alcool	--	7,7%
Dialectul	--	7,7%
Încăpățânarea	--	7,7%
Naivitatea	7,7%	7,7%
Neglijența	--	15,4%
Prea înceți	7,7%	7,7%

**Tab. 12.** Opinia despre moldoveni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 12.** Opinion about Moldovans according to the respondent's gender  
(Data source: personal processing)

Ponderea înregistrată de respondenții cu vârsta cuprinsă între 30-64 ani care nu apreciază arhaismele la moldoveni este de 15,4%.

Ce nu apreciați la moldoveni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Aprigi la mânie	--	7,7%	--
Arhaismele	--	15,4%	--
Aroganța	--	7,7%	--
Consumă alcool	--	7,7%	--
Dialectul	--	7,7%	--
Încăpățânarea	7,7%	--	--
Naivitatea	--	15,4%	--
Neglijența	7,7%	7,7%	--
Prea înceteți	--	7,7%	7,7%

**Tab. 13.** Opinia despre moldoveni în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 13.** Opinion about Moldovans according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Persoanele chestionate care au finalizat studiile postuniversitare și nu apreciază la moldoveni naivitatea au acumulat o pondere de 15,4%, conform anexei 5. Aceeași pondere de 15,4% poate observa și în rândul respondenților care au absolvit liceul și nu apreciază la moldoveni că sunt neglijenți.

Cei mai mulți dintre respondenți au afirmat că apreciază la munteni că sunt harnici (23,6%). Faptul că vorbesc corect românește, că sunt calmi, că sunt onești și plăcuți reprezintă aspecte pe care respondenții le apreciază la munteni. Subiecții intervievați nu apreciază la munteni că le place bârfa, cum comunică, că sunt duplicitari, egoiști, fățarnici, leneși, plini de ei și că sunt șmecheri.

Ce apreciați la munteni?	Pondere	Ce nu apreciați la munteni?	Pondere
Hărnicia	23,6%	Bârfa	12,5%
Că vorbesc corect românește	9,5%	Comunicarea	12,5%
Calmi	9,5%	Duplicitatea	12,5%
Onestitatea	9,5%	Egoismul	12,5%
Plăcuți	9,5%	Fățarnicia	12,5%
Buna-cuviință	4,8%	Lenea	12,5%
Bunătatea	4,8%	Plini de ei	12,5%
Bunul simț	4,8%	Șmecheria	12,5%
Caracterul	4,8%		
Deschiși	4,8%		
Ingenioși	4,8%		
Rezistența	4,8%		
Săritori	4,8%		
TOTAL	100%	TOTAL	100%

**Tab. 14.** Opinia despre munteni (Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 14.** Opinion about Muntenians (Data source: personal processing)



Potrivit rezultatelor obținute pe baza prelucrării statistice se poate observa că cel mai ridicat procent revine respondenților de sex feminin care apreciază la munteni faptul că sunt harnici (23,8%).

Ce apreciați mai mult la munteni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Buna-cuviință	4,8%	--
Bunătatea	4,8%	--
Bunul simț	--	4,8%
Că vorbesc corect românește	4,8%	4,8%
Calmi	--	9,5%
Caracterul	--	4,8%
Deschiși	--	4,8%
Hărnicia	--	23,8%
Ingenioși	--	4,8%
Onestitatea	--	9,5%
Plăcuți	9,5%	--
Rezistența	--	4,8%
Săritori	4,8%	--

**Tab. 15.** Opinia despre munteni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 15.** Opinion about Muntenians according to the respondent's gender  
(Data source: personal processing)

Ponderea cea mai ridicată se înregistrează în rândul respondenților cu vârsta cuprinsă între 30-64 ani care apreciază hărnicia la munteni (23,8%).

Ce apreciați mai mult la munteni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Buna-cuviință	--	4,8%	--
Bunătatea	--	4,8%	--
Bunul simț	--	4,8%	--
Că vorbesc corect românește	--	9,5%	--
Calmi	--	4,8%	4,8%
Caracterul	--	4,8%	--
Deschiși	--	4,8%	--
Hărnicia	--	23,8%	--
Ingenioși	--	4,8%	--
Onestitatea	--	9,5%	--
Plăcuți	--	9,5%	--
Rezistența	--	4,8%	--
Săritori	--	4,8%	--

**Tab. 16.** Opinia despre munteni în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 16.** Opinion about Muntenians according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Potrivit anexei 6, cei mai mulți respondenți au absolvit studiile universitare și apreciază la munteni hărnicia (19%).

Din tabelul 17 se poate observa că ponderea respondenților de sex masculin cărora nu le place faptul că muntenii sunt duplicitari reprezintă 12,5% din total.

Ce nu apreciați la munteni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Bârfa	--	12,5%
Comunicarea	--	12,5%
Duplicitatea	12,5%	--
Egoismul	--	12,5%
Fățărnicia	--	12,5%
Lenea	--	12,5%
Plini de ei	12,5%	--
Șmecheria	--	12,5%

**Tab. 17.** Opinia despre munteni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 17.** Opinion about Muntenians according to the respondent's gender  
(*Data source: personal processing*)

Ponderea ce se înregistrează în rândul persoanelor în vârstă care au declarat că nu le place egoismul muntenilor este de 12,5%.

Ce nu apreciați la munteni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Bârfa	--	12,5%	--
Comunicarea	--	12,5%	--
Duplicitatea	--	12,5%	--
Egoismul	--	--	12,5%
Fățărnicia	--	12,5%	--
Lenea	--	12,5%	--
Plini de ei	--	12,5%	--
Șmecheria	--	12,5%	--

**Tab. 18.** Opinia despre munteni în funcție de vârsta respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 18.** Opinion about Muntenians according to the age of the respondent (*Data source: personal processing*)

Conform datelor prezentate în anexa 7, procentul înregistrat în rândul celor care au finalizat studiile postuniversitare și nu le place șmecheria muntenilor este de 12,5%.

Potrivit rezultatelor din tabelul 19 se poate observa faptul că 27,7% dintre respondenți apreciază la bucureșteni faptul că sunt informați, iar 20% nu apreciază indiferența acestora.

Ce apreciați la bucureșteni?	Pondere	Ce nu apreciați la bucureșteni?	Pondere
Informați	27,7%	Indiferenți	20%
Adaptabilitatea	13,6%	Grăbiți	13,3%
Descurcări	13,6%	Îngâmfarea	13,3%
Curajul	9,1%	Agitați	6,7%
Agitați	4,5%	Aglomerarea	6,7%
Că sunt pragmatici	4,5%	Avari	6,7%
Curajoși	4,5%	Că sunt dublicitari	6,7%
Independența	4,5%	Nervozitatea	6,7%
Omenoși	4,5%	Nesimțirea	6,7%
Respectul	4,5%	Superficialitatea	6,7%
Rezistența	4,5%	Tupeul	6,7%
Stilul direct	4,5%		
TOTAL	100%	TOTAL	100%

**Tab. 19.** Opinia despre bucureșteni (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)  
**Tabl. 19.** Opinion about Bucharest people (*Data source: personal processing*)

Cu un procent de 18,2% se clasează respondenții de sex feminin cărora le place faptul că bucureștenii sunt persoane informate.

Ce apreciați mai mult la bucureșteni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Adaptabilitatea	--	13,6%
Agitați	--	4,5%
Că sunt pragmatici	--	4,5%
Curajoși	--	4,5%
Curajul	--	9,1%
Descurcări	4,5%	9,1%
Independența	--	4,5%
Informați	9,1%	18,2%
Omenoși	--	4,5%
Respectul	4,5%	--
Rezistența	--	4,5%
Stilul direct	4,5%	--

**Tab. 20.** Opinia despre bucureșteni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
 (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 20.** Opinion about Bucharest people according to the respondent's gender  
 (*Data source: personal processing*)

Ponderea acumulată de respondenții cu vârsta cuprinsă între 30-64 ani care apreciază la bucureșteni că sunt informați este de 22,7%.

Ce apreciați mai mult la bucureșteni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Adaptabilitatea	--	13,6%	--
Agitați	--	4,5%	--
Că sunt pragmatici	--	4,5%	--
Curajoși	4,5%	--	--
Curajul	--	9,1%	--
Descurcăreți	--	13,6%	--
Independența	4,5%	--	--
Informați	--	22,7%	4,5%
Omenoși	--	4,5%	--
Respectul	--	4,5%	--
Rezistența	4,5%	--	--
Stilul direct	--	4,5%	--

**Tab. 21.** Opinia despre bucureșteni în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 21.** Opinion about Bucharest people according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Potrivit rezultatelor din anexa 8, 22,7% dintre respondenți au finalizat studiile universitare și apreciază faptul că bucureștenii sunt informați.

Analiza statistică a răspunsurilor evidențiază faptul că 20% dintre respondenți sunt de sex feminin și nu apreciază faptul că bucureștenii sunt indiferenți.

Ce nu apreciați la bucureșteni?	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Agitați	--	6,7%
Aglomerarea	6,7%	--
Avari	--	6,7%
Că sunt duplicitari	--	6,7%
Grăbiți	--	13,3%
Indiferenți	--	20%
Îngâmfarea	--	13,3%
Nervozitatea	--	6,7%
Nesimțirea	6,7%	--
Superficialitatea	--	6,7%
Tupeul	6,7%	--

**Tab. 22.** Opinia despre bucureșteni în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 22.** Opinion about Bucharest people according to the gender of the respondent  
(Data source: personal processing)

Procentul ce revine persoanelor chestionate cu vârsta între 0-29 ani cărora le displace faptul că bucureștenii sunt indiferenți reprezintă 13,3% din total.

Ce nu apreciați la bucureșteni?	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Agitați	--	6,7%	--
Aglomerarea	--	6,7%	--
Avari	--	--	6,7%
Că sunt duplicitari	--	6,7%	--
Grăbiți	--	13,3%	--
Indiferenți	13,3%	6,7%	--
Îngâmfaarea	--	13,3%	--
Nervozitatea	6,7%	--	--
Nesimțirea	--	6,7%	--
Superficialitatea	--	6,7%	--
Tupeul	--	6,7%	--

**Tab. 23.** Opinia despre bucureșteni în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 23.** Opinion about Bucharest people according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Pe baza rezultatelor prezentate în anexa 9 se constată că 13,3% dintre participanții la studiu au absolvit studiile universitare și nu apreciază la bucureșteni faptul că sunt îngâmfați.

#### d) Valori autentice actuale și trecute ale comunității locale

Printre valorile autentice actuale ale comunității menționate de respondenți se numără credința, hărnicia, comunicarea, simplitatea, bunătatea, creativitatea, ospitalitatea, respectul etc. Cei mai mulți dintre respondenți au declarat că tradițiile și obiceiurile reprezintă, din păcate, valori autentice pierdute de către comunitate.

Valori autentice caracteristice comunității	Pondere	Valori autentice pierdute ale comunității	Pondere
Credința	18,6%	Tradiții și obiceiuri	27,9%
Hărnicia	9,3%	Stabilitatea	8,5%
Comunicarea	7%	Portul popular	6,4%
Simplitatea	7%	Gastronomia	4,3%
Bunătatea	4,7%	Loialitatea	4,3%
Creativitatea	4,7%	Sinceritatea	4,3%
Ospitalitatea	4,7%	Turismul	4,3%
Respectul	4,7%	Unitatea	4,3%
Săritori	4,7%	Buna-cuviință	2,1%
Sinceritatea	4,7%	Bunul simț	2,1%

Valori autentice caracteristice comunității	Pondere	Valori autentice pierdute ale comunității	Pondere
Credința	18,6%	Tradiții și obiceiuri	27,9%
Ambiția	2,3%	Caracterul	2,1%
Bunele maniere	2,3%	Credința	2,1%
Curajul	2,3%	Devotamentul pentru acest oraș	2,1%
Curiozitatea	2,3%	Dorința de a face bine, nu doar rău	2,1%
Deschiși	2,3%	Dorința de munca	2,1%
Identitatea românească	2,3%	Educația	2,1%
Îndrăzneala	2,3%	Expoziții de obiecte de artă, de costume populare specifice zonei	2,1%
Niciuna	2,3%	Grija față de mediul înconjurător	2,1%
Onestitatea	2,3%	Hărnicia	2,1%
Promovarea binelui, adevărului și a educației	2,3%	Inițiativa	2,1%
Receptivi la nou	2,3%	Mândria	2,1%
Speranța	2,3%	Onestitatea	2,1%
Valorile morale adevărate	2,3%	Respectul	2,1%
		Seriozitatea	2,1%
		Ziua Recoltei	2,1%
TOTAL	100%	TOTAL	100%

**Tab. 24.** Valori autentice (Sursa datelor: prelucrări proprii)  
**Tabl. 24.** Authentic values (Data source: personal processing)

În tabelul 25 se observă faptul că 11,6% dintre respondenți sunt de sex feminin și consideră că o valoare autentică actuală a localnicului este reprezentată de credință. Cu o pondere de 9,3% se clasează persoanele participante la studiu de sex feminin care apreciază hărnicia drept o valoare autentică actuală pentru concitadin. Proporția înregistrată de subiecții intervievați de sex masculin care apreciază credința ca fiind o valoare autentică actuală a localnicului este de 7%.

Valori autentice caracteristice comunității	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Ambiția	--	2,3%
Bunătatea	--	4,7%
Bunele maniere	--	2,3%
Comunicarea	--	7%
Creativitatea	4,7%	--
Credința	7%	11,6%
Curajul	--	2,3%
Curiozitatea	--	2,3%
Deschiși	--	2,3%

Valori autentice caracteristice comunității	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Hărnicia	--	9,3%
Identitatea românească	--	2,3%
Îndrăzneala	2,3%	--
Niciuna	--	2,3%
Onestitatea	--	2,3%
Ospitalitatea	2,3%	2,3%
Promovarea binelui, adevărului și a educației	--	2,3%
Receptivi la nou	2,3%	--
Respectul	--	4,7%
Săritori	2,3%	7%
Simplitatea	--	2,3%
Sinceritatea	--	--
Speranța	2,3%	4,7%
Valorile morale adevărate	--	--

**Tab. 25.** Valori autentice în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 25.** Authentic values according on the gender of the respondent  
(*Data source: personal processing*)

Potrivit datelor obținute pe baza procesului de chestionare și evidențiate în tabelul 26 se constată faptul că 18,6% dintre respondenți au vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani și consideră că o valoare autentică a localnicului din generația actuală este reprezentată de credință. Se observă faptul că proporția participanților la studiu care au vârsta cuprinsă între 30-64 ani și sunt de părere că hărnicia reprezintă o valoare autentică actuală a localnicului este de 9,3%. Ponderea subiecților intervievați care au vârsta cuprinsă între 30-64 ani și au afirmat că o valoare autentică actuală a comunității este comunicarea înregistrează o pondere de 7% din total. Tot cu o pondere de 7% se clasează și persoanele chestionate cu vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani care au afirmat în cadrul procesului de interviu că simplitatea reprezintă o caracteristică autentică actuală a membrilor comunității.

Valori autentice caracteristice comunității	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Ambiția	--	2,3%	--
Bunățatea	--	2,3%	2,3%
Bunele maniere	--	2,3%	--
Comunicarea	--	7%	--
Creativitatea	--	4,7%	--
Credința	--	18,6%	--
Curajul	--	2,3%	--

Valori autentice caracteristice comunității	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Curiozitatea	--	2,3%	--
Deschiși	--	2,3%	--
Hărnicia	--	9,3%	--
Identitatea românească	--	2,3%	--
Îndrăzneala	--	2,3%	--
Niciuna	2,3%		--
Onestitatea	--	2,3%	--
Ospitalitatea	--	4,7%	--
Promovarea binelui, adevărului și a educației	--	2,3%	--
Receptivi la nou	--	2,3%	--
Respectul	2,3%	2,3%	--
Săritori	--	4,7%	--
Simplitatea	--	7%	--
Sinceritatea	2,3%	--	2,3%
Speranța	--	2,3%	--
Valorile morale adevărate	--	2,3%	--

**Tab. 26.** Valori autentice în funcție de vârsta respondentului

(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 26.** Authentic values according to the age of the respondent

(Data source: personal processing)

Potrivit anexei 10, ponderea persoanelor participante la studiu care au absolvit studiile universitare și consideră credința drept o valoare autentică actuală ce caracterizează pe membrii comunității locale reprezintă 9,3% din total.

În tabelul 27 se remarcă faptul că ponderea respondenților de sex feminin care consideră că tradițiile și obiceiurile reprezintă valori autentice pierdute pentru comunitatea locală este de 27,7%. Proporția înregistrată de subiecții de sex feminin care sunt de părere că portul popular nu mai este o valoare autentică pentru individul ce face parte din comunitate este de 6,4%. Cu o pondere de 4,3% se clasează subiecții participanți în cadrul studiului de sex masculin care au afirmat că o valoare autentică a comunității, dar care s-a pierdut, este reprezentată de stabilitate.

Valori autentice pierdute	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Buna-cuviință	--	2,1%
Bunul simț	--	2,1%
Caracterul	2,1%	--
Credința	--	2,1%



Valori autentice pierdute	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Devotamentul pentru acest oraș	--	2,1%
Dorința de a face bine, nu doar rău	--	2,1%
Dorința de muncă	--	2,1%
Educația	--	2,1%
Expoziții de obiecte de artă, de costume populare specifice zonei	--	2,1%
Gastronomia	--	4,3%
Grija față de mediul înconjurător	--	2,1%
Hărnicia	2,1%	--
Inițiativa	--	2,1%
Loialitatea	2,1%	2,1%
Mândria	2,1%	--
Onestitatea	--	2,1%
Portul popular	--	6,4%
Respectul	--	2,1%
Seriozitatea	--	2,1%
Sinceritatea	2,1%	2,1%
Stabilitatea	4,3%	4,3%
Tradiții și obiceiuri	--	27,7%
Turismul	--	4,3%
Unitatea	2,1%	2,1%
Ziua Recoltei	--	2,1%

**Tab. 27.** Valori autentice în funcție de apartenența la sex respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 27.** Authentic values according on the gender of the respondent  
(Data source: personal processing)

Ponderea acumulată de respondenții cu vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani care consideră că tradițiile și obiceiurile reprezintă valori autentice pierdute ale comunității locale reprezintă 19,1% din total. Cu o pondere de 8,5% se clasează respondenții cu vârsta cuprinsă în intervalul 0-29 ani care au afirmat în cadrul procesului de intervievare că printre valorile autentice pierdute ale comunității locale se numără tradițiile și obiceiurile. Cu o pondere de doar 2,1% din totalul respondenților se clasează persoanele participante în cadrul procesului de chestionare care au vârsta peste 65 ani care au declarat că o valoare autentică care a caracterizat comunitatea locală, dar s-a pierdut, este reprezentată de grija față de mediul înconjurător.

Valori autentice pierdute	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Buna-cuviință	--	2,1%	--
Bunul simț	--	2,1%	--
Caracterul	--	2,1%	--
Credința	--	2,1%	--
Devotamentul pentru acest oraș	2,1%	--	--
Dorința de a face bine, nu doar rău	2,1%	--	--
Dorința de muncă	--	2,1%	--
Educația	2,1%	--	--
Expoziții de obiecte de artă, de costume populare specifice zonei	--	2,1%	--
Gastronomia	--	4,3%	--
Grija față de mediul înconjurător	--	--	2,1%
Hărnicia	--	2,1%	--
Inițiativa	--	2,1%	--
Loialitatea	--	4,3%	--
Mândria	--	2,1%	--
Onestitatea	--	2,1%	--
Portul popular	--	6,4%	--
Respectul	2,1%	--	--
Seriozitatea	--	2,1%	--
Sinceritatea	--	4,3%	--
Stabilitatea	--	8,5%	--
Tradiții și obiceiuri	8,5%	19,1%	--
Turismul	2,1%	2,1%	--
Unitatea	--	4,3%	--
Ziua Recoltei	--	2,1%	--

**Tab. 28.** Valori autentice în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 28.** Authentic values according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Pe baza datelor prezentate în anexa 11 se constată faptul că 12,8% reprezintă ponderea înregistrată de persoanele chestionate care au absolvit studiile liceale și consideră că printre valorile autentice care au caracterizat comunitatea locală, însă s-au pierdut, se regăsesc tradițiile și obiceiurile.

#### e) Forme de capital regionale specifice

Potrivit datelor prezentate în tabelul 29 se poate afirma că cei mai mulți dintre respondenți au afirmat despre bucureșteni că sunt mai bogați (96,3%), că au mai multă influență politică (66,7%) și că se bucură de mai mult respect (29,6%), despre moldoveni că sunt cei mai săraci (70,4%) și că își respectă cel mai bine tradițiile (92,6%), iar despre munteni că se ajută cel mai mult între ei (33,3%).

	Sunt mai bogați	Sunt cei mai săraci	Au mai multă influență politică	Se bucură de mai mult respect	Își respectă cel mai bine tradițiile	Se ajută cel mai mult între ei
Buzoienii	--	29,6%	3,7%	7,4%	3,7%	22,2%
Moldovenii	--	70,4%	18,5%	11,1%	92,6%	37%
Muntenii	11,1%	25,9%	3,7%	22,2%	14,8%	33,3%
Bucureștenii	96,3%	--	66,7%	29,6%	--	--
NS	--	3,7%	--	11,1%	--	7,4%

**Tab. 29.** Dintre următoarele grupuri, în general vorbind, care...  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tab. 29.** Of the following groups, generally speaking, who ...  
(Data source: personal processing)

Peste 70% dintre respondenți sunt de sex feminin și consideră că bucureștenii sunt mai bogați.

Sunt mai bogați: bucureștenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	22,2%	74,1%
Nu	---	3,7%
Total	22,2%	77,8%

**Tab. 30.** Sunt mai bogați: bucureștenii - în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 30.** They are richer: Bucharest people - according on the gender of the respondent  
(Data source: personal processing)

Cu o pondere de 77,8% se situează respondenții cu vârsta cuprinsă între 30-64 ani care consideră că bucureștenii sunt mai bogați.

Sunt mai bogați: bucureștenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	14,8%	77,8%	3,7%
Nu	---	3,7%	--
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 31.** Sunt mai bogați: bucureștenii - în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 31.** They are richer: Bucharest people - according on the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Proporția înregistrată de respondenții care au absolvit studiile universitare și consideră că bucureștenii sunt mai bogați este de 44,5%.

Sunt mai bogați: bucureștenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	7,4%	14,8%	14,8%	44,5%	14,8%
Nu				3,7%	
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 32.** Sunt mai bogați: bucureștenii - în funcție de ultimul nivel de studii absolvit  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 32.** They are richer: Bucharest people - according to the last level of studies graduated  
(Data source: personal processing)

Peste jumătate dintre respondenții sunt de sex feminin și consideră că moldovenii sunt cei mai săraci (59,3%).

Sunt cei mai săraci: moldovenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	11,1%	59,3%
Nu	11,1%	18,5%
Total	22,2%	77,8%

**Tab. 33.** Sunt cei mai săraci: moldovenii - în funcție de apartenența la sex a respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 33.** They are the poorest: Moldovans - according to the respondent's gender  
(Data source: personal processing)

Cu o pondere de 59,3% se clasează respondenții cu vârsta cuprinsă între 30-64 ani care sunt de opinie că moldovenii sunt cei mai săraci.

Sunt cei mai săraci: moldovenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	11,1%	59,3%	--
Nu	3,7%	22,2%	3,7%
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 34.** Sunt cei mai săraci: moldovenii - în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 34.** They are the poorest: Moldovans - according to the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Ponderea acumulată de persoanele intervievate care au finalizat studiile universitare și consideră că moldovenii sunt cei mai săraci este de 37,1% din total.

Sunt cei mai săraci: moldovenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	7,4%	7,4%	3,7%	37,1%	14,8%
Nu		7,4%	11,1%	11,1%	--
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 35.** Sunt cei mai săraci: moldovenii - în funcție de ultimul nivel de studii absolvit  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 35.** They are the poorest: Moldovans - according to the last level of education graduated  
(Data source: personal processing)

Peste jumătate dintre subiecții sunt de sex feminin și au afirmat că bucureștenii au mai multă influență politică (55,6%).

Au mai multă influență politică: bucureștenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	11,1%	55,6%
Nu	11,1%	22,2%
Total	22,2%	77,8%

**Tab. 36.** Au mai multă influență politică: bucureștenii - în funcție de sexul respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 36.** They have more political influence: Bucharest people - according on the gender of the respondent (Data source: personal processing)

Aproximativ 60% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30-64 ani și sunt de opinie că bucureștenii au mai multă influență politică.

Au mai multă influență politică: bucureștenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	7,4%	59,3%	--
Nu	7,4%	22,2%	3,7%
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 37.** Au mai multă influență politică: bucureștenii - în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 37.** They have more political influence: Bucharest people - according on the age of the respondent (Data source: personal processing)

Cu un procent de 33,3% se clasează subiecții care au absolvit studiile universitare și sunt de părere că bucureștenii au mai multă influență politică.

Au mai multă influență politică: bucureștenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	3,7%	11,1%	3,7%	33,3%	14,8%
Nu	3,7%	3,7%	11,1%	14,8%	--
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 38.** Au mai multă influență politică: bucureștenii - în funcție de nivelul de studii absolvit  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 38.** They have more political influence: Bucharest people - according on the level of education they graduated (Data source: personal processing)

Ponderea persoanelor de sex feminin care consideră că bucureștenii se bucură de mai mult respect este de 18,5%.

Se bucură de mai mult respect: bucureștenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	11,1%	18,5%
Nu	11,1%	59,3%
Total	22,2%	77,8%

**Tab. 39.** Se bucură de mai mult respect: bucureștenii - în funcție de sexul respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 39.** More respect enjoyed: Bucharest people - according on the gender of the respondent  
(Data source: personal processing)

Proporția înregistrată de respondenții cu vârsta cuprinsă în intervalul 30-64 ani care cred că bucureștenii se bucură de mai mult respect este de 22,2%.

Se bucură de mai mult respect: bucureștenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	3,7%	22,2%	3,7%
Nu	11,1%	59,3%	--
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 40.** Se bucură de mai mult respect: bucureștenii - în funcție de vârsta respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 40.** More respect enjoyed: Bucharest people - according on the age of the respondent  
(Data source: personal processing)

Cu o pondere de 22,2% se clasează persoanele intervievate care au absolvit studiile universitare și cred despre bucureșteni că se bucură de cel mai mult respect.

Se bucură de mai mult respect: bucureștenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	--	3,7%	3,7%	22,2%	--
Nu	7,4%	11,1%	11,1%	26%	14,8%
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 41.** Se bucură de mai mult respect: bucureștenii - în funcție de ultimul nivel de studii absolvit (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 41.** More respect enjoyed: Bucharest people- according to the last level of education he graduated (*Data source: personal processing*)

Peste 70% dintre subiecții chestionați sunt de sex feminin și au afirmat despre moldoveni că își respectă cel mai bine tradițiile.

Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	22,2%	70,3%
Nu	--	7,4%
Total	22,2%	60,7%

**Tab. 42.** Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii - în funcție de sexul respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 42.** Best respect on their traditions: Moldovans - according to the gender of the respondent (*Data source: personal processing*)

Cu un procent de 74,1% se remarcă respondenții cu vârsta între 30-64 ani care au afirmat despre moldoveni că își respectă cel mai bine tradițiile.

Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	14,8%	74,1%	3,7%
Nu	--	7,4%	--
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 43.** Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii - în funcție de vârsta respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 43.** Best respect on their traditions: Moldovans - according to the age of the respondent (*Data source: personal processing*)

Aproximativ jumătate dintre respondenți au absolvit studiile universitare și consideră că moldovenii își respectă cel mai bine tradițiile.

Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	7,4%	14,8%	7,4%	48,2%	14,8%
Nu		--	7,4%	--	--
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 44.** Își respectă cel mai bine tradițiile: moldovenii - în funcție de nivelul de studii absolvit  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 44.** Best respect on their traditions: Moldovans - according on the level of education they graduated (Data source: personal processing)

Proporția acumulată de persoanele chestionate de sex feminin care consideră despre moldoveni că se ajută cel mai mult între ei este de 33,3%.

Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii	Sexul respondentului	
	Masculin	Feminin
Da	3,7%	33,3%
Nu	18,5%	44,4%
Total	22,2%	77,8%

**Tab. 45.** Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii - în funcție de apartenența la sex a respondentului (Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 45.** Most helpful among them: Moldovans - according on the gender of the respondent (Data source: personal processing)

Proporția acumulată de respondenții cu vârsta între 0-29 ani care au afirmat despre moldoveni că se ajută cel mai mult între ei reprezintă 14,8% din total.

Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii	Vârsta respondentului		
	0-29 ani	30-64 ani	65-X ani
Da	14,8%	22,2%	--
Nu	--	59,3%	3,7%
Total	14,8%	81,5%	3,7%

**Tab. 46.** Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii - în funcție de vârsta respondentului (Sursa datelor: prelucrări proprii)

**Tabl. 46.** Most helpful among them: Moldovans - according to the age of the respondent (Data source: personal processing)

Ponderea înregistrată de respondenții cu studii liceale care au afirmat că moldovenii că se ajută cel mai mult între ei este de 14,8%.



Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Da	7,4%	14,8%	--	7,4%	7,4%
Nu	--	--	14,8%	40,8%	7,4%
Total	7,4%	14,8%	14,8%	48,2%	14,8%

**Tab. 47.** Se ajută cel mai mult între ei: moldovenii - în funcție de ultimul nivel de studii absolvit (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**Tabl. 47.** Most helpful among them: Moldovans - according to the last level of education (*Data source: personal processing*)

#### 4. Concluzii generale

În materie de tradiții, Drăgaica ocupă primul loc pentru toate categoriile de respondenți. În funcție de nivelul de pregătire al acestora, pentru categoria de populație cu studii superioare apare în preferințe și Sărata Monteoru (în calitate de patrimoniu definitoriu al zonei Buzău) alături de târgurile de creații populare. Respondenții cu studii medii pun accentul pe cântecele și dansurile populare, respectiv serbările câmpenești. Aceste aspecte pot fi privite ca indicatori de inițiere și susținabilitate a economiei sociale locale (Fedor 2016a, Fedor 2016b).

Raportându-ne la valorile caracteristice locuitorilor comunității din Buzău, remarcăm, printre multe altele, credința, comunicarea, hărnicia, ospitalitatea și simplitatea, valori evidențiate în special de respondenții cu studii superioare. Aceștia regretă dispariția unor valori reprezentate de portul popular, diverse tradiții și obiceiuri (nespecificate dar rămase în mentalul colectiv), precum și, aspect interesant, „loialitatea”.

La capitolul autopercepție - imagine pozitivă, locuitorii comunității cu nivel de instrucție mediu pun accentul pe „inteligență”, iar cei cu studii superioare pe „deschidere” și „seriozitate”. În ceea ce privește imaginea negativă auto-percepută, este evidențiată „lenea”, însă doar de către segmentul de populație cu studii superioare.

Cele mai mari scoruri privind caracteristicile apreciate la moldoveni provin de la respondenții cu studii superioare, care pun accentul pe „preparatele culinare”, „ospitalitatea” și „frumusețea” acestora, prin raportare la respondenții cu studii medii care apreciază „originalitatea” lor. La polul opus, respondenții cu nivel de instrucție ridicat nu apreciază „arhaismele” și viteza de reacție, iar cei cu nivel mediu „neglijența”. Referitor la munteni, respondenții cu studii superioare scot în evidență „hărnicia” și „calmul”, iar, în contrapondere, evidențiază „egoismul”, „fățarnicia” și aroganța lor. Bucureștenii sunt percepuți ca fiind „informați” și „descurcăreți”, însă dau dovadă de multă „îngâmfare”. Aceste aspecte sunt evidențiate, cu precădere, de segmentul de populație al municipiului Buzău cu nivel de instrucție ridicat.

Din analiza calitativă observăm că locuitorii municipiului și ai zonei Buzău au împrumutat o serie de trăsături de la comunitățile învecinate, accentul fiind pus pe trăsăturile pozitive.

Reprezentările membrilor comunității conturează o identitate caracterizată, în primul rând, prin hărnicie și ospitalitate, calități de proveniență declarată predominant rurală. Inclusiv tradițiile prezentate de subiecți au legătură, în mare măsură, cu componenta rurală prezentă în mentalul colectiv. În acest sens, comunitatea locală poate dispune de un capital social relativ puternic (Fedor 2019). Este recunoscut aportul locuitorilor din regiunile învecinate (Moldova și Muntenia) pentru contribuțiile aduse o dată cu stabilirea în zona Buzăului, trăsătura de amestec și deschidere culturală fiind definitorie pentru comunitatea locală. Acest aspect este, în opinia noastră, cel mai important în definirea specificului local întâlnit la membrii comunității buzoiene.

Corelate cu poziția geografică (de intersecție de drumuri între regiuni), caracteristicile populației (ospitalitate, sociabilitate, căldură, deschidere, absorbție și sinteză a diverselor influențe), așa cum rezultă din studiul nostru, ne conduc inerent către concluzia că una dintre cele mai importante trăsături ale comunității locale o constituie deschiderea, localnicii considerând Buzăul ca fiind un oraș deschis.

Caracteristicile populației (relevante de studiu și prezentate mai sus) sunt privite de către locuitorii (din toate clasele de vârstă și nivelurile de instrucție) municipiului, în egală măsură, și în termeni de valori. Conform rezultatelor, acestora li se adaugă un alt set de valori intrinseci care cuprind ambiția, optimismul, speranța, receptivitatea la nou și dorința de a promova binele, adevărul și educația. De aici rezultă o altă trăsătură importantă a comunității locale, trăsătură care sugerează nu doar un orizont de așteptare, ci și ideea că viitorul poate fi construit și că el aparține membrilor comunității.

## Bibliografie

- Atkinson 2006:** R. Atkinson, *Povestea vieții. Interviu*, Iași, 2006.
- Blanchet et alii 1998:** A. Blanchet, A. Gotman, F. de Singly, J.-C. Kaufmann, *Ancheta și metodele ei. Interviu, interviul comprehensiv, chestionarul*, Iași, 1998.
- Bourdieu 1986:** P. Bourdieu, *The Forms of Capital*, în J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, 1986, p. 241-258.
- Chelcea 1998:** S. Chelcea (coord.), *Memorie socială și identitate națională*, București, 1998.
- Corbin, Strauss 1990:** J. Corbin, A. Strauss, *Grounded Theory Research: Procedures, Cannons, and Evaluative Criteria*, *Qualitative Sociology* 13, 1, 1990, p. 3-21.
- Fedor 2014a:** C. Fedor, *Towards a Postmodern Approach of Ethnic Community*, *Postmodern Openings* 5, 2, 2014, p. 71-80.

**Fedor 2014b:** C. Fedor, *Stereotypes and Prejudice in the Perception of the "Other"*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 149, 2014, p. 321-326.

**Fedor 2016a:** C. Fedor, *Social Economics and Community Identity*, *Journal of Social Economy* 6, 1, 2016, p. 35-52.

**Fedor 2016b:** C. Fedor, *Local Specificity and Social Economy*, *Journal of Social Economy* 6, 2, 2016, p. 16-28.

**Fedor 2019:** C. Fedor, *Social Capital and Community Development: Case Study*, *Social Research Reports* 11, 1, 2019, p. 65-77.

**Fowler 2002:** F. Jr. Fowler, *Survey Research Methods* (3rd ed.), Sage Publications, 2002.

**Jaba 2002:** E. Jaba, *Statistica* (ediția a 3-a), Iași, 2002.

<http://statistici.inse.ro>

Tradiții specifice localității Buzău	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Calendarul de ceapă				1,7%	
Caloianul			1,7%	1,7%	
Cântece și dansuri populare	3,4%	1,7%			
Covrigii de Buzău			1,7%	5,2%	1,7%
Drăgaica	1,7%		5,2%	17,2%	1,7%
Festivalul cârnaților de Pleșcoi			1,7%	5,2%	1,7%
Festivalul de la Plaiul Nucului				1,7%	
Grădinăritul				1,7%	
Grădinile de zarzavat				1,7%	
Muzeul Chihlimbarului Colți					1,7%
Obiceiuri de nuntă	1,7%				
Paparuda				1,7%	
Parcul Marghiloman (castel)				1,7%	
Peșitul			1,7%		
Sărata Monteoru				5,2%	
Sărbătoarea florii de salcâm				1,7%	
Sărbătoarea vinului	1,7%				
Serbările câmpenești	3,4%	1,7%	1,7%	1,7%	
Târg creații populare				5,2%	
Târg, tradiții și obiceiuri de Crăciun					1,7%
Terapia cu zer de Varlaam				1,7%	
Toamna buzoiană				1,7%	
Ziua Recoltei	1,7%		1,7%	1,7%	

**Anexa 1.** Tradiții specifice localității Buzău în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 1.** Buzău locality specific traditions according to the last level of education graduated from the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce apreciați mai mult la buzoieni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Bucuria de a trăi			4,2%		
Căldura sufletească			4,2%	4,2%	
Corectitudinea				4,2%	
Creativitatea		4,2%			
Deschiși				8,3%	4,2%
Devotamentul pentru acțiunile lor		4,2%			
Inteligența		8,3%		4,2%	
Onestitatea				4,2%	
Ospitalieri	4,2%		4,2%	4,2%	
Prietenoși	4,2%			4,2%	
Respectuoși					4,2%
Seriozitate				8,3%	
Stilul direct					4,2%
Veselia				4,2%	
Vrednicia				4,2%	

**Anexa 2.** Opinia despre buzoieni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 2.** Opinion on the Buzoians according to the last level of education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce nu apreciați la buzoieni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Că sunt încrezuți		6,7%			
Corupția		6,7%			
Egoismul			6,7%		
Fac risipă	6,7%				
Invidia				6,7%	
Lenea				20%	
Lipsa culturii la mulți				6,7%	
Lipsa de cuvânt			6,7%		
Nesiguranța			6,7%		
Nesinceritatea					6,7%
Schimbători				6,7%	
Sunt respingători		6,7%			
Tupeul					6,7%

**Anexa 3.** Opinia despre buzoieni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 3.** Opinion on the Buzoians according to the last level of education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce apreciați mai mult la moldoveni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Amabili				4,2%	
Credința				4,2%	4,2%
Curajul	4,2%				
Frumusețea				8,3%	
Istețimea				4,2%	
Originalitatea		8,3%			
Ospitalieri			4,2%	8,3%	
Plimbăreți		4,2%			
Precizia				4,2%	
Preparatele culinare			4,2%	12,5%	
Tradițiile, obiceiurile		4,2%			4,2%
Tradiționali	4,2%		4,2%		
Trăsăturile sufletești					8,4%

**Anexa 4:** Opinia despre moldoveni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 4:** Opinion about Moldovans according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce nu apreciați la moldoveni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Aprigi la mânie			7,7%		
Arhaismele				15,4%	
Aroganța			7,7%		
Consumă alcool	7,7%				
Dialectul				7,7%	
Încăpățânarea	7,7%				
Naivitatea					15,4%
Neglijența		15,4%			
Prea înceți				15,4%	

**Anexa 5:** Opinia despre moldoveni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 5:** Opinion on Moldovans according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce apreciați mai mult la munteni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Buna-cuviință					4,8%
Bunătatea				4,8%	
Bunul simț				4,8%	
Că vorbesc corect românește					9,5%
Calmi				9,5%	
Caracterul			4,8%		
Deschiși				4,8%	
Hărnicia	4,8%			19%	
Ingenioși				4,8%	
Onestitatea				4,8%	4,8%
Plăcuți			9,5%		
Rezistența			4,8%		
Săritori				4,8%	

**Anexa 6:** Opinia despre munteni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 6:** Opinion about the Muntenians according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce nu apreciați la munteni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Bârfa			12,5%		
Comunicarea				12,5%	
Duplicitatea					12,5%
Egoismul				12,5%	
Fățărnicia				12,5%	
Lenea	12,5%				
Plini de ei				12,5%	
Șmecheria					12,5%

**Anexa 7:** Opinia despre munteni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 7:** Opinion about the Muntenians according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce apreciați mai mult la bucureșteni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Adaptabilitatea			4,5%	4,5%	4,5%
Agitați				4,5%	
Că sunt pragmatici					4,5%
Curajoși	4,5%				
Curajul			4,5%	4,5%	
Descurcări		4,5%		9,1%	
Independența		4,5%			
Informați			4,5%	22,7%	
Omenoși	4,5%				
Respectul					4,5%
Rezistența		4,5%			
Stilul direct					4,5%

**Anexa 8:** Opinia despre bucureșteni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 8:** Opinion about Bucharest people according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Ce apreciați mai mult la bucureșteni?	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Adaptabilitatea			4,5%	4,5%	4,5%
Agitați				4,5%	
Că sunt pragmatici					4,5%
Curajoși	4,5%				
Curajul			4,5%	4,5%	
Descurcări		4,5%		9,1%	
Independența		4,5%			
Informați			4,5%	22,7%	
Omenoși	4,5%				
Respectul					4,5%
Rezistența		4,5%			
Stilul direct					4,5%

**Anexa 9:** Opinia despre bucureșteni în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

**App. 9:** Opinion about Bucharest people according to the last level of graduate education of the respondent (*Data source: personal processing*)

Valori autentice caracteristice buzoianului	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Ambiția				2,3%	
Bunățatea				2,3%	
Bunele maniere			2,3%		
Comunicarea			2,3%	7%	
Creativitatea				2,3%	
Credința			2,3%	9,3%	
Curajul			2,3%	2,3%	7%
Curiozitatea				2,3%	
Deschiși				2,3%	
Hărnicia				9,3%	
Identitatea românească				2,3%	
Îndrăzneala				2,3%	
Niciuna					
Onestitatea		2,3%		2,3%	
Ospitalitatea				4,7%	
Promovarea binelui, adevărului și a educației					
Receptivi la nou		2,3%			
Respectul			2,3%	2,3%	
Săritori	2,3%			2,3%	
Simplitatea			2,3%	4,7%	
Sinceritatea				2,3%	
Speranța	2,3%				
Valorile morale adevărate					

**Anexa 10:** Valori autentice în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**App. 10:** Authentic values according to the last level of education of the respondent  
(Data source: personal processing)



Valori autentice ale buzoianului pierdute	Ultimul nivel de studii absolvit				
	10 clase	Liceu	Școală postliceală	Studii universitare	Studii postuniversitare
Buna-cuviință				2,1%	
Bunul simț					2,1%
Caracterul					2,1%
Credința				2,1%	
Devotamentul pentru acest oraș		2,1%			
Dorința de a face bine, nu doar rău		2,1%			
Dorința de muncă				2,1%	
Educația		2,1%			
Expoziții de obiecte de artă, de costume populare specifice zonei			2,1%		
Gastronomia				4,3%	
Grija față de mediul înconjurător				2,1%	
Hărnicia				2,1%	
Inițiativa				2,1%	
Loialitatea				4,3%	
Mândria				2,1%	
Onestitatea					2,1%
Portul popular				6,4%	
Respectul		2,1%			
Seriozitatea				2,1%	
Sinceritatea					4,2%
Stabilitatea			4,3%	4,3%	
Tradiții și obiceiuri	2,1%	12,8%	6,4%	6,4%	
Turismul	2,1%			2,1%	
Unitatea				2,1%	2,1%
Ziua Recoltei			2,1%		

**Anexa 11:** Valori autentice în funcție de ultimul nivel de studii absolvit al respondentului  
(Sursa datelor: prelucrări proprii)

**App. 11:** Authentic values according to the last level of education of the respondent  
(Data source: personal processing)