

Studiu de antropologie socială într-o comunitate aflată la confluența a două regiuni istorice ale României (partea a doua)

Cătălin-George Fedor¹

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 este reprezentată de elevi de liceu. Scopul studiului este de a reliefa trăsăturile specifice ale comunității locale și a identității acesteia, respectiv imaginea individului în mentalul colectiv local. Din punct de vedere metodologic, am apelat la metode cantitative. Rezultatele scot în evidență specificul și tradițiile comunității locale, precum și modul în care se auto-percep localnicii, iar concluziile pot constitui premise pentru dezvoltarea ulterioară a comunității, în măsura în care elevii nu vor părăsi comunitatea.

Cuvinte cheie: comunitate locală, tradiții, auto-percepție, raportare la ceilalți, tipuri de capital.

A Social Anthropology Study of a Community located at the Confluence of Two Romanian Historical Regions (second part). The present paper presents the results of a social anthropology study conducted in a distinctive community located between two major historical regions of Romania. The investigated population is represented by high school students. 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. From a methodological point of view, we used quantitative methods. The results highlight the local community specificity and traditions, as well as how the locals perceive themselves, and the conclusions may constitute premises for the further development of the community, to the extent that students will not leave the community.

Keywords: local community, traditions, self-perception, relation to others, types of capital.

¹ Centrul de Cercetări Antropologice „Olga Necrasov” Academia Română Filiala Iași, România; cgfedor@yahoo.com

.....

Introducere

Studiul pe care îl prezentăm aici reprezintă rezultatele unei cercetări de antropologie socială realizată în municipiul Buzău, România, care își propune o evaluare a specificului local. El vine în continuarea studiului prezentat în primul număr al acestei reviste (Fedor 2019), care și-a propus relevarea trăsăturilor specifice ale comunității locale și a identității acesteia, respectiv imaginea individului în mentalul colectiv local. Pornim în demersul nostru de la aceeași premisă (Fedor 2014) care 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. Despre această identitate asumată de un segment foarte tânăr de populație ne vom ocupa în cele ce urmează.

Așa cum am procedat și în articolul din numărul trecut al revistei, 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).

Metode de cercetare

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. Eșantionul nostru este alcătuit din 72 de subiecți. 52,9% dintre respondenți sunt reprezentați de elevii de sex masculin, iar 47,1% reprezintă ponderea respondenților de sex feminin. 76,5% dintre elevi sunt în clasa a IX-a, iar 23,5% sunt în clasa a XII-a.

b) Am optat pentru utilizarea inventarului 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.

Rezultate și discuții

a) Tradiții locale

Cea mai des menționată tradiție specifică localității Buzău este reprezentată de Drăgaica. Festivalul berii, al cârnaților de Pleșcoi reprezintă alte două tradiții pe care elevii chestionați le-au menționat ca fiind specifice Buzăului.

Tradiții specifice localității Buzău	Pondere
Drăgaica	36,6%
Festivalul berii	18,3%
Festivalul cârnaților de Pleșcoi	12,2%
Târg, tradiții și obiceiuri de Crăciun	11,0%
Zilele Buzăului	7,3%
Dragobetele	3,7%
Manifestări de 1 mai	3,7%
Serbările câmpenești	2,4%
Mai multe târguri în domeniul silviculturii	1,2%
Obiceiuri de nuntă	1,2%
Sărata Monteoru	1,2%
Ziua bărbatului-44 pahare	1,2%
Total	100%

Tab. 1. Tradiții specifice comunității locale (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

Table 1. Specific traditions of the local community (*Data source: personal processing*)

Cei mai mulți dintre elevii participanți la studiu apreciază la buzoieni faptul că sunt sociabili, că sunt frumoși, inteligenți și nu apreciază deloc faptul că sunt leneși. Totodată, acestora nu le place comportamentul buzoienilor, că spun minciuni, că sunt dezorganizați etc.

Ce apreciați la buzoieni?	Pondere	Ce nu apreciați la buzoieni?	Pondere
Sociabilitatea	17,7%	Lenea	25%
Frumusețea	13,8%	Comportamentul	20%
Inteligența	13,8%	Minciuna	10%
Covrigii	10,3%	Dezorganizarea	5%
Ospitalitatea	6,9%	Hoția	5%
Tradițiile	6,9%	Ignoranța	5%
Bunul simț	3,4%	Sunt incompetenți	5%
Caracterul	3,4%	Sunt neimplicați	5%
Fac târguri	3,4%	Nimic	5%
Omenia	3,4%	Sunt răi	5%
Sunt respectuoși	3,4%	Sunt superficiali	5%

Ce apreciați la buzoieni?	Pondere	Ce nu apreciați la buzoieni?	Pondere
Sunt simpatici	3,4%	Supraestimarea	5%
Sunt implicați	3,4%		
Sunt talentați	3,4%		
Sunt vorbăreți	3,4%		
TOTAL	100%	TOTAL	100%

Tab. 2. Auto-evaluarea localnicilor (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)
Table 2. Self-assessment of locals (*Data source: personal processing*)

b) Evaluarea vecinilor

Moldovenilor le sunt apreciate cel mai mult tradițiile, obiceiurile și accentul, însă elevii nu apreciază consumul de alcool la moldoveni. Se observă faptul că unora le place accentul moldovenilor, iar altora nu.

Ce apreciați la moldoveni?	Pondere	Ce nu apreciați la moldoveni?	Pondere
Accentul	18,2%	Consumă alcool	52,4%
Tradițiile, obiceiurile	18,2%	Accentul	10,5%
Băutura	9,1%	Sunt autoritari	5,3%
Generozitatea	6,1%	Limba	5,3%
Hărnicia	6,1%	Lipsa de oportunități	5,3%
Sunt îndrăzneți	6,1%	Sunt neimplicați	5,3%
Sunt întrajutorați	6,1%	Nesimțirea	5,3%
Sunt muncitori	6,1%	Nimic	5,3%
Bunățatea	3,0%	Zgârcenia	5,3%
Frumusețea	3,0%		
Sunt gospodari	3,0%		
Nimic	3,0%		
Sunt ospitalieri	3,0%		
Sunt respectuoși	3,0%		
Sinceritatea	3,0%		
Umorul	3,0%		
Total	100%	Total	100%

Tab. 3. Opinia despre moldoveni (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)
Table 3. Opinion about Moldovans (*Data source: personal processing*)

Hărnicia este calitatea cea mai apreciată de către elevi atunci când vine vorba despre munteni. Totodată, aceștia au declarat că apreciază sinceritatea muntenilor, le place faptul că sunt comunicativi, frumoși etc. Cu toate acestea, elevilor participanți la studiu nu le place consumul de alcool la munteni, dar nici accentul, alimentația, felul în care vorbesc ș.a.m.d.

Ce apreciați la munteni?	Pondere	Ce nu apreciați la munteni?	Pondere
Hărnicia	31,2%	Consumă alcool	20%
Sinceritatea	11,5%	Accentul	6,7%
Sunt comunicativi	7,7%	Alimentația	6,7%
Frumusețea	7,7%	Felul în care vorbesc	6,7%
Tradițiile	7,7%	Gropi	6,7%
Imparțialitatea	3,8%	Lenea	6,7%
Integritatea	3,8%	Minciuna	6,7%
Sunt prietenoși	3,8%	Sunt needucați	6,7%
Sunt primitori	3,8%	Sunt nesimțiți	6,7%
Respectul	3,8%	Nu au curaj	6,7%
Sunt săritori	3,8%	Orgoliul	6,7%
Simplitatea	3,8%	Sărăcia	6,7%
Sunt tradiționaliști	3,8%	Supraestimarea	6,7%
Voioșia	3,8%		
Total	100%	Total	100%

Tab. 4. Opinia despre munteni (Sursa datelor: prelucrări proprii)
Table 4. Opinion about Muntenians (Data source: personal processing)

Cei mai mulți respondenți apreciază faptul că bucureștenii sunt descurcăreți, însă nu le place îngâmfarea acestora.

Ce apreciați la bucureșteni?	Pondere	Ce nu apreciați la bucureșteni?	Pondere
Sunt descurcăreți	15,9%	Îngâmfarea	40%
Sunt cumsecade	7,7%	Arogața	10%
Frumusețea	7,7%	Modestia	10%
Inteligența	7,7%	Comportamentul	5%
Salariile	7,7%	Excesul de putere	5%
Vorbesc frumos	7,7%	Gălăgia	5%
Sunt generoși	3,8%	Nepăsarea unora	5%
Inventivitatea	3,8%	Nu știu	5%
Locul	3,8%	Nu sunt deschiși	5%
Sunt mândri	3,8%	Sunt orgolioși	5%
Onestitatea	3,8%	Sunt agresivi	5%
Oportunitățile	3,8%		
Ordinea	3,8%		
Politicile lor	3,8%		
Sunt rafinați	3,8%		
Sunt silitori	3,8%		
Sunt sociabili	3,8%		
Sunt socialiști	3,8%		
Total	100%	Total	100%

Tab. 5. Opinia despre bucureșteni (Sursa datelor: prelucrări proprii)
Table 5. Opinion about the people of Bucharest (Data source: personal processing)

c) Valori autentice ale comunității locale

Printre valorile autentice caracteristice buzoianului specificate de elevii respondenți se numără hărnicia, sociabilitatea, faptul că păstrează tradițiile, simplitatea, inteligența, amabilitatea, faptul că au voință, comportamentul ș.a.m.d.

În ceea ce privește valorile autentice pierdute ale buzoianului se regăsesc iubirea de mișcare în natură, patriotismul, cultura, dorința de muncă etc.

Valori autentice caracteristice buzoianului	Pondere	Valori autentice ale buzoianului pierdute	Pondere
Hărnicia	9,4%	Iubirea de mișcare în natură	12,2%
Sociabilitatea	9,4%	Patriotismul	11,8%
Păstrează tradițiile	7,5%	Cultura	8,8%
Simplitatea	7,5%	Dorința de muncă	8,8%
Inteligența	5,4%	Hărnicia	8,8%
Amabilitatea	3,8%	Concertele	5,9%
Au voință	3,8%	Nu sunt	5,9%
Comportamentul	3,8%	Tradiții și obiceiuri	5,9%
Patriotismul	3,8%	Ajutorul reciproc	2,9%
Sunt prietenoși	3,8%	Credința	2,9%
Respectul	3,8%	Întrajutorarea	2,9%
Sunt săritori	3,8%	Liniștea	2,9%
Stima de sine	3,8%	Ordinea	2,9%
Cinstea	1,9%	Ospitalitatea	2,9%
Curajul	1,9%	Respectarea legilor	2,9%
Demnitatea	1,9%	Respectul	2,9%
Dragostea pentru covrigii de Buzău	1,9%	Sociabilitatea	2,9%
Frumusețea	1,9%	Târgurile vechi	2,9%
Generozitatea	1,9%	Teatrul	2,9%
Inventivitatea	1,9%		
Iubirea față de a trăi la țară	1,9%		
Niciuna	1,9%		
Onestitatea	1,9%		
Optimismul	1,9%		
Ospitalitatea	1,9%		
Portul	1,9%		
Rățiunea	1,9%		
Sinceritatea	1,9%		
Umorul	1,9%		
Total	100%	Total	100%

Tab. 6. Valori autentice ale comunității locale (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)
Table 6. Authentic values of the local community (*Data source: personal processing*)

d) Tipuri regionale de capital

Potrivit repartizării eșantionului se observă faptul că bucureștenii sunt considerați mai bogați (79,4%) și că au mai multă influență politică (76,5%), moldovenii sunt văzuți cei mai săraci (44,1%), sunt considerați că își respectă cel mai bine tradițiile (73,5%) și că se ajută cel mai mult între ei (50%), iar muntenii (29,4%) și buzoienii (29,4%) se bucură de mai mult respect.

	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	8,8%	5,9%	5,9%	29,4%	8,8%	23,5%
Moldovenii	--	44,1%	2,9%	23,5%	73,5%	50%
Muntenii	8,8%	32,4%	11,8%	29,4%	17,6%	26,5%
Bucureștenii	79,4%	--	76,5%	17,6%	2,9%	--
NS	2,9%	20,6%	2,9%	2,9%	--	2,9%

Tab. 7. Tipuri regionale de capital (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

Table 7. Regional types of capital (*Data source: personal processing*)

e) Părăsirea comunității / Stabilirea în comunitate

Opinia respondenților cu privire la posibilitatea stabilirii în Buzău după finalizarea studiilor relevă faptul că 62,5% dintre elevi au afirmat că nu doresc să se stabilească în Buzău după finalizarea studiilor și doar 37,5 dintre ei doresc să nu părăsească comunitatea.

Principalul argument specificat de elevii respondenți care au afirmat că, după finalizarea studiilor, vor rămâne în Buzău este legat de familie și de locurile natale. Aceștia au mai adăugat că liniștea orașului le întărește decizia de a nu pleca în altă parte.

Motivație	Pondere
Familia și locurile	33,5%
Deoarece este un oraș mic și liniștit	16,7%
Datorită faptului că acest oraș vine cu facilitățile sale	8,3%
Deoarece consider că aici putem avea un viitor	8,3%
Deoarece este locul unde am copilărit	8,3%
Deoarece m-am obișnuit aici	8,3%
Pot fi mai aproape de un loc de muncă	8,3%
Vreau să lucrez în Buzău	8,3%
Total	100%

Tab. 8. Motivul stabilirii în comunitate (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

Table 8. Reason for establishment in the community (*Data source: personal processing*)

Pentru cei mai mulți dintre respondenți, lipsa unui loc de muncă în Buzău îi face ca după finalizarea studiilor să plece în altă localitate / țară (18,3%). Din dorința unei remunerații mai mari, 12,5% dintre elevii chestionați au afirmat că ar fi în stare ca după finalizarea studiilor să plece din Buzău. Aceeași pondere de 12,5% se regăsește și în cazul respondenților care au afirmat că motivul pentru care nu doresc să se stabilească în Buzău după terminarea studiilor este pentru că nu le place orașul.

Motivație	Pondere
Lipsa unui loc bun de muncă	18,3%
Îmi doresc o remunerație mai mare	12,5%
Nu îmi place orașul	12,5%
Deoarece Buzăul este un oraș fără viitor	6,3%
Deoarece în alte orașe studiile sunt mult mai dezvoltate	6,3%
Deoarece nu mă atrage aspectul orașului	6,3%
Nu vreau să lucrez pe minim de economie	6,3%
Pentru că doresc să-mi continui studiile în altă localitate	6,3%
Pentru că este un oraș aglomerat	6,3%
Pentru că locul meu este la țară, la fel și familia mea	6,3%
Pentru că nu sunt condiții	6,3%
Pentru că sunt puține facultăți și un trai mai prost	6,3%
Total	100%

Tab. 9. Motivul deciziei de a părăsi comunitatea (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)
Table 9. The reason for leaving the community (*Data source: personal processing*)

Ponderea elevilor chestionați care au răspuns că Primăria și autoritățile publice locale ar trebui să ofere mai multe locuri de muncă tinerilor pentru ca după ce aceștia își finalizează studiile să opteze pentru dezvoltarea unei cariere în orașul Buzău este de 38%.

Motivație	Pondere
Să ofere mai multe locuri de muncă	38%
Cursuri de calificări	9,5%
Mai multe fabrici	9,5%
Să se implice mai mult în situațiile economice și publice	9,5%
Salarii mai mari	9,5%
Armata să se facă obligatorie și să se asigure un post de lucru în poliție sau în cadrul militar	4,8%
Dezvoltarea afacerilor	4,8%

Motivație	Pondere
Posibilități de studii moderne	4,8%
Să înființeze locuri de muncă	4,8%
Stabilirea unor condiții mai bune	4,8%
Total	100%

Tab. 10. Soluții așteptate din partea autorităților locale (*Sursa datelor: prelucrări proprii*)

Table 10. Solutions expected from local authorities (*Data source: personal processing*)

Concluzii generale

În materie de tradiții, Drăgaica ocupă primul loc inclusiv pentru segmentul de populație foarte tânără. Raportându-ne la valorile caracteristice locuitorilor municipiului Buzău, remarcăm, printre multe altele, hărnicia, sociabilitatea, tradițiile și simplitatea. Respondenții regretă dispariția unor valori reprezentate de patriotism sau, extrem de interesant, iubirea de mișcare în natură.

La capitolul autopercepție - imagine pozitivă, tinerii pun accentul pe „intelență”, „frumusețe” și „sociabilitate”. În ceea ce privește imaginea negativă auto-percepută, este evidențiată „lenea”, urmată de „comportamentul general” și „minciuna”. Cele mai mari scoruri privind caracteristicile apreciate la moldoveni sunt accentul, respectiv tradițiile și obiceiurile. La polul opus, respondenții nu apreciază, în primul rând, „consumul de alcool”. Referitor la munteni, respondenții scot în evidență „hărnicia”, iar, în contrapondere, evidențiază „consumul de alcool”, ca și în cazul moldovenilor. Bucureștenii sunt percepuți ca fiind „descurcări”, însă dau dovadă de multă „îngâmfare”.

O bună parte a populației tinere dorește să își continue viața aici. Motivațiile pentru părăsirea orașului Buzău sunt exprimate cel mai bine de elevi, în principal, prin lipsa locurilor de muncă, slaba dezvoltare economică locală împreună cu salariile mici și, mai ales, nivelul de trai mai bun, respectiv oportunitățile de dezvoltare găsite în altă parte. Acesta este un semnal de alarmă pentru autoritățile locale. Acest fenomen poate fi ameliorat dacă autoritățile locale se vor implica să creeze locuri de muncă pentru tineri.

Invităm cititorul să privească rezultatele și concluziile prezentului studiu în oglindă cu rezultatele și concluziile ce se regăsesc în studiul menționat în primul număr al revistei noastre. Astfel, el își va putea face o imagine de ansamblu asupra diferențelor existente între reprezentările tinerilor și cele ale populației adulte, mature și vârstnice, asupra acelorși subiecte investigate.

Bibliografie

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, Greenwood Press, p. 241-258.

Chelcea 1998: S. Chelcea (coord.), *Memorie socială și identitate națională*, București, INI.

Fedor 2014: C. Fedor, *Towards a Postmodern Approach of Ethnic Community*, *Postmodern Openings* 5(2), p. 71-80.

Fedor 2019: C. Fedor, *Studiu de antropologie socială într-o comunitate aflată la confluența a două regiuni istorice ale României*, *Revista de arheologie, antropologie și studii interdisciplinare*, 1, 281-321.

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

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

Webografie

<http://statistici.insse.ro/shop/>