

# Viziunea despre lume în satul Tilișca (județul Sibiu)

**Marin Constantin**

Institutul de Antropologie „Francisc Rainer”, București

*The paper consists of an approach of the value orientations in the village of Tilișca (the county of Sibiu), from the perspective of the responses received to a proverb questionnaire conceived by Gheorghiu Geană. The categories of analysis of such responses reproduce the scheme of the „human basic problems” which Florence R. Kluckhohn defined as a modality of characterising the „modal personality” at the level of little communities. The anthropological study of the worldview can be relevant for the general (monographic) analysis of a social group, in completing the social and economic data about that group.*

Studiul de față încearcă o evaluare a viziunii despre lumea sătenilor din satul pastoral Tilișca (Mărginimea Sibiului), prin aplicarea unui chestionar paremiologic în legătură cu orientările de valoare ale localnicilor.

Chestionarul amintit (elaborat de profesorul Gheorghiu Geană, 1987/2000) este constituit din 42 de perechi de proverbe, puse în antiteză, astfel încât ele să poată oferi o caracterizare a „ethosului” (sistemul de valori) românesc tradițional. Am folosit acest chestionar ca o adaptare vernaculară (constând în locuțiuni cunoscute în aria etnografică a satului Tilișca) a schemei conceptuale propuse de Florence Kluckhohn (1967) privind probleme umane de bază și cu „soluțiile-tip” (ca orientări valorice „dominante” și „variabile”) date acestora în diversele culturi.

## Cadrul teoretic al studiului viziunii despre lume

Într-un studiu din 1951, completat în 1967, cercetătoarea americană Florence Rockwood Kluckhohn abordează chestiunea configurațiilor „tipului personalității modale” (elaborat de Abram Kardiner între 1940 și 1945) din perspectiva unor „probleme umane de bază”, și anume:

1. predispozițiile innăscute ale omului;
2. relația omului cu natura;
3. dimensiunea temporală semnificativă;
4. tipul de personalitate valorizat;
5. modalitatea dominantă de relaționare inter-umană.

Kluckhohn identifică o variabilitate în soluțiile oferite cultural la aceste probleme; prezența unei „orientări valorice dominante” într-o anumită societate nu exclude alte două asemenea posibile opțiuni, cu caracter de „orientări valorice variabile”; indiferent de raportul dintre orientările dominante și cele variabile, ele sunt toate prezente și

„cerute” – în grade diferite – în orice societate, la nivel etnic, de structură socială sau în relațiile de gen (cf. Kluckhohn, 1967, 342-357).

Examinând proverbul ca pe un „fapt cultural”, Gheorghiță Geană pune în lumină (2000) „virtuțile retorice” ale acestuia. Astfel, „relația cu graiul expresiv” (în special, metafora), forma concentrată și sentențioasă asigură deopotrivă proverbului o „putere de convingere” și un caracter „exemplar”. Ca atare, proverbul poate fi folosit – potrivit profesorului Geană – și ca „instrument de investigație socioculturală” în studiul etnografic al filozofiei populare, ca în cazul chestionarului paremiologic aplicat anterior de autor în mai multe sate din Vrancea (cf. Geană, 1987). Paramiologia relevă astfel o formă „concentrată” și „practică” a filozofiei populare, fapt ce asigură cercetării antropologice a „comportamentului ideatic” un „caracter mixt, *psihofilozofic*” (Geană, 1987, 443-444).

În studiul din 1987, autorul expune rezultatele investigației sale asupra a câte 150 de indivizi (bărbați și femei) din satele Soveja, Tulnici și Negrilești, cu referire la „punctele principale” ale anchetei, legate de „tipurile antinomice *fatalism/activism [acționism]* și *introversiune/extraversiune*”. Răspunsurile obținute sunt analizate după trei criterii: *satul, grupa de vârstă și genul interlocutorilor*. Concluziile generale indică o „tendință către activismul imanent” în satele vrâncene, cu o „rezumare a transcendenței” la reprezentările de tipul *deus otiosus*, precum și o opțiune pentru „introversiune” ținând de „teama de a intra în rândul lumii”, „convingerea în incognoscibilitatea sufletului omenesc” sau „dorința de autoconservare”. Ca „mecanisme de conservare și autocontrol”, activismul și intro-

versiunea concordă cu niște „tendințe caracteristice vrâncenilor prin tradiția lor răzeșească” (cf. Geană, 1987, 442-451).

Studiul orientărilor valorice (*value orientations*) în România (vizând elaborarea unui „atlas al valorilor poporului român”, sub coordonarea lui Vasile V. Caramelia, în anii '70, în zonele Argeș, Oaș, Suceava și în câteva sate din Munții Apuseni) a fost considerat o posibilă bază de cercetare comparativă, în relație cu anchetele similare întreprinse de Eugene P. Banks în Iugoslavia și Zdenek Salzaman (cf. Geană, 2005, 186).

## Considerații preliminare despre ancheta paremiologică de la Tilișca

Pe un asemenea temei teoretic, am aplicat chestionarul paremiologic (vezi anexa) pe un eșantion de 56 de persoane (29 de bărbați, 27 de femei, cu vârste cuprinse între 17 și 87 ani). Respondenții chestionarului de față reprezintă un număr de 35 din cele 50 de grupuri patronimice examinate mai sus, la nivelul structurilor de rudenie de la Tilișca. În tabelele următoare sunt indicate răspunsurile primite în dreptul fiecărui item, cu precizarea celor trei opțiuni ale interlocutorilor („A” = primul proverb, trecut în partea dreaptă a chestionarului; „C” = al doilea proverb, opus celui dintâi și trecut în partea stângă a chestionarului; „B” = opțiunea indecisă sau dubla opțiune a respondenților). Reproducem mai întâi tabelul cu rezultatele globale ale răspunsurilor primite, cu precizarea că itemii 42-45 din chestionar au fost adăugați ulterior, iar numărul celor intervievați este mai mic (27).

1: 32 A; 7 B; 17 C	10: 6 A; 1 B; 49 C	19: 5 A; 3 B; 48 C	28: 16 A; 7 B; 33 C	37: 15 A; 4 B; 37 C
2: 26 A; 5 B; 25 C	11: 20 A; 12 B; 24 C	20: 17 A; 3 B; 36 C	29: 32 A; 2 B; 22 C	38: 23 A; 12 B; 21 C
3: 15 A; 6 B; 35 C	12: 3 A; 8 B; 45 C	21: 5 A; 8 B; 43 C	30: 54 A; 0 B; 2 C	39: 32 A; 11 B; 13 C
4: 10 A; 6 B; 40 C	13: 21 A; 3 B; 32 C	22: 36 A; 4 B; 16 C	31: 1 A; 2 B; 53 C	40: 29 A; 6 B; 21 C
5: 32 A; 14 B; 10 C	14: 26 A; 6 B; 22 C	23: 53 A; 1 B; 1 C	32: 20 A; 5 B; 31 C	41: 2 A; 1 B; 53 C
6: 3 A; 5 B; 48 C	15: 29 A; 4 B; 23 C	24: 52 A; 2 B; 2 C	33: 35 A; 2 B; 19 C	42: 15 A; 13 B; 28 C
7: 18 A; 8 B; 30 C	16: 36 A; 5 B; 12 C	25: 43 A; 6 B; 7 C	34: 23 A; 5 B; 28 C	43: 17 A; 3 B; 7 C
8: 5 A; 2 B; 49 C	17: 24 A; 14 B; 18 C	26: 5 A; 3 B; 48 C	35: 14 A; 5 B; 37 C	44: 8 A; 0 B; 19 C
9: 14 A; 9 B; 33 C	18: 9 A; 11 B; 35 C	27: 12 A; 5 B; 39 C	36: 38 A; 5 B; 13 C	45: 21 A; 3 B; 2 C

Este de presupus că răspunsurile primite pot într-adevăr reflecta ceva din „filozofia populară” a satului Tilișca, din perspectiva opțiunii „dominante” a localnicilor pentru unul sau altul dintre proverbele enunțate. Pentru moment, să încercăm să grupăm proverbele pe categorii de analiză, în vederea corelării acestor categorii cu „problemele umane” și „tipurile de soluții” definite de F. Kluckhohn.

O parte dintre proverbele discutate se concentrează asupra unor valori morale: binele (7, 39, 40), dreptatea (16), cinstea (28, 45), încrederea (32, 34), răbdarea (33, 41), sinceritatea (35), frumosul (19, 37), prietenia (44). Altele au ca tematică anumite forțe supraumane, „macrocosmosul”, cele care premarg sau pot să controleze viața omului, și anume ideile de soartă (6, 9, 36), fire sau irațional (10), divinitate (13, 38), noroc (18, 22), sănătate (30). Sunt, apoi, proverbe ce evaluează gradul de predictabilitate a omului (1, 2, 31), precum și (bio)ritmul activităților umane (15, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 42). Câteva dintre proverbele de față se interesează de planul „activis-

mului” sau tenacității umane (3, 4, 8), de cel al „autocontrolului” ca austeritate și cumpănare (14, 29) și de cel al (auto)instruirii (17, 21). În sfârșit, sunt și proverbe ce tratează problematica viețuirii sociale, din perspectiva relațiilor de rudenie (5, 11, 12, 20, 43).

Astfel ordonate, perechile de proverbe ale chestionarului paremiologic rezonează cu inventarul „problemelor umane” stabilit de F. Kluckhohn, în măsura în care „valorile umane” configurează în fond problema „naturii umane”, „supraumanul” transpune aici problema relațiilor „om – natură”, „predictabilitatea” și „bioritmul” se subsumează problemei relațiilor „om – timp”, atitudinea „activă” sau „autoinstruirea” trimit la problema „tipului de personalitate”, iar „viețuirea socială” relevă problema „tipului de relaționare interumană”. Datele obținute de noi prin aplicarea chestionarului de proverbe conțin așadar o informație relevantă pentru caracterizarea viziunii despre lume de la Tilișca de o manieră nuanțată prin „varianța” răspunsurilor primite, atât la nivelul vernacular al fiecărei perechi de locuțiuni, cât și la nivelul teoretic al categoriilor de analiză a sistemului local de valori.

## Analiza răspunsurilor la chestionar din perspectiva „problemelor umane de bază”

În continuare, vom examina răspunsurile primite la chestionar din perspectiva fiecăreia dintre categoriile de „probleme umane” enunțate de F. Kluckhohn. Primul dintre tabelele de mai jos reproduce părerile tilișcanilor cu privire la diversele valori morale.

„Binele” este reprezentat la modul personal (7, 40), prin faptul că societatea este

„vinovată” fie pentru deteriorarea unui fond „bun” al ego-ului, fie prin uitarea unei „fapte bune” făcute de ego. La un nivel prescriptiv (39), ego-ul poate aștepta, totuși, o reacție socială pozitivă pentru „binele” înfăptuit. Femeile au o părere opusă celei a bărbaților (7) în legătură cu natura „dată”, ereditară, a fondului uman (bun sau rău). Aceste opinii sunt în general împărțite și de interlocutorii sub 40 ani, cu o distribuție totuși mai echilibrată a răspunsurilor acestora la itemul 7.

### Natura umană

Toți respondenții	Respondenții de până la 40 de ani
7: <b>18 A</b> (6 Δ, 12 O); <b>8 B</b> (4 Δ, 4 O); <b>30 C</b> (19 Δ, 11 O)	7: <b>4 A</b> (4 O); <b>3 B</b> (1Δ, 2 O); <b>5 C</b> (4 Δ, 1 O)
16: <b>39 A</b> (17 Δ, 22 O); <b>5 B</b> (4 Δ, 1 O); <b>12 C</b> (8 Δ, 4 O)	16: <b>10 A</b> (4 Δ, 6 O); <b>0 B</b> ; <b>2 C</b> (1 Δ, 1 O)
19: <b>5 A</b> (4 Δ, 1 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>48 C</b> (22 Δ, 26 O)	19: <b>2 A</b> (2 Δ); <b>0 B</b> ; <b>10 C</b> (3 Δ, 7 O)
28: <b>16 A</b> (10 Δ, 6 O); <b>7 B</b> (2 Δ, 5 O); <b>33 C</b> (17 Δ, 16 O)	28: <b>6 A</b> (3 Δ, 3 O); <b>0 B</b> ; <b>6 C</b> (2 Δ, 4 O)
32: <b>20 A</b> (11 Δ, 9 O); <b>5 B</b> (3 Δ, 2 O); <b>31 C</b> (15 Δ, 16 O)	32: <b>5 A</b> (3 Δ, 2 O); <b>0 B</b> ; <b>7 C</b> (2 Δ, 5 O)
33: <b>35 A</b> (15 Δ, 20 O); <b>2 B</b> (2 Δ); <b>19 C</b> (12 Δ, 7 O)	33: <b>5 A</b> (1 Δ, 4 O); <b>0 B</b> ; <b>7 C</b> (4 Δ, 3 O)
34: <b>23 A</b> (18 Δ, 5 O); <b>5 B</b> (2 Δ, 3 O); <b>28 C</b> (9 Δ, 19 O)	34: <b>6 A</b> (4 Δ, 2 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>5 C</b> (5 O)
35: <b>14 A</b> (5 Δ, 9 O); <b>5 B</b> (2 Δ, 3 O); <b>37 C</b> (22 Δ, 15 O)	35: <b>3 A</b> (3 O); <b>0 B</b> ; <b>9 C</b> (5 Δ, 4 O)
37: <b>15 A</b> (12 Δ, 3 O); <b>4 B</b> (2 Δ, 2 O); <b>37 C</b> (15 Δ, 22 O)	37: <b>5 A</b> (3 Δ, 2 O); <b>0 B</b> ; <b>7 C</b> (2 Δ, 5 O)
39: <b>32 A</b> (14 Δ, 18 O); <b>11 B</b> (7 Δ, 4 O); <b>13 C</b> (8 Δ, 5 O)	39: <b>8 A</b> (3 Δ, 5 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>1 C</b> (1 O)
40: <b>29 A</b> (17 Δ, 12 O); <b>6 B</b> (2 Δ, 4 O); <b>21 C</b> (10 Δ, 11 O)	40: <b>7 A</b> (3 Δ, 4 O); <b>1 B</b> (1 O); <b>4 C</b> (2 Δ, 2 O)
41: <b>2 A</b> (2 Δ); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>53 C</b> (26 Δ, 27 O)	41: <b>1 A</b> (1 Δ); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>10 C</b> (3 Δ, 7 O)
44: <b>8 A</b> (4 Δ, 4 O); <b>0 B</b> ; <b>19 C</b> (9 Δ, 10 O)	44: <b>1 A</b> (1 O); <b>0 B</b> ; <b>4 C</b> (1 Δ, 3 O)
45: <b>21 A</b> (9 Δ, 12 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>2 C</b> (1 Δ, 1 O)	45: <b>3 A</b> (3 O); <b>1 B</b> (1 O); <b>0 C</b>

„Dreptatea” nu este, la nivelul aceluiași ego, un „bun” de câștigat prin responsabilitate personală, conformismul fiind aici

atitudinea preferată (16); interesantă este și poziția aproape unanimă a „tinerilor” în favoarea unei asemenea atitudini.

„Cinstea” – opusă aici explicit unei „fluidități” de ordin comercial a principiilor morale – este pentru majoritatea interlocutorilor o valoare „nonnegociabilă” (28, 45). Cu toate acestea, jumătate dintre cei intervievați (mai ales, bărbații) admit contrariul (28), iar respondenții sub 40 ani „oscilează” la același item 28.

„Încrederea” nu este o calitate împărtășită de țilșcani: cei mai mulți dintre cei intervievați socotesc că nu se pot confesa cu problemele lor (32). Femeile arată introvertire acolo unde bărbații optează pentru spontaneitate (34). Aparențele le pot convinge pe femei, dar bărbații pretind o probă a timpului (35). Opțiunile „tinerilor” sunt mai echilibrate la itemii 32 și 34, însă clar „rezervate” la itemul 35.

Om și natură

Toți respondenții	Respondenții de până la 40 de ani
6: <b>3 A</b> (2 Δ, 1 O); <b>5 B</b> (2 Δ, 3 O); <b>48 C</b> (25 Δ, 23 O)	6: <b>0 A</b> ; <b>1 B</b> (1 Δ); <b>11 C</b> (4 Δ, 7 O)
9: <b>14 A</b> (6 Δ, 8 O); <b>9 B</b> (3 Δ, 6 O); <b>33 C</b> (20 Δ, 13 O)	9: <b>3 A</b> (1 Δ, 2 O); <b>3 B</b> (1 Δ, 2 O); <b>6 C</b> (3 Δ, 5 O)
10: <b>6 A</b> (4 Δ, 2 O); <b>1 B</b> (1 O); <b>49 C</b> (25 Δ, 24 O)	10: <b>1 A</b> (1 Δ); <b>0 B</b> ; <b>11 C</b> (4 Δ, 7 O)
13: <b>21 A</b> (14 Δ, 7 O); <b>3 B</b> (1 Δ, 2 O); <b>32 C</b> (14 Δ, 18 O)	13: <b>4 A</b> (3 Δ, 1 O); <b>1 B</b> (1 O); <b>7 C</b> (2 Δ, 5 O)
18: <b>9 A</b> (5 Δ, 4 O); <b>11 B</b> (6 Δ, 5 O); <b>35 C</b> (17 Δ, 18 O)	18: <b>2 A</b> (1 Δ, 1 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>6 C</b> (1 Δ, 5 O)
22: <b>36 A</b> (22 Δ, 14 O); <b>4 B</b> (2 Δ, 2 O); <b>16 C</b> (5 Δ, 11 O)	22: <b>6 A</b> (3 Δ, 3 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>5 C</b> (1 Δ, 4 O)
30: <b>54 A</b> (28 Δ, 26 O); <b>0 B</b> ; <b>2 C</b> (1 Δ, 1 O)	30: <b>12 A</b> (5 Δ, 7 O); <b>0 B</b> ; <b>0 C</b>
36: <b>38 A</b> (23 Δ, 15 O); <b>5 B</b> (1 Δ, 4 O); <b>13 C</b> (5 Δ, 8 O)	36: <b>10 A</b> (4 Δ, 6 O); <b>0 B</b> ; <b>2 C</b> (1 Δ, 1 O)
38: <b>23 A</b> (8 Δ, 15 O); <b>12 B</b> (8 Δ, 4 O); <b>21 C</b> (13 Δ, 12 O)	38: <b>6 A</b> (2 Δ, 4 O); <b>4 B</b> (3 Δ, 1 O); <b>2 C</b> (2 O)

Al doilea tabel circumscrie prin relația „om și natură” mai multe fenomene reprezentate ca putând depăși puterea omului și cărora li se pot subordona (indeobște) acțiunile umane.

„Soarta” este închipuită ca fiind la îndemâna omului, faptele acestuia rămânând

„Răbdarea” este o virtute acceptată în primul rând de femei (33), la un nivel explicit familial, în timp ce ambele genuri (și deopotrivă tinerii) aleg aproape unanim să se comporte astfel într-un plan neprecizat, reprezentat probabil ca „social” (41).

„Frumosul” este mai întâi (19) condiționat – atât de tineri, cât și de vârstnici – de preferința individuală, nu de un „gust” estetic al grupului de apartenență. Acceptarea unei atare calități se face chiar și fără un rost practic al acesteia, însă (în mod surprinzător, poate) nu de către femei, ci de bărbați (37); respondenții sub 40 de ani au o „orientare” similară în această privință.

peste timp; în plus, omul are posibilitatea de a nu se lăsa (moralmente) copleșit de încercările vieții (6, 9, 36); tineretul intervievat se înscrie în aceeași viziune optimistă.

Firea omului este autonomă, însă nu într-un sens de autoperfecționare, ci într-o

manieră fatalistă, irațională, la care se raliază și interlocutorii sub 40 de ani (10).

„Divinitatea” este tratată diferențiat între bărbați și femei, atât ca „metafizică” a „binelui” (38), cât și a „răului” (13). Dacă majoritatea interlocutorilor susțin noncompromisul cu „diavolul”, aceasta este totuși o viziune împărțită mai mult de femei și de tineri, în vreme ce bărbații au o majoritate clară în favoarea principiului opus (13). De asemenea, majoritatea celor sub 40 de ani (și multe dintre femei) tind să

asimileze „așteptarea de la Domnul” cu „credința în Dumnezeu”; bărbații (și un număr aproape egal de femei) se pronunță pentru inițiativa umană (38).

„Norocul” este subordonat de majoritatea celor intervievați unei aptitudini umane de „folosință” a acestuia (18, 22); totuși, femeile cred preponderent într-un fel de suficiență intrinsecă a „fortunei” (22), iar tinerii se împart din nou în acest caz.

„Sănătatea” este prețuită unanim (în contrast cu orice „avuție” privată) (30).

### Om și timp

Toți respondenții	Respondenții de până la 40 de ani
1 : 32 A (15 Δ, 17 O) ; 7 B (7 Δ) ; 17 C (7 Δ, 10 O)	1 : 9 A (3 Δ, 6 O) ; 2 B (2 Δ) ; 1 C (1 O)
2 : 26 A (14 Δ, 12 O) ; 5 B (2 Δ, 3 O) ; 25 C (13 Δ, 12 O)	2 : 7 A (4 Δ, 3 O) ; 0 B ; 5 C (1 Δ, 4 O)
15 : 29 A (13 Δ, 13 O) ; 4 B (1 Δ, 3 O) ; 23 C (12 Δ, 11 O)	15 : 8 A (3 Δ, 5 O) ; 1 B (1 O) ; 3 C (2 Δ, 1 O)
23 : 53 A (28 Δ, 25 O) ; 1 B (1 O) ; 1 C (1 O)	23 : 11 A (4 Δ, 7 O) ; 0 B ; 0 C
24 : 52 A (25 Δ, 27 O) ; 2 B (2 Δ) ; 2 C (2 Δ)	24 : 11 A (4 Δ, 7 O) ; 0 B ; 1 C (1 Δ)
25 : 43 A (20 Δ, 23 O) ; 6 B (4 Δ, 2 O) ; 7 C (5 Δ, 2 O)	25 : 10 A (4 Δ, 6 O) ; 1 B (1 Δ) ; 1 C (1 O)
26 : 5 A (3 Δ, 2 O) ; 3 B (2 Δ, 1 O) ; 48 C (24 Δ, 24 O)	26 : 2 A (2 O) ; 1 B (1 Δ) ; 9 C (4 Δ, 5 O)
27 : 12 A (2 Δ, 10 O) ; 5 B (4 Δ, 1 O) ; 39 C (23 Δ, 16 O)	27 : 3 A (3 O) ; 2 B (2 Δ) ; 7 C (3 Δ, 4 O)
31 : 1 A (1 Δ) ; 2 B (2 O) ; 53 C (28 Δ, 25 O)	31 : 0 A ; 0 B ; 12 C (5 Δ, 7 O)
42 : 15 A (8 Δ, 7 O) ; 13 B (6 Δ, 7 O) ; 28 C (15 Δ, 13 O)	42 : 5 A (2 Δ, 3 O) ; 5 B (3 Δ, 2 O) ; 2 C (2 O)

Tabelul de față exprimă limitele între care tilișcanii concep o posibilitate și o nevoie de previziune în activitățile umane, precum și „parametrii” culturale a ceea ce am numit „bioritmul” local.

„Predictabilitatea” nu pare a fi la Tilișca o capacitate a omului ; se crede în general (și mai ales printre tineri) în „augurii” acțiunilor umane (1), însă femeile arată aici

prudență. Dacă nevoia de certitudine este echilibrată de încrederea în buna finalitate a activităților umane (2), într-o altă situație (31), aproape toți sunt „circumspecți”.

„Planificarea” este preferată amânării activităților (15, 23), după cum meticulozitatea este preferată elanului (inclusiv la tineri) (24, 25, 26, 27), iar promptitudinea nu este asimilată cu „graba” (42).

## Tipul de activitate/personalitate

Toți respondenții	Respondenții de până la 40 de ani
3: <b>15 A</b> (7 Δ, 8 O); <b>6 B</b> (6 Δ); <b>35 C</b> (16 Δ, 19 O)	3: <b>4 A</b> (1Δ, 3 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>7 C</b> (3 Δ, 4 O)
4: <b>10 A</b> (5 Δ, 5 O); <b>6 B</b> (3 Δ, 3 O); <b>40 C</b> (21 Δ, 19 O)	4: <b>2 A</b> (1 Δ, 1 O); <b>1 B</b> (1 O); <b>9 C</b> (4 Δ, 5 O)
8: <b>5 A</b> (1 Δ, 4 O); <b>2 B</b> (2 Δ); <b>49 C</b> (26 Δ, 23 O)	8: <b>1 A</b> (1 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>10 C</b> (4 Δ, 6 O)
14: <b>26 A</b> (15 Δ, 11 O); <b>6 B</b> (6 Δ, 2 O); <b>22 C</b> (8 Δ, 14 O)	14: <b>6 A</b> (3 Δ, 3 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>5 C</b> (1 Δ, 4 O)
17: <b>24 A</b> (9 Δ, 15 O); <b>14 B</b> (8 Δ, 6 O); <b>18 C</b> (12 Δ, 6 O)	17: <b>5 A</b> (1 Δ, 4 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>4 C</b> (2 Δ, 2 O)
21: <b>5 A</b> (2 Δ, 3 O); <b>8 B</b> (5 Δ, 3 O); <b>43 C</b> (22 Δ, 21 O)	21: <b>1 A</b> (1 O); <b>0 B</b> ; <b>11 C</b> (5 Δ, 6 O)
29: <b>32 A</b> (17 Δ, 15 O); <b>2 B</b> (2 O); <b>22 C</b> (12 Δ, 10 O)	29: <b>7 A</b> (2 Δ, 5 O); <b>0 B</b> ; <b>5 C</b> (3 Δ, 2 O)

Următorul tabel reflectă (non)cultivarea de către țilșcani a unor trăsături de personalitate – „activismul”, „moderația”, „(auto)instruirea” –, invocate aici în planul atitudinii personale în activități precum munca, educația sau consumul.

„Activismul” și tenacitatea sunt definite contradictoriu, căci, pe de o parte, țilșcanii chestionați nu perseverează atunci când „temeul” sau „obiectul muncii” (sau al educației) este neînsemnat (3), dovedind însă o majoritate clară în legătură cu principiul „măsurii mici” a înfăptuirii sau „agonisirii” (4, 8). La itemul 3, opțiunile celor sub 40 de ani sunt totuși mai ponderate.

„Autocontrolul” și moderația nu sunt trăsături cultivate în mod deosebit de către localnici, aceștia preferând „uzul” și consumul în locul „austerității” (29) sau acceptând cu greu austeritatea, în condițiile unei orientări către „calitatea vieții” (ca modă, rang etc.) a femeilor, incluzându-le aici pe cele sub 40 de ani (14).

„(Auto)instruirea” este condiționată de învățarea instituționalizată, într-un nou contrast cu trăsătura „cumpătării” (17), deși forma amintită de educație este apreciată mai puțin decât însușirea „nativă” a „minții” (21). Respondenții sub 40 de ani confirmă (într-un mod mai echilibrat, totuși) aceste orientări.

## Tipul de relaționare umană

Toți respondenții	Respondenții de până la 40 de ani
5: <b>32 A</b> (13 Δ, 19 O); <b>14 B</b> (10 Δ, 4 O); <b>10 C</b> (6 Δ, 4 O)	5: <b>5 A</b> (1 Δ, 4 O); <b>4 B</b> (2 Δ, 2 O); <b>3 C</b> (3 Δ, 1 O)
11: <b>20 A</b> (11 Δ, 9 O); <b>12 B</b> (9 Δ, 3 O); <b>24 C</b> (9 Δ, 15 O)	11: <b>7 A</b> (3 Δ, 4 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>4 C</b> (1 Δ, 3 O)
12: <b>3 A</b> (1 Δ, 2 O); <b>8 C</b> (5 Δ, 3 O); <b>45 C</b> (23 Δ, 22 O)	12: <b>0 A</b> ; <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>9 C</b> (3 Δ, 6 O)
20: <b>17 A</b> (7 Δ, 10 O); <b>3 B</b> (2 Δ, 1 O); <b>36 C</b> (20 Δ, 16 O)	20: <b>6 A</b> (3 Δ, 3 O); <b>1 B</b> (1 Δ); <b>5 C</b> (1 Δ, 4 O)
43: <b>17 A</b> (8 Δ, 9 O); <b>3 B</b> (1 Δ, 2 O); <b>7 C</b> (4 Δ, 3 O)	43: <b>5 A</b> (1 Δ, 4 O); <b>0 B</b> ; <b>0 C</b>

Ultimul dintre tabele se concentrează asupra unor aspecte de „socialitate” din viața sătenilor de la Tilișca, la nivelul relaționării de tip parental.

Orientarea generală a localnicilor este și în această privință fluctuantă; inițial, majoritatea interlocutorilor (însă o majoritate predominant feminină și fără o mare susținere printre „tineri”) atribuie banilor o însemnătate mai mare decât rudelor (5), însă aceiași interlocutori nu concep apoi ca banii să primeze asupra legăturilor genealogice (43). Ceilalți trei itemi (11, 12, 20) dau, în general, măsura „individualității” locale, ca opțiune ce contrastează cu subordonarea față de rețelele rubedeniilor locale. Dacă opinia după care invidia este mai frecventă decât întraajutorarea rudelor nu are totuși o susținere numeroasă (11), foarte mulți dintre cei intervievați (inclusiv cei sub 40 de ani) consideră că nu atât „vița” sau renumele neamului contează, cât „faptele”, conduita personală (12). În sfârșit, un important număr dintre tilișcani socotesc că „treburile importante” nu trebuie să depindă de conlucrarea cu rudele (20). Tineretul își păstrează, totuși, o orientare (sau dependență?) parentală (11, 20)<sup>1</sup>.

## **Orientările de valoare ale tilișcanilor în contextul structurii socioeconomice locale**

Odată evaluate „orientările de valoare” ale tilișcanilor asupra unui număr de 56 de persoane (orientări privite într-o relație conceptuală cu „problemele umane de bază” după F. Kluckhohn), suntem interesați de relevanța „contextuală” a unei asemenea „viziuni despre lume” cu referire la datele de ordin social și economic despre comunitatea de la Tilișca.

Conformismul (16) în raport cu o societate ce „corupe” individul (7), în fața căreia nu te poți confesa (32), sugerează

puterea de influență a rețelelor locale de rudenie sau a structurilor de învecinare sătești. Nu întâmplător, probabil, sunt cultivate la Tilișca o seamă de valori ce denotă posibilitatea omului de a-și controla destinul (6, 9, 36), de a avea inițiativă în raport cu divinitatea (38), de a-și „folosi” norocul (18, 22) etc. Un asemenea „ethos” (efectiv, nu doar proiectiv) al individualității pare să coincidă mai ales cu orientarea dominantă a socialității tilișcane la nivelul relațiilor de rudenie. Am văzut în cazul tipului local de relaționare cum respondenții chestionarului paremiologic preferă (12, 20) o conduită personală unui mod de viață socială controlat sau dependent de rude. Este de presupus că acest sistem de valori (reflectând opțiuni comportamentale ale societății actuale) este responsabil de fenomenul de „fragmentare genealogică” constatat de noi la nivelul celor mai multe dintre grupurile patronimice de la Tilișca.

Opțiunile „temporale” pentru planificare (15, 23) sau meticulozitate (25, 26) pot fi corelate, în același plan al organizării sociale, cu transmiterea prenumelui tatălui către primogenitură (mai ales), un fenomen pe care l-am explicat ca „preocupare succesorală” printre neamurile tilișcane. Este probabil ca orientările de valoare ale respondenților sub 40 de ani la nivelul relaționării sociale locale să exprime (prin recunoașterea unei „dependențe parentale” ; cf. itemii 11, 20) tensiunea dintre patternurile tilișcane de patrilocație și neolocație, exprimată printr-un raport de 2 : 1 în favoarea neolocației, dar și prin coexistența (la 30 dintre cele 50 de grupuri patronimice examinate) a celor două modele de reședință. În schimb, opțiunea majorității femeilor interviuate care pun „banii înaintea rudelor” (5) este contradictorie cu cele 11 cazuri (identificate de noi în teren), în care reședința noului cuplu marital este casa sau gospodăria soției.

Am constatat, de altfel, în mai multe împrejurări deosebiri de viziune dintre bărbați și femei; dacă femeile, nu și bărbații, dovedesc inflexibilitate în valorizarea



„morală” a cinstei sau „metafizică” a divinității, tot ele cred mai mult în noroc (22). Spre deosebire de bărbați, din nou, femeile pretind o ereditate a „fondului” moral uman (7), sunt (ușor) „introvertite” (32) și „împăciuitoare” (33). Asemenea „divergențe” nu reflectă (credem) o anumită instituție sau o „așteptare” socială specifică unuia sau altuia din genuri. Contrar așteptărilor legate de „rata” scăzută a încrederii sociale printre țilișcani (32, 37), raportul general dintre endogamie și exogamie este abia de 1,50 : 1 în favoarea celui dintâi, iar numărul căsătoriilor exogame identificate în teren este aproape identic între cele două genuri (158 de cazuri la bărbați, 151 la femei). Mai curând, diferențele de opinie dintre bărbați și femei pot fi corelate cu datele de ordin economic din comunitatea de la Tilișca, unde (după cum am văzut) din 774 de persoane avute în vedere, nu mai puțin de 223 sunt femei „casnice”. O asemenea auto-definire „ocupațională” conturează desigur importanța femeilor în economia domestică locală (chiar dacă aceasta nu este recunoscută ca „încadrare oficială” în muncă), ceea ce conferă o semnificație „privată” opțiunilor feminine pentru valori „morale” sau „supranaturale” sau pentru cele privind natura umană „ereditară” sau „introvertită”.

Tot în relație cu structura economică de la Tilișca pot fi înțelese și unele dintre orientările valorice locale din planul „tipului de activitate”. Am constatat în acest sens caracterul de „economie dominantă” pe care îl are oieritul în viața localnicilor, ținând seama de cei 95 de proprietari de turme, dar și de cei 63 de „agricultori” ce dețin, de fapt, nu loturi agricole, ci tot turme. Trăsătura psihologică a „activismului” la țilișcani, oglindită printr-o majoritate clară a respondenților chestionarului în legătură cu principiul „măsurii mici” a înfăptuirii sau agonisirii (4, 8), pare în acest punct întemeiată pe strategiile cumulative ale economiei pastorale, ca o „investiție pe termen lung”, și nu ca o „afacere imediată” (deși

asemenea strategii au ca scop uzul și consumul și exclud ca mijloc austeritatea, cf. 14, 29)<sup>2</sup>.

## Concluzii

Relevanța chestionarului nostru, aplicat asupra a 56 de persoane dintr-o comunitate de 1 517 locuitori, constă în alegerea unor respondenți care să reprezinte cât mai multe dintre grupurile patronimice examinate la începutul anchetei noastre. Din acest punct de vedere, studiul „viziunii despre lume” la Tilișca urmează datele obținute prin analiza structurilor sociale și economice locale (Constantin, 2006), oferind o nouă bază de interpretare pentru lucrarea noastră. Gradul de „acuratețe” al testului paremiologic se constituie atunci în urma concluziilor secțiunilor anterioare.

La începutul prezentării anchetei asupra „orientărilor de valoare” a sătenilor țilișcani, am presupus că răspunsurile primite la chestionar vor reflecta într-o anumită măsură „filozofia populară” locală. Cum „itemii” chestionarului sunt alcătuiți din formule vernaculare (cele mai multe recunoscute ca atare la Tilișca), rezultă că și opțiunile localnicilor în legătură cu aceste formule nu sunt simple păreri despre „adevărul” unuia sau al altuia dintre proverbe, ci expresia unor experiențe de viață, a unui „ethos” colectiv. Fără îndoială, explorarea unei asemenea „protofilozofii” țărănești ar fi întru totul îndreptățită; folclorul local și memoria (individuală și de grup) a sătenilor ar putea potența o asemenea investigație.

În ceea ce ne privește, ne-am propus ca, printr-o secțiune despre viziunea țilișcanilor asupra lumii, să confruntăm informația „structurală” despre „neamuri” și „ocupații” cu niște date „suprastructurale”, ținând (cum am arătat) de tradiția orală sau folclorul de la Tilișca, și nu atât de un registru instituțional ori de un repertoriu utilitar de comportament. Probabil că am fi putut începe studiul nostru (monografic) al

comunității tilișcane cu ancheta paremiologică; în nici un caz nu am fi putut însă reduce studiul în discuție doar la o asemenea anchetă. Răspunsurile primite la chestionar au (din punctul nostru de vedere) semnificație *numai* în contextul investigației socioeconomice. „Problemele umane” conceptualizate de F. Kluckhohn devin operaționale din perspectivă metodologică doar printr-o abordare holistică, prin care „orientările de valoare” să poată fi corelate – atât cât există un temei empiric pentru așa ceva – cu procese și tendințe mai profunde din

societatea tilișcană. Din acest motiv, am încercat să punem față în față „sistemul de valori” al localnicilor cu fenomene sau instituții precum „fragmentarea genealogică”, „preocuparea succesorală”, „patternurile de reședință”, „economia domestică”, „economia dominantă”. Am fost interesați astfel de *verificarea* propriilor constatări în legătură cu organizarea socială și economică de la Tilișca, întrebând pe săteni – într-un limbaj popular, de această dată – despre cum *văd* ei înșiși „configurația” satului lor.

## Note

1. Profesorul Geană descrie cercetarea sa paremiologică din Vrancea prin prisma unui set de valori, ca bază a unei „selecții strategice și tehnice” a proverbelor. Unor asemenea „valori centrale” le corespund opozițiile de tipul „fatalism/activism”, „introversiune/extraversiune”, „accent pe începutul acțiunii/accent pe sfârșitul acțiunii”, „premeditare/spontaneitate”; alte contraste sunt exprimate prin „rudenie/bani”, „sănătate/bogăție”, „sacru/profan”. Autorul reafirmă, la un nivel general, interesul său în „studiul filozofiei populare românești, așa cum aceasta este cuprinsă în proverbe”. Chestionarul aplicat „oferă [potrivit autorului] posibilitatea de a discerne între evaluarea fundamentală și cea superficială a experienței umane”, relevând astfel o „apartenență clară a bătrânilor la cultura orală, față de apartenența tinerilor la cultura scrisă”; „natura colocvială” a bătrânilor diferă aici de „laconismul” tinerilor în răspunsuri (*cf.* Geană, 2000, 1-13).
2. Gheorghită Geană include în studiul său din 1987 o seamă de explicații contextuale pentru răspunsurile primite la chestionar (fără a fi vorba în cercetarea respectivă de o abordare „holistică” a satelor vrâncene amintite). Deosebiri ce apar între comunitățile examinate sunt, astfel, atribuite de autor antecedentelor migraționiste (Soveja) sau „tradiției locale, organizării economice, spiritului de competiție” (Negrileşti). Cu privire la diferențele de orientare dintre grupele de vârstă, acestea sunt corelate cu „tendința tinerilor de a se independenția de familia tradițională” și cu „echilibrul propriu senectuții”. O explicație pentru răspunsurile diferențiate după genuri constă în „nevoia latentă a femeilor de a găsi un sprijin în afara propriului eu” (*cf.* Geană, 1987, 442-451). Relevanța chestionarului de valori amintit pentru o înțelegere mai largă a contextului social a fost afirmată și de Vintilă Mihăilescu, în cazul unei „analize contrastive” întreprinsă în 1992-1995 asupra a două sate aflate „în tranziție”, Crăsani (județul Ialomița) și Voinești (județul Dâmbovița). Autorul subliniază pe această bază diferența dintre „colectivismul păgubos și conflictual” al celor din Crăsani și „înclinarea spre asociere și întrajutorare” de la Voinești (*cf.* Mihăilescu, 1996, 14).

## Bibliografie

- Constantin, Marin. (2006). *Înțelegerea cultural-antropologică a comunităților sătești din România. Excurs metodologic și conceptual cu referire specială la satul Tilișca (județul Sibiu)*. Teză de doctorat, Facultatea de Filozofie a Universității din București.
- Geană, Gheorghită. (1987). Testări paremiologice în trei sate din Vrancea. *Viitorul social. Revistă de sociologie și științe politice*, LXXX, septembrie-octombrie, 442-451.
- Geană, Gheorghită. (2000). *Proverb and exploration. Essay in the applied poetics of a cultural fact*. Lucrare prezentată la cea de-a cincea ediție a Conferinței Asociației Antropologilor Sociali din Europa, Frankfurt am Main, 4-7 septembrie 1998.

- Geană, Gheorghică. (2005). *Antropologia culturală. Un profil epistemologic*. București : Editura Criterion.
- Kluckhohn, Florence. (1967) [1953]. Dominant and Variant Value Orientation. În C. Kluckhohn, H.A. Murray, D. Schneider (ed.), *Personality in Nature, Society, and Culture*. New York : Knopf, 342-357.
- Mihăilescu, Vintilă. (1996). Două sate în tranziție. Tipuri strategice dominante în lumea rurală. *Revista de Cercetări Sociale*, 3-24.

## Anexă

## Chestionarul paremiologic (Geană, 1987)

(1) Ziua bună se cunoaște de dimineață.	(1) Ziua s-o lauzi după ce apune soarele.
(2) Toamna se numără bobocii.	(2) Lucrul bine început, jumătate-i și făcut.
(3) Câte puțin pilind, cel mai frumos ac poți scoate din cel mai urât fier.	(3) Fierul rău degeaba-l bați.
(4) Cu un ac ești tot sărac.	(4) Cu acul mic se coase sacul mare.
(5) Ruda cea mai bună e banul din mână.	(5) Omul cu rude nu pierе.
(6) Viața-i trecătoare ca apa din vale.	(6) Viața trece, faptele rămân.
(7) Omul, bun sau rău, e așa din naștere.	(7) Omul se naște într-un fel și lumea-l schimbă.
(8) Cu un lucru mic, tot nimic.	(8) Adună cu firul ca să ai cu grămada.
(9) Ce ți-e scris în frunte ți-e pus.	(9) Soarta și-o face omul cu mâna și cu capul lui.
(10) Năravul din timp luat e ușor de vindecat.	(10) Năravul din fire n-are lecuire.
(11) Ruda la nevoie se cunoaște (= te ajută).	(11) Ruda te pizmuește mai mult ca străinul.
(12) Omul vrednic se cunoaște după viță, ca pomul după sămânță.	(12) Pomul se cunoaște după roade, iar omul după fapte.
(13) Fă-te frate cu dracul până treci puntea.	(13) Dracului nu-i da nici un deget, că-ți ia mâna toată.
(14) Dacă n-ai ciubote, îs bune și opincile.	(14) Opinca, oricât de bună, ca ciubota tot nu sună.
(15) Fiecare lucru la vremea lui.	(15) Mai bine mai târziu decât niciodată.
(16) Capul plecat sabia nu-l taie.	(16) Dreptatea nu se câștigă cu capul plecat.
(17) Cine știe carte e om înțelept.	(17) Taina înțelepciunii stă în cumpătare.
(18) La un dram de minte trebuie un car de noroc.	(18) La un dram de noroc trebuie un car de minte.
(19) Ce-i frumos place la toată lumea.	(19) Nu-i frumos ce e frumos, e frumos ce-mi place mie.
(20) Neam cu neam trage la ham (= se ajută).	(20) Cu cei de-un neam să mănci și să bei, treburi mari să n-ai cu ei.
(21) Mai bine un sac de carte și-o mână de minte.	(21) Mai bine o mână de carte și un sac de minte.
(22) Degeaba ai noroc dacă nu știi ce să faci cu el.	(22) La omul cu noroc, fierbe oala fără foc.
(23) Nu lăsa pe mâine ce poți face azi.	(23) Nu intră niciodată zilele în sac.
(24) Încet-încet, departe ajungi.	(24) Încet-încet, pierzi timp berechet.
(25) Întâi stai și chibzuiește și apoi la drum pornește.	(25) Nu sta că-ți stă norocul.
(26) Cine cerne toată ziua, nu mai mănăcă mămăliga.	(26) Încetul cu încetul se face oțetul.
(27) Ce-i mai plăcut se mănăcă la început.	(27) Ce-i mai bun se lasă la urmă.

(28) Banul descuie toate ușile.	(28) Cinstea nu se poate obține cu bani.
(29) Cine-și ține hainele neîmbrăcate le are doar pe jumătate.	(29) Haina-n cui ținută o ai vreme multă.
(30) Sănătatea-i cea mai mare avere.	(30) Sănătatea goală e jumătate boală.
(31) Nu pleca la târg fără nici o socoteală.	(31) Socoteala de-acasă nu se potrivește cu cea din târg.
(32) Duci necazul mai ușor dacă-l spui la un prieten.	(32) Oful din suflet nu-l poți împărți cu nimeni.
(33) Mânia de seară las-o pentru dimineață.	(33) Focul varsă-l când îți vine, că-ți arde inima-n tine.
(34) Ce ai la inimă să ai și pe limbă.	(34) Acoperă oala să nu știe nimeni ce-ai pus la fiert.
(35) Omul adevărat se cunoaște după cele dintâi vorbe, clopotul după sunet.	(35) Nu cunoști un om până nu mănânci cu el o baniță de sare.
(36) Nu-i bine să le pui pe toate la inimă.	(36) Piatra ți se așază pe inimă fără voia ta.
(37) Tot frumosul își are folosul.	(37) Degeaba ceva-i frumos, dacă nu e bun de ros.
(38) Dumnezeu îți dă, da-n traistă nu-ți bagă.	(38) Cine mișcă tot mai pișcă, cine șade coada-i cade.
(39) Bine faci, bine găsești.	(39) Bine faci, rău găsești.
(40) Fapta bună repede se uită.	(40) Cine face-o faptă bună nu moare de tot.
(41) Călcarea pe coadă se lasă cu sfadă.	(41) Mai bine înghit și tac, decât ceartă pentru-un fleac.
(42) Graba strică treaba.	(42) Bate fierul cât e cald.
(43) Sângele apă nu se face.	(43) Frate, frate, dar brânza e pe bani.
(44) Cu prietenii nu se fac afaceri.	(44) Prietenul la nevoie se cunoaște.
(45) Mai bine sărac curat, decât negustor încurcat.	(45) Hoțul neprins, negustor cinstit.

Primit la redacție : iunie 2007