

# Sociologia poveștilor. Scurte considerații<sup>1</sup>

---

Dr. Ovidiana Bulumac<sup>2</sup>

„rolul povestirii în formarea atmosferei este dintre cele mai mari. E adevărat că uneori, foarte rar însă, povestirea s-ar putea înlocui cu o lectură frumoasă. ... Lăsând la o parte aceste cazuri ... trebuie să ne dăm seama că, bine realizată, ea este un mijloc fascinant, împărătesc, de a crea atmosferă! Discuția, oricât de abilă, nu poate sugera și întreține o atmosferă ca povestirea, fiindcă e discontinuă, e ca o linie punctată și se adresează mai mult logicului, pe când povestirea e continuă și se adresează întregului suflet, imaginației, sentimentului, înțelegerilor și divinațiilor elevilor, permițând spontaneității acestora să creeze și să colaboreze ... pentru a da naștere la o ambianță spirituală” (Vasile Băncilă, 1996, pp. 123-125)

Materialul de față reprezintă o scurtă **pledoarie pentru o sociologie a poveștilor**, fragment dintr-un studiu mai amplu, încă nefinalizat. Prin intermediul poveștilor, în copilărie, noii membri ai societății își însușesc caracteristicile identitare transmise, prin interiorizarea unui set de atitudini, comportamente și modalități de gândire dezirabile din punct de vedere comunitar.

## Povestea: definiție de lucru

**Povestea este, de fapt, chintesența unei soluții comunitare, oferită în fața marilor provocări sau tensiuni pe care omenirea le-a întâmpinat de-a lungul axei timpului:** nașterea, moartea, nunta, conflictul, nedreptatea, binele, răul, frumusețea, bogăția, smerenia, ierarhia, etc. Stocul de informații vitale, soluțiile utilizate în trecut, tipul de atitudini și comportamente legate de noțiunile de *bine*, *frumos*, *just* vin împachetate într-o formulă digerabilă de către cei mici: povestea.

**Fie că ne referim la mituri, basme, balade, fabule, legende, pilde, etc., toate aceste construcții narative au câteva caracteristici în comun:** 1) reprezintă **forme sintetice dar prietenoase** prin care se asigură **transmiterea de conținuturi vitale**, 2) mai exact de **mesaje valorice, identitare, atitudinale și comportamentale**. 3) Aceste forme sunt **accesibile celor neinițiați** (sau, mai bine zis, au valoare inițiativă pentru noii membri ai comunității) și 4) au ca **scop direct bunăstarea**, prin oferirea de modele ce pot servi la construcția unui viitor mai bun pentru comunitate și, implicit, pentru indivizi.

## Nevoia de poveste? Legătura cu sacralul

Cu alte cuvinte, **povestea reprezintă unul dintre primele instrumente prin care membrii unei comunități sunt socializați în cultura grupului de apartenență** (familie, neam) într-un mod cât se poate de natural și firesc. Ea reprezintă **imaginea idealizată a unei comunități**, alcătuită dintr-un set unic de modele funcționale și de succes, învățături, valori și comportamente dezirabile. Iată, de pildă, am putea emite o ipoteză conform căreia poveștile s-au dezvoltat o dată cu omul, încă de la primele picturi rupestre realizate (cele mai vechi descoperite fiind datate 35.000 î. Hr., în Peștera Coliboaia, România) sau încă de la primele

---

<sup>1</sup> The sociology of stories. Brief considerations

<sup>2</sup> ovidiana@gmail.com

ritualuri desfășurate în paleolitic (epocă ce a început acum 1 milion de ani). Nevoia de ritualizare, revelația transcendentului, apariția primelor comunități sedentare, toate au lăsat în urma lor frânturi din formele originale de-a lungul istoriei. Un exemplu grăitor poate fi expresia „te ia mama Gaia dacă nu faci cutare lucru”, deseori întâlnită în România secolului XXI. Deși expresia nu mai este astăzi înțeleasă din punct de vedere istoric și al conținutului său mitologic<sup>3</sup>, numelui de „Gaia” îi este atribuită o etichetă negativă și utilizată în consecință.

„Cultul creației materne trebuie să fi fost atât de puternic în sud-estul Europei, încât Gaea, zeița maternă și butuc din care s-au desprins spițele genealogice ale zeilor panteonului greco-roman, este invocată și astăzi de români în cântecele funerare (*Cocos Gaia a cântat/ Sufletul i l-a luat...*), în blestemul *A te lua Gaia*, în jocurile de copii *De-a Mama Gaia*, în unele colinde”<sup>4</sup>.

Din punct de vedere sociologic, putem afirma că **povestea face parte dintr-o categorie mai largă, numită povestariu**, sursa suportului social și a vitalității unei comunități:

„Înțelegem prin povestariu infrastructura care asigură circulația simbolisticii locale, maniera în care identitatea .... este devoalată chiar de către localnici. Sursă a solidarității sociale ..., povestariul cuprinde ansamblul de tradiții, învățături și povești ce conține datele subtile ale ordinii locale, asigurându-i temelia” (Baltasiu et al în Șișeștean, 2012, p. 116).

Putem merge, chiar, mai departe și afirma că **povestea reprezintă unul din fundamentele ce asigură sentimentul nostratic în mentalul individual și colectiv**. În sociologie, Vilfredo Pareto este cel care arată că această trăire (a noi-ului) conferă un tip de putere legitimă și un sentiment de apartenență indivizilor care își asumă comunitatea de proveniență. Este întocmai **punctul t<sub>0</sub> al sociabilității** în cadrul structurilor de natură comunitară („persistența agregatelor” – vezi Pareto, 1933). Altfel spus, **comunitățile au**

---

<sup>3</sup> Nu se mai cunoaște la nivel popular că Gaia reprezintă mama pământului în mitologia popoarelor străvechii Europe, zeița preluată și de popoarele indo-europene, venite în spațiul european începând cu mileniul IV î.Hr.

<sup>4</sup> „GAIA: 1. Personificare a păsării răpitoare de zi reprezentată în România prin două specii - G. roșie (*Milvus milvus*) și G. brună (*Milvus migrans*). G. are statura robustă și aerodinamică, unghii (gheare) ascuțite și tăioase la cele patru degete, cioc puțin curbat și turtit lateral, penaj colorat care variază o dată cu vârsta. Trăsăturile fizice și comportamentale ale gailor au fost hotărâtoare pentru divinizarea ei: este misterioasă atât prin apariția și dispariția neașteptată din peisajul cotidian datorită migrației (cuibărește în România și ierneză în sud-vestul Asiei și nord-estul Africii), cât și prin ascensiunile pe care le face în zbor până dispare în înaltul cerului; dintre păsările răpitoare, G. este cea mai frumoasă și mai plăcută, aleasă de altfel ca model de Brâncuși pentru *Maiastrela* sale; prevestește (aduce) ploaia și, împreună cu aceasta, rodul și fertilitatea în verile secetoase și zilele caniculare; este puternică, crudă, rapace, invincibilă; și-a impus numele în memoria oamenilor prin propriul ei glas - Ga! Ga! - când invocă ploaia în zilele caniculare ale verii. Este puțin probabil ca oamenii să o fi numit vreodată altfel decât se recomandă ea însăși oamenilor: Gaia! Precum îngerii, G. urmărește neîncetat omul, dându-i rotoace pe deasupra capului. În Evul Mediu, ea a fost supranumită Pasarea Turcului, întrucât năvălitorii otomani descopereau ascunzișurile băjenarilor observând zborul păsării pe cer.

2. Zeița a morții, în ipostaza de pasăre de pradă care scoate sufletul din trup la moartea oamenilor, identificată cu zeița neolitică Gaea. Ca personificare a morții, apare cu nume derivat sau amalgamat de la G. (Gaica, Gaiul, Gai, Cocosel de Gai, Daiul, Cocosgaia, Cocosdaia, Cocosdai) și cu numele unor păsări prădătoare (Corboanca și Vulturul). În cântecele funerare de Zori, aceste păsări fantastice, singurele care aud toaca bătută în Cer la miezul nopții pentru a trezi cocoșii de pe Pământ, sunt personificări ale morții. În unele texte funerare din Cartea românească a morții, zeița apare în ipostaza păsării de pradă G.: ...Striga Moartea la fereastra:/ - Ia-mi ieși, Ană, pan-afara! / - Aș ieși, nu pot ieși/ Că nu mă pot despărți/ De drag soțiorul meu,/ .../ a-a strigat ș-a treia oară:/ - Ia-mi ieși, Ană, pân-afară!/ Ea afară a ieșit,/ Pragul ușii l-a pășit,/ Din picioare-a îmbrâncit,/ La inimă s-a slăbit./ Cocos Gaia a cântat./ Sufletul i l-a luat... (Bârghiș, jud. Sibiu). Expresiile populare A da de Gaia, sinonima cu A da de Dracu, sau Vezi că te ia Gaia, sperietoare pentru copiii neascultători, sunt cunoscute astăzi în toate zonele etnografice românești. Dintre jocurile vechi ale copiilor s-a păstrat și unul cu semnificație funerară, De-a Gaia (De-a Mama Gaia, De-a Baba Gaia, Gaia și Cloșca, De-a Puia Gaia).” (Ion Ghinoiu, **Panteonul românesc**, în *Ziarul Financiar*, 07.06.2001, disponibil la adresa <http://www.zf.ro/ziarul-de-duminica/panteonul-romanesc-2995237>)

**nevoie de poveste, pentru a-și întreține infrastructura simbolică și socială** (Bulumac, 2013), **pentru că acestea posedă vitalitate tocmai atunci când povestariul lor este unul dinamic** (prezent și mereu actualizabil).

Dacă părăsim perspectiva *întregului*, vom putea observa că inclusiv *la nivel individual apare această nevoie de poveste*. Actorii sociali au nevoie de o „rețetă” a integrării în cadrele comunitare, fie că ele sunt de natură socio-culturală, fie că sunt de natură profesională sau economică. Oamenii, din postura de ființe sociale, află că depind unii de ceilalți în cursa lor de atingere a unor obiective (auto)impuse (ce pleacă de la „a supraviețui” și se termină cu „a ființa”/„a găsi fericirea”). Astfel, putem spune că **experierea celuilalt (directă sau prin poveste) duce la dezvoltarea unei aptitudini foarte prețioase în universul social: empatia** (acea abilitate de a-l înțelege pe Celălalt la nivel afectiv, atitudinal, cognitiv, nu doar rațional).

**Asigurarea stocului de empatie prin poveste (sau împărtășire) duce la închegarea unui sentiment al solidarității, al coeziunii sociale.** Acest fapt este dovedit și de cele mai recente studii în domeniul neuroștiinței, care atestă **că actul povestirii și declanșarea empatiei conduc la creșterea în individ a „sentimentului de noi”, a generozității și, chiar din punct de vedere biologic, declanșează modificări la nivelul creierului** (prin eliberarea oxitocinei, supranumită și „molecula moralității”)<sup>5</sup>.

Interesant este că, **pe măsură ce individul se maturizează, această nevoie de poveste nu dispare.** Și chestiunea poate fi explicată tot prin intermediul sociobiologiei: **tendința creierului este de a vedea tipare recunoscutibile de informație, care să posede înțeles. Iar poveștile sunt, în sine, modele recunoscute prin intermediul cărora înțelegem lumea înconjurătoare.** Prin ele, mintea devine activă, gândirea se modifică și comportamentul suferă, de asemenea, schimbări<sup>6</sup>.

În „lumea oamenilor mari”, această nevoie sau predispoziție este astăzi suplinită prin mai multe mecanisme, chiar dacă superficiale. Iată, de pildă, de ce un film ce are ca tematică regele Arthur și sabia Excalibur va avea „din oficiu” succes? Pentru că el reclamă întoarcerea la origini și timpuri imemorabile, mai exact la mitul fondator al Britaniei. Sau de ce un produs ce beneficiază de tehnici de marketing și publicitate axate pe ideea de „poveste” (de dragoste, eroism, etc. )? Pentru că acestea se reactualizează permanent, dar își păstrează totodată principiile de bază, suficient pentru a atrage consumatorul. Tot din această perspectivă putem înțelege valențele fenomenului Apple sau isteria din spatele seriei filmografice Harry Potter, situații extreme în care poveștile create capătă o viață a lor, ce se suprapune cu viața actorilor sociali.

Această atitudine de deschidere către poveste poate fi înțeleasă și prin existența unei **legături indubitabile între poveste și spațiul sacru.** Mircea Eliade argumentează în culegerea „Sacru și profan” că **orice creație este și o izbucnire de energie creatoare în lume venită dintr-un preaplin controlat de zei, de aceea mitul devine model exemplar pentru umanitate:**

„Pe de altă parte, fiind o lucrare divină, deci o izbucnire a sacrului, orice creație este în același timp o izbucnire de energie creatoare în Lume. Orice creație este rodul unui preaplin. Zeii creează dintr-un exces de putere, dintr-o energie nestăvilă. Creația este rodul unui prisos

---

<sup>5</sup> Zak, Paul J., „Why Your Brain Loves Good Storytelling”, 28 octombrie 2014, disponibil în **Harvard Business Review** la adresa <https://hbr.org/2014/10/why-your-brain-loves-good-storytelling> și Zak, Paul J., „How Stories Change the Brain”, 17 decembrie 2013, disponibil în publicația **The Greater Good Science Center** (Universitatea California, Berkley), la adresa [http://greatergood.berkeley.edu/article/item/how\\_stories\\_change\\_brain](http://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain). Paul J. Zak este directorul fondator al Centrului de Studii Neuroeconomice și profesor de economie, psihologie și management în cadrul Claremont Graduate University.

<sup>6</sup> Shane Jones, „The Psychology of Stories: The Storytelling Formula Our Brains Crave”, 28 aprilie 2014, publicat în HubSpot, disponibil la adresa <https://blog.hubspot.com/marketing/psychology-of-stories-storytelling-formula#sm.00000ljrocycq7fpstnmvg4e6bf8r>

de substanță ontologică. Din acest motiv, mitul care povestește această ontofanie sacră, această manifestare victorioasă a preaplinului ființei, devine modelul exemplar al tuturor activităților omenești” (Eliade, 2000, p. 75)

Astfel, **mitul (deci, povestea) reprezintă modelul exemplar venit din timpul primordial, de la începuturile lumii, iar relatarea modelului echivalează cu dezvoltarea misterului ce devine adevăr absolut** (prin dezvoltarea de către ființele divine). Astfel, ceea ce pare a aparține domeniului fantasticului este, de fapt, *posibil* și, mai mult, s-a petrecut *cândva*:

„Mitul relatează o întâmplare sacră, adică un eveniment primordial care s-a petrecut la începuturile Timpului, *ab initio*. Relatarea unei întâmplări sacre echivalează însă cu dezvoltarea unui mister, pentru că personajele mitului nu sunt ființe umane, ci zei sau eroi civilizatori, așa că gestele lor sunt asemenea unor taine, pe care omul nu le-ar fi putut cunoaște dacă nu i-ar fi fost dezvoltate. Mitul este deci povestea a ceea ce s-a petrecut în *illo tempore*, relatarea a ceea ce zeii sau ființele divine au făcut la începuturile Timpului; „a povesti” un mit înseamnă a spune ceea ce s-a petrecut *ab origine*. O dată „spus”, adică „dezvăluit”, mitul devine adevăr apodictic, temei al adevărului absolut” (Eliade, 2000, p. 73).

Toate aceste adevăruri sunt valabile pentru omul tradițional, omul religios, dar nu exclusiv, căci Eliade demonstrează că și omul ce se declară eliberat de toate constrângerile prezintă un comportament și o mentalitate ce este, de fond, înclinată către ce este transcendent, magic, mistic. Și asta pentru că, așa cum afirma filosoful Lucian Blaga, „ideea magicului are ... rolul unui calmant al apetitului cognitiv” (Blaga, Lucian, **Trilogia valorilor II. Gândire magică și religie**, Ed. Humanitas, București, 1996).

## Rescriere sau dispariție?

Principala caracteristică a poveștii sau a folclorului în genere este reprezentată de **continua actualizare a formelor, dar nu și a ideilor directe**. Cu alte cuvinte, orice structură narativă posedă o relație de schimb constantă între *ceea ce este considerat a fi tradiție* și *ceea ce apare ca inovație*. Iată, de pildă, avem peste 1500 de variante numai în cazul „Mioriței”, însă structura ontologică a baladei a rămas neschimbată pe un areal uriaș și pe o axă a timpului extrem de generoasă. **Acest mecanism al actualizării a putut asigura continuitatea folclorului, prin personalizarea lui individuală și la nivel de grup.**

Același mecanism de reactualizare (prin aportul povestitorului), fiind o caracteristică a istorisirii pe cale orală, poate fi identificat în nenumărate surse. Iată, de pildă, în basmele<sup>7</sup> culese de marele folclorist Oprișan zmeul își face apariția cu ... o mașină (ce înlocuiește „calul” sau „vântul”, mijloace de locomoție clasice ale personajului negativ). În acest caz, înlocuirea este una doar la nivelul formei, nu și conținutului, căci este transmisă expresia puterii, chiar dacă într-o manieră modernizată (deci recunoscutibilă și credibilă în vremurile contemporane).

Însă, în același timp, același proces poate fi și o „armă” îndreptată înspre distrugerea conținuturilor poveștii? Este acesta începutul dispariției folclorului sau asistăm la o nouă etapă evolutivă prin care povestea trece în drumul său firesc? Alegem să credem că ultima variantă este răspunsul căutat, căci vitalitatea unei comunități „este asigurată de calitatea infrastructurii povestarii actual, acesta fiind sursa prin care o bună parte dintre genealogii își refac conținutul de suport social, ajutând la reconstituirea vitalității locurilor și a comunităților. ... Rescriindu-se parțial în timp, povestarii se înfățișează ca o structură de tip „sandviș” de matrici ale memoriei mai recente peste altele mai vechi. Așa, de pildă, o bună

---

<sup>7</sup> B P Hasdeu; I Oprisan, „Soarele și luna: folclor tradițional în versuri”, editura Saeculum, București, 2002

parte din vechile date cu privire la importanța unor locuri au fost „modernizate” sau parțial înlocuite cu altele, elemente ce transpar la o analiză mai atentă a discursului locuitorilor despre „întâmplări și fapte” din trecut. Trecutul mai recent se sedimentează amestecându-se uneori cu trecutul devenit deja legendă, într-un proces continuu, care definește, iată, diferențele culturale dintre generații” (Baltasiu et al în Șișeștean, 2012, p. 116).

## Bibliografie

Baltasiu, Radu, Ovidiana Bulumac, Lucian Dumitrescu, *Abordarea neointerpretativă în Gheorghe Șișeștean, Ilie Bădescu și Ozana Cucu-Oancea, **Tratat de sociologie rurală***, Editura Mica Valahie, București, 2012, p. 116

Băncilă, Vasile, **Inițierea religioasă a copilului**, editura Anastasia, București, 1996

Bulumac, Ovidiana, **Infrastructură și societate. Considerente teoretice și studii de caz**, mss, Universitatea din București, 2013

Cartoian, Nicolae, **Cărțile populare în literatura românească: Epoca influenței sud-slave**, Editura enciclopedică română, 1974

Eliade, Mircea, **Sacru și profan**, ediția a III-a, 2000, editura Humanitas, București

Hașdeu, B.P.; I Oprișan, **Soarele și luna: folclor tradițional în versuri**, editura Saeculum, București, 2002

Jones, Shane, „The Psychology of Stories: The Storytelling Formula Our Brains Crave”, 28 aprilie 2014, publicat în **HubSpot**, disponibil la adresa <https://blog.hubspot.com/marketing/psychology-of-stories-storytelling-formula#sm.000001jrocyc7fpstnmvg4e6bf8r>

Papadima, Ovidiu, **Literatură populară Română: din istoria și poetica ei**, Editura pentru literatură, 1968

Pareto, Vilfredo, **Traité de Sociologie Generale**, vol I și II, Paris, Payot, 1933

Propp, V. I., Morfologia basmului, ediție digitalizată, disponibilă online la [https://monoskop.org/File:Propp\\_Vladimir\\_Morfologia\\_basmului.pdf](https://monoskop.org/File:Propp_Vladimir_Morfologia_basmului.pdf)

Todorov, Tzvetan, **Introducere în literatura fantastică**, Editura Univers, București, 1973

Velculescu, Cătălina, **Cărți populare și cultură românească**, Editura Minerva, București, 1984

Zak, Paul J., „How Stories Change the Brain”, 17 decembrie 2013, disponibil în publicația **The Greater Good Science Center** (Universitatea California, Berkley), la adresa [http://greatergood.berkeley.edu/article/item/how\\_stories\\_change\\_brain](http://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain)

Zak, Paul J., „Why Your Brain Loves Good Storytelling”, 28 octombrie 2014, disponibil în **Harvard Business Review** la adresa <https://hbr.org/2014/10/why-your-brain-loves-good-storytelling>