



ULBS

Universitatea "Lucian Blaga" din Sibiu

Școala doctorală interdisciplinară

Domeniul de doctorat: Teatru și Artele Spectacolului

TEZĂ DE DOCTORAT

Revitalizarea culturală a comunităților din mediul rural.

Un model bazat pe cazul Mărginimii Sibiului

doctorand:

Gabriela-Cristiana Lazăr

conducător științific:

Prof. univ. dr. habil. CRISTIAN RADU

PREFAȚĂ	5
I. REVITALIZARE ȘI REGENERARE LOCALĂ. ÎNTRE SPECIFICUL URBAN ȘI OMOGENITATEA LA CARE S-A AJUNS ASTĂZI	12
1.1. DOMENIUL CULTURAL: FUNCȚIE A REVITALIZĂRII SPAȚIILOR URBANE	14
1.2. IMPACT SOCIAL VERSUS REVITALIZARE URBANĂ	18
1.3. DEFINIȚII ȘI ELEMENTE DEFINITORII ALE REGENERĂRII URBANE	20
1.4. PILONI AI REGENERĂRII	23
1.5. ORAȘUL CREATIV SAU CUM POATE GENERA VENITURI REVITALIZAREA URBANĂ	27
1.5.1. ELEMENTE DEFINITORII ALE ORAȘULUI CREATIV	32
II. ÎNTRE CULTURĂ ȘI TRADIȚIE. TRADIȚIA PRIVITĂ CA ȘI POSTAMENT AL REVITALIZĂRII ȘI REGENERĂRII CULTURALE	34
2.1. DESPRE CULTURĂ	37
2.2. ECONOMIA CREATIVĂ ȘI INDUSTRIILE CULTURALE ÎN SLUJBA REÎNTINERII LOCALE	42
2.3. PRODUSUL CULTURAL ȘI REINVENTAREA MEDIULUI RURAL	45
2.4. CULTURĂ TRADIȚIONALĂ VERSUS CULTURĂ POPULARĂ	48
2.5. SATUL ȘI NOILE INDUSTRII CREATIVE	52
2.6. STRATEGIE VERSUS POLITICĂ CULTURALĂ	56
2.7. TURISMUL CULTURAL: MOTOR AL ANGRENĂRII REALITĂȚII CULTURALE ÎN GLOBALIZAREA CULTURII?	58
2.7.1. CUM SE PREZINTĂ TURISMUL CULTURAL ÎN ROMÂNIA?	61
2.8. TURISMUL CULINAR ÎN SLUJBA DEZVOLTĂRII DURABILE, A DESTINAȚIILOR TURISTICE	63
III. CULTURA TRADIȚIONALĂ: O INDUSTRIE CREATIVĂ CE A LUAT FIINȚĂ DIN CULTURA MASELOR	65
3.1. MODEL DE REGENERARE CULTURALĂ A MEDIULUI RURAL, LA ÎNCEPUT DE SECOL XIX	68
3.2. PRINCIPALELE „FORME DE EXISTENȚĂ” DIN ZONA MĂRGINIMII SIBIULUI	69

<u>3.3. DOVEZI CULTURALE SAU „PRODUSE CULTURALE ” CREATE DE SPAȚIUL MĂRGINIMII SIBIULUI</u>	<u>75</u>
<u>3.3.1. PATRIMONIUL CULTURAL INTANGIBIL: FOLCLORUL</u>	<u>76</u>
<u>NUNTA SPECIFICĂ MĂRGINENILOR</u>	<u>76</u>
<u>SĂRBĂTORILE DE PESTE AN</u>	<u>77</u>
<u>3.4. OIERITUL TRANSHUMANT ȘI VIAȚA CULTURALĂ CE S-A CREAT PE MARGINEA ACESTEI ACTIVITĂȚI</u>	<u>78</u>
<u>3.5. VECHILE „REFORME” ALE MEDIULUI SOCIO-CULTURAL DIN MĂRGINIMEA SIBIULUI, SAU CUM AU ÎNTELES CEI DE ALTĂDATĂ REGENERAREA CULTURALĂ</u>	<u>81</u>
<u>3.6. ZONE DE TRADIȚIE CE AU CREAT TENDINȚE ÎN DEZVOLTAREA SOCIAL-CULTURALĂ A MĂRGINIMII SIBIULUI</u>	<u>85</u>
<u>3.6.1. TILIȘCA</u>	<u>87</u>
<u>3.6.2. „BOCA DEL RIO” - GURA RÎULUI</u>	<u>90</u>
<u>3.6.3. VECHIUL DESPĂRTĂMÂNT: SĂLIȘTE</u>	<u>95</u>
<u>3.6.4. „ACEST BLESTEMAT, ACEST SPLENDID RĂȘINARI”</u>	<u>104</u>
<u>3.6.5. SIBIEL: „UN PUNCT PE HARTA LUMII”</u>	<u>109</u>
<u>IV. MODELUL REGENERĂRII CULTURALE A COMUNITĂȚILOR DIN ZONA RURALĂ</u>	<u>112</u>
<u>MODELE ARHAICE VERSUS VIZIUNI CONTEMPORANE ALE REVITALIZĂRII RURALE</u>	<u>115</u>
<u>GHID DE BUNE PRACTICI ÎN SCOPUL ORGANIZĂRII UNEI STRATEGII DE REGENERARE. MODEL BAZAT PE CAZUL MĂRGINIMII SIBIULUI</u>	<u>120</u>
<u>STRATEGIA REGENERĂRII CULTURALE. PAȘI DE URMAT</u>	<u>122</u>
<u>V. ANEXE</u>	<u>126</u>
<u>ANEXA 1. CHESTIONAR MĂRGINIMEA SIBIULUI</u>	<u>126</u>
<u>ANEXA 2. CENTRALIZATOR RĂSPUNSURI CHESTIONAR MĂRGINIMEA SIBIULUI</u>	<u>129</u>
<u>BIBLIOGRAFIE</u>	<u>146</u>

OPIS IMAGINI

<u>FIG. 1. IMPACTUL SOCIAL AL EVENIMENTELOR ȘI REVITALIZAREA URBAN</u>	<u>20</u>
<u>FIG. 2. SCHEMA REVITALIZĂRII URBANE</u>	<u>22</u>
<u>FIG. 3. SCHEMA PROIECTĂRII ORAȘULUI CREATIV</u>	<u>31</u>
<u>FIG. 4. CULTURA TRADIȚIONALĂ ÎN CONTEXTUL UNEI ECONOMII CREATIVE</u>	<u>41</u>
<u>FIG. 5. RELAȚIA DE BAZĂ CREATĂ ÎNTRE DOMENIUL CULTURAL ȘI CEL ECONOMIC</u>	<u>53</u>
<u>FIG. 6. SCHEMA REGENERĂRII CULTURALE DURABILE</u>	<u>60</u>
<u>FIG. 7. MODEL DE CONCEPERE AL STRATEGIEI CULTURALE ÎN MEDIUL RURAL</u>	<u>122</u>

Viața culturală este un concept care însumează o serie de valori, obiceiuri, dogme și moșteniri, ce au contribuit la crearea unei comunități- este nucleul acesteia. Cultura este un tot unitar al faptelor care i-au definit, de exemplu pe strămoșii noștri, un cumul de idei și obiceiuri, acestea funcționând pentru generațiile viitoare ca un sistem de norme ce ar trebui apreciat și urmat pe calea dezvoltării continue a mediului. Tot ceea ce am moștenit trebuie păstrat cu sfințenie deoarece acestea sunt dovezile care ne definesc ca și comunitate, ne ajută să dezvoltăm ceea ce înseamnă cultură, iar datoria noastră este să valorificăm și să multiplicăm creația culturală. Aceste valori trebuie promovate mai des, dat fiind faptul că generațiile viitoare vor fi din tot mai asaltate de impunerea prototipurilor promovate de mass-media, de globalizare, de rețele sociale, ș.a.m.d.. Prin regenerarea culturală bazată pe vechile valori, comunitățile pot deveni mai conștiente de preceptele importante pentru strategia de redefinire a vieții sociale.

Revitalizarea urbană a fost un concept ce a început să ia amploare în anii șaptezeci, când încetul cu încetul orașele industriale au început să resimtă o degradare, și astfel s-a dorit trecerea economiei pe una de tip creativ. Astfel, tot mai mulți adepți ai acestui „curent” au fost de părere că doar prin utilizarea creativității, a inovației și a tehnologiei se poate resimți o dezvoltare sustenabilă a peisajului urban. Următorul pas a fost includerea domeniului cultural în ecuația de bază, lucru de mare însemnătate având în vedere faptul că aici sunt încă multe resurse neexploatate. Politicile de revitalizare au fost tot mai mult creionate și promovate de către organisme de conducere din domeniul cultural, dar și o sumedenie de instituții internaționale care au ca scop dezvoltarea globală. Exemplele create de nenumăratele cercetări în domeniu, bazate în mare parte pe cazuri reale, ne vor servi ca punct de plecare în consolidarea unei cercetări care are în vedere regenerarea spațiului rural. Pe lângă faptul că am folosit ca și „cobai” o zonă de o mare importanță culturală pentru țara noastră, zona Mărginimii Sibiului, vom dori să trasăm paralele relevante între cultura spațiului rural și a celui urban. Deși primul este caracterizat de forma tradițională a culturii iar cel din urmă de forma globală a acesteia, vom reuși să definim aspecte caracteristici ce sunt aplicabile atât unuia dintre ele cât și celuilalt.

Regenerarea comunităților din mediul rural este o necesitate vrednică de luat în seamă de către managerii și antreprenorii mediului cultural. Sunt o multitudine de comune în care moștenirea culturală a fost foarte bine păstrată și transmisă din generație în generație, iar acest lucru este baza dezvoltării durabile a comunității cât și a națiunii. Ceea ce face cinste pentru noi, ca și națiune, este bunul propriu ci nu valorile pe care le preluăm continuu de la alte popoare. Este foarte

important să ne îndreptăm privirile către mediul comunităților rurale deoarece aici există încă o multitudine de resurse culturale care nu au fost exploatate. Datorită exploatării acestor resurse se poate ajunge la o creștere a gradului de „culturalizare” a celor ce locuiesc în mediul rural, și nu numai. Consider că activitățile culturale din mediul rural vor ajuta la îmbunătățirea mediului socio-economic din aceste zone, datorită faptului că vor ajuta la creșterea „popularizării” zonelor cu turiști, a gradului de învățare și a interesului față de viața culturală, a celor ce locuiesc aici ș.a.m.d.. Regenerare înseamnă renaștere, o re-transpunere a modelelor culturale vechi, tradiționale dar într-o viziune nouă care să poată fi adaptată actualității.

În enunțarea ipotezei studiului de cercetarea s-au impus următoarele aspecte:

1. Revizuirea tuturor resurselor culturale ce au creat valoare de-a lungul timpului, și totodată au definit patrimoniul cultural rural din Mărginimea Sibiului- în toate formele lui: făcând aici referire la folclor, la patrimoniu arhitectural, la obiectele de uz casnic și obiectele vestimentare;
2. S-a dorit ca și cultura populară să fie percepută precum o formă de existență ce a dat naștere unor tipuri de „artă casnică”, unică, ce vorbește despre modul de trai din trecut și despre cutumele ce au stat la baza emancipării comunităților rurale;
3. Ne-am dorit să fie înțeles și pus în valoare potențialul pe care îl oferă cultura tradițională, și rolul pe care aceasta îl joacă în dezvoltarea socio-economică a satelor din România;
4. De asemenea, inexistența conceptului de strategie culturală în mediul rural românesc a fost un alt rol decisiv în enunțarea ipotezei studiului de față;
5. Și nu în ultimul rând: inexistența unui plan care să vizeze revitalizarea localităților din Mărginimea Sibiului, și deci crearea unui „schelet” care să reprezinte un punct de plecare în orânduirea vieții culturale din alte zone etnografice ale țării noastre.

Așadar, scopul central al lucrării Revitalizarea culturală a comunităților din mediul rural. Un model bazat pe cazul Mărginimii Sibiului, a fost enunțarea strategiei de regenerare și/sau revitalizare rurală prin crearea unui ghid de bune practici care să susțină acest demers. Astfel, s-au cerut a fi îndeplinite următoarele acțiuni:

- a. Crearea unei paralele între modele de revitalizarea culturală urbană și realitatea cu care se confruntă zona rurală a țării noastre;
- b. Oraș creativ versus localitatea (sat) creativ: prin implementarea unor forme ale economiei creative care să ajute la reîntinerirea locală;

c. Tradiția născută din cultura maselor, și implicit privită ca acel element ce dă locurilor valoarea unică și creează identități;

d. Mărginimea Sibiului trebuie să fie și ea privită ca un areal în care se pot coordona industrii creative pe baza cărora să înflorească procesul revitalizării culturale.

Cuprinsul lucrării a fost organizat în patru capitole de referință ce au fost precedate de prefața în care s-a punctat ipoteza, și un capitol în care au fost cuprinse anexele ce au făcut referire la chestionarul care ne-a ajutat la creionarea unor concluzii pertinente.

În primul capitol s-a întocmit o retrospectivă a modelelor de revitalizare urbană pe care ni le-a expus mediul urban european, dar și demersurile importante ce s-au înregistrat în spațiul urban din România. Unul dintre aspectele importante dezbătute aici a fost identitatea locală, și cum poate fi ea implicată în procesul revitalizării și implicit regenerării culturale.

În al 2-lea capitolul au fost definite elementele ce alcătuiesc realitatea culturală și cum poate fi organizat procesul regenerării pe marginea lor, într-un mod creativ. Omul, prin trăirile sale, face cultura să vibreze în mod diferit iar prin abordarea inovativă a realității culturale se va ajunge fără doar și poate la dezvoltarea socială a comunităților ce sprijină și promovează munca artistică. Altfel spus, grupurile de indivizi trebuie să înțeleagă că artistul are rol definitor în a transforma realitatea materială, socială și spirituală (a comunității) într-o experiență artistică.

În capitolul al 3-lea a fost expusă într-o manieră destul de amplă realitatea pe care o întruchipează câteva dintre comunele ce fac parte din Mărginimea Sibiului, și importante dovezile culturale ce le caracterizează pe acestea. S-a făcut o incursiune în timp asupra modului în care s-au pus în practică odinioară, „programe” de regenerare culturală rurală. Fiecare element surprins în detaliu ne-a dat motive în plus pentru necesitatea pe care o impune schițarea unui proiect, ce vizează expunerea experiențelor culturale, într-o manieră care să fie caracterizată de calitate și sustenabilitate.

În ultimul capitol ne-am dorit să dăm glas unor concluzii ce s-au bazat pe materialul științific ce ne-a servit la elaborarea cercetării în tot ansamblul ei, dar și de chestionarul realizat pe un eșantion de nouăzeci de persoane care ne-a oferit răspunsuri concrete în legătură cu „piața” serviciilor culturale, cu nivelul de satisfacere al consumatorilor de pe aceste piețe, cu așteptările lor, dar și cu raportul dintre cerere și ofertă. Am considerat de bun augur să desenăm o schemă a strategiei de regenerare culturală, enunțând pe fiecare nivel pașii de urmat.

După cum am specificat, punctul de plecare l-a creat schema ce stă la baza revitalizării spațiului urban și care are în vedere, în primul rând, enunțarea obiectivelor strategice ale regenerării care trebuie să se asemene și să se suprapună cu cele ale politicii de dezvoltarea sustenabilă; pe care au creat-o reprezentanții comunităților. Ca și următor pas, se dorește analizarea în detaliu a „ofertei” pe care o creează spațiul urban, iar potențialul acestuia trebuie pus cât mai mult în valoare prin folosirea eficientă a tuturor resurselor deținute. Practic, se vor crea paralele și conexiuni între instituții, între actorii culturali, între formele de expresie artistică și chiar între indivizi, stabilindu-se parteneriate care să susțină activ și pe perioadă lungă de timp, procesul de dezvoltare și reinventare al societății.

Așadar, revitalizarea urbană vorbește despre impactarea societății, despre emancipare individului prin crearea unor forme de expresie care să ajute la descoperirea creativității din interiorul fiecăruia, și mai ales despre auto-determinarea de a ne implica în proiectele ce fac referire la dezvoltarea comunității din care facem parte. Este foarte important ca actorii culturali să dea naștere unor „tipuri de personaje” cu care indivizii să se identifice, creându-se loc în societate pentru oricine vrea să fie inclus în programele de redefinirea a spațiului comunitar. După cum am specificat creativitatea face parte din noi, fiind o capacitate a omului care ne ajută să ne dezvoltăm. Pentru crearea unui oraș de tip creativ se va dori să se găsească, în primul rând, acele spații care trebuie să prindă din nou culoare și care odinioară au adus încredere și dinamică în viața locuitorilor și a rezidenților. Totodată, tot specificul tradițional trebuie înglobat într-o politică ce produce, promovează și conservă toate produsele locale care creează impact în rândul vizitatorilor. Se va pune accent mărit pe crearea de locuri de muncă (mai ales în domeniul cultural), organizarea și pregătirea forței de muncă și motivarea tuturor celor implicați în acest proces de reînnoire și redefinirea urbană. Se vor stabili parteneriate cu comunitățile implicate deja în astfel de „probleme”, dar și cu cele care și-au spus puncte de vedere vis a vis de acest subiect- pentru concluzionarea unor adevăruri ce vor fi înglobate în politici caracterizate de sustenabilitate.

Trecând la caracteristicile mediului rural, aici putem aduce o sumedenie de motive pentru care specificul, tradiția și valorile promovate au născut o cultură populară ce insuflă unicitatea. Așadar, cultura tradițională este o formă de cultură populară, a maselor, deoarece:

- Este născută din forma de existență a unor grupuri de indivizi;
- Este modul de exprimare al sentimentelor ce l-au încercat pe țărănul autentic;
- Produsul muncii fiecărui artist este autentic, este o experiență prin însuși autenticitatea lui;

- Cultura tradițională este trăirea, suflul, poporului care a aprins glas pentru el, și pentru diversitate culturală;
- Cultura tradițională este subordonată tot mai mult „culturii comerciale” și capitalismului, ceea ce impune abordări care să creze diferențe și să scoată la iveală unicitatea.

Așadar, pentru a da impuls procesului de regenerare durabilă se impune a fi implementate proiecte în acest scop, pe toate straturile ce compun cultura unei comunități:

a. Partea materială trebuie conservată și reorganizată în cea mai fidelă formă, creându-se un spațiu care să scoată la lumină vechile valori ce merită rememorate. Totodată, satul trebuie reconstruit în așa manieră încât să fie ușor de descoperit de turiști, dar și benefic conviețuirii indivizilor prin orânduirea unei infrastructuri abordabile.

b. Al doilea substrat al culturii este cel care face referire la partea socială și la relațiile ce se dezvoltă în interiorul societății. Se vor stabili parteneriate între instituții, luându-se în calcul și vechile reforme sociale care au înregistrat progrese de ordin socio-economic.

c. În ceea ce privește partea spirituală vom puncta acțiunile care oferă solidaritate și pe cele ce susțin spiritul colectiv. Spiritualitatea trebuie să activeze mereu conștiința fiecărui individ, și să îl facă să fie conștient de atuurile pe care le are, și le oferă neconținut locul în care își duce traiul.

Deci, un mediu rural creativ are în vedere includerea și soluționarea provocărilor întruchipate de cele trei componente ce au stat la baza creării realității culturale; prin atingerea obiectivelor stabilite pentru fiecare „strat” al societății. Astfel, pentru fiecare componentă a culturii (cea materială, cea socială și cea spirituală) am presupus ca fiind necesar îndeplinirea mai multor acțiuni conexe. Așadar, se are în vedere scopul final, și anume revitalizarea socială, culturală și economică a grupului de indivizi printr-o muncă susținută a tuturor celulelor ce compun organismul societății. Se dorește lucrul în echipă, adică activitatea susținută a unui grup de indivizi ce coordonează procesul, al cărui rezultat final trebuie să mulțumească măcar într-o mică măsură pe fiecare cetățean. Totodată, trebuie să se constate pe parcurs o îmbunătățirea a mediului pe toate planurile.

Așadar, pentru concretizarea și enunțarea unei strategii ce vizează domeniul cultural avem nevoie să îndeplinim mai multe demersuri, plecând de la cel mai jos nivel ce caracterizează societatea. Prin urmare, se vor căuta cele mai importante resurse de care dispune zona, iar pe marginea lor și a capacităților pe care acestea le întruchipează, se vor schița acțiuni care dau naștere unor obiective strategice care la rândul lor vor desemna scopul suprem al strategiei. Toate se vor concretiza în

abordarea unor politici culturale, care în cele din urmă vor dicta strategia culturală ce vizează regenerarea spațiului rural. Strategia face referire la un proces complex de lungă durată, ce poate suferi (pe parcurs) modificări impuse de mediul intern sau extern. Acesta trebuie să se raporteze la competitivitate, fiind necesară abordarea ei într-o manieră creativă lăsându-se loc apariției ideilor inovative- mai ale că menirea lor este una primordială în perceperea schimbărilor.

Având în vedere ipoteza de la care a plecat cercetare și răspunsurile pe care le-am enunțat pe parcursul ei, vom putea trage următoarele concluzii:

- Au fost create paralele între modelele revitalizării culturale urbane și posibilitățile de dezvoltare ce le întruchipează zona rurală;
- A fost schițată schema mediului rural creativ;
- A fost definită tradiția ca și cultură a maselor: dădătoare de valoare unică ce creează identități;
- Au fost enunțate exemple ce au făcut referire la industriile creative angrenate în revitalizarea culturală rurală;
- S-a enunțat strategia de regenerare și/sau revitalizare rurală prin punctarea obiectivelor ce trebuiesc îndeplinite pentru acest demers.