METAMORFOZE ALE FENOMENULUI DARULUI. STUDIU DE CAZ ASUPRA REPUBLICII MOLDOVA

Diana MOGA, Facultatea de Istorie şi Filosofie

The purpose of the research is to identify the significance of the gift in the context of globalization in Moldova.

Theoretical value of the study is to highlight the positive aspects of the exchange of gifts, systematic approaches to empirical observations made by anthropologists.

Applicative value of the research is to outline ways to maintain the habit of giving by emphasizing the symbolic aspects of exchanging gifts, arguing their effectiveness in society, needs and perceptions contemporary society.

Darul este expresia concentrată a totalității valorilor recunoscute ca legitime de către o comunitate [1]. De asemenea, darul este un fapt social: nu poți oferi fără a primi darul, şi eşti obligat la rândul tău să oferi când ai primit ceva. Refuzul de a da, de a primi sau de a înapoia duce la război sau la ruperea relațiilor între donator şi destinatar. Această teorie este nouă în zilele noastre. Actualitatea temei investigate este determinată de necesitatea aprofundării esenței fenomenului darului, precum şi identificarea soluțiilor de menținere a obiceiului de oferire a darurilor în Republica Moldova, cu atât mai mult că indivizii se confruntă cu probleme în acest sens în diverse contexte ceremoniale ce presupun tranzacții speciale. Asistăm la o accentuare a prestigiului ce îl înglobează darul – strălucirea, demonstrarea luxului excesiv, pe când afectivitatea este doar formală. Actualitatea cercetării, în aceast ordine de idei, este determinată de condițiile proceselor de globalizare şi dezvoltare accelerată a ofertelor propuse de către agenții economici, precum şi de schimbarea cvasipermanentă a preferințelor şi standardelor de viață ale actorilor sociali.

Din considerentul că fiecare donator face parte din mai multe grupuri sociale şi participă la un sistem complex de relații sociale, se creează o concurență între participanți la ceremonialul matrimonial cu scopul de a pune în evidență statutul social şi de a-l umili pe celălalt într-un mod indirect, prin valoarea materială a darului şi aspectul exterior al acestuia [2]. Prestigiul

astfel dobândit funcționează ca și putere de control a acțiunilor celorlalți, pe care indivizii dotați cu capital simbolic îi pot influența astfel încât să îi determine să acționeze într-un sens sau altul, în beneficiul propriu. Faptul că indivizii se conduc în alegerea lor de principiul utilității în selectarea și oferirea de daruri indică pierderea valorii simbolice a darului. Donatorul, în contextul ceremonial, este condiționat social să selecteze un anumit dar de o anumită valoare [3]. Destinatarii, ca actori economici raționali, primesc satisfacție față de dar în dependență de valoarea materială a darului, ce are drept scop maximizarea capitalului material. Analizând datele obținute, putem concluziona că darul creează întotdeauna o legătură socială și, totodată, marchează o diferență socială între participanți, prezenți în cadrul contextelor ceremoniale. Prin intermediul schimburilor de daruri realizate între donatori și destinatari se evaluează importanța relației pe care au avut-o înainte de eveniment, fiind totodată și un indicator al faptului că oamenii au încredere unii în ceilalți și sunt predispuși pentru a coopera în realizarea scopurilor sociale. Din ceea ce am analizat pe parcursul întregii lucrări am putut constata prezența fictivă a realizării schimburilor de daruri în analiza celor 3 tipuri de daruri incluse în cercetare (matrimoniale, funerare, caritabile) în care darul reprezintă un act cu funcționalități multiple: atât afective, cât și de natură „economică”; avantajele obținute fiind materiale (frecvența evidentă în cele matrimoniale), dar și în termen de prestigiu social (funerare, caritabile).

În ceea ce privește interesul donatorilor prezenți în contextele ceremoniale legate de schimbul de daruri, acestea sunt motivate în esență de o satisfacție pur egoistă derivată din creșterea capitalului de imagine în societate [4]. Costul schimbului fiind atribuit de ofertant nu destinatarului (aflat în interiorul relației), ci situației, obiceiurilor. Indivizii se servesc de norma socială și o interpretează în scopuri, ținând de propriile valori, de modul de definire a situației, și condiționate de pozițiile pe care le ocupă în societate. Rezultatele studiului ne arată că este necesară o mai bună educare a valorilor altruiste, echitabile, având în vedere funcționalitatea și utilitarismul implicat de fenomenul în cauză.

Referințe:

1. MAUSS, M. *Eseu despre dar*. Iași: Polirom, 1997.
2. BONTE, P., MICHELE, I. *Dicționar de antropologie și etnologie.* Iași: Polirom, 2007.
3. VOICU, B. Schimb social, schimburi sociale. În: *Revista de cercetări sociale.* 1998, nr.2. Disponibil:hpp://www.bogdanvoicu.home.ro/publicatii/lucrari%20complete/arunu.pdf.
4. *Tracing the evolution of Wedding Gifts through the Ages, 2008.* Disponibil: htt://www.afroarticles.com/ article-dashboard/Article/Trancing-the-Evolution-of-Wedding-Gifts-trough-the-Ages/146070.

Recomandat
Angela ZELENSCHI, dr., conf.univ.