

# MARTOR



---

Title: "Les artisans de la campagne et les musées d'ethnographie de Roumanie"

Author: Maria Mateoniu

How to cite this article: Mateoniu, Maria. 2008. "Les artisans de la campagne et les musées d'ethnographie de Roumanie". *Martor* 13: 101-108.

Published by: *Editura MARTOR* (MARTOR Publishing House), *Muzeul Țăranului Român* (The Museum of the Romanian Peasant)

URL: <http://martor.muzeultaranuluiroman.ro/archive/martor-13-2008/>

---

*Martor* (The Museum of the Romanian Peasant Anthropology Review) is a peer-reviewed academic journal established in 1996, with a focus on cultural and visual anthropology, ethnology, museum studies and the dialogue among these disciplines. *Martor* review is published by the Museum of the Romanian Peasant. Its aim is to provide, as widely as possible, a rich content at the highest academic and editorial standards for scientific, educational and (in)formational goals. Any use aside from these purposes and without mentioning the source of the article(s) is prohibited and will be considered an infringement of copyright.

*Martor* (Revue d'Anthropologie du Musée du Paysan Roumain) est un journal académique en système *peer-review* fondé en 1996, qui se concentre sur l'anthropologie visuelle et culturelle, l'ethnologie, la muséologie et sur le dialogue entre ces disciplines. La revue *Martor* est publiée par le Musée du Paysan Roumain. Son aspiration est de généraliser l'accès vers un riche contenu au plus haut niveau du point de vue académique et éditorial pour des objectifs scientifiques, éducatifs et informationnels. Toute utilisation au-delà de ces buts et sans mentionner la source des articles est interdite et sera considérée une violation des droits de l'auteur.

*Martor* is indexed by EBSCO and CEEOL.

## Les artisans de la campagne et les musées d'ethnographie de Roumanie

Maria Mateoniu

### De l'art populaire à l'économie de marché

L'institution du musée préserve encore le rôle de la conservation du passé qui lui a été attribué à l'époque des Lumières. Sa mission mémorielle, remède efficace contre la perte et l'angoisse de la rupture, se constitue malheureusement, à notre opinion, comme l'apanage de la politique.

Cependant, on assiste, aujourd'hui, à la désintégration des identités nationales et à l'élaboration des identités composites, qui se présentent comme des processus constructeurs de sens et qui sont soumises à l'invention et l'élaboration perpétuelle à l'opposé des entités uniques et définitives fabriquées par l'imaginaire (Chauvier, 2004). Cette dynamique nouvelle dans laquelle la culture ne se constitue plus comme un champ coupé de l'économie et du politique impose à l'institution du musée de réévaluer son rôle dans la société, ce qui n'est pas manqué de difficultés.

Si on évalue la situation des musées des arts et des traditions, le problème se pose souvent en termes de faille entre la mission de conserver et de mettre en valeur les objets traditionnels, ces derniers étant perçus plutôt comme des fétiches culturels que d'objets aide-mémoire, et la mission d'ouvrir les portes vers la recherche et la représentation des réalités présentes.

En Roumanie, pays inclus récemment dans l'Union Européenne, le rapport avec l'héritage de la modernité génère plusieurs aspects particuliers. Tandis qu'en Occident, l'incarnation de l'altérité a été le primitif, en Roumanie, tout comme, d'ailleurs, dans les autres pays de l'Europe de l'Est, l'identité unique a été construite à partir de l'image du paysan (Hedeşan et Mihăilescu, 2006 : 188). C'est en raison du caractère positif de la figure mythique du paysan que le passage de l'identité unique, de l'origine vers une identité plurielle et historique s'avère plus compliquée ici qu'ailleurs. L'origine paysanne de la nation roumaine représente à nos yeux plutôt une obsession collective qu'une nostalgie, effet de l'idéologie nationale propagée continuellement au niveau des masses depuis l'époque moderne jusqu'aujourd'hui.

Ainsi, les domaines de l'ethnographie et de la muséographie restent encore dans ce pays européen tributaires à la conception de la survivance d'une tradition unique et ancestrale. Or, nous sommes fortement tentés de croire que cette vision ne correspond guère à la réalité actuelle. Dans la « modernité sans frontière », effet des médias et des migrations, les traditions ne se présentent plus comme des pratiques reproductibles, transmises de père en fils, mais des choix conscients, des sélections et des

interprétations des anciennes coutumes par les contemporains en fonction de leurs besoins (Appadurai, 1996 : 44).

Nous avons eu l'opportunité d'observer les différents usages des traditions à l'occasion d'une recherche effectuée pendant l'été 2007 dans quelques localités de Roumanie qui sont connues grâce à la fabrication de l'artisanat (Voir Bogdan Iancu et Cătălina Tesăr, 2008). Organisée dans le cadre de la Section de Patrimoine du Musée du Paysan Roumain de Bucarest, la recherche a eu comme objectif la réalisation d'une ethnographie des savoir-faire avec une attention particulière sur les transformations provoquées par la chute du communisme et l'acceptation de la Roumanie dans l'Union Européenne.

La relation entre les artisans et les musées a été un point essentiel de la problématique générale, d'autant plus que, dans le dialogue avec les artisans, nous avons toujours représenté le Musée du Paysan, musée avec lequel ils avaient des liens ou voulaient en avoir. Dans le but de comprendre cette relation particulière, en vue des solutions ultérieures aux problèmes actuels des musées, il nous a semblé nécessaire de faire un va-et-vient entre plusieurs contextes socio-historiques, de l'époque moderne jusqu'aujourd'hui. Les sources utilisées sont assez diverses, à la fois des publications d'ethnographie et des données empiriques.

### À la recherche du passé

Sortis de l'anonymat et du quotidien des communautés rurales et conservées dans les collections, les productions matérielles ont été investies à partir du XIX<sup>ème</sup> siècle du label « art populaire », convention intellectuelle pour montrer l'origine paysanne de la nation roumaine (Voir Tzigara-Samurcaș, 1928). L'art populaire a été une dérivation plus tardive des formules « chanson populaire », « poésie populaire », consacrées à la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle

sous l'influence romantique (Voir Iorga, 1923 ; Oprescu, 1922, 1937).

La formule art populaire recèle une contradiction entre les deux termes qui la compose. Tandis que l'art plastique représente l'œuvre d'une personnalité, la création d'un individu bien reconnu par ses créations, l'art populaire désigne des créations collectives et anonymes (Dima, 1939 : 9). Malgré la fonction utilitaire des objets fabriqués à la campagne, les intellectuels du mouvement national ont procédé à leur classification selon les mêmes procédés que pour les œuvres d'art. L'exaltation de la beauté et de l'authenticité des artefacts paysans a eu comme effet l'invention d'une tradition paysanne, légitimant la nation (Voir Bogdan Iancu et Catalina Tesăr, 2008).



La première impulsion du régime communiste a été d'annuler les valeurs de l'époque précédente au nom de l'égalitarisme marxiste-léniniste. Les années 1950 restent dans l'histoire de la Roumanie comme les années de la répression et de l'emprisonnement des opposants. Cependant, le régime tourne la page après l'arrivée au pouvoir de Nicolae Ceausescu (1964-1989) et engage le pays vers une politique

nationaliste. Après une décennie de subordination à l'Union Soviétique, le pouvoir a cherché à se légitimer à travers les valeurs nationales. Il s'est avéré que cette nouvelle idéologie a été plus proche des idéaux des Roumains qui étaient depuis longtemps attachés à l'image glorieuse de la nation.

Instrumentalisée par la politique, l'ethnographie est devenue le domaine privilégié de la spécificité nationale<sup>1</sup>. La faille entre les descriptions ethnographiques et la réalité a été sans précédent, car les typologies d'objets ont été élaborées sans lien avec le contexte de leur fabrication. Les typologies avaient le rôle d'illustrer l'idée obsessionnelle d'unité et de continuité nationale. Tel type définissait telle région, la spécificité locale devant satisfaire le goût limité des dirigeants pour la variété du folklore sans perturber cette théorie de l'unité entre les limites de l'État national (Stahl, 1998 : 35-39). Cette manière de faire de la recherche a presque totalement ignoré les changements historiques et tous les facteurs géographiques et sociaux spécifiques.

Le Musée du Village, créé en 1936 par le même Dimitrie Gusti et projeté comme un musée sociétal qui soit un miroir des transformations des villages, est devenu à l'époque du nationalisme de Ceausescu un musée des traces matérielles (Stahl et Constantin, 2004 : 169). Inspirés par ce modèle, plusieurs autres musées sont apparus à peu près dans toutes les grandes villes, chefs-lieux des départements.

Pour mieux démontrer la continuité de la tradition originaire et, ainsi, camoufler le clivage entre la science fabriquée dans le moule de la propagande et la réalité, une nouvelle figure a été inventée – l'artiste populaire. Celui-ci était un vecteur des valeurs paysannes, découvert toujours par les spécialistes qui le charge avec la mission de faire revivre les coutumes anciennes ou les modèles conservés dans les collections des musées.

La condition d'artiste se configurait par rapport à deux autres niveaux intermédiaires de l'échafaudage : le maître artisan et le simple

« fabricant de biens matérielles et spirituelles » (Vlăduțiu, 1981). Provenant toujours de ces deux dernières catégories, l'artiste apparaissait comme l'incarnation du talent et du génie populaire. Il devait obligatoirement faire preuve périodiquement de ses capacités exceptionnelles dans le cadre des concours organisés par les institutions de l'État.

En ce qui concerne les créations matérielles, les ethnographes ont depuis toujours clamé la nécessité d'attendre l'équilibre des formes et du décor, l'harmonie chromatique, la finesse et le raffinement de l'exécution technique (*Ibid.* : 66). Pour définir l'art populaire, ils ont réactualisé, d'une manière sélective, les réflexions de l'époque de la nation (*Ibid.* : 95). Ainsi, l'art populaire représentait une forme de création supérieure à la technique, « inspirée, alimentée et réalisée par le peuple par ses représentants les plus doués » (Vulcănescu, 1966 : 95). En tant qu'expression la plus haute de la créativité, il émerge naturellement d'une évolution, d'un progrès. C'est l'idéologie du progrès qui permet aux ethnographes de transformer l'artisanat en art à travers une sélection stricte des formes et des modèles et de les encourager à l'invention créatrice. Les artisans sont encouragés d'accéder au niveau prétendument artistique et de parvenir, ainsi, au statut d'artiste populaire.

Produire une céramique aux décors plus élaborés, avec l'appui et la reconnaissance des musées, constitue pour les familles d'artisans qui s'y engagent une marque de distinction et de prestige aussi bien au sein de leur communauté que dans le réseau national d'artisanat. Ce réseau, apparu dans les années 1960-70, participe à la dynamique de réinvention de la culture populaire engagée à cette époque et qui a laissé des traces encore visibles dans les localités de Horezu et d'Oboga où nous avons effectué nos recherches de terrain.

En 1973, Grigore Ciungulescu du village d'Oboga apprend à travailler un nouveau type de céramique inspiré de photographies qui lui ont été procurées par les ethnographes du Musée du

village de Bucarest. Les paysans d'Oboga ne connaissent pas ces modèles. Ils produisaient des objets utilitaires qui étaient très peu décorés. À partir de la suggestion des ethnographes Grigore produit une série de vases extrêmement sophistiqués : des formes représentant des figures humaines, des animaux et des oiseaux. Les spécialistes considèrent que ce type de céramique a été autrefois utilisé à Oboga dans les cérémonies nuptiales. Les mariés s'en servaient pour donner à boire du vin ou de l'eau de vie aux invités. Ces vases-objets rituels, symbolisant la fertilité, ont été reproduits par Grigore sans en avoir hérité la technique de ses parents. La mémoire du village d'Oboga ne garde aucune trace de ces formes artisanales ou d'un rituel de noce ayant comme repère le savoir-faire de la céramique. En dépit de ce vide mémoriel, Grigore retravaille ces formes et devient ainsi l'unique porteur d'une tradition prétendument archaïque. Ses liens avec les musées d'ethnographie se nouent à l'époque de Ceausescu lorsque les collections se constituent comme des lieux de la conservation des prototypes pour une céramique de plus en plus décorative.

Les formes changent en fonction des transformations survenues dans les usages. Les artisans de Horezu commencent à fabriquer à cette époque des assiettes de plus en plus plates destinées à être accrochées aux murs, signe de la demande d'objets esthétiques et authentiques par le public (Stahl et Constantin, 2004).

À travers les foires et les concours qui perdurent encore aujourd'hui, les spécialistes apprécient les nouvelles créations en fonction de leurs écarts par rapport aux collections. Les produits artistiques les plus appréciés ont été montrés au grand public dans le cadre des « expositions de l'art populaire contemporaine ». Plusieurs catégories d'expositions sont apparues. Ayant une représentativité nationale, les « bienales de l'art populaire » (Vlăduțiu, 1981 : 53) étaient constamment organisées à l'occasion des concours républicains des artistes amateurs<sup>2</sup>.

En 1977, le Musée du Village a organisé une exposition collective dédiée à la céramique artistique de la région de Horezu (« La céramique décorative de Horezu »). Un an plus tard, cette manifestation collective a été suivie de « l'exposition personnelle » de Eufrosina et Victor Vișareanu. Eufrosina se souvient qu'elle et son mari ont réalisé pour cette exposition « 1050 pièces uniques ». « Unique » veut dire que toutes les pièces étaient appréciées comme des créations individuelles. Pendant les trois mois d'exposition de ces « pièces uniques », Eufrosina et Victor ont été ramenés périodiquement en voiture à Bucarest pour faire des démonstrations de leur talent aux invités les plus prestigieux, parmi eux des ambassadeurs qui devaient se faire une bonne image de la Roumanie socialiste.

L'émulation qui s'est créée par la sortie de l'anonymat de la production artisanale, dynamise les relations à l'intérieur et à l'extérieur du réseau d'artisanat. De nombreux conflits apparaissent entre ces artisans-artistes et les autres membres de leurs communautés (car leur consécration par les musées leur confère du prestige, tout en les isolant). Il y a eu, aussi, des disputes entre les artisans qui revendiquaient la mémoire de leurs communautés et les institutions culturelles de l'État qui détenaient le monopole des « vraies traditions ».

Les maîtres artisans s'accusaient réciproquement de vol des modèles et des créations ; ces litiges allaient souvent se dénouer devant la justice. La concurrence était sans doute entretenue d'une manière artificielle, sans n'avoir rien à faire avec le libre marché. Elle était plutôt une lutte pour se maintenir dans le réseau géré par les institutions de l'État et d'avoir ainsi accès aux clients. Les artisans pouvaient facilement perdre leur reconnaissance institutionnelle sous prétexte d'avoir adopté des formes ou des motifs décoratifs qui ne sont pas spécifiques à leur région.

Cette logique de la subordination perdure encore. Les spécialistes des traditions n'hésitent pas d'interdire aux céramistes de Horezu, par

exemple, de décorer leur vases avec du bleu, couleur qui, dans leur opinion est caractéristique seulement de la céramique du centre de Corunt. C'est la raison pour laquelle les céramistes de Horezu font recours chaque fois à la mémoire de leur communauté. Ils conservent souvent dans leur maisons des vases anciens décorés avec du bleu, signés et datés, pour prouver leur droit d'utiliser cette couleur.

Au-delà des exigences de l'authenticité et de la beauté, l'artisanat a représenté, même pendant le communisme, une activité profitable. Les



foires coordonnées par les musées représentaient seulement un tout petit secteur de l'économie artisanale mise sous le contrôle de l'État. De l'autre côté il y avait les coopératives artisanales créées dans plusieurs localités, voir à Horezu. Produisant de l'artisanat spécialement pour les marchés étrangers, ces coopératives composaient une structure pyramidale centralisée menée par l'Union Centrale des Coopératives Artisanale (Uniunea Centrala a Cooperativelor Mestesugaresti - UCECOM) (Horsia et Petrescu, 1972)<sup>3</sup> (Voir Bogdan Iancu, Catalina Tesar). Ainsi, derrière le discours de la conservation des traditions et du respect de l'authen-

ticité, un commerce assez florissant a été pratiqué (Voir Bogdan Iancu et Cătălina Tesar, 2008).

L'artisan Grigore Ciungulescu de Oboga se souvient du moment où le stand du Musée du Village de Bucarest a été construit. « D'abord, affirme le maître, ils [la direction du musée, le directeur Focsa] ont organisé une foire [avec les artisans], ils ont fait donc cette preuve, et puis ils ont construit le stand d'objets, cela parce qu'ils ont vu que nos objets se vendent ». On voit bien que les artisans sont maintenant conscients de leur rôle actif dans l'usage du savoir-faire et de l'implication des musées dans cette affaire.

### À la recherche du temps présent

Dans le cadre du marché du savoir-faire qui est, en Roumanie, en plein développement, les musées d'ethnographie préservent le rôle d'intermédiaires entre les artisans et leurs clients consacré à l'époque précédent. Cependant, plusieurs autres médiateurs (des ONG et des institutions de l'État) ont commencé à apparaître. La Maison de la culture de la localité de Horezu peut être un exemple dans ce sens. Ayant une assez riche expérience dans le secteur des médias, le directeur de la Maison a transformé cet endroit dans un centre de la promotion des traditions locales. À cette activité institutionnelle s'ajoutent les initiatives individuelles des artisans de faire valoir leur activité.

Néanmoins, les souvenirs de l'immixtion de l'État hantent encore la mémoire de la localité, les céramistes étant presque incapables, pour l'instant, d'accepter un travail collectif. À cette difficulté qui vient du passé s'ajoutent les disputes entre les producteurs et les commerçants pour l'appropriation du savoir-faire. Les producteurs et les commerçants ont élaboré presque les mêmes stratégies de légitimation. Ils revendiquent sans cesse la qualité de faire partie de « la famille la plus ancienne » (j'utilise là les mots des artisans) ou avoir un lien avec les familles les plus anciennes (lien de parenté, de

voisinage, d'amitié). Ce syntagme, constamment utilisé dans le discours à la fois des producteurs et des commerçants renvoie toujours aux premiers contacts entre les artisans et les spécialistes. Car l'expression « familles les plus anciennes » veut dire à Horezu les familles qui ont été les premières à entrer en relation avec les musées. Il s'agit des familles Buclescu, Ogrezeanu et Vişoreanu qui, à partir des années 1960, ont commencé à reproduire, à l'instigation des spécialistes, les vases richement décorés conservés dans les collections des musées.

À l'heure actuelle, les stratégies élaborées pour séduire les touristes s'apprennent souvent sur les pratiques des musées. Pour attirer l'attention, plusieurs galeries d'art ont été bâties. Cependant, cette tendance d'ouvrir des expositions n'est pas du tout récente, car elle a commencé, semble-t-il, pendant les années 1980 (Vlăduţiu, 1981). Dans la mesure où la Coopérative artisanale a été le seul endroit de travail accepté par les autorités, le travail au domicile étant interdit, les galeries d'art sont devenues le seul signe de la collaboration des artisans avec les institutions culturelles les plus prestigieuses<sup>4</sup>. Il s'agit d'une pratique de « la mise en exposition du travail » qui à nos jours a gagné de nouvelles significations. Mihaela et Ionică Paloş sont les plus connus commerçants de Horezu, les premiers qui ont ouvert un stand de céramique devant leur maison. Celle-ci est ouverte « jour et nuit », selon leur expression, pour accueillir les visiteurs. Sur le fronton des portes, le propriétaire a gravé son nom et son métier, tandis qu'à deux extrémités ondoient les drapeaux de la Roumanie et celui de l'Union Européenne. La cour est soigneusement décorée avec des fleurs plantées dans divers pots de céramique. Au fond, une petite maison de style rustique, ressemblant aux cabanes des motels ; à côté, une charrette est remplie avec des vases de céramique anciens qui conservent encore les traces de leur utilisation. Pendant l'été la cour est toujours pleine de touristes, se repliant devant l'atelier pour regarder les démonstrations de savoir-faire

exécutées avec précision par un des membres de cette association familiale.

Un petit salon-galerie a été aménagé au niveau supérieur, au-dessus du stand d'objets à vendre. L'endroit invite au repos : accompagnée par la femme de la maison, nous sommes assis sur un canapé en cuir, large et confortable. Celui-ci entoure une table basse. Sur les murs et le plancher, sont exposés divers objets : vases de céramiques, objets en bois, icônes, quelques instruments de musique... On retrouve parmi les objets à la fois des pièces anciennes et des pièces travaillées par les artisans qui fréquentent les foires des musées.

« Le bon goût, nous dit l'auteur de cette mini-exposition, je l'ai appris du Musée ». Fille d'une famille de céramiste connue à Horezu (une des plus anciennes familles), Mihaela Paloş a participé avec ses parents aux foires organisées par les musées. Mais depuis que le commerce s'est développé, sa participation à ce genre d'action a été de plus en plus rare; elle et son mari s'en vont aux foires organisées par les musées seulement pour faire des commandes de produits et pour entretenir les contacts avec les artisans.

On comprend bien comment le développement du commerce local a déterminé l'autonomie de la famille à travers la conversion professionnelle (le passage de la production au commerce), et, en même temps, l'abandon des liens directs avec les musées d'ethnographie. C'est en raison de cette coupure que Mihaela et Ionică ont ressenti le besoin de construire leur propre musée, la perte de relation réelle avec les musées déterminant la famille de construire une relation symbolique avec ceux-ci.

L'adoption de cette stratégie de légitimation prouve l'importance des musées non seulement pour les artisans, mais aussi pour leurs clients. C'est en fonction de la demande que les artisans de Horezu procèdent à la classification des produits en deux grandes catégories : les « vases traditionnels » et les « vases uniques ». De la première catégorie font partie les vases décorés avec les modèles les plus anciens : cercles,

spirales, les représentations du coq qui est devenu l'emblème de la localité. La deuxième catégorie est représentée par les vases sans modèles peints dans une seule couleur très vive : rouge, vert, jaune...

Créés sous l'inspiration du moment selon la technique du modelage, les « pièces uniques » sont semblables. Le hasard joue un rôle important dans le processus de leur fabrication. Il n'y a pas longtemps, Ionică Paloş a mis en vente, pour prendre le pouls du marché, quelques vases qui ont été abîmés pendant la fabrication. Le succès sur le marché a déterminé plusieurs autres artisans d'abîmer intentionnellement leurs vases. On voit bien comment les « vases uniques » portent sur la liberté extrême et sur « le jeu du marché », les artisans ne se permettant pas la même liberté dans le cas de la céramique traditionnelle (l'information reçue de Ioan Valerian, Horezu).

Signe du facile et de l'inventivité sans limites, les vases uniques occupent une place à part sur le marché. Ils sont toujours appréciés par rapport à l'autre catégorie plus consacrée, celle de la « céramique traditionnelle ». En ce qui concerne cette deuxième catégorie, les céramistes de Horezu se contentent d'imiter les modèles anciens. Ceux-ci représentent pour eux un héritage qu'il faut transmettre sans aucun apport créatif. Il est assez fort parmi les artisans les plus jeunes le sentiment d'avoir hérité une tradition qui ne permet plus l'invention, « toutes les combinaisons du décor étant depuis longtemps épuisées » (voir Ioan Valerian).

La coexistence des deux catégories de céramique nous a semblé suggestive pour la relation intergénérationnelle à la fois d'opposition et de

complémentarité. Tandis que les parents ont continué à entretenir une relation de collaboration avec les institutions de l'État, les fils y ont renoncé. La céramique avec du décor géométrique promu depuis l'époque moderne jusqu'aujourd'hui est devenue une marque de la collectivité locale, tandis que les « vases uniques » représentent l'identité individuelle à la fois du créateur et de ses clients.

Cette réalité du terrain provoque à la réflexion sur le rôle des musées dans l'étape actuelle. Dans quelle mesure les musées d'ethnographie doivent prendre en considération les pratiques artisanales actuelles pour pouvoir reformuler leurs politiques ? Est-ce que les musées sont maintenant sommés de repenser leur mission dans les sociétés dont ils sont apparus ? Si les artisans ont adopté les pratiques de la collection et de l'exposition propres aux musées, les musées adapteront-ils leurs missions à cette nouvelle réalité ? L'absence des rapports des jeunes artisans avec les musées, leur manque de confiance dans les institutions de l'État, réclament une nouvelle politique de la mise en valeurs du patrimoine. Nous considérons que les musées ne se permettent plus de continuer à se référer uniquement à une identité ancrée dans une paysannerie archaïque et immuable. Le manque de références à la fragmentation produite par la mondialisation risque de réduire le rôle des musées à la pure mystification. Dans la mesure où le patrimoine n'est plus « un secteur à part [de l'économie] aussi prestigieuse soit-il » (Greff, 1999 : 11), il s'impose aux musées d'évaluer cette dynamique nouvelle et de repenser ses rapports avec les acteurs impliqués dans l'usage des traditions.



## Notes :

<sup>1</sup> Les sciences de l'homme et de la société ont été interdites, parmi lesquelles la sociologie qui pendant la période de l'entre-deux-guerres avait obtenu la reconnaissance internationale. Les autres disciplines ont été subordonnées à l'idéologie d'État.

<sup>2</sup> A travers les concours et les expositions, l'intention des politiques a été de mettre l'activité artisanale sous le contrôle stricte des institutions étatiques. Le sommet du contrôle culturel a été le méga-festival de masse « Le Chant pour la Roumanie ». L'initiative de Nicolae Ceaușescu lui-même, le Festival devait réunir tous les artistes du peuple, quelle que soient leur âge et leur condition sociale. Il se voulait « une manifestation de la volonté du peuple entier des travailleurs, de développer l'économie, la science, la culture, l'art, et de bâtir notre patrie sur la nouvelle échelle du progrès et de la civilisation »<sup>3</sup>. En réalité, ce festival a été une fabrique de talents artificiels au service du Pouvoir. Il donnait l'illusion de l'espace homogène et du temps sans clivage, l'expression de la permanence supra temporelle<sup>4</sup>. Les artisans les plus âgés de Horezu et d'Oboga ont participé à ce festival de masse. Ils conser-

vent encore chez eux les prix, les diplômes et les médailles obtenus en tant que signe de la reconnaissance officielle de leur talent artistique.

<sup>5</sup> Le premier congrès des coopératives artisanales a été organisé en 1951. A cette occasion a été constitué l'organe suprême – UCECOM.

<sup>6</sup> Les conflits des artisans avec les organes policiers n'ont pas du tout manqué tout au long de la période du régime communiste. Il est devenu assez notoire le cas du maître artisan Stelian OGREZEANU de Horezu. Sans pouvoir développer son propre commerce, l'artisan s'enfuit à l'étranger, ce qui lui apporte le blâme du régime et la confiscation de sa fortune. Dans la localité Oboga, les artisans qui ont refusé à s'enrôler dans la Coopérative artisanale ont eu, également, des problèmes avec les autorités. Grigore CIUNGULESCU perd pour une période son autorisation de pratiquer le savoir-faire au domicile, mesure prise par les autorités dans le but de forcer l'artisan de s'engager dans la coopérative. Les autres céramistes ont été soumis aux mêmes pressions.

## Références :

- APPADURAI, Arjun : *Modernity at Large – Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 1996
- CHAUMIER, S. : « Le musée identitaire face à la mondialisation », *Changer : les musées dans nos sociétés en mutation*. Colloque en muséologie, 7-8 oct. 2004
- DIMA, Alexandru : *Conceptul de artă populară.*, (*La conception de l'art populaire*), Fundația pentru literatură și artă « Regele Carol II », Bucarest, 1939
- GREFFE, X. : *La gestion du patrimoine culturel*, Anthropos, Paris, 1999
- HEDEȘAN, Otilia, MIHĂILESCU, Vintilă : „The Making of the Peasant in Romanian Ethnology“, in *Martor*, no. 11/2006, p. 188
- HORSIA, O, PETRESCU, P. : *Meșteșuguri artistice în România (Les savoir-faire artistiques de Roumanie)*, Uniunea Centrală a Cooperativelor meșteșugărești, 1972
- IANCU, B, TESĂR, C. : *Martor* (le présent numéro), 2008
- IORGA, Nicolae : *L'art populaire en Roumanie*, Paris, 1923
- OPRESCU, George : *Arta țărănească la români (L'art paysan chez les Roumains)*, Bucaresti, 1922
- OPRESCU, George : *L'art du paysan roumain*, Bucarest, 1937
- STAHL, Paul : « L'école sociologique de Bucarest. Les survivances », *Martor*, no. 3/1998, p. 35-39.
- STHAL, Paul, CONSTANTIN, Marian : *Meșteri țărani români (Les maîtres artisans roumains)*, Tritonic, Bucarest, 2004
- TZIGARA-SAMURCAS, Alexandru : *L'art du peuple roumain*, Genève, 1928
- TZIGARA-SAMURCAS, Alexandru : *Izvoade de cusături ale țaranului român*, Bucaresti, 1928
- VLADUTIU, Ion : *Creatori contemporani din Romania, (Les créateurs populaires de Roumanie)*, Sport-Turism, Bucaresti 1981
- VULCANESCU, Romulus : *Ethnographia : știința culturii populare (L'ethnographie : la science de la culture populaire)*, Ed. Științifică, Bucarest, 1966