

DELIA SUIOGAN

Arta populară - formă de comunicare

Omul culturii tradiționale nu a creat cu o intenție estetică, nu a creat numai pentru a bucura ochiul privitor, ci a îmbinat utilul cu plăcutul în artă; a făcut artă din îndeletnicirile sale. Arta populară este înțeleasă ca formă a conștiinței sociale, avându-și rădăcinile în cele mai adânci orizonturi ale vieții materiale și spirituale. În arta populară se observă cu ușurință reflectarea modului de viață și concepția despre lume a omului mediilor tradiționale. *Dicționarul de artă populară* definește arta populară ca fiind „creația unei comunități întemeiată pe o lungă tradiție, împletind funcționalul cu esteticul în opere de artă în care forma și decorul sunt gândite ca întreguri destinate să împlinescă trebuințele materiale și spirituale ale indivizilor și colectivităților în materie de arhitectură, organizarea interiorului, mobilier, țesături, ceramică, unelte, costum, prelucrarea materialelor, pictura pe sticlă etc.”¹

Arta este forma de comunicare a trecutului cu prezentul, a creatorului cu privitorul. Comunicarea dintre emițător și receptor prin artă, inclusiv perceperea unor informații și înțelegerea acestora fără limbajul verbal, este o formă de artă. Artistul creează pentru un public căruia i se adresează în mod direct, transmițându-i în mod obligatoriu un mesaj. „Arta este un mod de expresie a omenirii /.../ este prelucrarea unor manifestări comune cu accentul pus pe efectul comunicativ produs și pe forma estetică a expresiei”².

Prin intermediul comunicării omul își descoperă și redescoperă locul său în lume. „Cunoașterea corespondențelor, a semnelor, a semnăturilor reprezintă fără îndoială o educare, un preambul al pregătirii spirituale, ea fiind o punere în stare de receptivitate a mesajelor venite din invizibil, deci a împlinirii individului, precum și punerea în stare de emiteră către semnalele venite din invizibil.”³

Jean Caune vorbește despre faptul că, de obicei, culturile (orală, scrisă) se disting mai puțin prin procesele cognitive (magică, rațională), cât mai ales prin modurile de comunicare.

¹ G. Stoica, Maria Bocșe, *Dicționar de artă populară românească*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985, p. 34

² Tatiana Cazacu-Slama, *Limbaj și context*, Editura Științifică, București, 1959, p. 75

³ Jean Servier, *Magia*, Institutul European, Iași, 2001, p. 121

Cultura orală – iar sincretismul este forma cea mai sofisticată a exprimării ei – „este globalizantă și relevă <<principiul participării>>. Lucrurile, ființele coexistă în același univers, care este definit ca o totalitate a mediului în care cultura dobândită prin experiență este utilizată pentru a crea sens.”⁴

Același autor observă rolul fundamental al funcției simbolice în interpretarea producțiilor culturale. În domeniile artei, care, de fapt, codifică viața, simbolul este liantul corespondențelor simbolice între oameni, între planuri de referință, mai ales temporale, pentru că în sens antropologic, percepția timpului și a culturii sunt inseparabile. Cultura populară face parte dintre culturile cu un „context bogat”, în accepția lui Caune, pentru că are rădăcini puternice în trecut, e rezistentă la schimbări, stabilă, dependentă de cei care o trăiesc.

Se realizează comunicarea doar atunci când conținutul este transmis de la un om la altul prin semne care au aceeași semnificație pentru emițător și receptor. Comunicarea este definită foarte adesea prin conceptul de câmp, a cărui semnificație a fost precizată de Pierre Bourdieu. El spune că: „pentru ca un câmp să funcționeze, trebuie să existe mize și oameni gata să joace jocul, dotați cu acel habitus implicând cunoașterea și recunoașterea legilor imanente ale jocului, a mizelor...”⁵ Gândirea comunicațională contribuie activ la formarea acestui câmp.

Simbolul este punctul de pornire al oricărei comunicări, fiind deținătorul sensului, al semnului total precum și forma de manifestare a realității ca idealitate. Mircea Eliade consideră simbolul ca pe o modalitate autonomă de cunoaștere, el ținând de substanța vieții spirituale, mediind între cunoașterea imediatului și cea a departelui, anulând ruptura dintre întreg și parte. Simbolul „este într-un fel structura absolută, absoluta condiție a oricărei gândiri a lui *homo sapiens*[...]. Având un sens, simbolul este vectorul semantic de bază prin care simbolizantul figurează simbolizatul. Și îl figurează în mod adecvat, adică nu prin analogie, ci prin omologie, mai bine zis prin omologie diferențială „.”⁶

Un rol deosebit în studiul artei populare îl are interpretarea semnelor și simbolurilor. La nivelul acestui tip de artă descoperim o logică simbolică ce se integrează unui lanț discursiv, capabil să permită decodarea mesajului. Arta populară se caracterizează printr-o intenție mai ales simbolică, artistul tinzând spre “acoperirea”, încifrarea motivelor naturale. Astfel, motivele decorative precum linia ondulată reprezintă urcarea și coborârea soarelui; triunghiurile negre, alternând cu triunghiurile albe, desemnează succesiunea zilei cu noaptea; cercul sau pătratul cu punct în mijloc reprezintă anii care se succed. Iată doar câteva motive decorative cu valoare simbolică. Acest tip de încifrare nu are rolul de a “închide” sensul, ci, dimpotrivă, de a-l deschide.

⁴ Jean Caune, *Cultură și comunicare*, Editura Cartea Românească, București, 2000, p. 74

⁵ Pierre Bourdieu, *Questions de sociologie*, Editura Minuit, Paris, 1980, p. 114

⁶ Gilbert Durand, *Figuri mitice și chipuri ale operei*, Editura Nemira, București, 1998, p. 87

Cu ajutorul simbolurilor, după cum afirmă și V. Tonoiu, „omul nu se simte străin în univers. Imaginea devine un simbol atunci când dobândește o asemenea valoare decât dacă leagă în om adâncurile lui imanente și o transcendență infinită”.⁷ Prin funcția sa socializată, simbolul se prezintă ca unul din cei mai puternici factori de integrare în realitate, de comunicare cu mediul social, cu grupul de apartenență și cu epoca istorică.

Chiar dacă se naște ca non-semn, „simbolul este un semn care trimite la un indicibil și invizibil semnificat, prin aceasta fiind obligat să încarneze concret adecvarea care îi scapă, și aceasta prin jocul redundanțelor mitice, rituale, iconografice, care corectează și completează ineptizabil inadecvarea”.⁸

Cuvântul este mai puțin semnificativ pentru mediile arhaice și tradiționale decât un gest sau o imagine. Pompiliu Caroiu vorbea chiar despre o forță ascunsă a gestului care poate depăși puterea fizică și chiar pe cea intelectuală, în încercarea omului de a comunica cu tot ceea ce-l înconjoară. Primele exprimări simbolice au aparținut codului gestual, vizual și muzical.

Importantă pentru un astfel de tip de limbaj este valoarea semnificativă abstractă. Între forma semnului și semnificația acestuia există o legătură de ordin estetic și simbolic-funcțională, însă semnificația nu este imaginea formei. Forma și semnificația semnului sunt legate, semnificația neputând apărea fără o anumită formă.

„În raport cu semnul în general, simbolul se înscrie în clasa semnelor nonarbitrare. [...] În categoria semnelor nonarbitrare, comparația edificatoare intervine între cele alegorice și cele simbolice. Semnele alegorice trimit la o realitate dificil de prezentat, în care, pentru a semnifica, sunt obligate, cel puțin parțial, să o figureze concret. În semnele simbolice, însă, ceea ce se semnifică nu se poate deloc prezenta. Simbolul se referă mai degrabă la un sens decât la un lucru sensibil”.⁹

Lumea imaginii, implicit și explicit a formei, alcătuită dintr-o diversitate imensă de configurații, reprezintă un mijloc de comunicare, o punte între oameni care, prin universalitatea limbajului simbolic figurativ, a devenit o modalitate globală de transmitere și receptare a unui număr mare de informații. „Simbolicul desemnează numitorul comun al tuturor modalităților de a obiectiva, de a da sens realității. [...] Simbolicul reprezintă medierea universală a spiritului între noi și real; simbolicul vrea să exprime înainte de orice nonimediatețea aprehensiunii noastre cu privire la realitate.”¹⁰

Între nonverbal și verbal s-au stabilit relații sincretice de natură structural-funcțională.

⁷ Vasile Tonoiu, *Ontologii arhaice în actualitate*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1989. p. 234

⁸ Gilbert Durand, *Aventurile imaginii. Imaginația simbolică. Imaginarul*, Ed. Nemira, București, 1999, p. 22

⁹ Aurel Codoban, *Sacru și ontofanie*, Editura Polirom, Iași, 1998, p. 43

¹⁰ Paul Ricoeur, *Despre interpretare*, Editura “Trei”, Iași, 1998, p. 18

Cuvântul suprapus peste ritm, formă sau culoare a devenit la rândul său creator de imagini, metafore și simboluri.

„Impresia dominantă de armonie și prospețime oferită de arta populară își are izvorul nu numai în interiorul îndrăzneț al formelor obiectelor de artă populară și în geometrismul, am spune modern, al decorului țărănesc, ci și în cromatica rafinată folosită de creatorii-artiști țărani. O decantare milenară a gamei cromatice a condus la obținerea unor culori vii, fără să fie țipătoare și la culori calme, potolite, fără să fie terne, mohorâte”.¹¹

Culoarea este purtătoarea multor semnificații transmisibile și inteligibile. Ea are funcție de limbaj, ceea ce înseamnă că prin intermediul tonurilor cromatice și acromatice se pot fixa, exprima și comunica informații semantice, estetice, afective, magice și religioase. Comunicarea semantică cu ajutorul culorii se realizează prin simbol cromatic. Culorile alcătuiesc un limbaj, iar aranjarea lor simbolizează un anumit text. În postură de semn și simbol culoarea evocă altceva decât ceea ce reprezintă, ea este imaginea abstractă a unui obiect, a unei idei sau sentiment.

Echilibrul de forme și culori din gospodăria și interiorul țărănesc relevă faptul că orice lucru se remarcă mai întâi prin formă. Formele articulate și culorile într-o imagine sau succesiune de imagini (artistice și neartistice), devin limbaj atunci când comunică aceleași sensuri mai multor indivizi, atunci când semnele au semnificații atât pentru receptor cât și pentru emițător. În întregul obiectului de artă populară, elementele estetice nu sunt nici secundare, nici primordiale. Ele sunt integrate formei care răspunde scopului unitar funcției.

Forma derivă din armonizarea proporțiilor, din echilibrarea raporturilor dimensionale și constituie o dovadă a dezvoltării simțului plastic al creatorilor populari, al meșterilor. Dacă obiectul „își îndeplinește bine rolul în procesul muncii, dacă este evaluat până la eliminarea tuturor însușirilor parazitare ori opuse scopului pentru care a fost gândit și construit, [...] dacă omul reușește prin acest obiect să-și atingă scopul util pentru care l-a creat, este cu neputință ca aceasta să nu se traducă într-o formă de o simplitate aproape structurală”¹².

W. Worringer susține că forma este arta ornamenticii, această artă fiind expresia relației prin intermediul căreia o comunitate se raportează la Lume. El încearcă o descifrare a adevăratelor sensuri ale formei printr-o interpretare stilistică comparativă. Astfel, el diferențiază simetria și geometrismul de asimetrie și negeometrism. El consideră că, pentru epocile istorice, „stilul geometric trebuie să fi existat la începutul fiecărei arte ornamentale, fără să omită însă existența în preistorie a stilului negeometric”¹³.

¹¹ Georgeta Stoica, Paul Petrescu, *Dicționar de artă populară*, Editura Enciclopedică, București, 1997, p.51

¹² Nicolae Dunăre, *Ornamentică tradițională comparată*, Editura Meridiane, București, 1979, p. 12

¹³ apud Nicolae Dunăre, *lucr. cit.*, p. 28

Definită prin scopul pentru care a fost creată forma, funcționalitatea se manifestă diferit, devenind suport pentru ornamentul ce se organizează după legile proprii creației plastice. Ornamentica reprezintă un mijloc de comunicare, asemenea unui cod, între creatorii care codifică și purtătorii care înțeleg să decodifice mesajul recepționat. „Conținutul tematic semnificăția reprezentărilor, mesajul comunicat prin ornamentică, semantica ornamentală au constituit criteriul care a permis clasificarea. Din acest punct de vedere, elementele, motivele și compozițiile ornamentale populare pot fi împărțite în trei categorii: abstracte, concrete și simbolice”.¹⁴

Componentă ce concentrează frumusețea unui ansamblu arhitectural, a unui obiect utilitar sau de simplă podoabă, ornamentul este determinat în raportul funcțional-estetic. Ornamentica, prin conținutul și formele motivelor, cât și prin evoluția acestora, relevă caracterul intertemporal și universal, național și zonal, constant și variabil al ornamentului. Asociațiile de motive și ornamente exprimă viziunea individului asupra lumii, precum și un mod de comunicare, așa cum am mai afirmat. Motivele geometrice sunt deosebit de semnificative și au o largă răspândire.

„Întreaga plastică populară românească este dominată de simboluri ca pătrat, cerc, con, cruce, piramidă, sferă, spirală, triunghi, fapt bine cunoscut. Ele apar și în alte sectoare ale creației, confirmând aceeași funcție apotropaică. În basme, eroul aflat în împrejurări grele face un cerc în jurul său și în felul acesta scapă de adversarul malefic, pe care trebuia să-l înfrunte singur, noaptea, în biserică”.¹⁵

Există situații în care figurile geometrice se suprapun, astfel valoarea simbolică capătă alte proporții; valoarea simbolică se întrecește în acest caz, motivele simbolice completându-se unele cu altele. Culorile care acoperă spațiile geometrice au și ele valoare simbolică. Contrastul poate fi considerat legea fundamentală a artei în general și a creației coloristice în special. Acesta poate fi pus în valoare prin contur sau prin el însuși. Astfel, distingem mai multe tipuri de contrast: contrastul culorilor calde și reci, contrastul culorilor complementare, contrastul simultan, contrastul de saturație sau contrastul cantitativ. Rolul contrastului este să sublinieze unele caracteristici, simboluri, ornamente sau motive.

Podoabele tradiționale pot demonstra toate aspectele evidențiate mai sus. Semnificația podoabei este contradictorie de-a lungul timpului. Nu avem în vedere în acest context doar podoabele menite costumului tradițional ci și pe cele din interiorului locuinței tradiționale. Aici putem aminti textilele de interior, mobilierul, dar și vasele, obiectele de decor.

Vom aduce în discuție doar câteva exemple care vor demonstra că podoaba era în primul rând un mijloc prin care membrii unei societăți se recunoșteau, datorită capacității elementului respectiv

¹⁴ Nicolae Dunăre, op. cit., p. 50

¹⁵ Petru Ursache, *Etnoestetica*, Institutul European, Iași, 1998, p. 126

de a transmite un mesaj. Capacitatea de comunicare era susținută de multiplele funcții ale podoabei; vorbim despre o funcție socială, dar și despre una ceremonială - fiind destinată ceremonialului de inițiere, dar și de integrare. O altă funcție îndeplinită de podoabe este cea estetică - deloc neglijabile în această direcție sunt decorul și forma, motivele și culoarea.

Podoabele populare purtate la gât sunt „gheordanele”, „zgărzile”, „barșoanele”, salbele, „plastoanele”, „mărgelele” etc. Cea mai răspândită podoabă de gât este însă „lățițarul”, o bentiță alcătuită din mărgele policrome. Este întâlnit în zone precum Maramureș, Țara Lăpușului, Țara Oașului, Chioar, Codru, Năsăud, Bihor, Moldova ș.a. însă piesele se diferențiază după formă și ornament. De remarcat că aceste podoabe de gât se întâlnesc și ca podoabe de cap.

În zona Chioarului, zgarda este discretă și delicată, pe fond alb, pe care se aplică o ghirlandă de flori și frunze în culori potolite: roșu, galben deschis, brun. În zona Bihor, specifice sunt și astăzi zgărduțele și zgărzile cu colți. Acestea sunt țesute cu motive geometrice: colți, cârligași, pănuțe, prescuri, romburi. Cromatica acestor zgărzi este vie: roșu, galben, verde, albastru, alb. Zgarda cu trei colțuri este purtată în zona Crișului Negru în zilele de sărbătoare. În Maramureș, zgărdanele se poartă în fiecare zi. Motivele decorative policrome sunt puse în valoare de fondul negru, caracteristic zonei.

În Oaș, predomină denumirea de „zgardă” sau „barșon” însă mai sunt întâlniți și termeni precum „chinguță” sau „zgârdan”. Aici, fetele purtau câte două zgărzi, în zilele noastre se poartă cât mai multe posibil. Diferențierea pe vârste se face prin culoare; cele închise sunt rezervate bătrânelor, iar cele pe fond alb și roșu deschis, fetelor și nevestelor. Zgarda poartă și denumirea de „barșon” în sate precum Călinești sau Țirsoț, în Tur i se spune „chinguță” sau „zgârdan”. Această podoabă este confecționată din mărgele mici cu diferite ornamente, fiind purtată la gât de fetele de 2-3 ani, dar și de bătrânele din satele Oașului. Unele fete poartă două sau mai multe zgărzi, chiar și în zilele de lucru. Există însă o diferență între zgărzile purtate de fete și cele purtate de bătrâne. Acestea din urmă poartă zgărzi înguste a căror cromatică este redusă, iar fondul este, de cele mai multe ori, negru. Zgărzile sunt purtate și de feciori la clopuri în majoritatea regiunilor, numărul rândurilor de zgărdane fiind foarte important pentru un flăcău aflat la vârsta însurătorii.

O altă piesă uzuală, dar și cu o valoare decorativă deosebită este traista cu ornamente țesute sau cusute în aceleași motive cu ale cămășilor, în care se țin diverse lucruri personale și care se poartă atât la lucru cât și în zilele de sărbătoare. Straița este confecționată din pânză în Oaș, țesută acasă, cu diverse cusături pe ea, în concordanță cu costumul tradițional. Straița are „baiere” și este purtată în partea dreaptă cu „baierele” trecute peste piept. Aproape toate straițele au un chenar cu motive florale sau stilizări, iar mijlocul este umplut cu diferite cusături florale. Excepție fac straițele din Tur care sunt ornamentate pe toată suprafața și a căror margini sunt tivite gros la fel

ca și baierle, cu lână colorată.

Tancred Bănățeanu face o clasificare a straițelor oșenești după mărime și sate. Astfel, la Cămărzana straițele sunt mici, înguste. La Aliceni, Târsoț, Călinești, Lecânța, Prilog și Racșa straițele sunt tot mici și baierle înguste. Dimensiunile straiței cresc în Bixad, Trip, Boinești, Negrești, Certeze, Huta și Moșeni. Cele mai mari straițe le găsim la Tur, acestea au baierle foarte lungi. Treptat, straița a pierdut teren în fața laibărului deoarece acesta are buzunare, iar lucrurile personale purtate în straiță precum brișca, „chischineuțul”, bani, chibrite sau țigări, au putut fi purtate mai ușor în laibăr.

Textilele de interior au rol estetic deosebit, dar și un caracter funcțional; între ele putem distinge ștergurile de rudă, săcuții de pernă și fâțoaiile de masă, ștergarele de perete, de icoană sau de blid (ca piese decorative), și ștergurile și lepedeiele (cearșafurile) ca piese strict utilitare.

Textilele de interior sunt caracterizate prin geometrismul motivelor decorative, cromatică simplă cu dominante de roșu, albastru și negru, „dispunerea ornamentelor în câmpii ornamentali anume aleși în concordanță cu funcția și locul pe care îl au în interior. Prin structura lor compozițională, țesăturile de interior oferă mai multe suprafețe albe, albul fiind o culoare, în concepția estetică a creatorului popular român, fără acel *horror vacuum* existent în creația artistică a altor popoare și care duce la o ornamentică supraîncărcată”¹⁶

Ștergarele de rudă, spre exemplu, aveau funcție strict decorativă, fiind bogat ornamentate, cu motive geometrice ca: *roate, ciocanele, brăduțul, stelele* etc, în combinații variate. Apăreau și figuri antropomorfe stilizate, preluând motivul *hora* cel mai adesea. Cromatică țesăturilor era simplă, fondul fiind marcat de roșul și negrul motivelor decorative, la care se alătura albastrul asociat cu roșul și mai târziu cu galbenul. În gama cromatică esențialul nu este dat de prezența unei anumite culori în diferitele sale tonalități, ci de alăturarea lor și, implicit, de dozare lor. Majoritatea cercetătorilor în domeniul artei populare au ajuns la concluzia potrivit căreia ceea ce caracterizează fundamental cromatică românească în particular și arta populară românească în general este un anumit simț al măsurii, al moderației, contribuind la crearea unui echilibru de forme și culori.

„Îmbinarea frumosului cu utilul, caracterul sintetic și legătura organică între forma, materialul și destinația obiectelor constituie cele trei însușiri esențiale comune artei populare și artei decorative și aplicate”¹⁷. Este evident, credem, faptul că obiectul de artă populară relevă îmbinarea activităților practice cu atitudinea estetică.

Oamenii au fost și sunt, prin excelență, ființe sociale, care comunică mult și leagă relații între ele – deci, au nevoie de instrumente cât mai bune pentru a comunica eficient și armonios.

¹⁶ Tancred Bănățeanu, Gheorghe Focșa, Emilia Ionescu, *Arta populară în R. P. R.*, Editura de stat pentru Literatură și artă, Sibiu, 1975, p. 139

¹⁷ Paul Petrescu, Elena Secoșan, *Arta populară*, Comitetul de stat pentru cultură și artă, București, 1966, p. 12

Omul tradițional conștientiza însă mai mult natura sa de ființă cosmică. Comunicarea nu viza, așadar, doar planul orizontalului, ci pe cel al verticalului. Limbajul nonverbal i-a oferit cele mai bune forme care să-i permită un contact permanent și total cu Totul.

Conceptul de „comunicare nonverbală” are o sferă mai largă decât cel de „comportament nonverbal”. Decodarea comunicării nonverbale trebuie să aibă în vedere contextul cultural, informația culturală asociată unui act de comunicare. Tot ceea ce reprezintă manifestările sociale și culturale din cadrul tradiției sunt împletite cu aplecarea spre mister a omului tradițional, construind frumosul specific creației populare.

Bibliografie selectivă

- Bănățeanu, Tancred, *Arta populară din Nordul Transilvaniei*, București, 1969
Bănățeanu, Tancred, Gheorghe Focșa, Emilia Ionescu, *Arta populară în R. P. R.*, Editura de stat pentru Literatură și artă, Sibiu, 1975
Bănățeanu, T.; Focșa, M., *Ornamentul în arta populară românească*, Editura Meridiane, București, 1963
Bernea Ernest, *Civilizația română sătească*, București, 1944
Bourdieu, Pierre, *Questions de sociologie*, Editura Minuit, Paris, 1980
Butură Valer, *Etnografia poporului român*, Cluj, 1978
Butură, Valer, *Etnografia poporului român*, Editura Dacia, 1978.
Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, Editura Cartea Românească, București, 2000
Cazacu-Slama, Tatiana, *Limbaj și context*, Editura Științifică, București, 1959
Codoban, Aurel, *Sacru și ontofanie*, Editura Polirom, Iași, 1998
Dima, Alexandru, *Conceptul de artă populară*, București, 1939
Dima, Alexandru, *Arta populară și relațiile ei*, București, 1971
Djuvara, Neagu, *Civilizații și tipare istorice*, Editura Humanitas, București, 1999
Drăguț, Vasile, *Dicționar enciclopedic de artă medievală românească*, București, 1976
Dunăre, Nicolae, *Ornamentica tradițională comparată*, Editura Meridiane, 1979
Durand, Gilbert, *Figuri mitice și chipuri ale operei*, Editura Nemira, București, 1998
Durand, Gilbert, *Aventurile imaginii. Imaginația simbolică. Imaginarul*, Ed. Nemira, București, 1999
Focillon, Henri, *Viața formelor*, Editura Meridiane, 1997.
Focșa Gheorghe, *Țara Oașului. Studiu etnografic*, Muzeul Satului, București, 1975
Habermas, J., *Cunoaștere și comunicare*, Editura Politică, 1983
Huyghe, René, *Dialog cu vizibilul*, București, 1979
Mihăilescu, Dan, *Limbajul culorilor și al formelor*, Editura Științifică și Enciclopedică, 1980.
Pârâu, Steluța, *Interdependențe în arta populară românească*, Editura Meridiane, 1989.
Petrescu, Paul, *Motive decorative celebre*, București, 1971
Petrescu, Paul, *Creația plastică românească*, București, 1976
Petrescu, Paul, Stoica Georgeta, *Arta populară românească*, București, 1981
Petrescu, Paul, Elena Secoșan, *Arta populară*, Comitetul de stat pentru cultură și artă, București, 1966

- Read, Herbert, *Semnificația artei*, București, 1969
Read, Herbert, *Originile formei în artă*, București, 1971
Ricoeur, Paul, *Despre interpretare*, Editura "Trei", Iași, 1998
Servier, Jean, *Magia*, Institutul European, Iași, 2001
Solier, Rene de, *Arta și imaginarul*, București, 1978
Stoica Georgeta, *Interiorul locuinței țărănești*, București, 1973
Stoica, Georgeta, Maria Bocșe, *Dicționar de artă populară*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1985
Stoica, Georgeta, Paul Petrescu, *Dicționar de artă populară*, Editura Enciclopedică , București, 1997
Tonoiu, Vasile, *Ontologii arhaice în actualitate*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1989
Ursache, Petru, *Etnoestetica*, Institutul European, Iași, 1998

ABSTRACT

Traditional Art – A Form of Communication

Art is a form of communication of the past with the present, of the creator with the viewer. The communication between the addresser and the addressee through art, including the perception of information and their understanding without the use of verbal language, is a form of art. The artist creates for a public he addresses directly to, necessarily transmitting a message to it.

The world of image, and, implicitly and explicitly of form, which is made up from an immense variety of configurations, represents a means of communication, a bridge between people, which, through the universality of figurative language, has become a global modality of transmitting and receiving a large quantity of information.

Colour is the carrier of many transmissible, and intelligible significations. It has the function of a particular language, which means that through chromatic and non-chromatic shades, one can fix, express and communicate semantic information, as well as aesthetic, affective, magical, and religious ones. Semantic communication through colour, is realized through the chromatic symbol. Colours make up a language, and their arrangement symbolizes a certain text. As a sign and symbol, the colour evokes a different thing from what it represents, it is the abstract image of an object, of an idea, or a feeling.

The equilibrium of forms and colours from a peasant's yard and household reveals the fact that any object is first remarkable by form. Articulate forms, and colours in an image, or a successions of images (artistic and non-artistic) become a language only when they communicate the same meanings to several individuals, when the signs have the same significance for both the addressee, and the addresser. The aesthetic elements are neither secondary, nor primordial, in the entirety of the object of traditional art. They are integrated within the form, which is appropriate for its unitary scope and function. Ornamentals represent a means of communication, very much like a code, between the creators, who encode, and the carriers, who understand and decode the received message.