

## CULTURA PROMOVĂRII IMAGINII ORAȘELOR DIN REPUBLICA MOLDOVA PRIN ARTĂ ȘI MITOPOETICĂ. O ETAPĂ SAU FINALUL?



Aliona GRATI



Natalia PROOCOP

### Cultura promovării imaginii orașelor din Republica Moldova prin artă și mitopoetică. O etapă sau finalul?

**Rezumat.** Dialogul de față este despre rezultatele Programului de Stat „Cultura promovării imaginii orașelor din Republica Moldova prin intermediul artei și mitopoeticii, 20.80009.0807.19”, care s-a desfășurat, la Chișinău, la Universitatea de Stat din Moldova, între anii 2020-2023. Proiectul a avut un caracter interdisciplinar întrunind cercetători care și-au desfășurat activitatea la diferite institute de cercetare și de cultură, persoane specializate în filologie, studiul artelor, istorie, biblioteconomie, turism, muzeologie. Ideea de care s-au condus cercetătorii în acest proiect a fost să se realizeze o cercetare comună pe o temă necesară societății și statului nostru, care să facă față, pe de o parte, unor probleme societale și să dovedească, pe de altă parte, eficiența unui dialog interdisciplinar autentic. Timp de patru ani s-a lucrat cu entuziasm și s-au obținut multe și frumoase rezultate, atât în formă de publicații, cât și organizând o serie de evenimente culturale de anvergură. Ceea ce își propun autoarele dialogului este să rezume ipotezele, obiectivele și cele mai importante rezultate ale proiectului, precum și să convingă guvernul, comunitatea academică și societatea de importanța continuării lui.

**Cuvinte-cheie:** Cultura promovării, imagine urbană, oraș, urbanism, artă, mitopoetică, Republica Moldova, Chișinău, Bălți, Cahul.

### The culture of promoting the image of the cities of the Republic of Moldova through art and mythopoetics.

#### Is it a stage or the end?

**Abstract.** The present dialogue is about the results of the State Program “The culture of promoting the image of the cities of the Republic of Moldova through art and mythopoetics, 20.80009.0807.19”, which took place in Chișinău, at the Moldova State University, between the years 2020-2023. The project had an interdisciplinary character, bringing together researchers who worked at different research and cultural institutes, people specialized in philology, the study of arts, history, librarianship, tourism, museology. The idea that led the researchers in this project was to carry out joint research on a topic necessary for society and our state, which would deal, on the one hand, with some societal problems and, on the other hand, prove the effectiveness of an authentic interdisciplinary dialogue. For four years we worked enthusiastically and achieved many beautiful results, both in the form of publications and organizing a series of large-scale cultural events. What the authors of the dialogue propose is to summarize the assumptions, objectives and most important results of the project, as well as to convince the government, the academic community and society of the importance of its continuation.

**Keywords:** Promotion culture, urban image, city, urban planning, art, mythopoetics, Republic of Moldova, Chișinău, Bălți, Cahul.

**AG:** Am decis, eu și Natalia Procop, să dedicăm acest dialog totalurilor Programului de Stat „Cultura promovării imaginii orașelor din Republica Moldova prin intermediul artei și mitopoeticii, 20.80009.0807.19”, program pe care l-am inițiat în 2020 cu un grup ai cărui membri, până în acel moment, și-au desfășurat activitatea la diferite institute de cercetare și de cultură. Ideea era să realizăm o cercetare comună, pe o temă necesară societății și statului nostru, care să facă față, pe de o parte, unor probleme societale și să dovedească, pe de altă parte, eficiența unui dialog interdisciplinar autentic. Eram siguri că deschidem o perspectivă inedită în cercetarea științifică din republica noastră.

**NP:** Am adunat atunci un colectiv de peste 20 de persoane specializate în filologie, studiul artelor, istorie, biblioteconomie, turism, muzeologie. Proiectul nostru a trecut cu brio concursul și, chiar dacă cererea noastră de finanțare a fost satisfăcută doar la 70 la sută, timp de patru ani am lucrat cu entuziasm, am obținut multe și frumoase rezultate, atât în formă de publicații, cât și organizând o serie de evenimente culturale de anvergură. Nu vom da cifre acum, deși numărul publicațiilor și evenimentelor pe care am reușit să le organizăm este impresionant. Se datorează, în adevăr, însuflețirii cercetătorilor care au simțit aerul înnoitor și promițător al temei de cercetare. Ceea ce ne propunem să explicăm în acest material sunt ipotezele, obiectivele și rezultatele proiectului nostru științific acum după încheierea lui (2020-2023), precum și să convingem de importanța continuării lui guvernul, comunitatea academică și societatea.

**AG:** Proiectul a apărut în deplina conștiință a faptului că, în contextul integrării europene și globale a Republicii Moldova, este foarte important să ne demonstrăm disponibilitatea de modernizare continuă. Și pentru că orașele au fost și mai sunt încă cele mai susceptibile de schimbare înnoitoare, relevanța cercetării lor inclusiv în acest sens este evidentă. Ceea ce ne-a mobilizat a fost încrederea că cercetătorii din domeniile socio-umane trebuie să participe la promova-

rea orașelor noastre, că imaginea orașelor nu e apanajul exclusiv al celor care le administrează, planifică și construiesc, ci și al celor care le descoperă, le pun în evidență semnificațiile și simbolurile identitare, le exprimă modurile de viață și valorile, le descriu atmosfera vremurilor prin care au trecut și le valorifică alte lucruri importante în plan cultural și spiritual.

Finalitatea cercetărilor a fost să propună un *model de promovare a imaginii orașelor noastre prin artă și mitopoetică*, în sensul pe care îl are astăzi conceptul de *imagine* în domeniul cunoașterii. Imaginea unui oraș este un construct social, un fenomen al culturii. În cea mai mare parte, aceasta se configurează ca o expresie a percepțiilor, atașamentelor, raportărilor la realitatea urbană sau a gusturilor estetice ale oamenilor care îl populează. Este o proiecție puternică, generată de colectiv prin artă, filosofie, religie și științe. Imaginea urbană sintetizează esențialul în creația urbană și consolidează sentimentul identitar – de apartenență la un oraș.

Ca și concep, denumind rezultatul cartografierii mentale a orașului, *imaginea urbană* a intrat în domeniul cunoașterii orașului prin anii '60, grație lui Kevin Andrew Lynch. În studiul său *The image of the city* [1], urbanistul american consideră imaginea urbană ca fiind alcătuită din trei componente: *structură*, *semnificație* și *identitate*. Sunt realități ascunse în profunzimea unui oraș, de care urbanistii trebuie să țină cont atunci când concep un spațiu urban fizic în așa fel, încât prin el să creeze rezidenților spirit de solidarizare și vizitatorilor percepții pozitive. Ulterior, conceptul de *imagine urbană* a fost utilizat cu sensul de modalitate perceptivă a spațiului urban, de *construct mental* care dă sens locului, chiar și de către specialiștii obișnuiți să lucreze cu lucruri, s-ar părea, obiective. Pentru geografii preocupați de spațiu, de pildă, acest concept înseamnă o „hartă mentală” sau „hartă interioară” despre „diferențele teritoriale privind semnificații, sentimente induse de manifestarea unor fenomene – percepția stării de teamă, de insecuritate, apartenența la un anumit loc, arealele de atractivitate (topofiliile) și cele de repulsivitate (topofobiile) ș.a.m.d.” [2, p. 98]. Imaginea unui

oraș se configurează prin percepții subiective, omologate de colectivitate într-un anumit moment. Ea este, ca să dăm mai multe definiții, „o realitate esențializată la nivelul unui oraș, filtrată de un subiect și pusă în circulație sub formă de informație” [3, p. 25]; „totalitatea experiențelor senzoriale și percepute conștientizate, cu o accepție nu neapărat pictorială, ci, mai degrabă, multifuncțională, descriptivă și simbolică”; „interfață integratoare care mediază conflictul de percepții și accepții ale spațiului urban” [2, p. 96] etc. În toate definițiile înțelegem o suprapunere a imaginarului peste geografia reală. Aspectele numite alcătuiesc ceea ce s-a numit *Orașul mental*, *Orașul interior*, *Orașul autentic*.

**NP:** Atenția noastră s-a orientat la personalitățile creatoare: scriitori, artiști plastici, arhitecți, urbaniști, dar și la produsele creației populare orale. Ne-a interesat felul în care aceștia au văzut orașele noastre de-a lungul timpului și mai ales cum l-au reprezentat, în imagini sintetice și simbolice, în creație: literatură, artă plastică, film, folclor etc. Am prevăzut analiza nu doar a creațiilor rezidenților orașelor noastre, ci și a celor care au călătorit sau au locuit un timp în ele. În fond, în toți acești patru ani trebuia să adunăm dosare cu „narațiuni”, care împreună să constituie o imagine reflectând multe aspecte, mai bune și mai rele, ale orașelor noastre. Apoi aceste „baze de date” trebuiau valorificate în așa fel încât să promoveze favorabil, dar organic imaginea orașelor noastre.

**AG:** Ideea de care ne-am condus a fost să completăm, prin produsele creației și limbajul simbolic al artiștilor, ceea ce nu poate oferi mediul urban în aspect fizic. Am cartografiat aspirații, percepții, stări de spirit, viziuni asupra lumii, gusturi estetice, simboluri și semnificații, metafore sintetizatoare ale modurilor de viață, fizionomii, peisaje urbane specifice, stiluri arhitecturale de autor, biografii ale oamenilor iluștri, mituri, legende și alte povești de tot felul în vederea alcătuirii unei imagini urbane cât mai atractive. Toate acestea sunt contribuții în planul *orașului mental*, care nu sunt de neglijat

în construirea unor politici de imagine și de promovare, inclusiv în sensul marketingului urban.

Noile politici urbane pun în discuție obligatoriu *imaginea urbană* ca instrument de furnizare a percepțiilor pozitive în managementul și marketingul urban, unde se utilizează mai adesea conceptul de *brand urban*. Simțim nevoia să distingem că, deși presupune și conotația economică/comercială, *imaginea urbană*, așa cum o înțelegem noi, înseamnă valorizarea unui larg spectru al creativității umane destinat unui auditoriu capabil de un înalt grad de penetrare a orașului, pe când *brandul* este asociat, de regulă, cu o imagine schematizată care să atragă resurse financiare în special pentru turism. Considerăm imaginea urbană ca pe un „palimpsest cu atâtea moduri potențiale de a-l privi, câți ochi sunt ca să-l privească” (Al. Calcatinge) [4]). Cei care vor concepe un *brand* pentru orașele din Republica Moldova pot consulta studiile noastre în lumina datelor-suport din istoria arhitecturii și arheologiei urbane, istoria artelor și literaturii, istoriei clasice și istoriei culturale.

**NP:** Așadar, am elaborat, pornind de la datele culese, un model de promovare a orașelor noastre prin artă și mitopoetică. Atenția noastră s-a centrat pe capitala Republicii Moldova, Chișinău, dar pentru a obține un model adecvat întregii republici, am inclus în aria noastră de cercetare un oraș situat la nord – Bălți și unul, respectiv la sud – Cahul. Am scris articole și studii pe care le-am publicat după principiul tematic în revista de față. Avem mai multe numere de revistă dedicate orașului Chișinău și cel puțin un număr pentru orașele Bălți și Cahul. Cercetătorii noștri au trimis articole și în alte publicații științifice, au ținut prelegeri și conferințe pe tema proiectului, au editat monografii, au organizat expoziții de artă și concursuri pe tema orașului, au elaborat trasee turistice. La sfârșitul celor patru ani, rezultatele au fost sintetizate în trei monografii dedicate orașelor Chișinău, Bălți și Cahul.

**AG:** În proiectul nostru științific, am pornit de la ideea că imaginea urbană se pretează

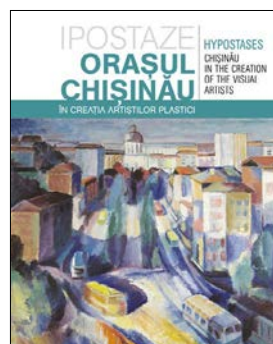
cercetării în câmpul inter- și transdisciplinar, unde se întâlnesc *psihologia* (care concepe „imagine” ca o reprezentare mentală, amintire a unei experiențe senzoriale) și *studiul artelor* (unde „imaginea artistică” este o combinație asociativă și creatoare a unor realități diferite: simbol, metaforă, comparație, metonimie etc., prin care se exprimă o *trăire psihică* și un *sens*). De aceea, am dat conceptului de *imagine urbană/a orașului* un înțeles în sens larg *antropologic*, denumind orașul văzut ca un organism viu, creat de și pentru oameni, și un altul *cultural*, ca expresie artistică a acestui organism, în convingerea că oamenii nu-și pot trăi viața fără a o exprima în creație (Ernest Cassirer [5]). Precizăm că, în demersul nostru de a obține imaginea orașului din datele unor interpretări specifice ale spațiului orașului, ne-am apropiat de disciplina care a fost numită, de scriitorul scoțian Kenneth White, *geopoetică*. Aceasta este o încercare a unui grup de cercetători și artiști scoțieni de a exprima contactul sensibil și inteligent cu lumea orașului – ca spațiul trăit – prin intermediul limbajului folclorului, literaturii, artelor vizuale, muzică, arhitectură etc. [6]. O altă precizare este că am abordat imaginea urbană ca pe un element al *textului urban*, așa cum îl concepea Kevin Lynch – cu *identitate, structură și semnificații*. Textul urban are, potrivit urbanistului american, o parte fizică vizibilă și o alta ascunsă, *imaginară, virtuală, ideală*, modelată de literatură, artă, filosofie etc. Acest text este *coerent* (din punct de vedere al logicii gramaticale) și are *calități estetice*, capabile să producă *impresii puternice*. Prin urmare, poate fi nu doar „scris”, dar și „citit” ca un *text literar*. În felul acesta, cercetările noastre s-au înscris într-un cadru mai mic – cel al *geocriticii* [7], o ramură a criticii literare care și-a propus să cerceteze relația dintre literatură și spațiu, dar mai ales în cadrul mai larg al paradigmei postmoderniste, care dictează preocupări pentru condiția actuală a orașelor în contextul globalizării și internetului.

*Modelul nostru de promovare a imaginii orașelor Chișinău, Bălți și Cahul* se bazează pe interpretările creatoare ale expresiilor vizuale

estetice și artistice, reprezentărilor imaginare și semnificațiilor pe care le comportă spațiile urbane. Studiile noastre urbane s-au vrut o valorizare continuă a ceea *ce se vede* și ceea *ce se interpretează* în orizontul lecturii mitologiei, literaturii, istoriei și artei arhitecților, artiștilor plastici și graficieni, muzicanților etc. Am abordat aspectul fizic al spațiilor și reperelor urbane și am oferit multiple ilustrări artistice cu referire la dimensiunea lor ideală. Am propus chei de lectură pentru spațiile și reperate urbane ale orașelor Chișinău, Bălți și Cahul, am configurat *topofilii* pentru rezidenți și turiști, am sugerat idei pentru un discurs persuasiv în politicile de imagine. În consecință, am creat o imagine urbană multiaspectuală pentru Chișinău, Bălți și Cahul, atractivă prin multiplele ei oferte artistice.

Monografiile de sinteză ale proiectului științific se numesc *Cultura promovării imaginii*. Toate trei monografiile dedicate orașelor Chișinău, Bălți și Cahul au capitole intitulate identic: *Mitopoetica orașului, Semnele Istoriei, Arhitectonica spațiului urban, Giuvaieră culturale, Identitatea orașului și cultura promovării ei, Despre oamenii locului și urmele lor, Dialogica, Itinerare urbane, Orașul în culori și Abajur pentru o bibliotecă*. În virtutea obiectului de cercetare – care este *opera de artă urbană* – aspectele enunțate se regăsesc într-o măsură mai mare sau mai mică în toate contribuțiile autorilor. Considerăm *Chișinău. Cultura promovării imaginii, Vol. 1*, coordonatoare Aliona Grati și Diana Dementieva; *Bălți. Cultura promovării imaginii, Vol. 2*, coordonatoare Ludmila D. Cojocar și Rodica Gotca; *Cahul. Cultura promovării imaginii, Vol. 2*, coordonatoare Marina Miron și Elisaveta Iovu-Macari, volume apărute la Editura Știința în 2023, drept volume-pilot și, în eventualitatea unor oportunități de finanțare, ne dorim continuarea în cazurile altor orașe ca Soroca, Orhei, Tighina, Căușeni etc.

**NP:** Aceste monografii au fost precedate de alte câteva mai cuprinzătoare a unui domeniu. În fapt, studiile din aceste volume trimit spre altele, elaborate în cadrul proiectului nostru sau nu, dar care pot servi drept informație pentru



cunoașterea orașelor Chișinău, Bălți și Cahul din perspectiva artelor, literaturii și, parțial, istoriei factuale documentate. Modelul nostru propune cunoașterea orașelor din variate perspective și dezvăluirea imaginii sub diferite aspecte. În mod special, am vrut să arătă felul cum a fost și mai sunt percepute orașele de către spiritele care pot modela imaginarul colectiv.

**AG:** În capitolul *Mitopoietica orașului* am adunat imagini ale orașelor modelate grație puterii literaturii, folclorului și artelor de tot felul. Imaginea unui oraș este oglinda spiritului creator al oamenilor care îl locuiesc, îl imaginează, îl poetizează și îl reprezintă în povești. Resorturile ascunse ale oamenilor – visele, nostalgiile, reprezentările, aspirațiile, fricile și anxietățile, viziunea asupra lumii – se sprijină pe sisteme mitologice alcătuite vreme de veacuri. Odată cu evoluția civilizației umane, caracterul sacru al miturilor s-a atenuat, spiritul modern a eludat din ele experiența religioasă. Încă din Antichitate mitul a „degradat” în legendă epică, baladă, basm sau roman, fără a-și pierde însă nici structura, nici importanța, deoarece, explica Mircea Eliade, omul rămânea „reductibil prizonier al intuițiilor sale arhetipale, create în clipa când a devenit conștient de așezare lui în cosmos” [8]. Spiritualitatea arhaică s-a manifestat implacabil, în toate epocile, ca „o nostalgie creatoare de valori autonome: artă, știință, mistică etc.” [5, p. 436-438]. Toate artele au moștenit prerogativele și puterea mitologiei, iar acest parcurs – de la „gândirea mitică” la „gândirea poetică” – a fost bine conturat de către filosoful și poetul Lucian Blaga în lucrarea sa fundamentală *Triologia valorilor* [9].

De pildă, literatura artistică, ca și toate domeniile creatoare ale culturii, este o „fiică” a mitologiei. Literatura este *mitopoetică*. În ce constă funcția mitopoetică a literaturii? În primul rând, literatură este o creație care provoacă emoții „înălțătoare”. În gândirea arhaică, mitul și repetarea lui antrena abolirea timpului profan și proiectarea omului într-un timp magico-religios: timp etern, timp mitic, timp auro-ral, dincolo de istorie, care le dădea oamenilor sentimentul apartenenței la creația spiritului. Creația literară a rămas, și în secolele următoare, o modalitate de a atinge viața pleneră după „cea dintâi pildă a lui Dumnezeu”. Evadarea în lumea fictivă a literaturii repetă gestul ritualic incantatoriu de înălțare spirituală. În al doilea rând, emoționând și uimind, literatura are capacitatea să modeleze percepțiile omului, care începe să vadă „cu alți ochi” o realitate, mai exact o imagine a realității. Imaginea artistică are putere emotivă și transfiguratoare. Nu în ultimul rând, ca orice altă creație, literatura instituie noi realități, alte lumi, alte universuri. Așadar, literatura nu doar emoționează, uimește, înalță spiritual, dar are și puterea de a crea universuri cu geografii mentale. Geografii mentale ale orașelor, adăugăm noi.

Mitopoietica este un fenomen al culturii și o viziune asupra lumii. A aborda imaginea orașului prin prisma vocației de mitopoietizare a scriitorilor lui înseamnă a valoriza orice impuls cultural, imagine memorabilă, manieră stilistică, tendință a discursului etc. de înălțare a urbei la nivel spiritual, transcendent, „cosmic”. Amintirile nostalgice ale vremurilor de demult, asemuirea orașului cu lumile arhetipale unde ființa umană se simte bine, trimiterile la „epoca

de aur” a istoriei naționale și chiar amintirile din copilărie etc. generează imagini care intră lesne în imaginarul colectiv, deoarece sunt percepute ca părți constitutive ale identității aceluși colectiv. Mitopoetica unui oraș are puterea de a concentra sentimentele de comunitate urbană, contribuie la cristalizarea unei culturi urbane, îi alimentează căutările identitare și îi modelează imaginea. Cunoașterea sensibilă a orașului nu poate fi decât strâns legată de *mitopoetica* lui (crearea de mituri, fie în mod colectiv, în folclorul și în religia unei culturi, fie individual, de către un scriitor care elaborează un sistem personal de principii spirituale), care este unul dintre indicatorii vitalității unei comunități urbane. Fără acest proces creativ dătător de vitalitate, orașele nu ar putea exista.

**NP:** Puterea de a modela imaginea unui oraș o au artele plastice. De aceea, am elaborat, ca un model pentru toate orașele, un album cu lucrările artiștilor plastici care au pictat Chișinăul în variate ipostaze istorice sau de anotimp, atmosferă, dispoziție etc. Am propus în acest album, intitulat *Ipostaze. Orașul Chișinău în creația artiștilor plastici* (Editura Arc, 2023), o colecție de reprezentări – în pictură și grafică de șevalet – ale orașului Chișinău, realizate de artiștii plastici în intervalul de timp de la sfârșitul secolului al XIX-lea și până în prezentul nostru. Am avut grijă, bineînțeles, să expunem doar cele mai semnificative lucrări, care surprind variate ipostaze din viața orașului, reflectă diferite perioade istorice și sunt realizate în spiritul mai multor curente artistice. Acestea dau seama de modul în care a fost privit, perceput, interpretat și imaginat orașul nostru de-a lungul unei istorii zbuciumate, schimbând câteva regimuri politice.

**AG:** Imaginea urbană este deci un produs mental, artificial al comunității urbane. Ea reiese din faptul că privirea unor obiecte din spațiul urban generează o percepție culturală a lor. Din punct de vedere cultural, orașul este rezultatul stratificării continue, al acumulărilor simbolice care s-au produs cu fiecare nouă putere și regim politic. Spațiul urban este un palimpsest în care

timpul și experiența orașenilor au lăsat urme în formă de zid, construcție, monument, spațiu urban, pictură sau literatură. Studiile din aceste volume abordează diferite limbaje și coduri prin care spiritul creator și artistic a conferit spațiilor urbane chișinăuiene semnificații importante pentru locuitorii lor. Este interesant de urmărit felul în care vremurile și contextele culturale au modificat, mai radical sau mai puțin vizibil, arhitectonica spațiilor urbane, simbolurile, imaginea urbană și în consecință identitatea. Metamorfozele orașelor pot fi urmărite în albia oricărei discipline umaniste, semnele timpurilor se profilează atât în arhitectură, monumente, amenajarea spațiilor, cât și în artele plastice și literatură. Un spirit cultivat le va găsi până și în muzică sau cinematografie, în ritualurile sau sărbătorile orașului.

Studiile din capitolele *Mitopoetica orașului, Semnele Istoriei, Arhitectonica spațiului urban, Giuvaieri culturale, Identitatea orașului și cultura promovării ei, Despre oamenii locului și urmele lor* s-au axat pe locurile și personalitățile care concentrează cel mai mare potențial emotiv-perceptiv, întrucât oferă date esențiale despre orașe. Este vorba mai întâi de clădirile, bisericile, clopotnițele, străzile, parcurile, lacurile, râurile și personalitățile care sunt legate de acestea din zona *orașului vechi*. Sunt invocate, deopotrivă cu cele existente, realitățile care au dispărut în istorie; orice prezentare se desfășoară după logica comparației între ceea ce a fost și ceea ce este. În interpretarea trecutului, istoria se întâlnește cu mitologia creată de arte. Ambele reconstruiesc mental trecutul dându-i o nouă existență ideală. Diferența dintre abordarea mitică și cea istorică nu stă în faptul că prima se ocupă de domeniul speculativ, ficțional, iar a doua de succesiunea faptelor adevărate, ci în atitudine. Evocarea trecutului prin filiera emoțiilor și percepțiilor ajută la identificarea topofiliilor (areale de atractivitate) și topofobiilor (areale care provoacă repulsie).

**NP:** Orașul trebuie să apară în ochii vizitatorilor, dar și a rezidenților ca o carte de citire. A avea spații urbane lizibile înseamnă a avea un

oraș cu spirit. În mod mai accentuat, în capitolele *Arhitectonica spațiului urban* și *Itinerare urbane* am inclus studii, rute turistice și filme documentare cu prezentări detaliate ale spațiului urban al orașelor Chișinău, Bălți și Cahul: arhitectură, monumente etc. Toate au menirea să creeze percepții pozitive și o imagine urbană memorabilă.

**AG:** Sunt aspecte ale modelul nostru de promovare a imaginii orașelor din Republica Moldova. Oricine simte responsabilitate față de un oraș și dezvoltarea lui durabilă va urmări ca ordinea internă a spațiilor urbane să corespundă unei *matrice arhetipale* proprii culturii acestui oraș. Ceea ce înseamnă, inclusiv să valorizeze, să întrețină și să dezvolte potențialul spiritului creator și artistic. În mod cert, studiile cercetătorilor noștri pot fi utile în acest sens, precum și pentru urbanistii care își propun să valorifice locurile și spațiile urbane cu valențe artistice și literare. Un oraș care își neglijează codurile de citire ale textului urban își împiedică agregarea comunității, creează imposibilități de cristalizare a unui sentiment de apartenență la comunitate, nu-și poate susține în timp o identitate puternică.

Orașele noastre au identitate și aceasta trebuie promovată într-o formulă deliberat culturală. Preocuparea pentru *Identitatea orașului și cultura promovării ei* caracterizează toate demersurile din aceste volume. Trebuie să subliniem faptul că am dorit să arătăm cum se poate pune în evidență identitatea unui oraș din perspectiva heraldicii și a concepțiilor moderne despre *brand*, precum și din perspectiva disciplinei imagologice.

**NP:** Să nu uităm să menționăm seria de dialoguri și interviuri pe tema orașului cu o serie de personalități ale orașelor cercetate de grupul nostru. Ele completează, într-un discurs mai viu, informațiile necesare pentru promovarea favorabilă a orașelor noastre. Pentru a facilita cunoașterea vie a orașelor, traseele urbane propuse de noi au atașate QR coduri care includ fotografii de epocă și actuale, precum și filme documentare. În cel din urmă capitol, *Abajur*

*pentru bibliotecă*, am inclus prezentări succinte ale monografiilor, edițiilor de texte vechi, antologiilor și albumelor de artă plastică despre orașele Chișinău, Bălți și Cahul, elaborate în cadrul proiectului „Cultura promovării imaginii orașelor din Republica Moldova prin intermediul artei și mitopoeticii”.

Este cazul să trecem în revistă cele 16 monografii: în anul 2020: Aliona Grati, *Chișinău. Morile timpului. Eseu de imagologie literară*. Chișinău: Prut Internațional, 2020, 368 p.; Aurelia Hanganu, Elena Ungureanu, Elena Varzari, *Oameni ai cuvântului*. Chișinău: CEP USM, 2020, 229 p.; Elisaveta Iovu, *Imagologia literară: școli, direcții, metode*. Chișinău: Artpoligraf, 2020, 222 p.; în anul 2021: Aliona Grati, *Regele Mihai și Basarabia. O poveste uitată de neuitat*. București: Eikon, 2021. 313 p.; Liliana Condricova, *Arta metalelor: portrete de creație ale bijutierilor și meșterilor de artă decorativă (a doua jumătate a secolului al XX-lea – începutul secolului al XXI-lea)*. Iași: Doxologia, 2021, 320 p.; Aurelian Dănilă, *Alexandru Samoilă. Interviu în două acte*. Chișinău: Epigraf, 2021, 240 p.; Diana Dementieva, *Caleidoscopul lecturii: Principalele direcții ale teoriei lecturii din secolul al XX-lea*. Chișinău: S.n., 2021, 222 p.; Aliona Grati (autor și coord.), Elisaveta Iovu, Oxana POPA, Diana Dementieva, Rodica Gotca, *Opera literară ca dialog și relație. Noi modele critice: dialogica, imagologia, sociocritica, critica orientată către cititor, ergocritica*. Chișinău: Știința, 2021, 500 p.; în anul 2022: Ion Chirtoagă, *Târguri și cetăți din sudul Moldovei (sec. al XIV-lea – sec. al XIX-lea)*. Chișinău: Editura UNU, 2022, 272 p.; Aliona Grati, *Chișinău. Morile Timpului. Eseu de imagologie literară. Volumul 2: Perioada sovietică și postsovietică*. Chișinău: Editura UNU, 2022, 432 p.; în anul 2023: Aliona Grati, *Chișinău. Morile timpului. Eseu de imagologie literară. De la începuturi până la 1944*, Vol. 1, ediția a 2-a completată, Chișinău: UNU (Bons Offices), 2023, 400 p.; Aurelia Hanganu, Elena Ungureanu, Elena Varzari, *Destine de lingviști. Oameni care au fost*. Chișinău: CEP USM, 2023, 260 p. În cadrul proiectelor au mai apărut 3 antologii: *Bălțiul în lumina vremuri-*

lor de altădată. Ediție îngrijită și argument. De Diana Vrabie. Chișinău: Editura UNU, 2022, 270 p.; *Chișinăul interbelic. Alte evocări (ne)sentimentale* (antologie de presă), postfață de Alexandru Corduneanu. Ediție îngrijită și argument de Diana Vrabie. București: Editura Eikon, 2022, 517 p. și o ediție de carte: *George Dorul Dumitrescu. „Îți scriu din Chișinăul alb”*. Ediție îngrijită și studiu introductiv de Aliona Grati. Chișinău: Editura Știința, Colecția „Memoriile Basarabiei”, 2022, 206 p.; două albume de artă plastică: în anul 2021: Natalia Procop, *La Chișinău viața va învinge. Jurnal de pandemie și Ipostaze. Orașul Chișinău în creația artiștilor plastici*, coordonatoare Natalia Procop și Elena Musteață. Chișinău: Editura Arc, 2023; precum și seria de volume colective, colecții de studii și articole prezentate în cadrul Conferinței științifice internaționale *Patrimoniul cultural de ieri – implicații în dezvoltarea societății durabile de mâine*, coordonator Liliana Condraticova, publicate în anii 2020, 2021, 2022, 2023, inclusiv în Suplimentul revistei științifice „Authentication and Conservation of Cultural Heritage. Research and Technique”, Iași–Chișinău.

**AG:** Trebuie să numim cercetătorii care au făcut posibile aceste frumoase monografii de sinteză a Programului de Stat „Cultura promovării imaginii orașelor din Republica Moldova prin intermediul artei și mitopoeticii, 20.80009.0807.19”, de la seniorii cercetători științifici principali la cercetătorii aflați la etapa doctoratului: Aliona Grati, dr. hab. în filologie, prof. univ. și director de Program de Stat, Mariana Șlapac, membru corespondent al Academiei de Științe a Moldovei, dr. hab. în studiul artelor, Tudor Stăvilă, dr. hab. în studiul artelor, Aurelian Dănilă, dr. hab. în studiul artelor, Iraidă Condrea, dr. hab. în filologie, Aurelia Hanganu, dr. hab. în filologie, Liliana Condraticova, dr. hab. în istorie și în studiul artelor și culturologie, Ion Chirtoagă, dr. hab. în istorie, Nicolae Enciu, dr. hab. în istorie, Alla Ceastina, dr. în studiul artelor și culturologie, Natalia Procop, dr. în studiul artelor și culturologie, Ana Simac, dr. în studiul artelor, Ludmila Șimanschi, dr. în

filologie, Diana Vrabie, dr. în filologie, Mariana Harjevschi, dr. în științe ale comunicării, Mariana Miron, dr. în istorie, Ludmila D. Cojocaru, dr. în istorie, Elisaveta Iovu, dr. în filologie, Diana Dementieva, dr. în filologie, Rodica Gotca, dr. în filologie, Mihaela Eni, dr. în filologie, Rodica Ursachi, dr. în studiul artelor, precum și cercetătoarele în proces de susținere a tezei de doctorat: Valeria Suruceanu, Elena Musteață, Livia Sârbu, Valentina Negru, Mariana Rusu și Marta Severin. Contribuția cercetătorilor numiți este inegală: a unora este covârșitoare și este vizibilă în numărul de publicații și de organizare a evenimentelor. Unii au colaborat la proiect temporar, din diferite motive.

**NP:** Să nu uităm să menționăm și cercetătorii care au avut bunăvoință să colaboreze și să ne ofere studii importante pentru monografiile Programului nostru: Silviu Andrieș-Tabac, dr. în istorie, Viorel Miron, dr. în economie, Ion Valer Xenofontov, dr. în istorie, Lidia Prisac, dr. în istorie, Ana Grițco, Ana Gobjila, Alina Ostapov, Sorin Șclearuc, Eugenia Tofan, Radu Marandiu, Ana Molcosean, Nicolae Fuștei, doctor în teologie, Dinu Poștarencu, dr. în istorie, Mariana Mihalevschi, Stela Draguțan, Ludmila Dobrogeanu, Maria Cunichevici-Moraru, Elena Ungureanu, dr. hab. în filologie, Gheorghe Nicolaev, dr. în istorie, Eugeniu Margine, Ion Ghelețchi, dr. în istorie, Tatiana Romaniuc, Alexandru Manoil, Maria Prepelită, Lidia Istomina, Ludmila Chiciuc, dr. în istorie, Alexandru Tabac, Ana Ischimji, Anatol Eremia, dr. hab. în filologie, Veronica Popa, dr. în filologie, Iraidă Ciobanu, dr. în studiul artelor și culturologie și alții.

**AG:** Așadar, orașul se vrea o forță gravitațională pentru toți. Idealul unui oraș este să fie în așa fel, încât tot mai mulți să vrea să-l locuiască, să facă investiții în el și să-l viziteze. O acută competiție cu celelalte orașe ale lumii, goana după a plăcea, pentru a obține atenție îl angajează în acțiuni de promovare de sine. Pentru că oamenii rămân principala resursă, imaginea de sine se vrea expresivă în promisiunile de



asigurare a unui nivel optim de trai, oportunități pe piața de muncă, confort psihologic, dar și împărtășirea unor valori care să-i însuflețească, să-i solidarizeze. Imaginea unui oraș trebuie să inspire încredere și fericire, vulnerabilități diminuate, rezistență la presiunile de tot felul și un parcurs onorabil în plan global.

Suntem în plin proces de globalizare și dezvoltare a tehnologiilor de informare. Sarcinile cresc, provocările sunt tot mai multe. Indicatorii emigrației populației din Republica Moldova se apropie către o linie roșie amenințătoare. Urbaniștii se află în situația în care trebuie să proiecteze și să dezvolte de urgență soluții noi pentru a nu-și pierde rezidenții pe care îi are și a-i atrage pe alții. Totodată, orașul trebuie să fie suficient de ofertant pentru un turism de calitate. O politică locală competentă va fi preocupată de îmbunătățirea permanentă a acestor aspecte în vederea promovării unei *bune imagini a orașului*. Susținerea unui stil de viață atractiv, alegerea limbajelor cu mare impact social, amenajarea semnificativă a spațiilor urbane, utilizarea energiilor creatoare ale artelor, generarea poveștilor expresive etc., care pot demonstra înzestrările sociale, intelectuale și artistice ale orașului, vor sta mereu la ordinea zilei.

#### Referințe bibliografice:

1. Lynch, Kevin Andrew. *The image of the city*, Cambridge (Massachusetts), 1960.
2. Cristian-Neacșu, Marius. *Orașul sub lupă. Concepte urbane. Abordare geografică*, București: Pro Universitaria, 2010.
3. Ianoș, Ioan. *Sisteme teritoriale. O abordare geografică*, București: Ed. Tehnică, 2000.
4. Calcatine, Alexandru. *Conceptul de Peisaj Cultural. Contribuții la fundamentarea teoretică*, București: Editura universitară „Ion Mincu”, 2013.
5. Campbell, Joseph. *Miturile care ne învață să trăim*, Cuvânt-înainte Johnson E. Fairchild, traducere din limba engleză Anca-Claudia Bunea, București: Editura Herald, 2011.
6. <https://www.geopoetics.org.uk/kenneth-white/>; White, Kenneth, White, Kenneth. *Le Plateau de l'Albatros. Introduction à la géopoétique*. Paris: Grasset, 1994.
7. Bertrand, Westphal. *Pour une approche géocritique des textes*, în „Bibliothèque comparatiste/Vox Poetica”, 2005; Eugen Simion, *Geocritica*. În: „Cultura”, 12 aprilie 2008.
8. Eliade, Mircea. *Morfologia și funcția miturilor*. În: „Tratat de istorie a religiilor”. Cu o prefață de Georges Dumézil și un cuvânt înainte al autorului, traducere din franceză de Mariana Noica, ediția a VII-a, București: Humanitas, 2022.
9. Blaga, Lucian. *Trilogia valorilor, II. Gândire magică și religie*, București: Humanitas, 1996.