

REZUMATELE INTERVENȚIILOR DIN CADRUL CONFERINȚEI
IMAGINEA GERMANULUI ȘI GERMANIEI ÎN
ROMÂNIA INTERBELICĂ
15-16 octombrie 2021, ZOOM

Corin BRAGA (Facultatea de Litere, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj Napoca),
corin.braga@ubbcluj.ro

Imaginariile în România / românilor. Istoria unui demers esențial de cunoaștere și înțelegere a identităților

Intervenția de față, o discuție informală asupra unui demers materializat în proiectul *Enciclopedia imaginariilor din România*, are ca punct de plecare întrebarea fundamentală Ce este imaginarul? Plecând de la teoriile domeniului structurare de Gaston Bachelard, Gilbert Durand, Jean-Jacques Wunenburger, comunicarea insistă asupra conceptului de imaginar literar și a modului în care pot fi recuperate prin intermediul *imagologiei* moștenirile culturale și identitățile spirituale din România.

Luminița IACOB (Facultatea de Psihologie, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)
lgim53@yahoo.com

Reprezentările sociale – arta simțului comun de a transforma nefamiliarul în familiar

Pornind de la evantaiul conceptual prezent în documentele preliminare ale Colocviului – imagologie, reprezentări sociale, stereotipuri, autoimagini, mentalitate, reprezentări individuale și grupale, imagini etc. – intervenția noastră încearcă să sublinieze *specificitatea reprezentărilor sociale*, conform perspectivei celui care a introdus și teoretizat conceptul în tematica psihologiei sociale (S. Moscovici, 1961). Câteva aspecte vor reține prioritar atenția: comparația reprezentări colective – reprezentări sociale, accepțiunile dominante în definirea și cercetarea RS, condițiile apariției unui obiect social, respectiv a reprezentării sale,

specificitatea metodologiei identificării reprezentărilor sociale, relația imagologie psihologică – reprezentări sociale.

Christian SCHUSTER (Facultatea de Studii Europene, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj Napoca)

christian.schuster@ubbcluj.ro

Fundamentare teoretică și metodologică despre imaginea „Celuilalt”

La nivel **teoretic**, pornind de la teoria sistemelor sociale a lui Niklas Luhmann, care consideră societatea nu ca un întreg care cuprinde indivizi și relații între aceștia, ci ca totalitatea comunicărilor, putem considera grupurile sociale relevante în acest capitol ca fiind sisteme distincte de comunicare, cu moduri și medii de operare și comunicare specifice. Astfel, categoria generică a „germanilor” din România, spre exemplu, nu poate fi considerată a fi o simplă categorie analitică, formată pe baza observațiilor externe ale cercetătorului, ci ca un sistem real de comunicări care pot fi observate atât din exterior, cât, mai ales, din interior. Aceste comunicări formează nucleul identității acestui grup – ca de altfel a oricărui grup social – atât din perspectiva autoidentificării, cât și din cea a recunoașterii externe.

În consecință, discursul public prin care se constituie emergent, în spațiul societal, imaginea identitară (de sine, dar și publică) a unui anumit grup, își are originea în observarea și, mai apoi, desemnarea acestui grup pe baza unei diferențieri observate. Observatorul care face această desemnare este însă, la rândul său, parte din contextul social mai larg și nu poate fi conceput ca având o poziție privilegiată, extramundană, de obiectivitate intrinsecă în observarea și descrierea construcției identitare a Celuilalt. Identitatea de sine a unui grup social (etnic, religios, lingvistic etc.) nu este însă nici ea una crescută strict organic, prin autoreferențialitate, ci ia naștere – este construită – prin includerea referințelor externe în propriul discurs identitar. Fără înglobarea elementului extern, construcția identitară rămâne paradoxală, decuplată de realitatea istorică și socială, monadică și impenetrabilă față de încercările de observare și descriere din partea unui observator extern.

Teoria sistemelor sociale autopoietice exclude, de altfel, prin prisma epistemologică a constructivismului radical, posibilitatea existenței unui astfel de observator extern obiectiv, dar și posibilitatea formării unei identități în lipsa unei diferențieri față de un ambient social

alteritar. Prin urmare, atât imaginea pe care o au românii, maghiarii, evreii etc. în discursul public al germanilor din România interbelică, cât și cea a germanilor în discursul public al conlocuitorilor lor, pot fi înțelese doar în conjuncție, ca două părți ale aceleiași distincții trasate în interiorul propriului sistem de referință. *In concreto*, când germanii vorbesc despre Celălalt (români, maghiari, evrei etc.), acest lucru dezvăluie mai multe despre propriul lor grup și despre propriile lor valori și prejudecăți, decât despre Celălalt. Același lucru este adevărat, evident, și pentru discursurile publice ale Celorlalți despre germani. De aceea, consider necesară abordarea tuturor acestor perspective în capitolul dedicat studiului imagologic al germanilor din România din perioada 1918-1933 și al relațiilor acestora cu alte grupuri sociale.

În special în procesul de definire sau autodefinire a unei etnii, auto- și allo-referențialitatea trebuie să coexiste, pentru a asigura criteriile de apartenență observabile atât din interior (sentimentul de apartenență, conștiința etnică/națională, spiritul comunitar, acceptarea din partea celorlalți membri ai comunității etc.), cât și din exterior (recognoscibilitatea externă a apartenenței, pe baza observațiilor și a unor criterii independente). Modul autologic/homologic în care iau naștere construcțiile identitare despre Celălalt în cadrul unor grupuri sociale autodefinite este esențial pentru înțelegerea profundă a discursurilor publice aflate în punctul focal al acestui capitol.

În acest context teoretic al teoriei sistemelor sociale, identitatea – atât cea personală a individului, cât și cea de grup – este o unitate care emerge prin reproducerea și repetarea continuă a operațiilor de observare (auto- și alloreferențială) și distingere a individului, respectiv a grupului social. Astfel, putem spune că identitatea nu are un caracter esențial-ontologic, ci unul performativ: germanul nu *este* german, ci este observat, deosebit, adresat, amintit și reamintit drept german, la fel cum și el însuși se definește, se comunică și se reiterează pe sine în societate drept german.

Această construcție imagologică are loc în diverse zone ale vieții sociale: în mediul cultural, în cel economic, în cel educațional, religios sau politic. Fiecare dintre aceste medii are însă moduri diferite de operare, de comunicare și de relevanță a identității actorilor sau acțiunilor implicate, având ca punct de reper diferite categorii de „public”. Acest fapt condensează, în fiecare dintre aceste medii, discursul despre diferite categorii sau grupuri sociale în forme specifice. Pentru unele dintre acestea, este necesară menținerea (și, deci, construirea, memorarea și reactualizarea) de imagini cu latență ridicată, cu variabilitate mică în timp. Așa, spre exemplu, în cazul economiei, care are nevoie de „germanul” serios, muncitor,

cinstit și de încredere ca punct de reper pentru stabilitatea economică; sau cazul culturii, care a creat imaginea „germanului” creativ, profund și vizionar. Pe de altă parte însă, alte subsisteme sociale precum sfera politicii sau cea a presei au nevoie de imagini fluide, cu potențialitate ridicată de schimbare și adaptabilitate la orice temă nouă. Astfel ia naștere în paralel și o imagine foarte schimbătoare a „germanului”, care astăzi este imperialistul impulsiv și irațional, iar mâine poate fi prezentat drept izbăvitorul națiunii. Pentru a ne da seama care este imaginea „germanului” (sau a oricărei alte etnii) în discursul public în general, trebuie să luăm act de aceste diferențe sistemice specifice și să analizăm spațiul social în care are loc construcția imagologică identitară ca un spațiu *policontextural* deschis atât spațial și tematic, cât și temporal.

La nivel **metodologic**, această abordare teoretică se poate traduce prin necesitatea a două niveluri de analiză distincte:

1. O analiză sinoptică, la momente dinainte stabilite din perioada analizată, a diferitelor reprezentări despre „german” în discursul public generat în cadrul câtorva subsisteme sociale distincte (economie, educație, literatură, politică, publicistică etc.). Aceasta ne permite să identificăm a) actori; b) teme; c) concepții și d) semantici comune legate de imaginea „germanului” care transcend limitele diferitelor subsisteme sociale prin capacitatea lor de a influența în mod performativ modul de percepere (de fapt: de construcție) socială a „germanului” la nivelul societății ca întreg.
2. O analiză temporalizată a celor mai influente și persistente teme, concepții, semantici și personaje rezultate din analiza precedentă, de-a lungul întregii perioade care ne interesează. Acest lucru ne va permite să urmărim, prin intermediul unor exemple reprezentative, evoluția imaginii germanului în discursul public.

Pentru aceste două niveluri de analiză, consider importantă urmărirea a trei dimensiuni distincte în alegerea exemplilor pe care le vom prezenta:

- *Memoria*: orice construcție identitară se menține și se modifică în funcție de capacitatea de rememorare și reproducere acurată a distincției care i-a dat naștere. De exemplu: imaginea germanului este percepută, în memoria colectivă a mediului cultural și educațional, ca fiind mult mai stabilă decât cea a germanului din sfera politică. Dacă acest lucru este sau nu factual adevărat, vom putea reconstitui în acest capitol urmărind

contextul în care discursul public „uită” sau „își reamintește” anumite aspecte despre acest „german generic”, în funcție de interesul momentului din zona socială analizată.

- *Mediul și forma discursului public*: orice comunicare din spațiul public ia naștere, cum spuneam mai sus, într-un anumit mediu social căruia îi corespunde un substrat specific de semantici, moduri de exprimare, convenții sociale, comportamente acceptabile, dar și Weltanschauungen diferite. De asemenea, fiecare dintre aceste zone ale societății are forme preferate de exprimare a convingerilor, de semnalizare a iritărilor sau de chemare la cooperare. Astfel, discursurile publice ale politicianilor sau publiciștilor cu agendă politică români, maghiari, germani, evrei etc. despre Celălți se deosebesc de cele ale actorilor mediului economic sau cultural sau religios-ecumenic prin acest substrat și prin forma aleasă. De exemplu, faptul că un politician sau publicist folosește cuvinte „grele”, calomniatoare la adresa unei persoane publice sau a unui întreg grup social nu înseamnă că aceeași persoană nu poate coopera, de fapt, foarte bine pe plan economic sau cultural cu aceștia. Este esențial, deci, să separăm și să ne raportăm permanent la aceste substraturi, fără a extrapola o imagine generală dintr-o formă de exprimare tipică pentru un subsistem social aparte.
- *Accesibilitatea comunicării discursului public*: nici astăzi, dar cu atât mai puțin acum 100 de ani, discursul public nu este deschis sau accesibil oricui. Există mereu poziții privilegiate de comunicare și grupuri-țintă pentru care riscul de a fi manipulate sau excluse din discursul public este extrem de mare. În analiza noastră, trebuie să includem atât pozițiile privilegiate, influente la scară largă, cât și cele defavorizate, care, deși deseori excluse, aveau și ele, la rândul lor, propriile imagini despre „Celălalt”, chiar dacă acestea nu sunt exprimate atât de des sau de vocal în spațiul public, în scrierile vremii sau în activitatea politică curentă. Mai mult, aceste imagini latente ale masei „invizibile” nu doar că nu iau naștere exclusiv prin influența liderilor de opinie din comunitățile lor, ci formează, adeseori, un substrat destul de robust pentru a obliga acești lideri să adopte acele discursuri publice care să satisfacă așteptările propriilor grupuri. Această dublă relaționare dintre substratul „popular” și reprezentarea la nivelul liderilor de opinie trebuie și ea evidențiată prin exemple sugestive în cadrul capitolului.

Consider că matricea astfel rezultată ne poate permite să selectăm acele studii de caz care să acopere cât mai bine atât paleta variată de reprezentări despre Celălalt, cât și evoluția în timp a acestora, precum și să reflectăm critic asupra modului în care unele dintre aceste

reprezentări au putut să se impună în detrimentul altora, cu consecințele pe care le cunoaștem pentru istoria ulterioară.

Philippe BLASEN (Institutul de Istorie A.D. Xenopol, Academica Română, Iași)

blasen@protonmail.ch

În țara oglinzilor. Luxemburghezul drept Celălalt german pentru intelectualii sași

Prezentarea analizează corespondența purtată între unii intelectuali luxemburgezi și Liga culturală a germanilor din Sibiu în perioada interbelică, scoțând în evidență diferența dintre autoimaginea luxemburgezilor și heteroimaginea sașilor transilvăneni, dar și modul în care luxemburghezii au întărit conștient percepția sașilor că și ei sunt germani. Arată consecințele pe care menținerea acestei ambiguități a avut-o în timpul ocupării germane a Luxemburgului în al Doilea Război Mondial.

Mihaela BOTNARI (Facultatea de Istorie, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

mihaelabotnari@gmail.com

Imaginea germanilor și a germanilor în manualele de istorie din România interbelică

Cercetarea va urmări îndeaproape subiectul instrumentalizării imaginii Germaniei în metodele didactice din România interbelică. Pentru a stabili contextul general ne vom focaliza pe situația învățământului și a predării istoriei licee în anii de după Primul Război Mondial. Vom avea în vedere autorii manualelor de istorie (Ion Floru, Oreste Tafrali, Nicolae Iorga, Constantin Giurescu, Lambrino Scarlat), analizând background-ul academic și social al acestora, discursul public și atitudinea civică cu privire la situația Germaniei ori a germanilor din România. Nu în ultimul rând, vom cerceta modul în care au fost reflectate o serie de evenimente istorice cu implicare germană (așezarea sașilor și secuilor în Transilvania, cucerirea Bucovinei de Austria 1775-1777, Germania și germanii în anii Primul Război Mondial). Cum au fost tratate aceste subiecte care îi privesc pe germani, cum a evoluat și oscilat

discursul cu privire la germani în manualele de istorie românești de după Primul Război Mondial sunt principale aspecte asupra cărora se va extinde cercetarea.

Alina BRUCKNER (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

bruckner.alina@gmail.com

Imaginea germanului în articole din periodicul „Arhiva pentru Știința și Reforma Socială” în perioada interbelică

Lucrarea de față își propune să prezinte imaginea germanului, așa cum reiese din articole publicate în periodicul coordonat de Dimitrie Gusti, *Arhiva pentru Știința și Reforma Socială*, publicație a Institutului Social Român. Acest prestigios institut, ale cărui baze au fost puse încă din anul 1918 la Iași, a adunat de-a lungul existenței sale personalități marcante din toate sferile de activitate ale României interbelice. Nu doar notorietatea acestui institut, implicit a publicației *Arhiva pentru Știința și Reforma Socială*, cât și funcțiile publice, academice și chiar politice deținute de membrii Institutului i-au transformat pe aceștia în adevărați formatori de opinie ai perioadei interbelice. Drept urmare, diversele aspecte prezentate și dezbătute în paginile *Arhivei* pot fi considerate a reda fidel o imagine a opiniei publice românești din perioada interbelică.

În scopul prezentei lucrări, am analizat *Arhiva pentru Știința și Reforma Socială* de la fondare, respectiv anul 1919, până în anul 1937, revista având în principiu o periodicitate de patru numere pe an. Diversitatea tematică a studiilor și articolelor publicate – economie, sociologie, istorie, filosofie, statistică, arhitectură, pedagogie, agronomie, chiar medicină – sugerează efervescența preocupărilor intelectualității interbelice față de noile realități ale societății românești de după 1918. Dacă la începutul revistei articolele sunt mai degrabă teoretice, pe parcurs ele capătă un caracter empiric, bazându-se pe realitățile sociale românești.

Printre articolele publicate în *Arhivă* imaginea germanului este prezentă în două mari ipostaze: pe de o parte, minoritatea germană din România Mare și pe de altă parte, modelul societății germane în diverse domenii de activitate. Prima ipostază este prezentată în articolul *Minoritatea noastră germană*, de Vasile Stoica, publicat în numărul 1 – 2 pe anul 1926, care oferă un material documentar interesant despre populația germană din România, în contextul

promovării ideii de toleranță a României Mari față de minoritățile conlocuitoare, dar și în amplul articol *Politica demografică a orașelor și minorităților etnice din Transilvania*, de Dr. Sabin Manuilă, publicat în numărul 1 – 3 pe anul 1929. Cea de-a doua ipostază a germanului, cea a unui model social și cultural, apare în mai multe articole din *Arhivă* din domenii diverse, în funcție de expertiza și sfera de interes a autorului. Astfel, în acest sens, pot fi menționate următoarele studii: *Casele de pensuni ale întreprinderilor particulare și asigurarea funcționarilor*, de M. Sanielevici, publicat chiar în primul număr al revistei, în cadrul căruia Germania și Austria sunt menționate ca fiind ”țările clasice ale asigurărilor sociale”, *Situația publicațiilor sociologice în Germania după războiu*, de M. Ralea, publicat în numărul 3 pe anul 1922, *Alegerea liberă a medicilor*, de Dr. Gr. Graur, în numărul 4 -5 pe anul 1923, *Reforma învățământului în Germania*, de Tudor Vianu, publicat în numărul 3 – 4 pe anul 1927, *Principiile conducătoare ale anteproiectului unui cod penal unitar pentru Austria și Germania*, de C. Chisăliță, în numărul 1 – 3 pe anul 1929.

Sub aspect imagologic, în toate aceste articole societatea germană e înfățișată drept un model exemplar, iar eventualele critici se referă aproape exclusiv la capacitatea societății românești de a adapta paradigmele germane. De asemenea, minoritarul german din România Mare, prezentat nu doar singular, ci și în contextul tuturor minorităților etnice și confesionale conlocuitoare, este la rândul său cetățeanul-model al unui stat modern.

Deși după anul 1933 revista capătă un pronunțat caracter francofil, articolele publicate până atunci în *Arhiva pentru Știința și Reforma Socială* sugerează o imagine a germanului ca factor civilizator esențial în dezvoltarea modernă a statului român.

Flavius SOLOMON (Institutul de Istorie A.D. Xenopol, Academica Română, Iași),

flavius.solomon@yahoo.de

Germanii în socio-demografia românească din perioada interbelică. Cazul Sabin Manuilă.

Grupurile etnice minoritare au reprezentat în perioada interbelică un topic important al socio-demografiei românești. Imediat după 1918, sociologii, demografii, etnografii, istoricii, antropologii români și-au îndreptat atenția în special asupra grupurilor considerate iredentiste, care au deținut anterior controlul politic asupra regiunilor incorporate la România după Primul

Război Mondial (în special asupra maghiarilor, în Transilvania și Banat, și rușilor în Basarabia) sau asupra evreilor, văzuți drept principali agenți ai doctrinelor radicale de stânga. Prin comparație, germanilor din noile provincii le-a fost atribuit, de cele mai multe ori, rolul de factori stabilizatori și modernizatori ai României Mari. În comunicare, autorul analizează evoluția imaginii etnicilor germani în socio-demografia românească interbelică, pe baza studiilor lui Sabin Manuilă. Figură reprezentativă a socio-demografiei românești, a cărui moștenire academică a fost însă puternic chestionată și contestată ulterior, Manuilă a publicat în perioada interbelică și în anii celui de-al Doilea Război Mondial, inclusiv în limbi de circulație internațională, numeroase studii în care s-au reflectat, diacronic, concepte și ideologii venind dinspre diverse școli de gândire occidentale.

Raluca RĂDULESCU (Facultatea de Limbi și Literaturi Străine, Universitatea din București / Tübingen)

raluca.radulescu@lils.unibuc.ro

„Fräulein“ în piesa de teatru „Gaițele“ de Alexandru Kirițescu (1929)

Lucrarea îți propune să analizeze modul de reprezentarea a străinului, în speță a germanului, într-un text literar din perioada interbelică. De urmărit este construcția personajului „Fräulein“ în relație cu celelalte, reprezentante ale unei vechi familii de moșieri din sudul României. Se va demonstra că imaginea guvernantei germane se dezvoltă pe baza interacțiunii cu alteritatea etnică a celorlalte personaje, cu care intră într-un joc de afirmare a propriei identități culturale, dar și de subversiune ale unor clamate valori, care se vor dovedi stereotipii bine consolidate. În același timp, guvernanta nu rămâne străină de atitudini și practici autohtone pe care le asimilează, mulându-se pe specificitățile culturale din casa unde locuiește, pe care, pe de o parte, le va oglindi în propriul comportament, pe de alta le va demasca în cel mai direct mod, nu fără să le devină în final victimă. Comedia de moravuri a lui Kirițescu este o satiră dulce-amară la adresa unui sistem de valori burghez putred, pus la îndoială de outsiderul străin, dar periculos prin forța de contagiare.

Iulia ZUP (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

iuliazup@gmail.com

Spațiul german în viziunea lui Constantin Rădulescu-Motru în perioada interbelică

În această lucrare, ne propunem a prezenta ideile principale ale volumului *Încotro merge Germania de azi? Scrisori dintr-o țară învinsă* (București 1922), redactat de filosoful și psihologul Constantin Rădulescu-Motru cu ocazia călătoriei sale în Germania, în perioada 15 noiembrie 1921 – 15 martie 1922. Dorind să înființeze un institut de psihologie în România, Motru face un stagiul de documentare la institutul de psihologie din Leipzig, unde studiasse și lucrase în anii tinereții. Impresiile sale despre Germania și germani sunt trimise în țară sub formă de scrisori și publicate în ziarul „Adevărul” și revista „Ideea Europeană”, iar mai apoi adunate și publicate sub formă de volum. Ideile prezentate în această carte, care reprezintă contribuția lui Motru la formarea unei imagini românești asupra Germaniei, un fel de reabilitare a Germaniei, vor fi corelate cu alte lucrări ale lui Motru despre spațiul german (eseul *Rumänien und die deutsche Kultur*, publicat în *Europäische Revue* la 1934; fragmente din *Mărturisiri academice* 1942 și *Revizuirii și adăugiri* 1943), date biografice despre ilustrul filosof și psiholog român, precum și alte lucrări despre Germania, publicate în aceeași perioadă de filosofi români (Nae Ionescu, *Note de drum prin Germania* în „Ideea Europeană”, M. Ralea, *Scrisori din Germania* în „Viața Românească”).

András F. BALOGH (Facultatea de Litere, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj Napoca)

andras.balogh@ubbcluj.ro

Imaginar și cunoștințe despre popoarele învecinate în literatura de expresie germană din România înainte și după Primului Război Mondial

Ion LIHACIU (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

lihaciu@uaic.ro

Cu privire la receptarea literaturii române în două cotidiane germane. Czernowitzer Allgemeine Zeitung și Czernowitzer Morgenblatt (1918-1933).

În prezentarea noastră ne propunem o trecere în revistă a modalităților de receptare a literaturii române în presa de limbă germană din Bucovina, în perioada 1919-1933. Ca surse pentru exemplificare am ales două dintre cotidienele generaliste cu cel mai mare tiraj, anume *Czernowitzer Allgemeine Zeitung* și *Czernowitzer Morgenblatt*. Inventariem tipurile de articole care conțin diverse referiri la literatura română: prezentări de autori, prezentări de volume recent editate, inclusiv traduceri (semnale de carte/recenzii) sau prezentări ale unor manifestări dedicate unor figuri proeminente ale literaturii române. O categorie aparte o reprezintă receptarea creațiilor unor scriitori bucovineni contemporani. De asemenea, cronicile de teatru care au în atenție piesele unor autori români jucate pe scena teatrului cernăuțean reprezintă ultima categorie avută în vedere în cadrul investigației de față.

Francisca SOLOMON (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

francisca_solomon@yahoo.com

Proiecție și realitate. Imaginea simbiozei germano-evreiești în lumina presei germanofone cernăuțene

Îndeosebi la Cernăuți, care a devenit în anul 1849 capitala Ducatului Bucovina, poate fi observată o efervescență manifestată la diverse nivele, care a dus la cristalizarea unui puternic patriotism local, a conștiinței apartenenței la statul austriac. În anul 1910 aproximativ o treime din populație era alcătuită din români, o altă treime din ucraineni, 12% erau reprezentate de evrei, 10% de germani, 4% de polonezi, restul populației fiind compus din unguri, armeni, slovaci, lipoveni, huțuli și țigani. Acest melanj de popoare din Bucovina a condus la conturarea unor mituri, propagându-se adeseori o imagine mărginită, distorsionată, idilico-romantică despre aceasta regiune, relațiile interetnice fiind prezentate ca unele armonioase și pașnice,

chiar și după destrămarea monarhiei austriece. De cele mai multe ori, radicalizarea unor discursuri naționale ori unele izbucniri naționaliste au fost percepute de numeroși bucovineni, încă profund influențați de moștenirea ideologică a liberalismului austriac, ca fiind doar simple derapaje de la o „normalitate” clădită în mod susținut de-a lungul mai multor secole. De altfel, în numeroase discursuri politice, publicistice ori literare Bucovina se profilează ca un spațiu multicultural în care „spiritul german” se constituie ca o importantă verigă de legătură între naționalități.

Perioada interbelică, cu precădere anii '30 și ale sale tulburări politice și identitare zdruncină din ce în ce mai puternic acest imaginar colectiv al evreilor bucovineni, rămași fideli vechilor paradigme istorice și culturale.

Prezentarea își propune să urmărească construcția și deconstrucția acestui imaginar colectiv pornind de la exemplul oferit de o serie de discursuri jurnalistice, precum cele promovate de periodicele *Ostjüdische Zeitung*, *Czernowitzer Morgenblatt* și *Czernowitzer Allgemeine Zeitung*.

Marlies LENZ (Facultatea de Litere, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj Napoca)

mabale1900@yahoo.com

Die Völker Siebenbürgens in der sächsischen Mundartdichtung in der Zwischenkriegszeit

În încercarea de a acoperi subiectul, demersul de față se situează pe mai multe paliere: un mic excurs despre graiul săsesc și dezvoltarea sa în decursul veacurilor; sașii văzuți de Anna Schuller-Schullerus în piesa de teatru: *Äm zwin krezer* (1923; *Pentru doi crițari*); *Povestiri amuzante despre Roma*: Adolf Schullerus: *Geschichte vum Tschiripik* (1928); doi renumiți scriitori de grai săsesc: Otto Piringer și Gustav Schuster; imaginea românilor în graiul săsesc

Nora CHELARU (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

nora.chelaru@gmail.com

„Fabrica de intrigi a Societății Națiunilor” – Aderarea Germaniei la Societatea Națiunilor reflectată în ziarele de limbă germană din România (septembrie 1926)

Pe 8 septembrie 1926, după lungi negocieri, Germania a aderat la Societatea Națiunilor. Așadar, principalul învins din Marele Război a intrat în organizația internațională creată de învingători, provocând o detensionare a relațiilor dintre foștii dușmani. Prezentarea mea urmează să examineze editorialele apărute în diferite ziare de limba germană tipărite cu această ocazie, cu scopul de a răspunde la următoarele întrebări : Cum era percepută aderarea Germaniei la Societatea Națiunilor de către diferiți redactori, respectiv de diferite grupuri de germani, precum și de evrei, care editau aceste ziare ? Era văzută aderarea ca o înfrângere sau ca un nou început ? Ce imagine a Germaniei se oglindește în aceste aprecieri? Ce ne spun acestea despre relația redactorilor sau grupurilor respective cu statul german ?

Mihai CEAUȘU (Institutul de Istorie A.D. Xenopol, Academica Română, Iași),

msceau@yahoo.com

Imaginea “germanilor” în cadrul comunității românești din Bucovina

În demersul nostru urmărim să evidențiem câteva aspecte privind reflectare imaginii germanilor bucovineni în cadrul mediul politic și administrativ românesc, în primul deceniu interbelic. Mai întâi, pentru o oarecare comparație, ne vom apleca asupra situației existente în Bucovina de la începutul secolului XX și până în preajma Primului Război Mondial. Apoi, pornind de la premisa că sfârșitul războiului a însemnat la nivel provincial un moment de cezură în relațiile dintre români și ”germani”, încercăm să vedem cum s-a reflectat acesta la nivel factorilor politici decizionali, mai ales în domeniul folosirii limbii germane, dar și al relațiilor cu minoritatea germană în primii ani postbelici.

Daniela Maria STANCIU (Facultatea de Științe Socio-Umane, Universitatea Lucian Blaga din Sibiu),

danamstanciu@yahoo.ro

Germani, austrieci și germanitate. O perspectivă imagologică asupra alterității Germanului în anii 20 ai secolului trecut în sudul Transilvaniei

Proiectul de cercetare pornește de la redefinirea conceptului de germanitate în anii '20 ai secolului trecut în sudul Transilvania. Odată cu Primul Război Mondial percepția imagologică a românilor și sașilor din Transilvania asupra Germanului și Austriacului se va metamorfoza. Scopul proiectului de cercetare este să reliefeze asemănările și deosebirile din imaginarul românesc și cel sășesc cu privire la imaginea Germanului și a germanității în perioada imediat următoare finalului Marelui Război. Așadar, urmărind o abordare comparativă a mentalului colectiv al unor comunități etnice din Transilvania ne propunem evidențierea unor stereotipuri prezente în epocă. De interes pentru cercetare sunt în primul rând sursele publicistice, în speță presa din perioada interbelică din orașele Sibiu și Brașov.

Ovidiu BURUIANĂ (Facultatea de Istorie, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

ovidiu.buruiana@uaic.ro

Reprezentarea germanului și Germaniei după război în presa centrală românească. Studiu de caz: cotidianul Adevărul (1919-1922)

În demersul de față îmi propun să analizez modul în care este prezentat *Germanul* și *Germania* în perioada imediat următoare încheierii Primului Război Mondial în presa centrală românească. Alegerea cotidianului *Adevărul* a avut drept motiv încercarea de a identifica un principiu de coerență într-un demers mai curând policentric și polifonic, cu emițători și discursuri care se suprapun, se întretaie, date fiind mizele foarte diferite ale actorilor implicați. Discutarea articolelor dintr-o publicație, cu limitele metodologice inerente, are rolul de a evidenția evoluția unor imagini și stereotipuri asupra germanului și Germaniei, de la

„dușmanul” de la finalul anului 1918, cu toate caracteristicile aferente, la „fostul adversar” și necesarul partener.

Ana PĂLIMARIU (Facultatea de Litere, Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași)

anamaria.palimariu@gmail.com

Vocea lui Tudor Vianu în 1933 în Germania prin intermediul „Revistei de Estetică și Cercetare în Arte“

În cadrul numărului 27 din anul 1933 al „Revistei de Estetică și Cercetare în Arte“ / „Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft“, Tudor Vianu publica un articol intitulat: „Estetica și cercetarea în arte în România“ („Ästhetische und kunstwissenschaftliche Arbeit in Rumänien“).

Tudor Vianu reușea să realizeze o reprezentare atât asupra germanilor cât și o autoimagine despre cultura română care se dovedeau a putea fi deschise una către cealaltă și interesate una de cealaltă.

Pornind atât de la aprecierea că estetica în România ar fi o consecință a răspândirii idealismului german cât și de la o fermă susținere a ideilor estetice și a meritelor științifice ale lui Titu Maiorescu, Tudor Vianu argumentează rolul decisiv al înaintașului în evoluția culturii române, deoarece Maiorescu ar fi preluat de la Hegel conceptul de artă autonomă, independentă, conceptul de „l'art pour l'art”, care ar fi fost pus în antiteză de către Dobrogeanu-Gherea cu ideile provenite din tendințele sociale ale artei. „Mărul discordiei” dintre Maiorescu și Dobrogeanu-Gherea este explicat de către Tudor Vianu ca fiind „emoțiile impersonale” transmise de către arta autonomă, pe care le-ar fi susținut Maiorescu ca discipol al lui Hegel, dar pe care Dobrogeanu-Gherea le-ar pune sub semnul întrebării, condamându-le chiar de imoralitate. Tradiția antagonismului ar fi fost, după Vianu, continuată prin Mihai Dragomirescu, fondatorul științei filologice în România, pe de o parte și H. Sanielevici pe de alta, care ar îmbogăți argumentarea necesității de ne raporta la mediul înconjurător, social, cu aspectul *rasei*, fapt care pe Tudor Vianu îl îndreptățește încă o dată să se delimiteze ferm de poziția acestuia din urmă.

Ce și mai ales cum propune Tudor Vianu cititorilor de limbă germană să înțeleagă din acest antagonism în anul 1933?