

# UNIVERS PSYCHO

MODA

Nr. 4  
1/1995







**SOCIETATEA  
ȘTIINȚĂ & TEHNICĂ S.A.**

Societate cu capital de stat,  
funcționând sub egida  
Ministerului Cercetării și  
Tehnologiei, înmatriculată în  
Registrul Comerțului  
cu nr. J 40/6775/1991

Consiliul de administrație  
**IOAN ALBESCU - Director**  
**NICOLAE NAUM**  
**TURLICĂ LILIANA**  
**RODICA**

Redactori  
**EMILIAN M. DOBRESCU**  
**CRISTINA ANISESCU**

Tehnoredactor  
**PAVEL D. CONSTANTIN**

Coperta  
**ILEANA LĂLUȚ**

Difuzarea  
**CORNEL DANELIUC**  
**MUGUREL NIȚULESCU**  
(telefon: 617 72 44 sau  
617 60 10, int. 1151)

Adresa: Piața Presei Libere  
nr. 1, cod. 79781, sector 1,  
București  
Telefon: 617 72 44 sau  
617 60 10, int. 1151

Tiparul:  
Tipografia "INTERGRAPH"  
Telefon: 769 35 68

Abonamente se pot face prin  
Rodipet S.A.,  
precum și direct la redacție.

**Lei 600**

# MODA

## în definiții

- Un adăpost din care ieși în diverse moduri studiate, te faci remarcat doar cât și când vrei.

**Emile Chartier Alain**

- Tradiția zilei de astăzi care, ca orice tradiție trebuie respectată.

**Johan Wolfgang Goethe**

- Formă de urâtenie atât de intolerabilă încât trebuie să o schimbi la fiecare șase luni.

**Oscar Wilde**

- Tip de convenție socială, ori fază a unei convenții cu caracter schimbător.

**John Drever**

- Formă de artă aptă de a reflecta cu o forță egală cu cea a picturii sau a arhitecturii, ansamblul concepțiilor estetice ale societății la un moment dat.

**Anne Hollander**

- Ansamblu de gusturi, preferințe, deprinderi, care predomină la un moment dat, într-un mediu social, privind îmbrăcămintea, ținuta, comportarea.

**Mic dicționar enciclopedic, 1972**

- Formă de comportament al indivizilor, prin excelență social.

**Dicționar de psihologie socială**

Colaborările dumneavoastră pot fi trimise pe adresa:  
*Emilian M. Dobrescu*, Academia Română,  
Calea Victoriei nr. 125, sect. 1, București, cod  
71102 sau

*Cristina Anisescu*, S.C. "Știință & Tehnică"  
S.A., Piața Presei Libere nr. 1, sect. 1, București,  
cod 79781.

**I.S.S.N. 1223 - 0839**



# FASCINAȚIA MODEI

**M**oda nu se referă doar la vestimentație. Termenul are conotații mai largi, desemnând o manieră comună de a gândi, de a se îmbrăca, de a simți, de comportament; deci, acel element identic sau asemănător care este prezent într-un anumit segment cultural și care se impune ca majoritar sau dominant. Astfel, poate fi la modă să fumezi pipă, să zâmbești suav și melancolic sau să te înscrii într-un partid.

Această notă comună se poate manifesta la nivel grupal sau societal, local sau global, acționând în manieră ideologică: introduce și menține un element cultural, îl valorizează și îl declară "the best", recrutează aderenți și produce adversități.

Într-o pluralitate culturală este normal să existe și o multitudine de curente în modă, între care apare o anumită concurență și care generează ierarhizarea acestora, însă unul dintre acestea se va impune, va deveni predominant sau va constitui un reper. Preferințele manifestate au la bază atât elemente de ordin estetic, cât și elemente ce țin de dorințe, care, cumulate, se regăsesc în ceea ce în limbajul comun se definește prin "gust". Jocul afectiv-estetic personal se relevă într-un anumit mod de a gândi sau acționa și este ajustat de către tipare socio-culturale.

Moda are un domeniu aparte, specific: ea se referă nu la conținutul activităților umane, ci la modalitatea de a executa anumite acțiuni, la felul cum se procedează în diferite împrejurări, dar nu din punct de vedere tehnic (al operațiilor necesare), ci dintr-o perspectivă estetică-afectivă. Argumentele care susțin o modă sunt de genul: "îmi place să...", "este mai frumos astfel..." etc. Ele se situează într-un registru cultural, iar acest fapt explică relativa ușurință a evadării din limitele uzanțelor stabilite de către gustul comun (sau devenit comun). Totuși, nu trebuie subestimată forța modei de a se impune, de a face ca anumite valori să dobândească perenitate, să se transforme în element esențial în cadrul culturii respective.

Moda posedă un caracter normativ, ea valorizează, stabilește reguli și prescrie comportamente. Totodată, are și un caracter expresiv, îngăduind manifestarea după criteriile esteticii, după preferințe și dorințe ale modalităților acționale ale comportamentelor individuale și sociale. Prin felul propriu de înfățișare al unei anumite maniere (mode), indivizii se identifică și se disting ca fiind aderenți la o anumită concepție de a vedea lumea. Se ivesc și reacții ale mediului psiho la impunerile pe care o modă le practică: apare o sancționare a adeviziei exagerate și fără discriminare a ceea ce moda respectivă aduce cu sine, dar și o respingere a respectivei mode. Se dezvoltă, dincolo de "capriciile" și "zbaterele" ei, așa-numitul "bun gust", respectiv acel gust care se cultivă, care acceptă mai greu inovațiile, preluând elemente originale și creative, pe care le integrează unui ansamblu de coduri deja existent, astfel că își asigură o continuitate și o subzistență ceva mai îndelungată. De altfel, bunul gust este el însuși o modă.

**Psiholog Justin Codreanu**



Grafică: Cristina Lazăr



# Individualitate și spirit colectiv în modă

**M**oda este o regăsire permanentă a valențelor socioculturale, puse în evidență într-un anumit moment și în context. Astfel, întreg ansamblul de conduite și opinii publice dintr-o cultură dată, exprimă preferențial și temporal anumite practici expresive ale vieții sociale (vestimentație, coafură, artă, morală, gândire, habitat etc.) Definită ca fenomen socio-dinamic și implicată în schimburile sociale, moda intervine reglator, realizând echilibrul între tendința de acceptare și nonacceptare, între conformism și nonconformism comportamental.

Acceptarea unui curent de modă este o reacție normală, firească, de captare a atenției prin reînnoirea aparenței fizice, de la a uimi până la a speria, iar integrarea într-un astfel de curent este justificată, voluntar, prin imitație. Fenomenul imitativ are la bază componente motivaționale (nevoia de identificare, dorința de-a plăcea, de-a obține beneficii, recompense etc.) și se află într-un raport invers cu dezvoltarea personalității și a gustului estetic personal, (în sensul unui înalt nivel cultural și artistic).



Studiile psiho-sociologice despre modă, deși foarte puține, au pus în evidență prezența a două tipuri de motivații, aparent în opoziție: grija și dorința de a face și de a fi ca ceilalți și cea de a se distinge, de a ieși în evidență. Cele două ordini motivaționale pot fi coexistente la cea mai mare parte din indivizi. Această dualitate motivațională relevă diferențierea socială.

Moda constă în două momente importante :

1. Creația noului prototip, care trebuie să reîmprospăteze, să zguduie și să aducă o notă excitantă prin imaginație și inventivitate, pentru a fi perceput ca ceva nou.

2. O largă scală de imitație a prototipului, cu tendința de egalizare sau uniformizare. Rezultatul este pierderea prospețimii și noutății; plăcerea inițială este mult diminuată.

Alături de funcția uniformizării în modă, există și cea a diferențierii, explicată de faptul că oamenii se deosebesc în sensibilitate, percep discriminator elementele expresiv valorice ale culturii și adaptează din modă doar ceea ce se potrivește conformației, vârstei, sexului, gustului.

Poate nu este prea mult spus că cei mai mulți indivizi sunt sensibili la aspectul modei și au și plăcerea de a-l accepta. Alții se arată insensibili. Deci, există pericolul unei abateri de la simbolurile recunoscute de indivizi, pentru că identitatea lor este afectată, iar afirmarea Eu-lui este legată mai mult de dorința de prestigiu și notorietate, ca embleme de exterior ale distincției personale ori ale apartenenței la un grup.

Dificultatea cheie a înțelegerii modei în capriciile aparente, este lipsa cunoașterii exacte a simbolurilor inconștiente atașate formelor, culorilor, texturilor și altor elemente de expresie într-o cultură dată, dificultate datorată faptului că mijloacele de exprimare individuale tind să aibă din ce în ce mai multe și diverse atribute simbolice.

Orice modă este, prin definiție, trecătoare, mai ales când estetica elementară, proporția și armonia sunt ignorate.

Legată intim de temporalitate, moda se derulează rapid, relevând alternanța formelor și expresiilor culturale, independent de cursul general al istoriei, dar dependent de pulsul vieții sociale.

**Cristina Anisescu**



# CARACTER ȘI VEȘMÂNT!

**D**acă doriți să vă cunoașteți caracterul, încercați să răspundeți la întrebările de mai jos:

**1.** Vă îmbrăcați după moda sezonului, indiferent dacă este necesar sau nu?

Da - 3 puncte; Nu - 0 puncte.

**2.** Care este culoarea dumneavoastră preferată?

Culorile deschise, vii - 3 puncte; Culorile închise - 2 puncte.

**3.** Ce stil preferați?

Clasic - 0 puncte; Sportiv - 3 puncte; În ton cu moda - 5 puncte.

**4.** V-ar face plăcere să fiți apreciată drept promotoare a celei mai extravagante mode?

Da - 5 puncte; În funcție de împrejurări - 3 puncte; Nu - 0 puncte.

**5.** Vă plac combinațiile îndrăznețe de culori?

Da - 5 puncte; Câteodată - 3 puncte; Nu - 0 puncte.

**6.** Ce ați purta cu plăcere?

Bluzele sport - 3 puncte; Costumele englezești - 2 puncte; Fustele cu croială simplă - 1 punct.

**7.** Ce model de pălărie preferați?

Romantice, cu boruri largi - 7 puncte; Tip "turban" - 4 puncte; Fără boruri - 2 puncte; Nu purtați pălărie - 0 puncte.

**8.** După aspect, ce fel de geantă ați prefera?

Sport, cu curea - 4 puncte; De forma unei lădițe - 3 puncte; "Plic" - 2 puncte; Indiferent, ce este la modă - 0 puncte.

**9.** Vă plac pantofii cu tocuri înalte?

Da - 3 puncte; Nu - 0 puncte.

**10.** Există în garderoba dumneavoastră, măcar un singur fel de îmbrăcăminte confecționată de către dumneavoastră?

Da - 3 puncte; Nu - 0 puncte.

**11.** Acasă, cel mai frecvent, ce fel de îmbrăcăminte purtați?





Fustă lungă - 5 puncte; Capot - 3 puncte; Îmbrăcăminte mai veche, uzată - 2 puncte.

**12.** Care sunt podoabele dumneavoastră preferate?

Colierul - 7 puncte; Mărgelile - 5 puncte; Pandantivele - 3 puncte; O brățară simplă - 1 punct.

**13.** Ce imprimeuri preferați?

Flori - 7 puncte; Buline - 5 puncte; Dungi - 3 puncte; Figuri geometrice - 1 punct; Nici un fel de modele - 0 puncte.

Și acum, în câteva cuvinte, concluziile:

*De la 5 la 11 puncte.* Sunteți conservatoare, prețuiți tihna și stabilitatea, acordați o mare importanță manifestărilor exterioare în relațiile cu oamenii. Cu mare greutate vă apropiați de oameni, dar dacă cineva vă câștigă simpatia, se va bucura de ea pentru un timp îndelungat. Sunteți o bună gospodină, exigentă cu copiii. În muncă, vă evidențiați prin conștiinciozitate.

*De la 12 la 22 puncte.* Caracterul dumneavoastră este contradictoriu. Fără motive

deosebite, treceți de la bucurie la tristețe, de la pesimism la optimism exagerat. Vă place să trăiți în continuă agitație, vă schimbați des părerile și toate acestea nu întotdeauna fac plăcere celor din jur. În muncă vă evidențiați prin rapiditate, însă și aici apar zile de apatie.

*De la 23 la 37 puncte.* Caracterul dumneavoastră este aproape de "perfectiune". Vă acomodați ușor cu cei din jur care, la rândul lor, se acomodează ușor cu dumneavoastră. Știți să vă stăpâniți, sunteți calmă, binevoitoare în relațiile cu oamenii însă, atunci când trebuie, sunteți capabilă de reacții rapide. Reușiți să obțineți încredere chiar și din partea celor care la început manifestă antipatie față de dumneavoastră. Vă îndepliniți bine sarcinile de serviciu. Casa dumneavoastră este un loc plăcut și liniștit pentru prieteni.

*Mai mult de 37 puncte.* Fără a depinde de vârstă, sunteți un suflet mereu tânăr. Vă aprindeți ușor și, de asemenea, vă întristați ușor. Sunteți foarte impresionabilă, nu sunteți în stare să vă stăpâniți sentimentele.

**Psiholog Lucia Iorga**

## LUMEA ÎN OGLINDĂ

— Studiind pozițiile omului în somn, psihologii au ajuns la concluzia că cei care dorm pe burtă sunt, în general, nemulțumiți de profesiunea lor, iar cei care dorm pe spate au foarte multă personalitate și sunt destul de mulțumiți de viață. Cine doarme ghemuit și cu perna în brațe este inclinat spre melancolie și are nevoie de multă duioșie. Pesimiștii incorigibili obișnuiesc să doarmă cu capul vârit în plapumă.

— Cel mai scump parfum de pe piața cosmeticelor pare a fi apa de colonie Andron, lansată de firma Jovan din Chicago, care conține, în cantități infime, feromonul cu putere de atracție androstenol, al cărui preț este de 2750 dolari pentru o uncie (28,35 g).

— Cele mai utilizate parfumuri: 1. Dior; 2. Chanel; 3. Lacoste; 4. Cartier; 5. Yves Saint Laurent.

— Apărați-vă tenul!

• Frigul usucă pielea, mai direct spus, sebumul se întărește înainte de a ajunge în epidermă și încetează de a o mai proteja. Astfel, pielea se usucă și se ridează.

• Excesul de săpun îmbătrânește epiderma. El reduce stratul cornos la pielii. Datorită unui fenomen de autoapărare, acest strat se reface în detrimentul stratului profund, care se usucă și îmbătrânește mai repede.

• Tutunul contribuie la pierderea elasticității pielii. Nicotina atacă fibrele elastice ale dermei care dau suplețe pielii.



# Conotațiile psihosociale ale modei

## motto:

*"Dacă mi-ar fi permis să aleg din talmeș-balmeșul de cărți ce vor fi publicate la 100 de ani după moartea mea, știți pe care aș lua-o? Nu, nu un roman aș lua din această viitoare bibliotecă și nici o carte de istorie; aș lua, pur și simplu, prietene, un jurnal de modă, ca să văd cum se îmbracă femeile la un secol după moartea mea.*

*Și acele cârpe mi-ar spune mai mult asupra omenirii viitoare decât filosofii, romancierii, predicatorii și savanții la un loc".*

Anatole France

**N**e alegem cu grijă sacoul, cravata, rochia sau încălțăminte și totuși, prinși în vârtejul preocupărilor cotidiene, mulți dintre noi sunt tentați să considere prea puțin serioasă o discuție despre modă sau să privească cu condescendență o astfel de provocare.

Atitudinea aceasta își are rațiunile ei, pentru că moda, în manifestarea sa directă, aceea a ținutei vestimentare, a cunoscut în timp destule aspecte ciudate, chiar grotești, ceea ce nu a împiedicat-o ca în paralel să delecteze, să trezească admirația, să uimească. Mai este apoi și caracterul ei tranzitoriu, o evoluție asemănătoare unui ciclon, în care momentul de vârf este cunoscut drept "furia modei", după care urmează căderea în desuetudine.

Fuga de rutină a omului, imperioasa sa nevoie de schimbare, găsește în modă "alarma senzorială" ce impune variația.

Dincolo de aceste aspecte, moda este un fenomen social complex, abordat cu seriozitate de scriitori, filosofi și psihanalisti. Charles Baudelaire, R. Borthes, Georg Simmel, S. Freud și să amintim din cultura românească doar pe Mircea Eliade, Camil Petrescu, George Călinescu, sunt doar câțiva dintre cei care au teoretizat pe această temă subliniind implicațiile profunde ale modei.

Raportul dialectic între ținuta vestimentară și formația spirituală, morală, istorică, socială și bineînțeles, rădăcinile geografice, este relevant în liniile specifice ale portului popular, expresie fidelă a portretului unui popor. Prin trăsăturile sale constante, portul popular se situează în afara modei. Cu toate acestea, extinderea turismului, contactul cu folclorul, au făcut ca numeroase piese vestimentare specifice unor popoare să intre în modă. Ia românească era "en vogue" prin anii 60, chimonoul japonez, poncho-ul peruan, cămășile indiene brodate, și multe altele au avut și ele perioade "de vârf".

În mai mare măsură decât portul popular, moda, prin fluctuațiile sale, este o oglindă uriașă a evoluției umane pe scara istoriei. Oricât ar părea de bizar, socialul, culturalul, economicul și, nu în ultimul rând, tehnica, își lasă amprenta în modă, influențând sau determinând culoarea, lungimea și ... coafura.

Răbufnirile contestatare, mișcările sociale, ideologice sau revoluționare, cunosc nevoia unor semne distinctive de natură sentimentală. Ordinul Jartierei, turbanele galbene, revoluționarii francezi sans-culottes, garibaldiștii cu cămăși roșii, ținuta hippies etc., sunt simboluri care desconspiră o întreagă ideologie.

Procesul de diferențiere, de individualizare prin detalii vestimentare este uimitor. Ținuta ne exprimă și ne dezvăluie, fixându-ne tipologic, caracterologic, psihologic. Putem să ni-l imaginăm pe Chaplin fără recuzita sa emblematică? Putem să ni-l închipuim pe Salvador Dali fără mustața și coafura sa ori putem despărți muzica Beatles-ilor de tunsoarea lor?

Balzac "concura realitatea", reconstituind cu fidelitate o întreagă epocă, acordând importanță vestimentației personajelor sale, iar psihanaliza proustiană ar fi fost cu siguranță mai puțin subtilă dacă nu s-ar fi sprijinit și pe detaliul vestimentar.

Moda este un sensibil ac indicator, care se mișcă pe o scară largă, de la fenomenul social, la cel individual, chiar subconștientul exteriorizându-se sub forma unor simboluri puse în circulație de modă. Să fie aceasta o posibilă explicație care stabilește legături subterane

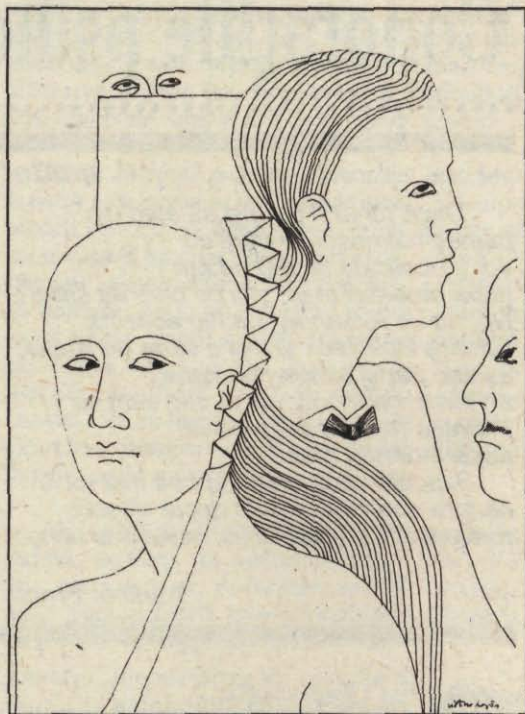


Între mult vehiculata idee a unei noi ordini internaționale: încercările pe plan economic de ștergere a frontierelor și uniformizarea ținutei vestimentare (internaționalizarea blugilor și a adidasilor)?

Vitrinele noastre, până acum câțiva ani atât de goale și "cenușii", astăzi îți violentează privirea prin strălucire și abundență. Contrastul îl simțim dureros nu prin comparație cu ce a fost înainte, ci cu grosimea portofelului. Și fără aceste exemple, gândindu-ne la scopul dintotdeauna al modei, de satisfacere a cerințelor subtile, variate și strict personale, legate de frumusețe, prestigiu, individualizare și delectare a simțurilor, este cert imensul rol al componente psihice a modei.

Putem deduce propriile noastre doleanțe, atitudini și manifestări după cum ne vom îmbrăca în viitor; tendință spre nonconformism, dorință de liniște și simplitate prin întoarcere la "mama natură", dorință de a evada din vânzoleala cotidiană și din artificial.

Nu știu care va fi elementul care va scandaliza lumea, pentru că nu există moment de răscruce în modă care să nu provoace, dacă nu o generație, măcar un grup. Dar noi vorbim de "modă", nu de "mode" și aceasta are ca semn caracteristic un dram de nebunie, un cât de mic element "shocking". Indiferent care-i sunt pulsațiile, moda este un limbaj non-verbal în care se exprimă un individ, o societate. Și nu este o aberație faptul că structura umană poate



fi descifrată, că individul poate fi "citit" după cum se îmbracă, așa cum grafologia descoperă trăsături ascunse ale personalității după scris.

**Psiholog Narcis Munteanu**

## LUMEA ÎN OGLINDĂ

- Pornind de la constatarea că ținuta îngrijită a personalului spitalelor, contribuie la crearea unei mai bune dispoziții în rândurile bolnavilor, în Germania s-a introdus obligativitatea machiajului pentru infirmiere. În acest scop, unele spitale țin cursuri speciale de machiaj, la care infirmierele învață - între altele - cum să-și aplice rujul pe buze, acesta fiind obligatoriu, ca și pieptănatul părului după moda zilei.

- Femeile pakistaneze poartă pe cap o broboadă cu franjuri numită Kupa, croită din aba, pe care sunt cusute măiestrit scoici, mărgelile, monede, zurgălăi, ce cântăresc la un loc circa 3 kg.

- În veacul al XV-lea, la curtea spaniolă, erau la modă bărbile false, barba naturală fiind considerată un semn plebeic. Înainte de a merge la curte, aristocrații se radeau cu osârdie, apoi își lipeau pe obraz bărbile false, în cele mai fanteziste culori. Ultimul strigăt al modei consta în armonizarea culorii bărbii cu cea a... pantalonilor.

- Băștinașii insulei Nauru din Pacific, acordă o mare atenție creării unor stări de bună dispoziție printr-o variată utilizare a parfumurilor: parfumarea corpului cu aburi odoranți, înghițirea unei porțiuni de parfum, preparată dintr-un amestec de sucuri de plante și flori parfumate, care vor asigura, prin transpirație, un miros extrem de plăcut timp de o zi și o noapte.



# CE FEL DE FEMEIE SUNTEȚI?

**M**arcați cu un semn varianta de răspuns care vi se potrivește cel mai bine:

**1.** Dacă vă supărați pe copii: a. îi trageți de urechi; b. le dați vreo câteva; c. căutați ceva de făcut ca să vă calmați.

**2.** Când plecați după cumpărături: a. cumpărați mai ales ceea ce vă recomandă alții; b. vă faceți o listă și o respectați întocmai; c. priviți, căutați, încercând să descoperiți ce ar putea să vă intereseze.

**3.** Cum sunteți: a. lipsită de simț practic; b. o bună gospodină, dar indiferentă la ce se întâmplă în afara căminului dv.; c. foarte curioasă, vrând să știți cum funcționează și se manipulează totul.

**4.** În ceea ce privește îmbrăcămintea: a. încercați să țineți pasul cu moda; b. purtați ceea ce vă stă bine; c. purtați hainele atâta vreme cât nu vi se par prea uzate ca să fie aruncate.

**5.** Cheltuielile în gospodărie: a. reproșați soțului că nu câștigă mai mult; b. luați un creion și o hârtie ca să vedeți de unde ați putea economisi; c. faceți datorii.

**6.** Munca unei femei nu se termină niciodată. Când vă simțiți obosită: a. lăsați totul baltă spunându-vă că e totuna cum se vor descurca ceilalți; b. faceți totul până la capăt cu minuțiozitate; c. faceți numai ce este esențial și lăsați restul pentru altă dată.

**7.** Dacă un animal al vecinilor vă face stricăciuni în apartamentul sau curtea dv.: a. alergați la stăpânul lui ca să vă plângați; b. reparați singură stricăciunea sau încercați să vă descurcați cum s-o putea; c. vă simțiți ca și bolnavă și vă așteptați bărbatul ca să-i povestiți și să dreagă el totul.

**8.** Dacă soțul dv. nu mai e în ultimul timp tandru și atent, așa cum v-ați obișnuit să fie: a. vă chinuiți cu 1001 întrebări; b. îl bănușiți de infidelitate; c. vă gândiți că ar putea fi bolnav, foarte obosit sau preocupat de o anumită treabă foarte importantă.

**9.** Dacă vi se întâmplă să doriți un lucru foarte greu de obținut: a. începeți să strângeți bani până ce realizați suma necesară; b. spuneți răutăți la adresa femeii care are deja obiectul; c. vă mulțumiți să radeți pe socoteala viselor dv. imposibile.

**10.** Dacă bărbatul dv., pierzând controlul de sine, vă spune lucruri neplăcute, ofensatoare: a. ripostați, răspunzându-i la fel de urât; b. alergați să vă plângați mamei sau prietenilor; c. vă gândiți cum ați putea să-l calmați, să-l îmbunați.





Întrebare/Răspuns	a	b	c
1	1	10	5
2	1	5	10
3	5	1	10
4	5	10	1
5	5	10	1
6	5	1	10
7	5	10	1
8	5	1	10
9	5	1	10
10	5	1	10

### Între 21-45 puncte.

Sunteți o fire schimbătoare, treceți ușor de la râs la plâns. Aveți reacții impulsive, pe care le regretați după aceea. Sunteți iubită și apreciată pentru inima dv. bună și pentru că, în general, sunteți amabilă.

### Între 46-70 puncte.

Sunteți o persoană echilibrată, în împrejurări importante acționați rațional. Familia vă iubește, deși uneori este surprinsă, nu știe ce să gândească despre unele din reacțiile dv.

### Între 71-90 puncte.

Sunteți o persoană amabilă, admirată și consultată de prieteni. Sfatul dv. este adesea solicitat și luat în considerație. Sunteți totuși cam aspră și foarte calculată.

### Între 91-100 puncte.

Nu vi le dorim. Înseamnă să fiți prea calculată, prea lipsită de elan. Destindeți-vă ori de câte ori aveți prilejul și învățați să vă amuzați.

**E. Mircea**



Notați după tabelul de mai sus valoarea răspunsurilor dv. și faceți totalul:

**Dacă ați obținut:**

### Între 10-20 puncte.

Nu prea știți să vă dominați impulsivitatea. N-a fost prea ușor pentru părinți să vă crească. Pe bărbat îl veți încărungi curând.



# DE LA MIT LA INDUSTRIA MODEI

De la frunza edenică la crinolină și la moda punk. Un drum fantastic!

*Moda:* pentru Eva un capriciu, pentru Adam o suferință!

În Grădina Paradisului, Adam și Eva mâncând din pomul cunoașterii binelui și răului s-au descoperit goi și s-au rușinat. Povestea spune că apoi s-au apucat să facă șiraguri de frunze pentru a se acoperi, acesta fiind primul fapt ce l-a mâniat pe Dumnezeu: "Dar cine v-a spus vouă că sunteți goi?"

Evident, mitul păcatului primordial are implicații mult mai profunde și ar fi nedrept s-o acuzăm pe strămoașa Eva că, nereușind să asorteze frunza de palmier cu cea de castan, a provocat izgonirea din Rai, dar totuși, ne dă o primă idee că haina este mai mult sau mai puțin o mască a unui personaj.

Mai aproape de real, memorabila concluzie a lui Esop, ce spune că "haina l-a făcut pe om", pare să ne confirme această ipoteză.

Ieșind din dimensiunea mitului, dar rămânând în preajma originilor, trebuie remarcat următorul aspect: omul primitiv are dorința de a se autoînfrumuseța (tatuaje, podoabe). Această conduită poate proveni dintr-o investire magică, devenind, în timp, un rudiment al simțului estetic; confirmarea pare să vină din studiul enclavelor primitive. Îmbrăcămintea, în schimb, atunci când există ca atare, are un rol strict funcțional, de protecție efectivă a corpului uman.

Investirea hainei cu estetic apare în perioada trecerii de la animism la totemism: devine o componentă magică a identificării cu strămoșul totemic. Haina devine o mască: ascunde neputința individului, transformându-l în altceva - ceva atotputernic și demn de venerație.

Apariția primelor forme de organizare a vieții sociale, diviziunea socială a muncii, revoluția agricolă, duc, pe plan spiritual, la apariția religiilor și exersarea esteticului. Veșmintele se diversifică și se specializează, ba chiar mai mult, se ierarhizează.

Omul de rând are un strai funcțional și restricționat, atât material cât și ca formă.

Magul trebuie să domine, să înspăimânte, să stăpânească demonii - poartă, deci, haine "misterioase".

Stăpânitorul - regele - este imaginea zeului

pe pământ, deci se va îmbrăca precum zeul: fastuos, opulent, chiar estetic.

Antichitatea este reprezentativă pentru legătura dintre viața spiritual-socială și îmbrăcămintea.

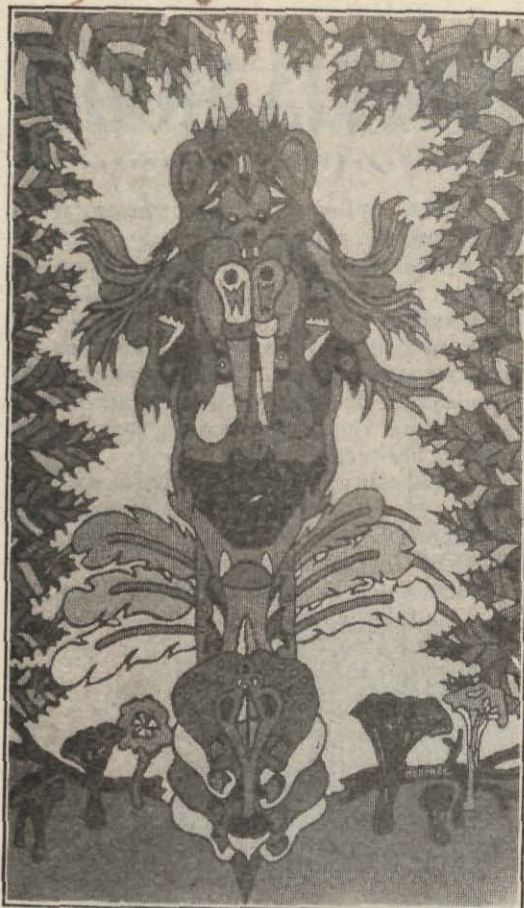
Legea este clară: veșmântul trebuie să reprezinte starea omului. Să fie aceasta o primă recunoaștere "de facto" că haina poate minți? Sau poate o încercare de integrare într-o "armonie universală"?

Esențial este că apare încărcătura simbolică, grefată pe firul mitului; apar tipurile de îmbrăcămintea ca proiecții, atât ale psihicului individual cât și ale celui colectiv.

Trecând prin celelalte epoci istorice, prin







cadrele geografice (să nu uităm de matricea stilistică), trebuie să recunoaștem că moda este o sublimare.

Dinamica vieții contemporane îi atribuie proprietatea de sistem, atât la nivel social cât și individual, la producător sau consumator, sistem ce are ca elemente de intrare, cultura și situația conjuncturală; ca valoare de ieșire,

atingerea scopului; rolul reglator avându-l beneficiul obținut.

Practic vorbind, moda a devenit o industrie. Întrebarea este: ce oferă această industrie?

Răspunsul e cât se poate de simplu, dar cu atât mai greu de acceptat: moda oferă iluzii.

Nu trebuie o demonstrație prea complicată. Să ne reamintim de perioada dinaintea lui '89, de banalul blue-jeans. Pentru multă lume, a-l obține era o dificultate, a-l purta era o mândrie.

Purtatul blue-jeansilor dorea să ofere iluzia apartenenței la altă lume; odată activată această iluzie, posesorul începea să se considere o ființă deosebită, modificându-și comportamentul, în funcție de nivelul său cultural, de situație și, bineînțeles, de caracteristicile personalității sale. Observăm cum iluzia acționează ca auto-sugestie.

Este binecunoscut efectul terapeutic al sugestiei, dar să nu uităm de inflația Eu-lui, de altfel, principalul pericol în calea unei personalități labile sau imature.

Se pune întrebarea: să fie moda un factor nevrotic? Evident! Chiar de-ar fi să amintim doar durerile de cap provocate de problema: "Cu ce mă îmbrac azi?", problemă majoră mai ales la tinerele fete.

Dar, cum de la sublim la ridicol nu e decât un pas, în modă, de la estetic la kitsch va trece doar cel ce va dori să amplifice nemăsurat iluzia. Concluzia este evidentă: refuzul naturalului și lipsa bunului gust merg mână-n mână.

Căci, cu ce se deosebește primitivul ce se-nfășoară în blana animalului totemic pentru a obține protecția, de omul care-și schimbă comportamentul în funcție de haina pe care o poartă?

**Psiholog Augustin Mihăilă**

Societatea "Știință & Tehnică" SA, vă oferă următoarele lucrări:

- *Psihoteste* (ediția a-II-a)
- *Oameni de rezervă* - de Bogdan Ficeac
- *Pledoarie pentru câine* - de Dr. Ruxandra Nicolescu

În curs de apariție:

- *50 de ani care au zguduit lumea* - de Emilian Dobrescu
- *Copiii supradotați* - de Mihai Jigău
- *Robinsonii Spațiului* - de Francis Carsac
- *Misterul războinicului aztec* - de Franklin W. Dixon
- *Almanahul "ANTICIPAȚIA 1995"*

Pentru difuzarea și/sau informații suplimentare, contactați-ne la telefon: 617.72.44



# CONCEPȚII DESPRE FRUMOS

**F** **FRUMOS** - categorie fundamentală a esteticii. Concept-ilustrare a celui mai fluent și influent fenomen estetic, corelat armonice, prin legătură directă și inversă cu alte categorii specifice ale esteticii: sublimul, tragicul, comicul, grațiosul, urâtul etc, dar și cu el însuși. *Frumos* - strălucire caleidoscopică, valoare multiplă, armonie, tentația perfecțiunii, care se constituie, cel mai adesea, ca un absolut, uneori sau niciodată atins. Aici are o "structură asemănătoare" cu sublimul, născut și el în albia perfecțiunii, realizată grandios.

*Frumos* - năzuință pozitivă către perfecțiune. În acest sens, s-ar putea spune că istoria ipostazelor *frumosului* reface în fața ochilor noștri, pas cu pas, spirala evoluției omului spre perfecțiune, pentru a se împlini pe sine.

O parcurgere a istoriei teoretizării conceptului de care ne ocupăm, lasă impresia izbitoare că marea majoritate a concepțiilor, au invocat frumosul ca pe o problemă fundamentală a artei și esteticii. Și totuși, tocmai această problemă a rămas, paradoxal, cea mai puțin clară, cea mai puțin rezolvată. Orice încercare de a fixa frumosul în formule, definiții, scheme, în cuprinsul operelor, nu este imuabilă, dată pentru totdeauna, ci se modifică sinusoidal, dar ascendent, precum evoluția omului. Astfel, frumosul rămâne mereu un concept deschis al esteticii, posibil oricând de a fi îmbogățit cu noi și noi forme, de a căpăta noi valențe, pe măsură ce umanitatea urcă pe trepte tot mai înalte.

O rapidă trecere în revistă a variatelor încercări de definire a frumosului - de altfel incursiune și în concepțiile despre frumos - pune în evidență, ca o caracteristică elocventă, raportarea acestuia la alte valori. În cultura antichității, când valorile erau concepute și

apreciate artistic, frumosul era contopit în mod frecvent cu *binele și utilul*, și cele trei valori treceau reciproc una în alta. Formula (kalon kagathon) preconizată de Platon considera frumosul și binele într-o neîncetată fuziune. Conceptul platonician de frumos are un caracter aprioric, imuabil, atemporal și aspațial. Platon consideră frumosul ca entitate autonomă în esență și finalitate, ca pe un atribut al perfecțiunii divine. Aspirația spre perfecțiune, spre descoperirea frumuseții absolute se face în trepte, în concepția idealistă a fecundului filosof antic. Inițierea începe cu frumosul fizic, frumosul moral, frumosul cunoștințelor, până la frumosul în sine (frumusețe ce trăiește de-a pururi, ce nu se naște și nu pierie, ce nu crește și nici nu scade, ce sălășluiește numai în sine, fără forme sau limite, identică cu sine însăși).

Teorii referitoare la problemele frumosului și ale artei se găsesc chiar și înainte de secolele IV-III î.e.n., când a trăit Platon, la chinezi (Confucius, Lao-Tzi) și indieni (diferitele școli filosofice) și mai ales la eleni: Hesiod, Heraclit, Socrate (profesorul lui Platon), care îmbina înaintea discipolului său binele și utilul. Pentru Socrate, un cal sau un scut, ca și orice alte obiecte, puteau fi frumoase în măsura în care corespundeau riguros ideii de utilitate pe care o serveau materializând-o (!). Discipolul său a idealizat frumosul, dar discipolul discipolului, adică Aristotel (cărui Platon i-a fost profesor la Academia sa) a inversat din nou raportul, rămânând un fundamental și constant punct de referință pentru întreaga cultură europeană, ca întemeietor al "orientării științifice" în estetică. L-au urmat Democrit și neoplatonicianul Plotin, pentru care "Frumusețea este o calitate care devine sensibilă la prima impresie", iar "Soarele, Frumusețea și Divinitatea n-ar putea fi privite în față decât de către suflete care au devenit ele însele asemănătoare Soarelui, frumoase și divine totodată". Lumea e frumoasă întrucât reflectă profund, cu strălucire, până în cele mai fine ramificații ale ei, esența divinității. Disocierea frumuseții corporale de cea spirituală, confruntarea frumosului artistic cu cel natural și alte probleme de estetică a frumosului sunt trepte pe care estetica platoniciană, ca și cea aristotelică, le anticipaseră, dar într-o viziune mai umanizată, raționalistă și nu propriu-zis mistică.



Ulterior, alte încercări de definire a frumosului au tins să-l aprecieze ca *splendor veri* (la unii platonicieni) și ca *splendor ordinis* (la Sf. Augustin) sau *splendor formae* (la Toma d'Aquino), în Evul mediu. Teolog și filosof catolic, Toma d'Aquino a elaborat o concepție estetică legată de doctrina sa, tomismul, conform căruia frumosul trebuie să îndeplinească trei condiții: integritatea sau perfecția, proporția justă sau armonia, și claritatea. Frumusețea supremă este frumusețea sufletului. În secolul al XX-lea, Maritain, Bruyne, Mulf și alții reiau, în cadrul unei estetici neotomiste, aceste idei de esență mistică.

În timpul Renașterii - grandioasă revoluție culturală și spirituală, s-au ocupat de problemele frumosului:

**Leon Battista Alberti** - personalitate artistică multilaterală, ale cărei principii estetice se înscriu (ca și la Toma d'Aquino) pe linia teoriei aristotelice a artei ca imitare a realității;

**Leonardo da Vinci** - întruchipare a idealului renascentist al "omului universal", considera arta ca fiind o disciplină tot atât de riguroasă ca știința, iar frumosul artistic, ca rezultat al sintezei observațiilor asupra naturii și al stăpânirii legităților creației.

I-au continuat în epoca modernă:

**Lessing** - care distinge, spre deosebire de

clasicism care le identifică, frumosul și adevărul, atribuind frumosului rolul de principiu fundamental al artelor plastice iar adevărului, cel de principiu fundamental al poeziei;

**Diderot** - "Perceperea raporturilor este deci baza frumosului"; "Frumosul care rezultă din perceperea unui singur raport este, de obicei, mai mic decât cel care rezultă din perceperea mai mul-

tor raporturi";

**Schiller** - "frumosul este libertatea sub formă aparentă", "arta este fiica libertății" - bunul suprem al omului care, pătruns de sentimentul frumosului, se eliberează de sub jugul sensibilității etc;

**Hegel** - "Ideea frumosului artistic sau idealul"; "Dezvoltarea idealului în formele particulare ale frumosului artistic";

**Schelling** - sistemul categoriilor sale artistice se bazează pe tipul de relații între categorii filosofice antinomice; estetica sa a fundamentat prodigioasa miș-

care artistică a romantismului în care frumosul a căpătat noi forme și culori;

**Shaftesbury** - reprezentant al iluminismului englez, considera frumosul alături de ordine și proporționalitate, un reflex al "sufletului universal". Corpurile, spiritele și Dumnezeu reprezintă cele trei grade ale frumuseții. Gustul este instinctul frumosului. Orice om e capabil





să realizeze și să recepteze frumosul;

**Cernișevski** - un "Lessing socialist" (Engels) a definit frumosul în chip materialist cu implicarea unor raporturi dialectice între obiect și subiect, real și ideal: "frumosul este viața; frumoasă este ființa în care viața ne apare așa cum ar trebui să fie potrivit concepțiilor noastre".

Am omis special din seria cronologică pe **Immanuel Kant**, pilon al filosofiei clasice germane, cel care publica în perioada precritică (1764) "Observații asupra sentimentului frumosului și sublimului". Dat obiectiv, perceput prin mijlocirea simțurilor și, deci, angajând senzorialitatea, frumosul trezește un sentiment de plăcere, deci angajează subiectivitatea, alături de obiectivitate, fiind o mediere între intelect și rațiune. Frumos în sens estetic e ceea ce place în mod dezinteresat, "ceea ce place în universal fără concept".

După Kant există două genuri de frumos: frumosul pur sau liber (arabescurile, florile, păsările multicolore, care plac prin aspectul lor formal) și frumosul aderent (reprezentat în mod tipic de corpul omenesc, care e frumos în măsura în care corespunde perfecțiunii sale). Nu sunt decât câteva din ideile sale privind, estetica frumosului.

În a doua jumătate a secolului al XIX-lea și în secolul al XX-lea, estetica ia amploare deosebită și numele de esteticieni care au abordat în studiile lor Frumosul, ar trebui menționate, însă sunt foarte numeroase: teoreticieni germani ca Max Dessoir și Utitz au încercat la începutul secolului al XX-lea să distingă estetica, ca "filosofie a frumosului", de "știința artei". Unii esteticieni au propus chiar o eliminare a conceptului de frumos, pentru a fi înlocuit cu cel de perfecțiune artistică. Dintre aceștia, primul a fost Schleiermacher. (Estetica ar trebui să renunțe la cercetarea categorială a frumosului, dedicându-se artei frumoase ca artă programată moralizator)! Alți teoreticieni, au tins să definească esența frumosului artistic ca fiind însăși perfecțiunea.

În această ordine de idei estetica marxistă a adus o contribuție remarcabilă prin ideea lui Karl Marx din "Manuscrise economico-filosofice", care subliniază că a da formă lucrurilor, în conformitate cu legile frumosului, înseamnă a da obiectului măsura care-i este inerentă. În fond, realizarea măsurii inerente înseamnă tocmai năzuința de a realiza perfecțiunea.

Lapidara trecere în revistă a celor mai semnificative concepții despre frumos, ne-a condus la următoarele concluzii:

a. în cultura antică, frumosul conviețuia într-o unitate sincretică cu alte valori spirituale;

b. într-o modalitate foarte generală, el a început apoi să trăiască un proces de desprindere, de detașare pentru a-și putea releva configurația proprie;

c. acest proces nu este încheiat și el marchează lungul efort istoric de investigare a specificităților, ca și a unităților sintetice, bazate în același timp pe diferențieri specifice;

d. esența frumosului artistic vizează armonia pe care o degajă perfecțiunea. În intimitatea sa, frumosul implică ceva din structura perfecțiunii (ideile acestea aparțin și concepției estetice a lui Tudor Vianu).

e. modurile de existență a frumosului sunt, firește, multiple. Două sunt însă domeniile unde se manifestă pregnant, în natură și în artă.

De când a început să muncească și să cugete, omul a fost un creator al frumosului, pe care a căutat apoi să-l descopere în toată splendoarea sa. De la primele mari sisteme filosofice, conceptul de frumos a fost și centrul de atracție al marilor sisteme de estetică. Timp de milenii, omul a încercat cu intermitență să-i pătrundă tainele dar a năzuit perpetuu către el. Așa se explică de ce sfârșitul ultimului secol și începutul celui în care ne aflăm l-a găsit constant în preocupările oamenilor. Esteticienii îi reproșează astăzi că a intrat ca majoritatea valorilor în criză. Nu doar pentru a fi... la modă!

Criza nu se relevă doar în raport cu faptul că astăzi, frumosul nu mai este analizat atât de speculativ ca altădată, cu aceeași rigiditate teoretică, sistematică și normativă. Cei care vorbesc de o criză categorică a frumosului - și este și aceasta o concepție despre el - formulează această opinie din perspectiva unui concept estetic privit oarecum rigid, abstract, izolat, nemișcat, fără să-și dea seama că, solicitate de o cascadă imensă de transformări în conceperea fenomenului artei contemporane, ipostazele frumosului devin din ce în ce mai mobile. Ceea ce este luat drept o criză, nu constituie altceva decât o accentuare a fluenței frumosului, schimbărilor lui de perspectivă.

prof. Claudiu Vodă



# AVEȚI STIL?

**N**e-am obișnuit să spunem "Ce stil are această persoană!" sau "E lipsit total de stil!" sau "Ce stil personal are!".

Cu toate acestea, a defini stilul este foarte greu. Pentru unii oameni, a avea stil înseamnă să reușească să-i facă pe ceilalți să se simtă bine, pentru alții este un sentiment al perfecțiunii sau o problemă de spontaneitate, abilitatea de a fi original sau, pur și simplu, o problemă de cromozomi.

Mai există și acei adevărați aristocrați ai stilului, pentru care acesta reprezintă noblețe, iar noblețea este corolarul stilului.

Oricărui dintre aceste puncte de vedere i-ați subscrie, este cert faptul că stilul este ceva plăcut și dezirabil.

Pentru a vedea ce fel de persoană sunteți, încercați să vă imaginați ce ați face dacă v-ați afla în fiecare din următoarele zece ipostaze. Alegeți doar una dintre cele cinci alternative și anume, aceea pe care o considerați că vă reprezintă cel mai bine.

**1.**

- A. Aș începe să mă plimb.
- B. Aș începe să cânt.
- C. Aș întreba pe cineva ce s-a întâmplat.
- D. Aș verifica cum sunt îmbrăcat(ă).
- E. Aș cumpăra ceva.



**2.**

- A. Aș mânca un sandwich.
- B. Aș cere informații de la băieți.
- C. Aș glumi pe seama sandwichurilor.
- D. Aș observa oamenii.
- E. Aș savura mirosurile.



**3.**

- A. Aș aștepta să se întâmple ceva.
- B. Aș afla până la urmă ceea ce se petrece.
- C. Aș conversa cu cei care poartă steagurile.
- D. Le-aș surâde oamenilor.
- E. Aș face o fotografie.





4.

- A. I-aș vorbi bărbatului cu mustață.
- B. Le-aș spune fiecăruia dintre ei: Bună!
- C. Aș râde împreună cu ei.
- D. I-aș invita pe toți să bem un pahar împreună.
- E. N-aș face sau n-aș zice nimic.



5.

- A. Aș trece foarte repede, privind în jurul meu.
- B. M-aș grăbi.
- C. M-aș retrage undeva la umbră.
- D. Aș cumpăra niște legume.
- E. M-aș opri și aș asculta ce spun oamenii.



6.

- A. I-aș întreba cine sunt.
- B. Aș vorbi cu doamna din centrul imaginii.
- C. Aș merge împreună cu ei.

- D. Aș sta și aș privi fără să spun nimic.
- E. M-aș îndepărta indiferent(ă).



7.

- A. M-aș așeza undeva sub o umbrelă.
- B. L-aș saluta pe bărbatul care vine spre mine.
- C. M-aș duce sub portal (galerie).
- D. M-aș plimba la întâmplare.
- E. M-aș opri și aș cumpăra ceva.



8.

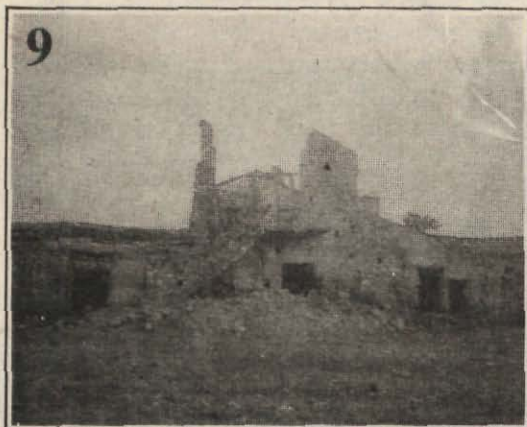
- A. I-aș pune fetei care traversează o întrebare.
- B. I-aș întreba dacă n-au înnebunit.
- C. Aș bate din palme.
- D. I-aș întreba unde se duc.
- E. Aș râde din toată inima.





9.

- A. Mi-ar părea rău pentru dezastru.
- B. M-aș gândi cum aș putea face s-o reconstruiesc.
- C. Aș explora-o.
- D. M-aș îndepărta cât de repede aș putea.
- E. M-aș gândi să o cumpăr ieftin.



10.

- A. M-aș bucura de petrecere.
- B. Aș aștepta să țină cineva un discurs.
- C. M-aș grăbi să plec.
- D. Aș întreba dacă pot să țin și eu steagul.
- E. L-aș întreba pe băiat ce ține în mână.  
(L-aș întreba al cui este steagul sau ce reprezintă.)

## Cotarea

Fiecare literă de răspuns are un anumit număr de puncte.

- Ipostaza 1: A-2; B-5; C-3; D-1; E-4 puncte
- Ipostaza 2: A-1; B-4; C-3; D-2; E-5 puncte
- Ipostaza 3: A-1; B-2; C-5; D-4; E-3 puncte
- Ipostaza 4: A-1; B-2; C-3; D-4; E-5 puncte
- Ipostaza 5: A-3; B-2; C-1; D-4; E-5 puncte
- Ipostaza 6: A-1; B-5; C-4; D-3; E-2 puncte
- Ipostaza 7: A-2; B-5; C-3; D-1; E-4 puncte
- Ipostaza 8: A-3; B-1; C-4; D-2; E-5 puncte
- Ipostaza 9: A-2; B-3; C-5; D-1; E-4 puncte
- Ipostaza 10: A-2; B-3; C-1; D-5; E-4 puncte

## Interpretarea rezultatelor

**Între 40-50 puncte:** Aveți un stil plăcut, inconfundabil și nobil. Transmițeți celorlalți impresia unei armonii interioare, de perfecțiune, am putea spune. Sunteți o persoană spontană și originală, cu direcții clare de acțiune și vă păstrați identitatea puternică, indiferent de părerea celorlalți. Există riscul de a-i manipula pe cei din jur și, deoarece stilul dv. are o mare influență asupra oamenilor, ar fi dezirabil să-l utilizați în scopuri altruiste.

**Între 30-39 puncte:** Sunteți în permanență în căutarea propriului stil, însă, de multe ori, nu ajungeți acolo unde v-ați propus. Sunteți o persoană plăcută de cei din jur și comunicați cu ușurință și coerență. Aveți un tușeu care lasă o amprentă vizibilă, mai mult chiar, vă arătați noblețea caracterului care îi influențează și pe



ceilalți. Câteodată acționați cu "jumătate de inimă" și aceasta nu vă ajută să vă atingeți scopurile. Fiți mai încrezător și veți "exploda" în stilul înalt pe care îl aveți deja și pe care se poate conta.

**Între 25-29 puncte:** Nu s-ar putea spune că aveți prea mult stil și aceasta din cauză că aveți probleme de exprimare. Creați impresia unei dezordini interioare și de aceea, ceilalți găsesc prezența dv. ca fiind perturbatoare. Faceți multe eforturi pentru a părea original, acest lucru devenind supărător pentru ceilalți. Ar trebui să mai învățați, să mai studiați, să mai așteptați până când veți deține un stil propriu. Reflectați înainte de a spune ceva și aveți mai mult respect pentru propria persoană.

**Între 21-24 puncte:** Sunteți o persoană confuză, alternând momentele de stil cu

momentele în care totul este dezastruos. Încercați să-i imitați pe alții și aceasta vă face să vă simțiți fără o identitate puternică. Aveți un stil fluctuant și de aceea este necesar să vă cultivați un stil propriu, pentru a vedea cât sunteți de rezistent la presiunea celorlalți.

**Între 10-20 puncte:** Nu s-ar putea spune că aveți un stil prea apreciat, din această cauză, de multe ori, v-ați mobilizat destul de serios pentru a vă menține propria identitate în mijlocul oamenilor. Nesiguranța și incoerența vă sunt principalii adversari; aceasta ar putea fi explicația că ați fost adesea ținta ironiilor în cercul dv. de cunoscuți. Acest lucru n-ar trebui să vă determine să renunțați în a vă auto-construi. Calitățile pe care le dețineți vă vor ajuta, cu siguranță, la un asemenea demers.

*Traducere și adaptare,  
psiholog Daniela Gugu*

## LUMEA ÎN OGLINDĂ

— Pornind de la constatarea că ținuta îngrijită a personalului spitalelor, în special a femeilor, contribuie la crearea unei mai bune dispoziții în rândurile bolnavilor, în Germania s-a introdus obligativitatea machiajului pentru infirmiere. În acest scop, unele spitale au introdus cursuri speciale de machiaj la care infirmierele învață, între altele, cum să-și aplice rujul pe buze, acesta fiind obligatoriu, ca și pieptănatul părului după moda zilei.

— Femeile pakistaneze poartă pe cap o broboadă cu franjuri numită Kupa, croită din aba, pe care sunt cusute măiestrit scoici, mărgelile, monede, zurgălăi, ce cântăresc la un loc circa 3 kg.

— Femeile vahiba, trib de beduini din Oman, sunt cele care-i aleg pe soți și tot ele se ocupă singure de educația copiilor, în timp ce bărbații se îndeletnicesc cu creșterea cămășilor și prepararea... hranei.

— În veacul al XV-lea, la curtea spaniolă erau la modă bărbile false, barba naturală fiind considerată un semn plebeic. Înainte de a merge la curte, aristocrații se radeau cu osândă, apoi își lipeau pe obraz bărbile false, în cele mai fanteziste culori. Ultimul strigăt al modei consta în armonizarea culorii bărbii cu cea a... pantalonilor.

— Băștinașii insulei Nauru din Pacific acordă o mare atenție creării unor stări de bună dispoziție, printr-o variată utilizare a parfumurilor. Parfumarea corpului cu aburi odoranți, înghițirea unei porțiuni de parfum preparată dintr-un amestec de sucuri de plante și flori parfumate, care vor asigura, prin transpirație, un miros extrem de plăcut timp de o zi și o noapte.



# Costumul, de la antic, la modern

**T**endințele centrifuge ale epocilor, conflictele între vechi și nou, diferențele între grandios și boemă culturală se relevă, în mod semnificativ, prin veșmânt. Acesta poate oferi o imagine veridică a spiritului artistic al epocii, ca un produs al fanteziei individuale.

Asemenea unui tablou sau a unei cărți, haina poate deveni o manifestare a dorinței umane de a se exprima pe sine, de a-și satisface nevoia de identificare cu imaginea ideală. Utilitatea fizică, imediată, destinată doar corpului, se pierde și devine o convenție socială prin afirmarea diferențelor de clasă sau gust, implicând mecanisme intime psihologice.

Veșmântul este mai mult decât o modalitate prin care omul își poate schimba înfățișarea, astfel încât să corespundă cât mai fidel unei idei, unei anumite stări psihice sau conjuncturi.

De la blănurile omului preistoric, la mantourile de astăzi, costumul a cunoscut alternanțe în diversitatea formelor, texturilor și culorilor.

Primele ființe par a nu fi purtat altă îmbrăcăminte decât simpla fâșie împletită dintr-o mulțime de benzi, care înfășura șoldurile, alături de încărcătura ornamentală (coliere, brațări etc.), ca simboluri ale fertilității și naturalului.

În anumite etnoculturi, cum sunt cele asiobabiloniene și islamice, costumul acoperă în întregime corpul și capătă semnificații de rol. Astfel, el devine simbolul fastului și înaltului prestigiu, semnul distinctiv al rangului social. Ascunderea zonelor erogene și îngrădirea libertăților de afișare a chipului, hainele lungi și opace, doreau să exprime intangibilitate, mister și incitare, dezvoltând tabuul virginității.

Condițiile specifice Egiptului Antic se reflectau în stilul vestimentar prin forme suple, simple, stilizate, subliniind măreția Faraonului, grația trupului și spiritului. Costumul bărbătesc era alcătuit din "santi" (centură - șort) și "klaft" (basma de pânză, legată la spate), iar cel feminin prezenta același santi, dar mult mai lung; ambele ofereau libertatea mișcărilor, lejeritatea trupului și, implicit, o neîngrădire a sufletului ca mit magic al reînținerii permanente.

Aceleași forme simple, alungite, se regăsesc și în costumul grecilor antici, însă fără somptozitate și fast. Drapat liber pe corp, prin folosirea țesăturilor necroite și necusute, prinse doar pe umăr, aduce ineditul faldului ca simbol al armoniei trupesti și înălțării spirituale, expresia "Cetății". Costumul feminin deja începea să prezinte evoluția unei noi mentalități, prin pierderea atributului de simplu trofeu pentru bărbat și câștigarea calității de mamă a copilului și a polisului. Provocarea sexuală este mai mult subînțeleasă decât manifestă și, astfel, conflictul între Eu și lume se atenuază.

Puternica influență a Greciei Antice marchează în mod direct și civilizația romană. Multe din elementele costumului grecesc au fost preluate și îmbogățite. Faldul roman aduce în plus eleganța, legea și eticheta. *Toga* deosebea pe cetățenii liberi de sclavi și de străini, devenind un simbol al puterii publice și potenței individuale (*toga virilis*). Stratificarea veșmântului feminin (cămașa - *tunica internă*, rochia - *stola* și mantia - *pala*) valorizează poziția femeii și sublimează incitația sexual - carnală.

Costumul bizantin purta amprenta liniei grecești și bogăția coloristică a lumii orientale. Idealul de frumusețe cerea tot mai mult ascunderea trupului și accentuarea valorilor spirituale. Stratificarea socială era prezentată atât de fastuoasele costume încărcate cu ornamentații, cât și de veșmântul extrem de simplu, obligatoriu vărgat, al sclavilor.

Moralitatea creștină își pune amprenta: trupul gol devine un păcat, un purtător al ispitei. Hainele încep să fie purtate "în numele Domnului" și se impune stilul hieratic.

Stilul romantic al secolelor X-XII în Europa Apuseană aduce o lume simplă; ornamentele, atunci când există, sunt de o maximă discreție. Costumul bărbătesc mai păstrează încă tunica de tip roman, dar strânsă pe talie, lungă până la genunchi, cu mâneci lungi și strâmte.

Veșmântul feminin se menține stratificat, pe dedesubt: "cota", strâmtă, închisă până la gât, cu mâneci lungi și pe deasupra "surcot-ul", mai larg și cu mâneci scurte. Pe ansamblu, îmbrăcăminte avea o nuanță ascetică, purtată ca o urmă de regret și penitență pentru un "Paradis pierdut".

Costumul secolelor XII-XIV pune în evidență noile transformări sociale. "Ordonanțele somptuare" impun anumite materiale, culori sau ornamente diferitelor stări sociale. În Germania, de exemplu, zibelina și hermina erau rezervate doamnelor din înalta nobilime.



În Franța, o ordonanță din 1294 hotăra că "nici un burghez nu va purta culoarea verde sau gri, blănuri și hermină, coroane de aur sau argint".

Renașterea plasează din nou omul în centrul tuturor preocupărilor, aducând elogiul frumuseții, rafinamentului și artei de-a plăcea. Vitalitatea, forța spiritului și gândirii creatoare se conturau prin supradimensionarea siluetei. Costumul urma proporțiile și articulațiile firești ale corpului, puse în evidență și amplificate prin stofe groase, drapate larg.

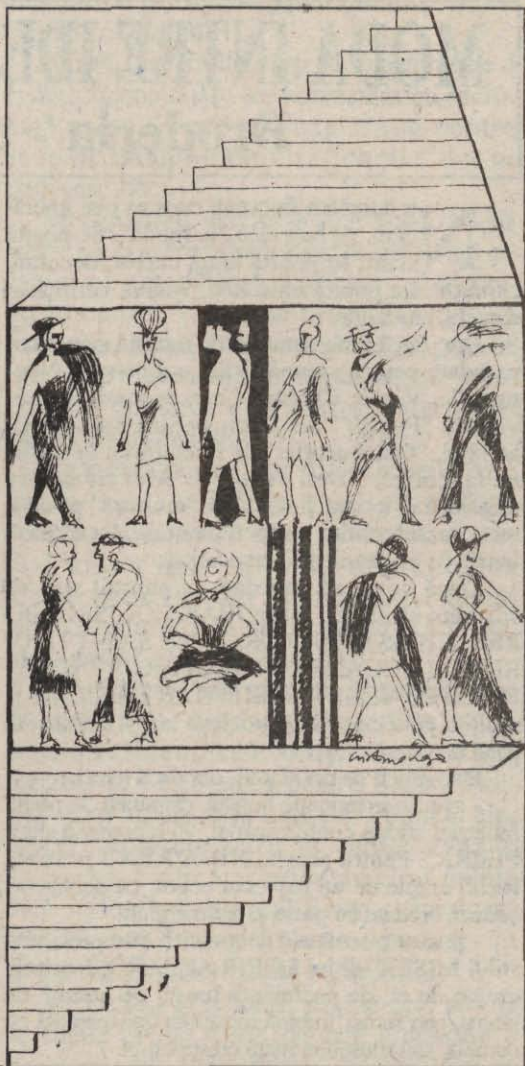
Mai apoi, barocul secolului al XVIII-lea aducea în vestimentație contrastul izbitor și abundența detaliilor, evitând echilibrul și simetria în favoarea elementelor singularizatoare. Este moda costumelor voluminoase, "tip butoiaș" și a perucilor care strivesc expresia trupului și libertatea.

Apogeul luxului și rafinamentului este atins de stilul Ludovic XVI, exagerat de somptuos și dantelat. Libertatea comportamentală, fantezia, căutarea plăcerilor aduceau transformări în special pentru costumul feminin care, nu numai că egalează pe cel bărbătesc, dar în final îl depășește. Fusta, foarte incomodă, susținută de un panier (crinolina) alcătuit din cinci cercuri rigide legate cu panglici de pânză sau mătase, exagera rotunjimea și dimensiunile șoldurilor, imprimând mersului o senzualitate lascivă.

Anticul este readus în linia costumului pe perioada "Directoire" și "Consulat" (sec. XIX) și pare a fi combinat cu cele mai îndrăznețe inovații vestimentare, ajungând la bizarerie și caricatură. Principiul hedonist și înclinația spre perversitate devin caracteristici din ce în ce mai evidente în stilul vestimentar al epocii. Se trece ușor de la sublim la ridicol și de la ridicol la sublim.

Costumul secolului XX se caracterizează, pentru început, prin linii sinuoase care dovedesc suplețe și gravitate (silueta "ceas cu nisip"). Impresia de bogăție este menținută prin folosirea unei mari cantități de material și ornamente.

În jurul anului 1950, costumul capătă o linie mai clară și mai comodă. După cel de-al doilea război mondial, predominantă este linia masculină, cu umerii înalțați prin vătuiuri și accentuarea elementelor practice, funcționale, în sensul adaptării la decorul mașinist. Stilul vestimentar devine decontractant, insolit prin simplitate și geometrizat, astfel că nu se mai îngăduie tradiției să respire prea mult și nici feminității opulente și curbelor voluptoase să debordeze.



De la Christian Dior, care găsea formula simplității în modă, la Courrége, care deborda de vitalitate și Pierre Cardin, care descoperea eleganța geometrică, până la moda de pe stradă, nu mai există deosebiri mari de linie și de imprimărie, ci doar de calitate.

Devenit, astfel, de veacuri un "fapt" al vieții cotidiene, costumul rămâne receptacolul gustului și personalității noastre, oferă identitatea și acceptarea indivizilor în cadrul unui grup, clarifică aspectele legate de identificare cu status-urile și rolurile umane, dar și de prioritățile estetice și nivelul de aspirație.

**C. Anisescu,**  
psiholog



# MODA ÎNTRE IDEAL ȘI REALITATE

## Broderia - un stil aparte

**N**e întrebăm frecvent: cum ne mai îmbrăcăm, ce mai este "la modă". Se poartă scurt, se poartă lung, curbat, decoltat, cambrat. Se poartă muselina, voalul, catifeaua, dantela, broderiile.

Dar, după cum genurile de muzică sunt recomandate pentru anumite stări sufletești ("Nocturna" a V-a de Chopin în caz de tensiune nervoasă; "Fugile" lui Bach pentru stimularea atenției, "Oda bucuriei" de Beethoven în stările melancolice, "Don Juan" de Mozart contra migrenelor) tot așa și moda se "mulează" pe anumite caracteristici temperamentale, face "casă bună" cu trăsăturile de personalitate.

Dacă doriți să abordați un anumit stil, vă sugerăm să alegeți între: JEAN LOUIS CHERER, CHRISTIAN DIOR, YVES SAINT LAURENT, LECUANET HEMANT, GIVENCHY, PHILIPPE VENET, CHRISTIAN LACROIX și mulți alții, a căror ingeniozitate a fost sofisticată până la obsesie.

Este dificil de dat sfaturi, dar dacă totuși:

- aveți o imaginație bogată, dispuneți de multă fantezie, sfidați conformismul, vă recomand stilul FEERIC. Pentru acesta, NINA RICCI prezintă rochiile ample de tul roșu sau negru, cu decolteuri adânci, brodate cu paete și perle argintii.

- pentru o senzuală enigmatică este preferabil stilul MISTIC al lui LORIS AZZARO. Rochiile create de el, de preferință lungi, pe nuanțe de negru, gen furou, îmbină muselina transparentă cu dantela, sau muselina mată cu strech-ul.

- unei clasice, dar nu lipsită de eleganță, adeptă a stilului sobru, îi sugerăm să aleagă între YVES SAINT LAURENT și CHRISTIAN DIOR. YVES SAINT LOURENT vă propune simplitate, sobrietate și eleganță, atât la combinațiile rochie gen smoking, din satin negru, cât și la compleurile de pantaloni, cu vestă lungă peste brassiere cu strasuri. La fustele drepte, lungi sau mini, din mătase în multiple nuanțe de gri, adaugă jachete corsetate cu nylon. CHRISTIAN DIOR vă oferă în toate nuanțele de albastru și mov, taioare cu fuste drepte și jachete cu revere duble, drapate cu voal plisat. La pantaloni amplii, cu vestă de catifea, se poartă cămășile de mătase în culori complementare.

- o fire dinamică, plină de energie poate alege între stilul SCHIK al lui PIERRE CARDIN și

LUXUL SĂLBATIC al lui GIOVANI VERSAU. Primul propune un poncho negru, amplu, peste o fustă roșie, lungă, din mătase mată, mulată și despicată pe lungul coapselor. GIOVANI VERSAU asortează jupele ample din tafta cu pălăria stil cowboy și corsetul de strech cu paiete.

- dacă sunteți delicată, discretă, vi-l propunem pe VALENTINO cu stilul RAFINAT. Rochiile gen furou, din muselină, în culori pastel, brodate cu strasuri, cu decolteuri foarte adânci sunt mascate de mantii ample de tafta.

- pentru îndrăznețe și nonconformiste, CHANEL oferă stilul DANDY cu pantaloni largi de lână, veste de tweed combinate cu velur, în nuanțe de gri bleu.

Dacă vă este greu să vă hotărâți și dacă în această perioadă de tranziție, moda este apanajul celor cu venituri peste "salariul mediu pe economie" și dacă totuși doriți să vă remarcați în stil propriu, abordați cu încredere broderiile care acum sunt la modă. Vi le puteți confecționa singure. Ele nu solicită decât îndemânare, inventivitate și multă răbdare. Pentru inspirație este suficient să aruncați o privire în sipelele bunicilor.

Broderiile sunt potrivite pentru orice vârstă și se pretează la o gamă foarte largă de materiale (olandă, pânză topită, satin, mătase, tergal fin). Utilizarea broderiilor se extinde de la gulere, manșete, pieptul bluzelor și rochiilor, până la bordura fustelor și, chiar dacă modelele bunicilor noastre miros a levănțică și au încărcătura speșanțelor altor generații, cu siguranță ele pot fi adaptate oricărei vestimentații actuale. Vom regăsi printre ele frunzulițele sau florile cu petale ovale și forme rotunde (broderia englezească), motivele puternic curbate, cu spații umplute cu bride simple de feston (broderia tip renaștere), bridele împletite în motive florale (broderia tip Colbert).

Fie că veți aborda broderia tip Richelieu, broderia tip Venețian, broderia cu ajururi, broderia Jabac sau elemente din fiecare în parte, în mod cert veți fi modernă.

Adevărul este că ne îmbrăcăm pentru a putea fi privite, dar să nu uităm că adevărata eleganță este cea care nu se remarcă, dar se impune.

**Sociolog Antoaneta Constantin**



# MODA GHICITULUI

Oamenii, în decursul mileniilor de existență și autoperfecționare, au inventat sisteme de coduri care să permită cunoașterea pe înțelesul lor, comun, a unor fapte și fenomene. Practicile ghicitului au rădăcini ancestrale, s-au născut în copilăria omenirii, din dorință evidentă de explicație clară a unor fenomene și întâmplări din natură sau din viața socială. Ele nu sunt decât modalități de a prezenta codificat o realitate dorită sau potențial posibilă, dar fără o validare de pe poziții științifice, fiindcă acest lucru nu este posibil.

Omul a conceput astfel, cu mintea sa sfredelitoare, analitică și sintetică, mai multe alfabetice - comparații - paralele care servesc scopului înțelegerii, tălmăcirii, explicării unor evenimente trăite, prezente sau viitoare. Se cunosc în prezent circa 23 practici de a ghici, începând cu piromanția (denumită astfel de la cuvintele grecești *pyros* = foc și *mantein* = a ghici), capnomanția (ghicitul în fumul altarelor de sacrificiu), brecomanția, nechelomanția și austruomanția (ghicitul după felul și tăria ploii, după forma norilor și, respectiv, după vânt), dar nu în ultimul rând terminând cu oniromanția (ghicitul în vise), cartomanția (ghicitul în cărți), chiromanția (ghicitul în palmă), horoscopia (astrologia, astromanția, ghicitul în stele). Toate aceste practici reușesc să facă prevestiri corecte - fiindcă numai acestea ne rețin atenția - în măsura în care factorii preziși apar în viața noastră în mod întâmplător (aleatoriu). Deci, dacă vrem să ne amuzăm sau să cunoaștem precis, putem calcula pe baza teoriei probabilităților, ce șansă avem să fim eroii prevestirii în cauză. Și, evident, se poate întâmpla ulterior, ca prevestirea să se realizeze în practică, oricât de mică ar fi posibilitatea de apariție. În rest, totul

depinde de priceperea ghicitorului și nepriceperea clientului...

Există mai multe cărți de interpretare a viselor. Cercetându-le, constatăm că nicio dată nu se dă aceeași explicație pentru aceeași imagine de vis, "cheile" nu se potrivesc deci.

Mecanismul viselor a fost descifrat de fiziologi și a fost demonstrată influența pe care o au starea fizică și psihică a subiectului în cauză. Visele se produc în timpul somnului, parțial când imaginile scăpate de sub controlul conștient se combină "haotic" sub influența unor factori externi sau interni organismului.

Cartomanția este una din practicile care nu au nici un fel de bază științifică, constând în interpretarea fantezistă, intuitivă a unor figuri și culori ale cărților de joc, dispuse în mod întâmplător. Numai naivii pot crede în acest mod de a ghici. Idem pentru ghicitul în cafea.

Chiromanția sau ghicitul în palmă, este tot șarlatanie, dar factorii ereditari și de mediu influențează totuși conformația palmei, care este unică pentru fiecare individ, ca și amprente digitale. Puținele elemente concrete care ar putea avea o acoperire faptică și reies privind palma unui individ, sunt amplificate și nuanțate de ghicitor într-o direcție sau alta, în funcție de caracteristicile subiectului.

În practica ghicitului, se ține deci seama de starea dv. de spirit, pe care ghicitorul o simte datorită "pătrunderii" psihologice pe care a câștigat-o în decursul exercitării "meseriei" sale.

În afară de faptul că ghicitorul se folosește de naivitatea și credulitatea subiectului, el aplică un lung șir de trucuri și înșelăciuni, de care victima nici nu-și dă seama, decât dacă este instruită special în acest sens. Astfel, ghicitorul face afirmații cu larg caracter de generalitate, observă astfel reacțiile involuntare ale clientului său și le speculează în prevestirea sa.

*M. D. Emilian*



# SUNTEȚI UN ARBITRU AL ELEGANȚEI?

**D**acă Antichitatea, prin Petronius, supranumit de către Tacit, *arbiter elegantiarum* (arbitrul eleganței), ne-a oferit un exemplu de rafinament și bun gust, astăzi, nouă, contemporanilor lui Chanel și Yves Saint-Laurent, ne este din ce în ce mai greu să-l egalăm. Conformist sau nonconformist, preocupat sau mai puțin preocupat de aspectul vestimentar, fiecare dintre dv. optează, conștient sau nu, pentru o anumită practică expresivă a vieții sociale.

Vă invităm, prin răspunsurile pe care le veți da la acest test, să aflați dacă sunteți sau nu o persoană elegantă, stilată.

Aveți trei variante de răspuns; alegeți una singură, aceea care vi se potrivește cel mai bine.

1. Vă îmbrăcați doar pentru plăcerea dv.?
  - a. Da, este o preocupare majoră pentru mine.
  - b. Este vorba doar despre necesitate.
  - c. Nu, îmi place să-i bucur și pe cei apropiați.
2. Cereți sfatul prietenilor pentru alegerea hainelor?
  - a. Doar când îmi este greu să mă hotărâsc.
  - b. Eu îmi sunt unicul sfătuitor.
  - c. Întotdeauna țin cont de părerile lor.
3. Cumpărați doar hainele strict necesare?
  - a. Da, nu-mi plac cheltuielile de prisos.
  - b. Nu, încerc să-mi creez un confort suplimentar.
  - c. Nu scap nici un fel de prilej pentru a face cumpărături.
4. Căutați să fiți la zi cu noutățile vestimentare?
  - a. Nu am timp pentru așa ceva.
  - b. Sunt întotdeauna la curent cu ce a mai apărut.
  - c. În funcție de sezon.
5. Preferați un anumit tip de îmbrăcăminte?
  - a. Prefer genul clasic.
  - b. Mă atrage stilul sport.

c. Nu am preferințe.

6. Folosiți accesorii la vestimentația dv.?
  - a. Doar la ocazii deosebite.
  - b. Da, îmi conturează mai bine personalitatea.
  - c. Nu, le consider inutile.
7. Pentru îmbogățirea garderobei, treceți cu ușurință peste preț?
  - a. Nu, prețul este foarte important pentru alegere.
  - b. Numai dacă îmi pot permite.
  - c. Fac orice sacrificiu pentru a fi la modă.
8. Vă place să fiți admirat de cei din jur?
  - a. Mă îmbrac doar pentru sexul opus.
  - b. Încerc să le câștig admirația.
  - c. Îmi este indiferentă părerea lor.
9. Sunteți preocupat(ă) să observați îmbrăcăminte la ceilalți?
  - a. Este o plăcere să-i studiez pe ceilalți.
  - b. Nu sunt prea atent(ă) la detalii.
  - c. Doar dacă sunt bine dispus(ă).
10. Critica la adresa altei persoane vă determină să eliminați orice asemănare cu ea?
  - a. Da, pentru că vreau să fiu apreciat(ă).
  - b. Fiecare are dreptul să-și exprime propria opinie.
  - c. Nu, criteriile de apreciere sunt subiective.
11. Este important pentru dv. să fiți altfel decât cei din jur?
  - a. Îmi place să fiu ținta aprecierilor.
  - b. Doar când vreau să atrag atenția.
  - c. Nu, pentru că îmi creează un disconfort.
12. Credeți că moda se adresează doar unei anumite categorii de vârstă?
  - a. Nu, trebuie să existe o departajare.
  - b. Moda este pentru tineret.
  - c. Indiferent de vârstă poți fi la modă.
13. Contestați vestimentația celorlalți?
  - a. Moda oferă suficiente variații.
  - b. Mă simt bine când sunt ca ceilalți.



c. A te îmbrăca la fel ca ceilalți este vulgar.

14. Marca este determinantă pentru alegerea hainelor?

a. Dacă îmi place, nu contează marca.

b. Marca poate fi un reper pentru cumpărare.

c. Da, o firmă consacrată oferă produse de calitate.

15. Faceți mai multe achiziții vestimentare de îndată ce dispuneți de un fond bănesc suplimentar?

a. Nu este o investiție profitabilă.

b. Prefer să-l economisesc.

c. Este momentul prielnic pentru noi cumpărături.

16. Statutul dv. social este exprimat și prin hainele pe care le purtați?

a. Nu m-am gândit la acest aspect.

b. Caut totdeauna să fie evident acest lucru.

c. Însemnătatea unui om este deasupra aspectului său exterior.

## Cotarea

Varianta de răspuns	a	b	c
Întrebarea			
1	3	1	5
2	5	3	1
3	1	5	3
4	1	3	5
5	5	3	1
6	3	5	1
7	1	5	3
8	3	5	1
9	5	1	3
10	3	1	5
11	3	5	1
12	1	3	5
13	5	1	3
14	3	1	5
15	5	1	3
16	1	3	5

## Interpretarea

Dacă ați obținut:

### Între 64-80 puncte.

O persoană ca dv., care este mereu o apariție strălucitoare, rafinată și plină de farmec, poate oferi oricând premisele creării bunului gust colectiv, deci să devină un arbitru al eleganței. Aveți preferințe vestimentare subtile și elegante, ceea ce vă definesc ca o persoană matură și instruită. Aprecierile de care v-ați bucurat până acum, nu trebuie să vă creeze un ascendent asupra celorlalți deoarece haina, ca expresie simbolică a status-ului dv. social, nu este decât un mijloc de a vă contura propria personalitate.

### Între 47-63 puncte.

Sunteți, cu siguranță, o persoană care știe ce vrea de la viață, puneți accent pe rațional și rezonabil, fapt reflectat și de îmbrăcămintea dv., care nu îmbină însă totdeauna plăcutul cu utilul. Ați fost deseori acuzat de către prieteni că faceți concesii pragmatismului în dauna frumosului, nereușind să vă puneți astfel suficient în valoare. Aduceți-vă aminte, din când în când, de cunoscutul aforism "În fața frumuseții, toți oratorii tac".

### Între 30-46 puncte.

Pentru dv., moda este aerul pe care îl respirați. Din dorința de a cunoaște frumosul sub toate diferitele sale fațete, ați devenit capricios și extravagant; pentru a vă diferenția de ceilalți, vă găsiți adeseori în situația de a inventa și reinventa modele vestimentare. Trebuie să fiți atenți la faptul că tendința de contraimitație și nonacceptare a modei poate duce la snobism.

### Între 16-29 puncte.

Apatia și neimplicarea dv. face cu greu loc cultivării rafinamentului și bunului gust. V-ați lăsat copleșit de grijile cotidiene, devenind astfel insensibili la tentațiile modei. De ce să împărtășiți opinia că moda se adresează doar celor frumoși și tineri?

**Psihologi**

**Dana Gugu și Cătălin Bălan**





# Sexualitatea

în

modă

Un personaj al unei cărți deosebite spune la un moment dat: "O mie de femei goale nu impresionează mai mult ca o fecioară înveșmântată într-un văl".

Se poate și așa. Dar se poate ca cele o mie de femei goale să creeze o modă și atunci fecioara să fie privită precum o curiozitate, probabil imitantă, dar sigur extravagantă.

Cu alte cuvinte, problema este: "Cum suntem condiționați să descoperim sexualitatea în modă?". Factorii culturali sunt primii implicați, dar esențial este existența celor două sexe.

La nivel inconștient, simbolistica este clară: fusta, ca prelungire a uterului, iar pantalonul - virilitatea falică.

Aceasta ar putea fi o direcție arhetipală privind diferențierea dintre sexe, dar moda este, până la urmă, ceva palpabil.

Dintr-o anumită perspectivă putem privi moda ca fiind un set de emergențe al trebuințelor umane: de la cea de securizare, prin integrarea într-un grup, până la cea de realizare a unui personaj investit cu estetic.

Dar principala trebuință a naturii umane este nevoia de iubire, de rezonanță afectivă, iar o componentă fundamentală în acest cadru este sexualitatea.

Este adevărat faptul că simpla relație sexuală nu implică în mod necesar iubire, dar nece-

sită existența celor doi parteneri. Relația lor poate fi de durată sau efemeră, stabilirea cuplului necesită însă câteva etape, dintre care prima este selecția.

În general, partenerul este ales în urma integrării într-un grup, unul din criterii fiind părerea despre frumos a celui ce caută. Dar pentru a atrage frumosul, trebuie să fi tu însuși frumos sau măcar să fie perceput ca agreabil.

Deci, iată că moda și relația sexuală se împletesc destul de strâns.

Ar trebui discutat felul în care hainele sunt implicate direct în comportamentul sexual al omului.

Este bineștiut că un strai vechi, rupt, murdar sau "doar perimat moral", nu prea incită la o relație sexuală, pe când cel "la modă" poate provoca o identificare subconștientă a celui care-l poartă cu unul din sex-simbolurile "en vogue".

Se realizează, deci, prin intermediul curentului de modă, un gen de semnalizare ce s-ar traduce prin: "Iată-mă ! Sunt frumoasă, sunt sexy, doresc relație".

Astfel, achiziționarea de haine "la modă" are semnificația unui act ritual de menținere sau obținere a unui plus de feminitate sau masculinitate.



Iar dacă, de-a lungul istoriei, noutățile în modă aduceau un plus de cochetărie stilului vestimentar, astăzi putem vorbi de o adevărată revoluție sexuală în materie de modă. Mișcarea de emancipare a femeilor a desființat proprietatea exclusiv masculină asupra pantalonilor, bikini-ul a schimbat complet imaginea despre un costum de baie, iar părul lung și coafat nu mai este specific feminin.

Apariția mișcărilor protestatatoare în diferite subculturi, cum a fost hipismul, au bulversat vechile norme morale. Astfel, a ajuns posibilă chiar o modă a sexului, respectiv o exacerbare a sexualității la nivel social.

Aproape că pare imposibilă o despărțire a ideii de "nou în modă" de viziunea "sexy".

Deși produsele marilor case de modă prezentate în diferite "show"-uri sunt cvasi-

inaccesibile maselor, totuși, prin faptul că ridică manechinele la nivel de sex-simboluri, pe care au grijă să le prezinte îndeajuns de incitant, amplifică asocierea dintre sexualitate și stilul vestimentar în conștiința populară.

Apoi nu trebuie uitate minoritățile sexuale, de care este la modă să se vorbească astăzi; hainele și pantalonii de piele mulați pe corp au devenit emblematice pentru homosexuali.

Este, deci, astăzi, "o pervertire" a modei la sexe sau este oare o reacție firească de descărcare la nivel social și individual a tensiunilor și frustrărilor, a conflictelor generate de ritmul sufocant al "secolului"?

Întrebarea este mai degrabă retorică decât o punere de problemă.

**Augustin Mihailă**

## MODA în diferite accepțiuni

- Moda este regina lumii întregi (...), ea creează, ridică sau răstoarnă imperiile și coafurile.

*Codul toaletei civile 1870*

- La mode să nu te arăți nici cel dintâi, nici cel din urmă, că amândoi sunt de răs.

*Gala Galaction*

- Moda este o oglindă în care se răsfrâng toate instituțiile unui popor.

*Moda- culegeri istorice despre îmbrăcămintea antică, 1887*

- Bucură-te modă, pururea ruinătoare și civilizatoare a omenirii... Bucură-te că ai dat libertatea popoarelor și ai format cultele credințelor.

*Moda de azi, 1893*

- Moda e atotputernică (...), trecută și aparținând zilei de ieri, nu mai contează, e caraghioasă, ridicolă, fără sens și neînțeleasă.

*Perversiunile modei de azi, 1920*

- În modă actuală există o tiranie a libertății.

*Rene Bizet - La Mode, 1925*

- Dacă renunți la eleganță poți adopta orice modă, oricât de extravagantă. Este o chestiune de gust...

*Jean Marais - Moda și eleganța, 1967*

- Moda s-a impus și se impune cu tiranie... Moda trebuie urmată și pentru că este un semn al tinereții.

*Aneta Dumitriu - Eleganța la masculin, 1970*

- Cu excepția pustnicilor, nimeni nu se poate sustrage evoluției modei.

*Vasile Oros - Când Eva se privește în oglindă, 1980*

- Moda explică nivelul de trai, implicit economia unei anumite perioade (...); perioadele de criză sunt marcate de un gust în derivă.

*Adrian Silvan Ionescu - Moda secolului al XIX-lea românesc, 1981*



# NE ÎMBRĂCĂM CUM VOR ... ZODIILE

**G**ustul pentru un anume stil de îmbrăcăminte este puternic influențat de zodia în care ne-am născut, între modă și personalitate existând o anumită armonie.

Astrologii au împărțit semnele zodiacale în două grupe:

- semne masculine (Berbec, Gemeni, Leu, Balanță, Săgetător, Vărsător) și,

- semne feminine (Taur, Rac, Fecioară, Scorpion, Capricorn, Pești), aspectul exterior, felul cum ne comportăm fiind determinate de acestea. Astfel:

- un bărbat născut sub un semn masculin inspiră putere atât prin felul de a se comporta, cât și prin cel de a se îmbrăca. Va dori întotdeauna să facă impresie asupra sexului masculin;

- un bărbat născut sub un semn feminin va dori, cu siguranță, să placă femeilor; dar cucerirea unei femei va trece pe planul doi, după atenția acordată modei. Este un om care se preocupă de aspectul său exterior, vrând să atragă atenția asupra propriei persoane;

- o femeie născută sub un semn feminin dă dovadă de mult gust și rafinament în alegerea îmbrăcăminte, de maniere alese. Se va opri la o îmbrăcăminte care să-i pună în evidență feminitatea și va folosi foarte des produsele cosmetice;

- o femeie născută sub semn masculin caută să-și păstreze, în general, aerul natural. Alege, de obicei, îmbrăcăminte sport. Este de părere că frumusețea naturală și virtutea feminină sunt atuuri mai importante decât orice machiaj sau produs cosmetic.

Dacă veți ține seama de grupul de semne căruia îi aparțineți (masculin sau feminin) urmărind, în același timp, influența zodiei dvs. asupra modei, o să înțelegeți de unde provine gustul pentru un stil de îmbrăcăminte sau altul.

Așadar:

1. Cel născut în **BALANȚĂ** (un tip conservator) este, fără îndoială, bine îmbrăcat, are simț artistic și siguranță în alegerea îmbrăcăminte. Culoarea preferată este albastrul cu întreaga sa gamă de nuanțe.

2. Cel născut în **GEMENI** (un tip sensibil) preferă o îmbrăcăminte comodă, cu o linie tinerească. Pentru că-i plac schimbările, va alege o îmbrăcăminte din două piese încadrate în culorile preferate: gri argintiu și gri metalic.

3. Cel născut în **VĂRSĂTOR** (un tip întreprinzător) are un gust inegalabil în alegerea îmbrăcăminte. Priceperea, flerul și siguranța de care dă dovadă în acest sens sunt de invidiat. Preferă culorile: albastru, verde și combinațiile lor.

4. Cel născut în **PEȘTI** (un tip conservator) este o fire rezervată, îi place eleganța discretă, se îmbracă corect și foarte curat, dând dovadă de mult rafinament. Culorile preferate: albastru de peruză și albastru de levănțică.

5. Cel născut în **RAC** (un tip sensibil) este ușor adaptabil, calitate ce-i dă posibilitatea de a urma linia modei cu condiția, însă, ca ea să corespundă standardelor lumii în care trăiește. Îi plac bijuteriile, pe care și le alege cu mare grijă și preferă culorile: alb, argintiu, galben pal.

6. Cel născut în **SCORPION** (un tip întreprinzător) privește îmbrăcăminte ca pe un rău necesar, ca pe ceva care, în nici un caz, nu poate provoca senzație. Dă dovadă de înțelepciune și este atras de stilul care presupune eleganță. Culorile preferate: roșu închis, castaniu, toate nuanțele de maro.

7. Cel născut în **SĂGETĂTOR** (un tip conservator) preferă o îmbrăcăminte cu croiala simplă, aerisită și, în momentul în care se fixează asupra unui stil, cu greu renunță la el. Culori preferate: roșu purpuriu, violet închis și deschis.

8. Cel născut în **LEU** (un tip sensibil) trădează, prin felul său de a se îmbrăca, o fire nepăsătoare și jovială. Se ferește de o îmbrăcăminte cu o linie solemnă, de ocazii. Alege stilul sport și materiale viu colorate. Îmbrăcat tinerește, după ultima modă, acest om trezește admirație. Culorile preferate: galben portocaliu, ocru, roșu și auriu.





9. Cel născut în BERBEC ( un tip întreprinzător) va adopta, fără rezerve stilurile de modă care pun în valoare personalitatea. Poate însă, să-și creeze propriul stil cu o notă de eleganță personală. Culorile preferate: roșu și bronz.

10. Cel născut în CAPRICORN (un tip conservator) respinge orice formă de exageranță, îmbrăcămintea lui păstrând întotdeauna linia clasică, iar alegerea ei se va face cu mult discernământ. Culorile preferate sunt toate nuanțele de galben și verdele închis.

11. Cel născut în FECIOARĂ (un tip sensibil) va avea veșnic dificultăți cu capriciile

modei, hotărându-se foarte greu pentru un anumit stil de îmbrăcăminte. Culorile preferate: gri, bej, alb, argintiu.

12. Cel născut în TAUR ( un tip întreprinzător) nu va abdica niciodată de la principiul " haina face pe om ". Pentru el, hainele sunt un simbol al valorii și un semn al statutului social. Nu se va uita niciodată la bani, dacă haina este pe gustul său. Preferințele sale înclină spre un stil plin de fantezie. Culorile preferate: verde, albastru, maro și negru, toate în tonuri tari.

George Baciu



# MODĂ ȘI PERSONALITATE

– un paradox psiho-cultural –

De ce paradox?

Pentru că moda, ca și personalitatea, sunt poli ai aceleiași realități psiho-culturale. Nu doar psiho, pentru că personalitatea include și internalizarea anumitor valori social-culturale; nu doar cultural, pentru că aportul personal al personalității (personal, în sensul unicității individului) este unic și, deci, fundamental în dinamica creativ-socială a acesteia.

Complexitatea acestei realități a dus la înțelegeri greșite privind moda. Astfel, putem deosebi la extremele acesteia două tipuri, create pe tipologia consumatorilor de modă, pe de o parte și tipologia creatorilor de modă, pe de altă parte. Vom delimita, astfel, patru tipuri extreme, grupate două câte două, ținând cont de consumatori și creatori:

1. tipul consumatorului dominat de modă;
2. tipul consumatorului independent față de modă;
3. tipul creatorului conformist față de un anumit curent în modă;
4. tipul creatorului nonconformist în raport cu o anumită dominantă în modă.

În vestimentație, de exemplu, moda este tributară anumitor preconcepții sexuale, dar și unor tradiții în acest sens. Tradiția este păstrătoare și dezvoltă, de-a lungul timpului, o cultură vestimentară care nu oscilează fundamental, ci doar se nuanțează în funcție de creator, pe care l-am putea încadra în tipul 3 din cele prezentate mai sus, cu specificarea că în cadrul unei tradiții rurale\* este vorba mai puțin de un conformism (adică de o atitudine personală) ci, mai degrabă, de o conștiință colectivă, nuanțată doar de la persoană la persoană și care reprezintă portul. Această conștiință colectivă tinde, prin mecanismele de reglare comunitară,

să se perpetueze fie în port, fie în obiceiuri, rituri etc. În mediul urban, populația tranzitorie din rural vine cu acest aport cultural, care este înregistrat ca preconcepție de "conștiință urbană" (dacă o putem denumi așa), caracterizată printr-o heterogenitate relativă, care este creată, pe de o parte, de lipsa apartenenței funciare și pe de alta, de distanțarea sociometrică (relații de vecinătate, de rudenie etc.), aceasta fiind complementară cu frecvența scăzută a relațiilor interumane etc. Această heterogenitate determină o spargere a cadrului tradițional, favorizând o dezvoltare la nivel personal a personalității, dar și o "tradiție" urbană (mai mult o tendință de omogenizare), care ar avea ca determinant la nivel psihic tendința de conformare, de imitație, precum și lipsa unui criteriu socio-valoric peren. Totuși, în societățile cu o tradiție urbană, cu o structură socială bine definită, clasele, grupurile socio-profesionale tind să se reproducă (socialmente) și în virtutea unei continuități vestimentare. În acest sens, s-a putut vorbi, la un moment dat, de șapca proletarului, pelerina burghezului, chipiul țaranului etc. Exista, astfel, în alegerea vestimentației un criteriu valoric dependent de conștiința apartenenței la un habitus de clasă - similar, putem spune, cu conceptul de tradiție.

La început, moda, care este exclusiv urbană, s-a dezvoltat în sânul claselor mijlocii ca efect al unei ideologii liberale de independență culturală și de afirmare pe plan social a personalității, pentru ca mai apoi să joace un rol omogenizator la scara întregii societăți (urbane), fără să-și propună în mod vădit acest lucru. În general, se poate constata că la mijlocul scării sociale se află cea mai mare permeabilitate la influența modei, în timp ce, coborînd sau urcând spre extremele acesteia, se înregistrează o tot mai mare tendință spre conservatorism. Același lucru se poate observa pe categorii de vârstă. Creativitatea, originalitatea portului unei vestimentații apare cu cea mai



mare frecvență la vârsta de mijloc (cuprinsă între 24-30 și 45-50 ani). Vârsta tânără și foarte tânără este tributară habitus-ului primar și adesea transgresată de fenomenul imitației, în timp ce la vârstele foarte înaintate se constată o doză mare de conservatorism, de rezistență la modă - fenomenul de obișnuință, precum și imobilitatea psihică sprindându-și cuvântul.

Astfel, pe axa vârstelor ca și pe cea a ierarhiei sociale putem identifica - oarecum relativ - o anumită dispunere a tipologiilor consumatorului și creatorului de modă. La extremele acestor axe întâlnim un procent ridicat din tipurile (1) și (3), tipurile (2) și (4) fiind înregistrate sporadic la mijlocul acestor axe, cea mai mare frecvență întâlnind-o la grupa de vârstă corespunzătoare adolescenței.

Așadar, probabilitatea de a exista o modă autentică - adică o dinamică în creativitatea vestimentară ca expresie a personalității creației sociale - este foarte mică, am putea spune neglijabilă. Și acest lucru este cu atât mai plauzibil cu cât afirmarea în acest domeniu depinde, în mare parte, de factori extraumani: potențial economic, reclamă etc.

În altă ordine de idei, se observă de aproximativ o sută de ani o stagnare a modalității modei vestimentare masculine, considerându-se parcă, moda vestimentară ca fiind un apanaj feminin. Cu mici variații, moda masculină flirtează cu câteva elemente devenite mituri și simboluri masculine: cravata, sacoul, costumul etc. Mai mult, se observă penetrarea unor ele-

mente masculine în moda vestimentară feminină și, o dată cu acestea, o modificare a psihologiei feminine, dar și a rolului social al acesteia (nu discutăm aici primatul status-rol - modă). În acest fel, moda poate reprezenta un foarte bun barometru al omogenizării status-rolurilor sexelor.

Cu toate acestea, astăzi mai putem identifica după vestimentație nu numai starea economică a oamenilor (pături sărace, bogate etc), ci și apartenența lor la un anumit grup socio-profesional.

În timpurile pe care le trăim (mai ales în România), când lipsa sau relativitatea valorilor a devenit foarte mare, moda este înțeleasă mai mult cantitativ - adică statistic. "Se poartă" este expresia unei psihologii tipice, care este "la modă".

Bineînțeles că putem întâlni, într-un procent foarte mic și un spirit de frondă, ca și elemente sporadice de excentrism, care pot constitui pete de culoare pe o pătură gri. Acestea, prin mecanismele psiho-sociale ale modei, pot colora la un moment dat întreaga suprafață a păturii, pentru ca mai apoi și aceasta să fie pătată. Iar această dialectică este bineînțeles continuă.

Și așa mereu, "AB URBE CONDITA".

**Psiholog Gabriel Forfotă**

\* De fapt, numai aici putem vorbi de o tradiție în adevăratul sens al cuvântului.

## Despre... PANTOFI

• Unul din cei mai mari pantofi din lume are o lungime de 1,03 m și ar corespunde mărării nr. 156,5. Pantoful a fost realizat de cizmarul olandez Henk van Ree din Kaatsheuvel. O gheată uriașă a confecționat și Vincent van Haecke: 0,70 m înălțime; 1,25 m lungime; masa de 16 kg.

• Cei mai vechi ciorapi au fost găsiți în piramidele faraonilor. Pe vremea aceea, ciorapii erau un privilegiu de al cărui purtat se bucurau numai bărbații. Prima femeie care a purtat ciorapi în Europa a fost Elisabeta, regina Angliei (în secolul al XVI-lea, ciorapi din mătase neagră).

• Tocurile înalte au apărut la Veneția și erau considerate un semn de noblețe. Prestigiul social era astfel direct proporțional cu înălțimea tocurilor de la pantofi!

• În iunie 1990 s-a vândut la licitație, în SUA, o pereche de pantofi din cele 1000 câte se spune că ar fi avut Imelda Marcos, soția fostului dictator filipinez Ferdinand Marcos. Prețul de vânzare: 100.000 dolari SUA.





# Temperamente și culori

**O**mul a apărut, s-a dezvoltat și a evoluat într-un mediu cromatic, într-un univers colorat al senzațiilor.

Astfel, culorile devin mijloace de expresie, de comunicație și proiecție a tendințelor și pulsuniilor interioare, a trăirilor și atitudinilor noastre, adevărate oglinzi ale personalității.

Semnificațiile și valorile simbolice ale unei culori se transformă în standarde mentale, sunt interiorizate prin decodificare și integrate experienței noastre perceptive.

Ne învăluim într-o armonie secretă de culori, ne percepem prin culori, ne iubim sau ne urim alături de ele. Suntem intimi legați de culoare nu numai prin structura emoțional-afectivă a personalității, ci și prin acțiunea ei în afara noastră. Fiecare își elaborează o experiență cognitivă, evaluativă și afectivă în raport cu universul cromatic înconjurător pe baza complexelor interacțiuni dintre particularitățile individuale și ansamblul factorilor socioculturali. Atracția sau repulsia, simpatia sau antipatia, preferința, indiferența sau respingerea culorii sunt indici atât ai modului de raportare a personalității la lumea exterioară, cât și a apartenenței la o anumită structură socioculturală, la anumite sisteme de valori. Statisticile au demonstrat că există între bărbați și femei diferențe în privința ordinii preferinței și respingerii culorilor. R. F. Wilson și M. Golu vorbesc chiar de o tipologie specifică preferinței pentru culoare:

1. tipul "R" (roșu) - mai frecvent la bărbați.
2. tipul "V" (verde) - foarte rar la bărbați și frecvent la femei.
3. tipul "G" (galben) - mai frecvent la femei.
4. tipul "Vt" (violet) - foarte frecvent la femei și puțin frecvent la bărbați.

5. tipul "O" (oranj) - relativ egal distribuit în cadrul ambelor sexe.

6. tipul "A" (albastru) - cel mai frecvent, atât la bărbați cât și la femei.

Vă oferim un autotest care să identifice tipul temperamental de personalitate în funcție de preferința cromatică.

Aveți alăturat setul celor 4 culori primare :

- a) Albastru.
- b) Verde.
- c) Roșu.
- d) Galben.

Răspundeți la următoarele întrebări și alegeți una dintre culorile prezentate (a, b, c, d):

1. Imaginați-vă că sunteți înconjurat de o aură energetică. Care este culoarea specifică acesteia?

2. Vă găsiți într-o stare de disconfort psihic și sunteți extrem de agitat și nervos. Care este culoarea care s-ar potrivi cel mai bine acestei stări?

3. Ce culoare asociați cuvântului *asteptare*?

4. Care este culoarea preferată și cea mai frecvent purtată de dumneavoastră?

5. Sunteți invitat la o petrecere între prieteni și aveți la dispoziție setul de culori prezentat. Care este alegerea dumneavoastră?

6. Care din cele 4 culori se asociază cel mai bine cu muzica lui Mozart?

7. Pentru a impresiona pe cei din jur și a obține recunoașterea lor, ce culoare veți alege pentru vestimentația dv.?



8. Care culoare simțiți că vă potențează capacitățile intelectuale și vă echilibrează psihic?

9. Ce culoare v-ar plăcea să vedeți în acest moment?

10. Trebuie să vă întâlniți cu o persoană foarte importantă sau să participați la o activitate oficială? Ce culoare v-ar fi potrivită?

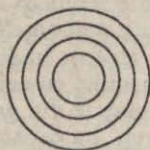
11. Ce culoare se armonizează mai bine cu "albul"?

12. Cu ce culoare asociați cuvântul "mister"?

13. Dacă oamenii ar fi culori, ce culoare ar avea partenerul (partenera) dv. ?

14. Doriți să oferiți un cadou persoanei îndrăgite. Ce culoare alegeți pentru ambalajul pachetului?

15. Priviți imaginea celor 4 cercuri concentrice. Ce culoare veți plasa în centru?



### Interpretarea rezultatelor

Numărați câte răspunsuri a, b, c, d ați obținut la cele 15 întrebări. Una dintre culori va fi predominantă. Dacă, eventual, obțineți scor egal pentru 2 culori, reluați testul cu mai multă atenție. La fiecare întrebare, alegeți culorile ca și când le-ați vedea pentru prima dată.

#### Predominant "A" (Albastru)

- Corespunde simbolic calmului, temperamentului liniștit și trăirii estetice, contemplative. Aveți nevoie de liniște, armonie, relaxare, de un mediu ordonat, eliberat de frământări și evenimente trepidante.

Sunteți preocupat de tot ce se întâmplă în

jur și încercați să rămâneți în armonie și echilibru interior.

Adeseori, acționați lent și vă implicați pasiv dar senzitiv. Sunteți dornic de liniște, satisfacție și afecțiune. Preferința dv. pentru albastru indică tendința spre introversiune (orientare spre sine, spre interior).

Vă simțiți bine atunci când vă exprimați artistic și creativ.

#### Predominant "V" (verde)

- Sunteți o persoană relativ mobilă, flexibilă și vă adaptați la schimbări de situații și noutate.

Aveți dorința de-a impresiona și obține recunoaștere; reacționați cu fermitate și perseverență în contexte problematice, însă adeseori sunteți defensiv, autonom, reținut chiar posesiv și imuabil.

Vă simțiți bine atunci când ajutați pe alții.

#### Predominant "R" (roșu)

- Sunteți activ, dornic de mișcare, aveți forță și vigoare în ceea ce faceți, tindeți să vă implicați pasional, afectiv. Pulsunile sexuale sunt accentuate și trăirile senzuale, impulsive, sunt uneori necontrolate.

Ambițios, curajos, energetic, înfrunțați ușor viața cu dificultățile și problemele ei. Vă simțiți bine atunci când practicați exerciții fizice și atingeți scopurile propuse. Relaționați ușor cu semenii și sunteți deschis spre lume, spre ceilalți (extrovert) însă adeseori ofensiv-agresiv.

#### Predominant "G" (galben)

- Sunteți înclinat spre meditație și trăiri intelectuale și spirituale. Abordați problemele dificile cu calm, destindere și raționament.

Doriți să obțineți stima și considerația altora și consumați pentru acesta foarte multă energie.

Vă adaptați social și relaționați bine cu cei din jurul dv., însă nu vă displace singurătatea. Spontan și original, proiectiv și investigativ sunt caracteristicile dv. dominante.

Vă simțiți bine atunci când comunicați cu ceilalți, dovedind orientarea dv. către exterior (personalitate extrovertă).

**Cristina Anisescu,**  
psiholog



# O MALADIE LA MODĂ STRESUL

**P**rintre cei mai frecvenți factori de risc care afectează sănătatea omului acestui sfârșit de mileniu, alături de obezitate, alcoolism și fumat, se află stresul. Primele referiri la această stare anormală de sănătate a organismului s-au făcut în anii celui de-al doilea război mondial când, datorită tensiunii psihice în care stăteau locuitorii Londrei, supuși bombardamentelor aeriene, procentul îmbolnăvirilor de ulcer a crescut la circa 20% (în condiții normale, procentul este cuprins între 3-10%). De asemenea, în situațiile favorizante respective (teama cauzată de război și efectele sale), s-a constatat la subiecții supuși analizelor medicale și creșterea proporției de colector în sânge.

Profesorul Hans Selye a dat următoarea definiție stresului (azi consacrată) - răspunsul nespecific al organismului la orice solicitări din afară, un fel de *sare a vieții*. Deci stresul este un efect al presiunilor externe, excesive, inadecvate, îndreptate asupra unui subiect care nu este pregătit sau nu poate să le facă față. *Stresul rezultă dacă subiectul este supus unor presiuni psihice tari și antagoniste, de asemenea, poate fi o reacție la schimbare.*

În interesele sale studii întreprinse în timpul celui de-al doilea război mondial pe subiecții supuși stresului, psihiatrul englez William Sargant a stabilit că indivizii diferă între ei ca urmare a temperamentului lor diferit și răspund fiecare în felul său dificultăților întâlnite în viață. Temperamentele flegmatice, bine adaptate, echilibrate, optimiste, rezistă în general mai bine și mai mult timp decât celelalte la schimbări. După cardiologii Ray Rosemann și Meyer Friedmann, subiecții predispuși la stres sunt cei iritabili, impacientați, care caută mereu responsabilități și sarcini imposibile, sunt solitari, înclinați să mănânce și să meargă cu nervozitate, fiind totdeauna deprimați în caz de eșec.

Mecanismul de declanșare a stresului psihic este următorul: imediat ce creierul primește mesajul ce vizează existența unor presiuni psihice exterioare, glanda hipofiză secretă hormonul adrenalină, ce excită diversele sisteme vitale, printre care și inima: se produce imediat creșterea presiunii sistolice și arteriale, precum și intensificarea bătăilor inimii, care se mobilizează mai mult pentru a trimite sângele spre mușchii contractați. După ce factorii stresanți dispar, starea de echilibru se restabilește. În caz că efectul lor se menține, organismul, în loc să revină la stadiul normal, se adaptează la stres și starea de alarmă psihică devine permanentă. Această evoluție urmează o curbă grafică în formă de U întors, numită de marele cardiolog britanic Peter Nixon, "curba de epuizare". Ajuns în punctul critic al curbei, individul își inhibă capacitatea de reacție și cade, în final într-o stare de depresie, fiind antrenat într-un cerc vicios de epuizare. Subiectul stresat manifestă pe plan psihic puternice sentimente de teamă și incompetență, iar pe plan fiziologic hipertensiune arterială, pe fondul unei intense circulații sanguine, marcate de constricții vasculare și tahicardie.

Cercetătorii de la *Atherosclerosis Research Center* din SUA, au întreprins experiențe pe maimuțe pentru a studia efectele stresului în timp: au pregătit două grupe de animale de aceeași talie, supuse aceluiași regim alimentar (cu grăsimi puține); maimuțele din grupul A, separate în cuști, au fost împiedicate să aibă raporturile lor obișnuite cu ceilalți membri ai grupului, iar maimuțele din grupul B au fost lăsate libere în grup. La capătul a 21 de luni, arterele maimuțelor prizoniere prezentau notabile depozite grase, în timp ce greutatea rămăsese neschimbată. Profesorul Christian Barnard, marele specialist în grefe de inimă, a afirmat că prevenirea maladiilor cardiace trece prin armonia corpului și a psihicului nostru.

O campanie antistres trebuie să identifice factorii perturbatori, apoi să stabilească un plan de combatere a lor. S-a constatat că reușita în viață sau pe plan profesional poate să fie un factor de longevitate, dând sens și scop vieții.

## Metode pentru a domina stresul

În "Dicționarul de psihologie socială" (Editura științifică și enciclopedică, 1981), stresul psihic este definit ca o stare de tensiune, încordare și disconfort determinată de agenți ectogeni cu semnificație negativă, de frustrarea sau reprimarea unor stări de motivație





(trebuiețe, dorințe, aspirații), de dificultatea sau imposibilitatea realizării unor probleme. Stresul are trei faze: reacția de alarmă, momentul de rezistență, faza de amplificare și extindere.

Vă propunem, în continuare, un plan împotriva stresului elaborat de Christian Barnard:

#### 1. Cunoașteți-vă propria personalitate.

Este important să determinați ce fel de persoană sunteți pentru a cunoaște gradul sau tipul de stres pe care sunteți în măsură să-l suportați. Cunoașterea propriei personalități înseamnă stăpânirea reacțiilor dumneavoastră, prevenirea unor manifestări negative care pot apărea la nivelul psihicului dumneavoastră, aflat în confruntare cu factorii perturbatori exteriori.

#### 2. Alegeți cea mai bună reacție contra stresului.

Evitați surmenajul, conservând un bun echilibru între activitate și repaus, asigurați-vă o durată suficientă de somn. Învățați să spuneți NU unor activități care depășesc posibilitățile dumneavoastră de manifestare. Rețineți în memorie momentele critice pe care le-ați parcurs în ultimul timp în familie, la școală sau serviciu, pentru a încerca evitarea lor. Dacă ați solicitat sfaturi medicale, respectați-le.

#### 3. Depășiți stresul profesional.

Organizați-vă mai bine timpul și aprofundarea problemelor. Evitați indecizia, fixați-vă obiectivele realiste, cultivați umorul și căutați să realizați permanent o comunicare amicală, cu toți cei din jur. Recunoașteți-vă limitele și învățați din propriile greșeli. În dialogul cu ceilalți, vorbiți lent și calm, reflectați mai întâi la tot ceea ce veți face sau spune, ascultați cu

atenție partenerul de dialog.

4. *Nu neglijați propria dv. familie,* care trebuie să reprezinte nucleul de liniște și siguranță, ceva care să vă apere de agresiunile inerente ale mediului. Căutați să petreceți concediile (vacanțele) sau sfârșitul de săptămână într-un mod liniștit, cât mai agreabil, în mijlocul membrilor familiei dv.

#### 5. *Viața dumneavoastră vă aparține.*

Adesea, factorii de stres se reduc la probleme de organizare a propriilor activități. Nu mâncați repede, nu beți repede, nu vă grăbiți totdeauna. În orice ocazie, păstrați-vă demnitatea proprie.

#### 6. *Efectuați cotidian acest exercițiu de relaxare.*

Așezați-vă confortabil într-un fotoliu sau întins pe pat. Închideți ochii, relaxați-vă pe rând mușchii, începând cu cei ai picioarelor și terminând cu cei ai feței. Căutați să păstrați circa zece minute această stare într-o ambianță sonoră adecvată (liniște, fond muzical lent). Inspirați profund și expirați aerul numai pe nas.

#### 7. *Folosiți formulele de autosugestie.*

Dimineața puteți repeta în gând "astăzi va fi o zi frumoasă", "sunt plin de energie", "trebuie să fiu mai bine dispus". Formulele de seară au scopul de a liniști și a relaxa: "sunt degajat", "mă voi odihni bine", "am avut o zi plăcută".

#### 8. *Dormiți cât vă este necesar.*

Somnul este vital pentru sănătate. Fără o durată suficientă de somn reparator, fiecare dintre noi este mai iritabil, lipsit de energie și entuziasm. Somniferele nu au decât o utilitate limitată și dau efecte secundare nefaste (ridicarea tensiunii arteriale, de exemplu). Înainte de a adormi, țineți cont de următoarele sfaturi:

a. Eliberați-vă spiritul de problemele zilei. A privi la televizor nu este o soluție.

b. Dacă vă petreceți ziua stând pe scaun, seara faceți o plimbare sau exerciții fizice.

c. Stabiliți un ritual al culcatului, pe care să-l executați fără nici o grabă.

d. O dată întins în pat, încercați să respirați lent, ca și când ați dormi deja.

e. Simțiți-vă mușchii cum se relaxează.

f. Liniștiți-vă respirația până ce devine de neuzit, rămâneți imobil; somnul trebuie să vină automat.

g. Dacă nu puteți să dormiți nu stați culcat la nesfârșit. Ridicați-vă și preparați-vă o băutură caldă. Încercați din nou să adormiți, citind ceva până la punctul somnolenței.

**E. Dobrescu**



## PICTURA PARAPSIHOLOGICĂ

**P**uțină lume, chiar din cercurile creatorilor de artă, cunoaște faptul că acea artă în care talentul trebuie să se îmbine cu stăpânirea unei tehnici ce se însușește după lungi strădănituri, pictura, este practică și de persoane care, în modul lor obișnuit de viață, sunt total lipsite de aceste calități. Fără a mai vorbi și de însușirea tehnicilor care se asimilează după o lungă școlarizare și, mai ales, după o lungă și chinuitoare practică. Și totuși, pictura "parapsihologică" ocupă spațiul de preocupări a unor practicanți care și-au asimilat-o după ce și-au dat seama că sunt beneficiarii unor aptitudini mediumice, care nu stau la îndemâna multora.

Istoria parapsihologiei consemnează mai multe feluri de practicanți ai picturii "paranormale". Această varietate de stiluri, dar mai ales de "tehnici" este datorată modului în care capacitățile mediumice ale personajului au fost sau sunt puse în operă.

Unul dintre cele mai interesante cazuri de această natură, a fost studiat în anul 1927 de către celebrul parapsiholog francez dr. **Eugen Osty** (1874-1938). Este vorba de **Augustin Lesage**, miner francez de profesiune, care a fost supus unei investigații profunde în cadrul Institutului Internațional de Metapsihică din Paris.

Provenind dintr-o familie de mineri din tată în fiu, fără a manifesta preocupări intelectuale și mai ales în materie de artă, acesta trăiește în anul 1911, la vârsta de 35 de ani, un incident deosebit. Lucrând culcat în lungul unui filon foarte îngust, acesta aude clar o voce care îi spune foarte clar: "într-o zi vei deveni pictor". Repetarea aceleiași voci peste un interval de timp, l-a făcut să continue a lucra în mină, sub tensiunea unei adevărate terori. Peste aproximativ zece luni, sub influența unui alt prieten al său, **Ambroise Leconte**, tot miner de profesie, Lesage începe să participe la ședințe de spiritism. Chiar la prima ședință, cu mâna tremurând, el scrie automat un mesaj ce i se adresa. În acest mesaj, Lesage primește

instrucțiuni detaliate asupra felului în care trebuie să picteze. Picturile sale, de obicei de mari dimensiuni (3X3m; 3X2,5m; 2X1,8m) reprezintă, în general, motive decorative.

Un alt gen de pictură "paranormală" este atribuită uneia dintre persoanele cele mai mediatizate în America, pentru calitățile sale mediumice. Este vorba de **Ingo Swann**, personaj dotat, printre alte abilități, și cu aceea de a vedea aura ce încojoară corpul omenesc. Să menționăm faptul că aura corpurilor este, datorită unor manifestări fiziologice, proprii tuturor ființelor biologice vii. Ea este rezultatul emisiunilor energetice în spectrul vizibil și ultraviolet al organismelor vii. În cazul omului, de exemplu, această emisiune realizează un flux de fotoni, la nivelul de 150-250 fotoni/cmp de suprafață corporală/secundă. Nivelul foarte scăzut al acestei emisiuni, face ca să nu poată fi sesizată cu ochiul liber de către marea masă a oamenilor. Sesizarea ei este posibilă cu o aparatură sensibilă și foarte sofisticată. Montajele, incluzând fotomultiplicatori de mare rezoluție, cuprind circuite de discriminare și anticoincidență, ce permit sesizarea fluxului de fotoni emiși, dat fiind faptul că la acest nivel al unei emisivități atât de scăzute, fluxul de fotoni captați coincide aproape cu zgomotul de fond al montajului.

Pe de altă parte, persoane dotate cu facultăți mediumice sau care au reușit să se antreneze în această direcție, pot sesiza în mod natural, cu ochiul liber, emisiunile aurice. Acest lucru se datorește creșterii sensibilității lor retiniene, care de acutizează către percepția zonei ultraviolete a spectrului. Un atare personaj este și **Iugo Swann**. Această abilitate i-a dat posibilitatea lui Swann să încerce a pune pe pânză imagini în care personajele pictate sunt înconjurate de halouri aurice. Este interesant de remarcat faptul că producția picturală a lui Iugo Swann, din anul 1962, la vremea când în SUA nu se cunoșteau încă fotografiile în efect Kirlian, cuprinde tablouri în care figurile reprezentate sunt bordate de o aură formată din strimeri. Este exact ceea ce se petrece în electrografiile Kirlian, în care amprentele electrografice sunt bordate de astfel de contururi. Extinzându-și tehnica picturală, Swann produce și altfel de tablouri. Astfel între 1967 și 1970 el

(Continuare în pag. 38)



# Sunteți o persoană îngrijită?

Răspundeți numai prin **DA** sau **NU**, cu deplină sinceritate, la fiecare dintre cele 12 întrebări de mai jos (notați răspunsul dumneavoastră în dreptul întrebării respective):

1. Vă lustruiți pantofii cu cremă (sau îi curățați de praf) în fiecare zi?
2. Îmbrăcați cămăși sau haine care au găuri sau pete?
3. Vă pieptănați de cel puțin două ori pe zi?
4. Riscați să vă fie puțin frig decât să plecați de acasă îmbrăcat cu multe haine groase... pentru orice eventualitate?
5. Vă cumpărați pantofi cu un număr mai mic, care să vă strângă puțin, numai pentru a da impresia că aveți piciorul mic?
6. Vă tăiați unghiile săptămânal?
7. Vă schimbați ciorapii sau șosetele la cel puțin trei zile?
8. Vă călcați pantalonii sau fusta cel puțin o dată pe săptămână?
9. Vă spălați pe dinți zilnic și faceți baie cel puțin o dată pe săptămână?  
(Puteți da și două răspunsuri)

10. Vă parfumați în fiecare zi?

11. Vă faceți ordine zilnic în geantă (servietă, ghiozdan)?

12. Aveți totdeauna o batistă curată asupra dumneavoastră?

Marcați câte un punct pentru fiecare răspuns **DA**.

Dacă aveți **12 puncte**, sunteți puțin exagerat, preocupat chiar de cochetărie.

Pentru **11 puncte** vă pândește aceeași apreciere, puteți renunța să purtați încălțăminte incomodă.

La **9-10 puncte**, sunteți o persoană îngrijită și vă prezentați corect în societate.

Pentru **7-8 puncte** este necesar să fiți mai atent cu ținuta dumneavoastră.

Dacă ați obținut numai **5-6 puncte**, sunteți o persoană neglijentă cu dumneavoastră înșivă.

Sub **5 puncte** nu sunteți agreabil de privit. Este timpul să vă ocupați mai mult de corpul și ținuta dumneavoastră. Întrebările de mai sus vă pot fi un prim îndreptar.

M. D. Emilian



# BAIA, Între necesitate și plăcere

**C**ine și-ar închipui că simplul fapt de a face o baie poate să reprezinte o modă. Să aibă moment de vârf, să cadă în desuetitudine și uitare, sau chiar să fie reflectată... Plăcerea pe care o simțeau românii când se duceau la renumitele lor terme, a fost îngropată sub copitele cailor ce veneau din stepă. Evul Mediu și Inchiziția au condamnat spălătul, spișerii l-au considerat nesănătos, iar nobilii au văzut în el imoralitate. Diane de Poitiers, iubita regelui francez Henric II, o pionieră a igienei, obișnuia să-și facă zilnic o baie, indiferent de anotimp. Anturajul o privea cu dezaprobare, considerând-o chiar ușuratică. Căci nobilele doamne de la curțile regale europene nu agreeau obiceiul îmbăiatului. Istoria a înregistrat că pe vremea Regelui Soare, Ludovic XIV, femeile se foloseau de bureți imbibați în oțet pentru a îndepărta mirosul neplăcut al transpirației.

De-abia spre sfârșitul secolului XIX și începutul secolului XX, baia a început să-și întore în drepturi. Totuși, în prima jumătate a secolului nostru, ea a fost apanajul celor privilegiați, ei fiind singurii care posedau săli speciale amenajate. Pentru generația sfârșitului de mileniu, baia reprezintă nu numai o necesitate ci și o plăcere. Parfumurilor naturale din petale de flori le-au fost adăugate uleiurile parfumate și spumantele obținute prin sinteză. În plus, baia poate fi un remediu împotriva depresiilor și un somnifer natural.

Dacă în Europa, moda îmbăiatului a cunoscut sușuri și coborășuri, nu același lucru s-a întâmplat în Orient. În primul rând plăcere, mijloc de comunicare, de-abia la sfârșit necesitate, baia a fost pentru orientali mai mult decât

o modă, o tradiție transformată în emblemă și exportată în toate colțurile lumii.

**Hamamul**, un veritabil ritual al țărilor Orientului Mijlociu este o baie cu vaporii. Ședințele durează în jur de două ore și comportă patru treceri progresive, de la vaporii calduți, la vaporii fierbinți. Un prilej de a efectua un gomaj, ca și o mască pentru ten, căci vaporii le cresc eficacitatea. După o clătire cu apă rece, urmează un repaus de o jumătate de oră. Benefică pentru eliminarea toxinelor, hamamul este contraindicat în tulburările cardiovasculare. Pentru femeile orientale, aceste băi erau locul principal de întâlnire.

O variantă europeană este sauna. În Finlanda, ea este situată într-o căbănuță din lemn, imediat lângă casă. Pentru a îmbogăți căldura uscată, se toarnă apă peste câteva pietre încinse. Sauna provoacă transpirație și purifică organismul, alternând căldura cu prospețimea unui duș rece. Finlandezii obișnuiesc să facă baie într-un lac sau chiar să se tăvălească prin zăpadă. Alternanța cald-rece are loc la circa 10 minute sau mai mult, în funcție de capacitatea fiecărui organism de a suporta căldura. În timpul unei ședințe se bea multă apă, pentru a reconstitui rezerva pierdută de organism. Sauna este contraindicată cardiacilor și angosaților.

**Furo** este adevărata baie japoneză pe care puțini occidentali o pot suporta. Temperatura apei ridicată peste 45 grade, iar sursele naturale de apă fierbinte nu lipsesc în Japonia. La furo, niponii uită toate grijile de peste zi. Dar această baie nu servește la spălat! Atunci când intri în apa fierbinte, este obligatoriu să fii curat. Furo este contraindicată cardiacilor.

**Jacuzzi** provine din California și este o baie cu vârtejuri de apă, ideală pentru stimularea circulației sanguine și îndepărtarea stresului. Bulele operează un veritabil masaj care poate fi orientat către părțile corpului care au mai mare nevoie: spate, gât, picioare... Se poate rămâne un timp îndelungat căci temperatura apei nu depășește 37 grade Celsius. La origine, jacuzzi era instalată în exterior pentru a se putea admira peisajul californian cu vegetația lui luxuriantă.

**Mihaela Constantinescu**



# Vă recunoașteți?

Duceți o viață rațională ? Aveți tăria de a vă înfrânge micile slăbiciuni, micile deprinderi neigienice care, treptat, se contabilizează negativ în bilanțul vieții ?

Vă oferim posibilitatea de a vă supune unui test simplu și util, privind confruntarea dv., de-a lungul unei zile obișnuite, cu două "stiluri". Căruia dintre ele îi aparțineți, veți putea decide singuri:

## X

1. Dormiți într-o îmbrăcăminte ușoară și pe un pat tare ?
2. Săriți din pat vioi și bucuros că aveți înaintea o zi de activitate ?
3. Vă faceți gimnastica de dimineață ?
4. Mâncați ceva ușor dimineața, iar la prânz cu măsură ?
5. Munciți cu plăcere și cu surâsul pe buze?
6. Nu fumați, nu mâncați și nu beți nimic din ceea ce ar putea stimula în mod artificial sistemul nervos ?
7. Mergeți pe jos cel puțin o oră ?
8. Rămâneți seara acasă pentru a citi, a studia, a vă ocupa de familie ?
9. Adormiți devreme, ușor, fără sedative ?
10. Știți să vă organizați astfel programul, încât fiecare zi să aducă ceva nou și pozitiv în existența dumneavoastră ?

## Y

1. Dormiți într-o pijama sau cămașă de noapte călduroasă și într-un pat moale?
2. Coborâți din pat alene și cu ochii abia deschiși, mergeți spre baie fără tragere de inimă, sărind chiar peste acest ultim "detaliu"?
3. Ori nu vă simțiți în formă pentru astfel de exerciții ?
4. Micul dejun este abundent pentru "a ține" până la prânzul care-l serviți spre seară?
5. Sau vă uitați tot timpul la ceas, ca să vedeți cât mai este până la sfârșitul programului ?
6. Fumați, beți cafea și alcool la prânz și seara, chiar și la culcare ? Simțiți adesea nevoia unui "stimulent" și dimineața?
7. Sau sunteți sedentar, cu excepția, eventual, a sfârșitului de săptămână ?
8. Stați ore întregi în fața televizorului, socotind că doar în acest fel vă puteți deconecta ?
9. Sau mergeți la culcare foarte obosit și cât mai târziu posibil, luând un somnifer ?
10. Vă lăsați pradă unor deprinderi care generează monotonic și insatisfacție ?



(Urmare din pag. 34)

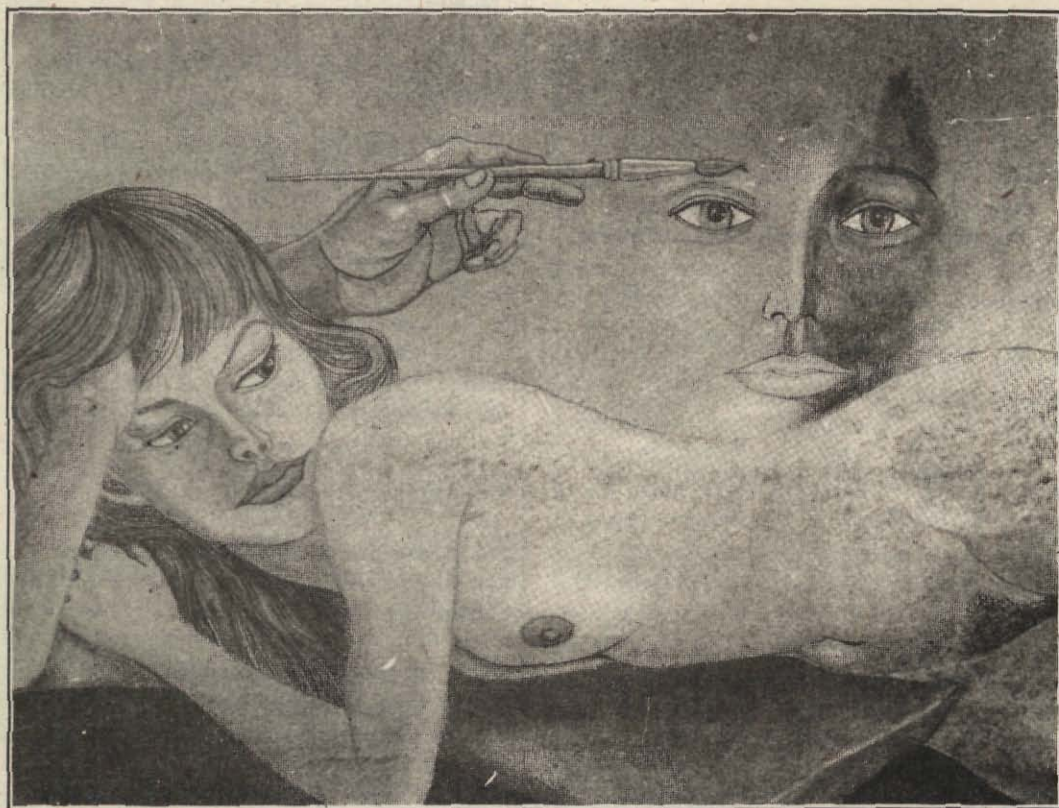
încearcă să picteze efectul auric într-o încercare de reprezentare a energiei particulelor într-un "alt spațiu", cum este de exemplu tabloul "Vedere de pe pupa vasului Sagitarius". Iată și comentariul lui Swann, privind acest tablou: "Acest tip de reprezentări, este validat de recente fotografii ale potențialului energetic din spațiul vid, prezență de cercetătorii britanici".

În fine, un al trilea tip de reprezentări picturale, probabil cel mai interesant, este dat de picturile realizate în stare de transă mediumică indusă. Mediumul își induce această transă printr-un proces de autohipnoză, în timpul căreia încearcă să intre în contact cu spiritul pictorului în maniera căruia va picta. Într-un studiu realizat pe parcursul mai multor ani în America Latină, dr. **Stanley Krippner** și **Alberto Villodo** descriu în cartea lor, "Starea de sănătate", modul de lucru al unui reprezentant brazilian, Luis Antonio Gasparetto al acestei arte. Gasparetto lucrează într-un mediu

obscur, pentru că lumina puternică îl disturbă. El explică acest lucru prin faptul că "...lumina puternică detasează ectoplasma de spiritele vizitatoare, inducând dificultatea de a rămâne conectate de corpul fizic al pictorului". Să menționăm faptul că Gasparetto pictează în stiluri atât de diferite, aparținând unor pictori consacrați, cum ar fi Toulouse-Lautrec și Van Gogh. Mai mult chiar, el pictează chiar fără pensule, întinzând culoarea cu degetele de la mână sau chiar cu cele de la picioare.

Cercetările efectuate în cadrul școlii parapsihologice rusești de la Sankt Petersburg, au demonstrat că prin inducerea transei hipnotice unor persoane total lipsite de abilitatea de a desena sau picta, acestea pot produce picturi în stilul inconfundabil al unor pictori consacrați. Subiectului i se introduce, în transă hipnotică, ideea că este chiar artistul respectiv, încât producția sa picturală rezultată, imită perfect stilul pictorului sugerat.

*dr. Eugen Celan*





# Un catalog al colecționarilor celebri

**D**eparte de a fi o excentricitate, moda de a colecționa diferite obiecte este, mai degrabă, o pasiune și, ca orice pasiune, nu ține cont de rang, profesie sau vârstă. Astfel, printre marii colecționari găsim savanți de renume mondial, filosofi, artiști, diplomați, șefi de stare etc.

**Caius Petronius** (mort în anul 66 după nașterea lui Christos), senator și scriitor satiric toman. Colecționa cupe și pahare. Se povestește că exponatul său preferat era o cupă de cristal. Nero a auzit de acest lucru și i-a cerut-o. Decât să se supună ordinului împăratesc, orgoliosul colecționar a preferat să spargă cupa... dar numai după ce băuse din ea otravă. (Istoricii susțin că a spart într-adevăr cupa, dar că a murit tăindu-și venele.)

**Francesco Petrarca** (1304-1374). Poetul italian a strâns o impresionantă colecție de obiecte romane.

**Cosimo Medici cel Bătrân** (1389-1464). Mare bancher al Europei, mecena al Florenței. Celebru și pentru magnifica sa colecție de monede vechi.

**Rembrandt** (1606-1669). Marele pictor a adunat o bogată colecție de tablouri, gravuri, cărți rare, scoici, animale împăiate, pene, coliere exotice, monede, arme și veselă prețioasă. Pentru cumpărarea acestor obiecte a cheltuit întreaga avere a soției sale, Saskia. În vederea depistării de obiecte interesante purta o vie corespondență.

**Petru I** (1672-1725). Țarul Rusiei a înființat la Petrograd - Muzeul de științe naturale, care avea printre altele și o mare colecție de monede și medalii. Petru I se ocupa personal de cumpărarea monedelor și a colecțiilor. Mai târziu, această colecție a fost mutată la Ermitaj și este, astăzi, cu cele peste 300 mii exponate, una din cele mai bogate din Europa.

**Napoleon Bonaparte** (1769-1821). În tim-

pul exilului său pe insula Sfânta Elena, colecționa soldați de plumb cu ajutorul cărora demonstra erorile comise de generalii săi pe câmpurile de bătălie din Europa.

**Nathan Meyer Rothschild** (1777-1836) a strâns peste 60 mii... pureci. După ce i-a clasat, i-a făcut cadou unui muzeu de istorie naturală. Un alt Rothschild englez, lord Walter, a devenit celebru colecționând păsări și animale.

**Charles Darwin** (1809-1882), autorul teoriei evoluției speciilor, a adunat obiecte dintre cele mai diverse: scoici, timbre, peceți poștale, monede și minerale.

**Pavel Tretiakov** (1832-1898), fiul unui negustor din Moscova. Prin anii 50 ai secolului trecut a început, împreună cu fratele său mai mic, Serghei, să colecționeze pânze ale picturilor din epoca sa și, 30 de ani mai târziu, lucrări vechi de artă rusească. Colecția sa a crescut rapid și prin anii 60 a construit special o clădire care să o adăpostească. În 1892, tretiakov și-a donat colecția orașului Moscova.

**Ivan Pavlovič Pavlov** (1849-1936). "Timbrele au o influență mult mai binefăcătoare asupra sănătății mele decât bromul dv.", i-a spus medicului său celebrul fiziolog rus. Pavlov considera că pasiunea de a colecționa stimulează voița, că este o formă de repaus activ și că orele petrecute astfel sunt destinderea cea mai plăcută.

**Maxim Gorki** (1868-1936). Scriitorul rus colecționa cărți, timbre, porțelanuri și lucrări de artă populară. În 1927 a devenit membru al "Internaționalei filatelice". A donat colecțiile sale unor muzee și unor specialiști.

**Franklin Delano Roosevelt** (1882-1945), fost președinte al Statelor Unite. În copilărie îi plăcea să se refugieze cu colecția sa de timbre într-o veche băcănie, închipuindu-și că este căpitanul unui mare vas pornit să exploreze pământuri depărtate. Ajuns pe treapta cea mai înaltă a carierei sale politice, Roosevelt s-a ocupat în continuare de filatelie.

**Herbert G. Wells** (1866-1946), scriitor și publicist englez, părinte al literaturii SF. A colecționat soldați de plumb.

**Henry Ford** (1863-1947), regele automobilului, adversar înfocat al alcoolului, în schimb un pasionat colecționar de... sticle de gin.

**Albert Einstein** (1879-1955), marele fizician, celebru prin formularea teoriei relativității, colecționa timbre. "Filatelia, spunea el, este o recreere după o muncă intensă. Ea te ajută să te poți concentra din nou."



# MODA COLECȚIILOR

## HOBBY-uri posibile

Ați fost puși vreodată în dilema de a nu ști ce să colecționați? Există 1001 de lucruri pasionante pe care le puteți reuni cu dragoste, cu plăcere, perseverență și puține cheltuieli. Înainte de a vă prezenta unele dintre ele, socotim că v-ar fi utile în această direcție câteva sfaturi:

Alegeți obiecte pe care împrejurările vă permit să le strângeți cu ușurință. Dacă sunteți un drumeț pasionat ați putea colecționa minerale, fosile, lemne de pădure interesante ca formă, fructe ale unor conifere, cochilii, plante și insecte. Tema colecției trebuie să vă atragă și să n-o schimbați săptămânal; o colecție nu-și dobândește valoarea decât dacă este continuată mulți ani.

Este bine să aveți o metodă originală, personală pentru a clasa colecția dv., reguli și cataloage ca în filatelie sau numismatică. Lucrul acesta se învață în timp.

Nu uitați de a întrebuița o pensetă atunci când manipulați piesele colecției dv.: timbre, monezi, vignete filumenice sau de gumă de mestecat, blazoane etc. Evitați să le plasați într-un plic sau o cutie, în așteptarea clasificării lor; așezați-le într-un album (clasor) încă după ce au fost curățate și, înainte de a le clasa, căutați să le cunoașteți, să descifrați diferitele lor elemente de "identitate". Astfel, vă veți îmbogăți și cultura generală cercetând cu atenție exemplarele colecției.

La început există "ceva" care vă face să colecționați tot ce vă cade în mână. Un astfel de mod de a strânge este o preocupare puțin interesantă și care, în cele din urmă, sfârșește prin a nu realiza (mai) nimic. Nu acumulați tot ce găsiți; țineți minte în orice moment expresia "a strânge cu inteligență".

Nu uitați nici o clipă că dușmanii colecției dv. sunt: umiditatea, căldura, lumina, praful,

greutățile aplicate pe foile albumului, care duc la lipirea exponatelor, strică culorile, deteriorează piesa.

Puteți alcătui colecții pe țări sau pe teme, în care exponatele nu mai sunt clasificate după criterii geografice ci în funcție de tema aleasă; o astfel de colecție vă lasă câmp liber atât în ceea ce privește alegerea subiectului cât și prezentarea lui. Nu adunați însă piese nesemnificative, interesați-vă despre ceea ce vă poate oferi și învăța colecția pe care o faceți. Nu strângeți pentru a umple locurile goale, nu deveniți un serv al maniei ca Diognete, acel numismat pe care La Bruyere îl ridiculizează cu finețe în "Caracterele" sale: "Gândiți că el caută să se instruiască prin monede, privindu-le ca probe scrise ale unor fapte de istorie vechi? Vă înșelați! Credeți că toată truda pe care o depune pentru a recupera o piesă, vine din plăcerea de a nu vedea o suită de împărați întreruptă? Deloc!! El are o placă ale cărei căsuțe sunt toate ocupate, cu excepția uneia singure; acest spațiu gol îi supără vederea și, este cert că, pentru a-l umple, întrebuițează tot binele și viața sa!"

Să-l lăsăm pe Diognete și să revenim la prezentarea tipurilor de colecții posibile pe care le puteți realiza în condiții foarte simple:

## 1. CĂRȚI POȘTALE ILUSTRATE.

Este o colecție ușor de realizat și foarte instructivă. Puteți reuni ilustratele primite, în cazul acesta colecția este și foarte "economică" - și cele pe care le cumpărați din locurile străbătute. Un sfat important: nu vă dispersați, alegeți un subiect precis, care să vă intereseze, de exemplu: orașele României, capitalele Europei, munți, lacuri, monumente etc.

Limitați-vă la o țară sau la o regiune geografică! Puteți clasa cărțile poștale ilustrate în ordine alfabetică; este metoda cea mai simplă dar lipsită total de originalitate. Interesant ar fi să ilustrați itinerarii turistice, mai întâi pe zone restrânse, pe care să le reproduceți într-un album sau păstrați separat ilustratele iar, pe traseul ales, alături de numele fiecărei localități, înscrieți numărul paginii din album unde se găsesc imaginile corespondente. Astfel, dacă veți pleca în excursii, puteți con-



sulta înainte și colecția pe care ați alcătuit-o.

## 2. BROȘURI TURISTICE.

Publicate de agenții de voiaj și companii de transport în cantități impresionante, ele fac publicitate regimurilor și orașelor turistice.

Va fi destul de dificil să adunați suficiente broșuri turistice pentru a alcătui o colecție la fel de interesantă ca și cea de ilustrate. Grupați-le pe județe sau țări, în dosare mobile ori, mai interesant, pe itinerarii de vacanță posibile sau realizate. Puteți intercala file pe care ați colecționat fotografii, ilustrate și alte amintiri din regiunile străbătute. Dacă ați adăuga xeroxuri după articole din ziare și cărți de geografie, veți aduna o pasionantă "carte" de geografie, care vă va înapoia prețioase informații.

## 3. BLAZOANE.

O colecție nu mai puțin interesantă este cea de embleme turistice, care se găsesc pe diverse obiecte mici: farfurii, căni, pahare, linguri din lemn sau metal, pe care sunt imprimate însemnele ("stema") unui oraș sau zone geografice. Tipărite sau brodate pe fanoane și ecusoane, sunt oricând amintiri de neuitat. Știați că blazonul face obiectul unei științe auxiliare a istoriei - heraldica -, disciplină ce posedă un limbaj deosebit al culorilor și un vocabular particular (dextru - partea dreaptă a blazonului, senestru - partea stângă).

## 4. VITOLFILIA.

Cu acest neologism este numită pasiunea de a colecționa mărci (embleme) sau, mai des



întâlnite astăzi, pachete (goale sau pline) de cărți de joc, cutii mici de ambalaj etc. Acest gen de colecție a cunoscut deja vârsta sa de aur acum câteva zeci de ani - există de altfel și o asociație de vitolfilie, în Franța. Curioasele serii de mărci de țigarete, exclusiv împodobite și reprezentând fabricații exclusive, destinate unor personalități istorice care au fumat în timpul vieții, se găsesc azi cu dificultate.

În afara colecțiilor de etichete de băuturi sau pachete de țigarete, vitolfilia a cedat astăzi pasul unei alte pasiuni, cu care se înrudește.

## 6. FILUMENIA (de la cuvintele grecești *philos* = prieten, *a iubi* și *lumen* = lumină).

Prietenii luminii sau filumeniștii colecționează vignete care decorează cutiile de chibrituri. Acest gen de colecție face din ce în ce mai mulți adepți, în special printre copii și este



perfect justificat. Vignetele sunt uneori încântătoare și adesea foarte instructive.

Recolta nu este deloc complicată: vigneta filumenică se detașează în aceeași manieră în care un timbru poștal se desprinde de pe plic. Și aici, ca și la mărcile filatelice, colecția poate fi alcătuită pe teme sau țări. Exemple de colecții tematice pot fi: mijloace de transport, reclame publicitare, sfaturi diferite etc. Nu cunoaștem - cel puțin la noi - existența unei liste generale a vignetelor filumenice tipărite, aidoma cataloagelor de mărci poștale.

## 7. NUMISMATICA.

Filumenia și filatelia ne demonstrează că, *uneori, bucăți de hârtie pot să atingă valori extraordinare*: este și cazul biletelor de bancă (banii de hârtie). Pentru studierea lor, dar mai ales a monedelor (banii de metal), s-au pus bazele numismaticii - pasiune înălțată la rang de știință de către adepții ei.

Moneda povestește istoria unei țări mai bine decât o carte, mai bine decât un document. Adesea, figurile imprimate în metal - de cele mai multe ori prețios - sunt veritabile opere de artă. O colecție numismatică este foarte interesantă, dar reclamă mijloace financiare foarte importante. Totuși, vă este la îndemână să-i puneți bazele. Important, înainte de toate, rămâne să vă specializați - sfat valabil pentru alcătuirea oricărei colecții, de altfel.

Clasați monedele în serii, pe bucăți de carton dăstul de gros și prevăzut cu despărțituri coreșpunzătoare. "Căsuțele" se construiesc ușor și originalitatea dv. își poate spune cuvântul și aici: monedele pot fi așezate, de exemplu, pe un fond din material care să le pună mai bine în valoare. Colecțiile numismatice importante sunt, în mod obișnuit, aranjate în dulapuri, cu sertare plate numite medaliere.

Începeți cu procurarea monedelor românești actuale. Este bine să selecționați câte două piese noi din fiecare valoare, pentru a prezenta în colecție ambele fețe. Strângeți și monede vechi, care au valoarea direct proporțională cu vechimea, calitatea și materialul din care sunt lucrate.

Iată câteva sfaturi privind întreținerea pieselor din: **a.** aur și argint: ștergeți-le cu puțin amoniac pentru a îndepărta oxizii care se formează la suprafață; monedele de argint oxidate și acoperite cu o crustă, pot să fie șterse chiar cu suc de lămâie; **b.** aramă și bronz: spălați-le cu apă caldă și săpun, frecându-le cu o perie ușoară. Nu întrebuințați acizii și nici amoniacul, care atacă profund piesele și distrug inscripțiile și tipul (efigia); **c.** cositor și plumb: rar întrebuințate și numai în aliaj, sunt foarte dificil de conservat. Ideal este de a le acoperi cu o substanță protectoare (vaselină, de exemplu), după ce, în prealabil, au fost șterse cu o perie fină.

În mod asemănător monedelor, pot fi colecționate și medalii emise pentru a comemora diferite evenimente sau personalități, ori ca premii pentru cele mai diverse activități.

O largă răspândire are și colecționarea de insigne, care pot fi întâlnite în mii de exemplare, deosebit de frumoase și interesante. Insignele ar putea fi clasificate după țara de origine sau pe diverse teme: sport, știință, turism, cluburi și asociații etc. Insignele se păstrează pe panouri acoperite cu pluș și învelite cu pungă din material plastic transparent.

## 8. SILOGRAFIA (sau sfragistica):

Colecționarea și studiul sigiliilor (peceților) - amprente pe ceară sau, mai rar, pe plumb. Ca și numismatica, este considerată o știință auxiliară istoriei.

Colecționari curioși au adunat, începând cu Evul Mediu, peceti originale și matrițe (exemplu: inele domnești) care serveau la imprimat în ceară. Matrița - obiect din piatră sau metal - conține gravate figuri și caractere amintind uzul sau proprietarul. Pecețile erau alcătuite dintr-o semnătură și o piesă de identitate; la moartea proprietarului, erau distruse sau plasate în mormântul său.

*Prof. V. Claudiu*



---

---

# INTERVIU

---

---

**G**ică Gâlcă era în al nouălea cer. După două săptămâni de când lucra la ziarul "Moda, ieri, azi, mâine", fusese chemat dimineață de redactora șefă, doamna Stambă, care, scurt, i-a spus:

- Gică, se apropie Festivalul Național "Să fim mereu frumoși". Este proba ta de foc. Vei face un interviu cu o populație cât mai diversă. Caută să găsești oameni din toate categoriile sociale. Până mâine dimineață trebuie să-mi aduci materialul. Hai! La treabă și succes!

Gică își luă reportofonul făcut cadou de taică-su, îl puse în geanta sport și se aruncă în mulțime.

"Fie ce-o fi, nu iert pe nimeni!"

- Domnișoară, se adresă el unei fete îmbrăcată într-o rochie elegantă de catifea, dar poate prea sobră pentru tinerețea ei, sunt reporter la ziarul "Moda, ieri, azi, mâine". De unde ați cumpărat această frumoasă și distinsă rochie?

- Nu am cumpărat-o eu, ci am primit-o cadou de la mama mea, bunica și două mătuși din provincie. De fapt, e gustul lor și știți proverbul: "Calul de dar..."

Gâlcă închise reportofonul și rămase gânditor în dreptul unei tonete. "Am călcat cu stângul" - gândi el oarecum nehotărât.

După ce bău o "Fanta", se îndreaptă spre un domn îmbrăcat într-un costum bleumarin.

- Stimate domn, sunt... De la ce magazin obișnuieți să vă îmbrăcați?

- Tinere, eu merg pe un principiu, poate pentru unii depășit, pentru mine însă, de foarte mare actualitate.

- Anume?

- Cei trei R. Adică recuperare, recondiționare, re folosire. Așa că...

Nu termină de înregistrat bine ultimele cuvinte și se întoarce brusc spre o doamnă înaltă, cu părul roșcat.

- Doamnă, fiți amabilă, vă rețin doar un minut. Sunt... Dumneavoastră vă fardați curent sau întâmplător?

- De câte ori sunt deprimată.

- Și acum? Să înțeleg că sunteți deprimată?

- Da. Am avut niște discuții cu soțul.

Gică înțelese, își ceru scuze și căută un alt subiect. De el se apropia un tânăr cu o geacă splendidă, ținând în lesă un setter.

- Tinere, sunt reporter și fac o anchetă asupra modei vestimentare. Sincer, admir îmbrăcămintea ta. Cât a costat acest bluzon?

- No problems. Eu nu cumpăr nimic. Tata plătește, răspunse acesta cu tonul unui om deranjat și se lăsă tras de câinele lui.

Gică făcu un calcul rapid, câți subiecți a abordat și dacă au fost din toate categoriile sociale, cum îi spusese șefa.

"Aha, iată altul care pare interesant", își zise, apropiindu-se de un bărbat care se căuta precipitat prin buzunare.

- Domnule, vă rețin un moment. Știți, eu sunt... Cât obișnuieți să cheltuiți într-un an pe îmbrăcămintă?

Bărbatul îl privi ca prin ceață și în loc de răspuns îi zise:

- Tinere, ai te rog o țigară?

- Cu plăcere. "Carpați".

- Grozav. Sunt țigările mele preferate.

Scoase o țigară din pachetul întins de Gică, o aprinse, trase cu voluptate un fum, apoi rosti:

- Tinere, să trăiești și să auzim numai de bine.

Gică nu se supără și gândi: Cunosc tot felul de oameni ciudați. Porni agale privind trecătorii din jurul său, apoi, parcă pentru a-și face curaj, se lansă într-o nouă încercare.

Chiar în fața havuzului din apropiere se oprise o tânără nostimă, destul de fistichiu îmbrăcată, care tocmai se privea într-o oglinjoară.

- Domnișoară, sunt... Vă văd bine îmbrăcată, dar mă șochează un lucru. Purtați doi pantofi de culori diferite. Este cumva o modă nouă?

Fata râse.

(Continuare în pag.48)



# TEST SPECIAL PENTRU DOMNI

*Spune-mi ce fel de slip porți,  
ca să-ți spun cine ești...*

**N**u râdeți! Titlul nu este o glumă! Psihologii francezi au testat un lot foarte mare de bărbați și au concluzionat că lenjeria intimă spune multe despre personalitatea fiecăruia. Dacă vreți să aflați, rezolvați acest test cu sinceritate!

1. Un vis: o imensă poartă de bronz auriu, impunătoare, se află în fața dvs. Doi lei redevabili, de fiecare parte, vă interzic intrarea. Dar pentru a vă trezi, trebuie să treceți de cealaltă parte. Ce preferați să faceți?

A. Cunoscând longevitatea leilor, vă scoateți calculatorul de buzunar și calculați durata probabilă de viață a celor două fiare, apoi așteptați un vânător.

B. O aduceți în visul dv. pe Madonna. Leii vor fi seduși și se vor culca la picioarele ei. După ce vi le-ați șters pe ale dv. pe aceste carpete, treceți dincolo de poartă.

C. Precum un Hercule modern, luați leii drept cei de la *Metro Goldwin Mayer* și împingeți poarta cu indexul. Ea va cădea. Totul este doar folclor!

D. Deoarece l-ați reperat pe Clarence, leul care se uită cruciș, îl chemați pe Tarzan și el îl va duce la spitalul universitar aflat după colț. Al doilea, îngrozitor de singur, moare de durere. Dar dv. sunteți deja plecat.

E. Cum aveți întotdeauna doi șoricei în buzunar, îi scoateți. Leii, înspăimântați, distrug poarta și o iau la fugă, urlând. Și dv. faceți la fel. Sunteți căuțați toți trei. Morți sau vii.

2. Expert în dragoste, după cât timp credeți că este momentul să vă dezbrăcați la prima întâlnire tête-à-tête?

- A. 10 secunde;
- B. 1 minut;
- C. 10 minute;
- D. O jumătate de oră;
- E. Trei ore;

3. Judecat de un tribunal extraterestru, ce vă puteți reproșa ca pământean?

- A. Că ați iubit plăcerile carnale;

- B. Că v-ați hrănit cu animale;
- C. Că ați poluat atmosfera;
- D. Că nu ați eradicat foamea în lume;
- E. Că nu sunteți foarte evoluat.

4. Sunteți proprietarul unei fabrici de ciocolată. În situația în care ar trebui să solicitați iertarea iubitei dv., ce ați fabrica pentru ea (bineînțeles, în mărime naturală)?

- A. Un dinozaur;
- B. Un purice (regimul obligă !);
- C. O ghilotină. Iar pe iubită ați reboteza-o Maria-Antoaneta;
- D. Statuia ei;
- E. Nimic. Nu mai doriți ca ea să vă ierte!

5. O mie una de zile și nopți: câte slipuri aveți în șifonier?

- A. 25 ;
- B. 2 ;
- C. O duzină;
- D. 50 ;
- E. 100 .

6. O dragoste la prima vedere, fabuloasă! Sunteți epuizat și de-abia ajungeți la dv. acasă. Ce faceți?

- A. Luați un întăritor;
- B. Vă întâlniți cu un magician care să vă dezlege de vrajă;
- C. O baie. Nu se știe niciodată...
- D. Vă relaxați cu picioarele ridicate;
- E. Vă mutați la logodnica dv. Apartamentul dv. vi se pare prea mare.

7. Sunteți bărbat, desigur! Totuși, există ceva care să vă producă teamă?

- A. Fotografia soacrei;
- B. O oră de tăcere;
- C. O duminică petrecută pe un aeroport internațional;
- D. Să trăiți 20 de ani cu aceeași femeie;
- E. Oamenii "constipați".

8. Patronul dvs. vă surprinde gol în birou, într-o companie sexi. Ce reflex aveți?

- A. Vă consultați agenda pentru a verifica dacă aveți întâlnire...
- B. Smulgeți draperia și vă îmbrăcați precum Cezar ieșind din Senat;
- C. Cu o mână vă aranjați părul, iar pe cealaltă i-o întindeți șefului. Natural la maximum;



D. Smulgeți telefonul, vă acoperiți cu el partea anatomică importantă și strigați : Alo! Alo!

E. Adio postul de director... Dar fără a vă întoarce, îi faceți semn că sunteți ocupat.

9. Imaginați-vă că totul este posibil, care ar fi slipul ideal?

- A. Brodat cu inițialele dv. în fir de aur;
- B. Din mătase moale, în culori excitante;
- C. Din lână pură;
- D. Din bumbac;
- E. Invizibil.

10. Dacă slipul ar avea inițialele JIL, la ce anume le-ați asocia?

- A. Jocuri Interzise Legitime;
- B. Joker Impresionist Liber;
- C. Junc Impertinent Lasciv;
- D. Jurnal Intim Libertin;
- E. Judecată Inatacabilă Legendară.

### REZULTATE:

Și acum calculați-vă slipurile (pardon, punctele...!) cu ajutorul grilei:

	A	B	C	D	E
1.	1	4	5	2	3
2.	5	4	3	2	1
3.	5	4	1	3	2
4.	2	3	5	1	4
5.	1	4	2	3	5
6.	3	1	4	2	5
7.	3	2	4	5	1
8.	2	3	5	1	4
9.	5	2	4	3	1
10.	4	2	3	5	1

**Mai puțin de 11 puncte :** Poet (chilot scurt).

Peter Pan survolând văzduhul, sunteți o persoană liberă. Poet, deci, care uitați de grijile cotidiene, vi s-ar potrivi un chilot lejer și fluid. Totuși, femeile vă reproșează că priviți din universul dv. către ambițiile cărora deja v-ați consacrat, dar cu un ochi îndreptat spre punctele de scăpare. Să vă retrageți? Nu ați auzit niciodată acest cuvânt. Explicați-le tuturor că nu veți fi vreodată pe punctul de a renunța, că nu veți fi bătrân... Dacă ele insistă, desenați-le o oaie și spuneti-le că este o hârtie de 1000 de dolari. Cele care nu vă cred nu iubesc cu adevărat poezia... Îndreptați-vă către altele!

**De la 12 la 21 puncte:** Quadra (slip închis)

Cu gust pentru lucrurile frumoase și plăcerile vieții, sunteți pregătit pentru anul 2000. Sensibil la materialele clasice, preferați prospețimea și eleganța, potrivit pentru dv. este un slip fără fentă, din bumbac alb. În dragoste vă asigurați partenera de fidelitatea dv. și aveți grijă de ea, visând totuși la cum ați putea dispărea uneori. Dar trăiți viața pentru viață, având una sau două pasiuni. Totul numai pentru dv.

**De la 22 la 31 puncte:** Neclasice (slip deschis, cu fentă)

Superman-ul cotidianului, dv. sunteți eroul acestui sfârșit de mileniu! Vi se reproșează adesea lipsa de fantezie. Dar se poate conta pe dv. pentru restul, chiar pentru a face scandal atunci când lucrurile nu merg așa cum ați vrea. Preferați bumbacul sobru și natural, iar slipul potrivit personalității dv. este unul scurt, deschis, cu fentă. Dinozaur al experienței, femeile vă iubesc așa cum sunteți, dar nu uitați să ieșiți din Jurassic Park-ul dv. Dacă rămâneți prea mult, s-ar putea să vă fosilizați prea repede.

**De la 32 la 41 puncte:** Luptător (izmene)

La orice latitudine sau longitudine v-ați afla, imediat ce puneți piciorul pe pământ, sunteți gata să plecați în aventură! Ideal pentru dv. este un chilot lung, pantalon, din bumbac antracit, rezistent și călduros. Cuceritor de suflete, farmecul, umorul, energia și gustul pentru necunoscut sunt piesele puzzle-ului dv. Când sunteți îndrăgostit, seduceți din ce în ce mai mult, căci de fiecare dată doriți să rămâneți cu cel puțin o jumătate de duzină de bebeluși. Uneori aveți chiar impresia că jucați în "Germinal" de Zola. Mai bine salvați-vă, chiar dacă vă doriți echipa de fotbal personală!

**De la 42 la 50 puncte:** Mache (mini-slip)

Când auziți cuvintele plajă, furtună acestea rimează pentru dvs cu femeie. Așternutul este câmpul dv. de bătălie și de obicei câștigați toate încercările. Un mini-slip din bumbac și lycra vă va pune în valoare corpul. Lejeră (dar curajoasă!), morala dvs. este liberă iar pentru tandrețuri sunteți mereu în formă. Dar cum orice corp în cădere liberă atinge viteza maximă pe ultima sută de metri, uneori vă săturați. Dacă o "ea" este încă lângă dv., asta înseamnă că v-a înțeles foarte bine și are răbdare. Nu puneți nici o întrebare. Răsufiați adânc și... luați-o de la început!

**Mihaela Constantinescu**



# CULOARE ȘI SUNET



Imagine și Muzică!

Și-a pus oare cineva întrebarea dacă mai este culoarea și altceva în afară de pigment, iar sunetul altceva decât vibrație? Dacă imaginea mai este și altceva afară de forme colorate, armonios dozate și dispuse, iar muzica altceva în afară de sunete armonios succedate?

Desigur, este vorba despre artă. Și aici nu mai contează ce este aceea o culoare, un sunet, ci doar ansamblul de forme picturale și muzicale și modul tradițional de a le percepe, plăcut sau neplăcut.

“Eu vreau să simt” - spunem noi - “vreau să văd. Dacă nu văd, nu trăiesc, nu există nimic. Și să n-aud? Adică să stau într-o pădure verde, cu un cer verde, cu o pajiște verde și să nu percep toate aceste lucruri? Iar pe deasupra să nu aud nici ciripitul liniștitor al păsărelelor? Asta ar însemna să nu mai fiu acolo unde sunt, iar dacă mi-aș pierde și simțul tactil, parcă nici n-aș mai fi.”

N-am mai fi? Adică “a fi” se reduce la a vedea, a auzi, a pipăi? Dacă eliminăm și gândirea, acel “aparat” de conștientizare a ființării, înseamnă că nu mai suntem? Altfel spus “a fi” nu poate să ființeze prin el însuși, îi trebuie neapărat un computer pentru a se simți? EU este, ce-i mai trebuie un ALT EU? Ca acest ALT EU să privească EUL ca într-o oglindă și să spună: “Iată-mă”? EUL își este de ajuns sieși, ființând în și prin sine.

Bine, putem spune, dar asta înseamnă vegetație, nu viață. Este adevărat, dacă luăm conceptul de “viață” așa cum este el definit. Ne-am obișnuit ca “viață” și, în general, “a fi” să însemne multiplu manifest, cât se poate mai complicat, căci dacă nu este complicat, nu înțelegem. Dacă vedem o singură pată de culoare, nu înțelegem nimic, spunem că nu înțelegem și nici nu vedem vreun sens, cu toate că ne simțim în nu știu ce stare, care apare din nu știu ce cauză. De fapt, cel care are nevoie de obiective, de forme, de înțelegere, de motivații este conștientul - ALT EUL. EUL, fiind vibrație pură, nu are nevoie de aceste delimitări, care sunt simple concepte; el

primește informația, pur și simplu, sub formă de vibrație a culorii respective, pe care, bineînțeles, conștientul o va traduce în vreun fel - stare intelectuală, emoție etc.

Tendința inerentă EU-lui este spre simplu, a conștientului spre complex. Dacă ar fi după acesta din urmă, nu i-ar ajunge un infinit, ci ar împărți acest infinit în încă un infinit de infinituri, creând prin propriile lui imagini încă pe atât.

Viața înseamnă, totuși, doar viață și este diferită de trăire, de trăirile conștientului, care nu face altceva decât să consume această viață, consumându-se în final și pe sine.

Plantele nu vorbesc între ele, nu fac schimb de păreri, nu se “informează”, dar primesc, totuși, informația în stare pură, vibratorie. S-au făcut, de altfel, și experimente care au constatat în impresionarea unor plante cu sunete de la armonii clasice până la dizarmonii. Concluzia a fost că ele percep informațiile conținute în armonia sau dizarmonia sunetelor. De asemenea, planta este impresionată plăcut de intențiile bune ale omului, indiferent de modul acestuia de a și le exprima (sublim ori grotesc).

Avem uneori impresia că nu ne ascultă nimeni, că strigăm în gol. Este suficientă intenția și întreg cosmosul ne va asculta. De altfel, este de ajuns să nu ascultăm ca să putem “auzi” muzica astrelor, a întregului cosmos, a tuturor entităților. Este o muzică sublimă, dar pe care o vom putea percepe când conștientul va înțelege subconștientul.

Puneți un surd într-o cameră și intrați acolo fără ca el să vă vadă, apoi începeți să-i cântați. Va percepe sigur, dacă nu muzica, cel puțin starea și mesajul pe care le transmiteți prin intermediul vibrațiilor fonice. Puneți, de asemenea, un orb într-o cameră, să zicem, galbenă. Și dacă a fost agitat se va liniști. Culoarea galbenă creează imagini la nivelul intelectualului (dar sub formă de vibrații, nu optic); cea roșie tensionează optic, sub formă vibratorie accelerează energia vitală; cea verde



echilibrează energiile ș.a.m.d. Toate acestea, deci, se produc fără aportul optic al culorii. În acest moment, nevăzând culoarea, îi percepem totuși ființa ca fiind o entitate.

Pe de altă parte, conștientul tinde să-și reprezinte entitatea ca pe o culoare pură, cu sau fără o formă definitivă, iar spiritualul ca pe o multitudine de culori, pure și ele.

Mentalul ființând prin formal, înțelege nedefinitul tot ca pe ceva formal, dar altfel, căci el poate crea o multitudine de noi forme.

Forma nu este decât umbra ideilor pure, parafrazându-l pe Platon, iar lumea ideilor sau a entităților nu poate fi cunoscută de intelect prin concepte. Intelectul este cel care trebuie să se ridice la nivelul acestei lumi și nu această lume să fie adaptată la puterea și formalitatea lui de a o înțelege.

Cu alte cuvinte, nu contează cum concepem noi lumea, ci cum este ea concepută, ca fapt de creație în care noi ființăm și nu ca obiect de studiu.

De aceea, nu putem vorbi în mod justificat despre o "înțelegere" a artei, a armoniei culorilor sau sunetelor sau despre un "bun" simț - arta nefiind permeabilă la jaloane intelectuale (esteticul), ori morale (eticul) -, ci despre o "simțire" adecvată a lumii sunetelor și culorilor.

Această "simțire" se modelează de la persoană la persoană, pe profilul personalității sale, fiind un fapt de trăire mai mult decât unul de cunoaștere. Cu toate acestea, se înregistrează o influență a modelelor culturale de percepție artistică prin intermediul intelectului, dar acționând la nivel afectiv, perturbând perceperea naturală a faptului artistic, care, paradoxal, este un produs al creației personale ca fapt de trăire dar, din păcate, adesea, în mod nefast, filtrat socio-cultural, având ca efect o sterilizare a creativității.

*Gabriel M. Horza*

## Despre ... COAFURI

- Cu peste patru mii de ani înainte de nașterea lui Christos, bărbații egipteni, babilonieni, asirieni, purtau peruci bogate și obiecte de podoabă pentru înfrumusețarea părului.

- Cu șapte secole înainte de nașterea lui Christos, era la modă părul lung, iar cu cinci secole, părul împletit în cozi în jurul capului.

- Grecii au acordat o atenție deosebită îngrijirii părului, pe care și-l purtau sub forma unor bucle sau cârlionți.

- Femeile romane mergeau la... coafor, unde părul le era frizat, parfumat și fixat (apretat). Pe timpul imperiului, la Roma a fost lansată moda părului roșu, femeile fiind entuziasmate de culoarea roșcată a părului galilor.

- În timpul evului mediului timpuriu, biserica a interzis femeilor să mai poarte păr fals, coafura suferind multe simplificări; fetele umblau cu capul descoperit și părul despletit, iar femeile măritate aveau tot timpul capul acoperit.

- În timpul Renașterii, părul la modă era cel auriu-roșcat, presărat cu substanțe care să "fascineze ochii".

- Cele mai complicate coafuri s-au realizat în secolul al XVIII-lea când, pentru o singură pieptănătură se foloseau în mod obișnuit: 1,3 Kg pudră, 900 grame pomadă, 12 metri de tul și circa 100 de agrafe; toate aceste "auxiliare" susțineau părul în "coviltir" (umbrelă, palisadă). Revoluția franceză (1789) a detronat și moda coafurilor exagerate și costisitoare.

- Moda meșelor trase peste urechi (uneori pentru a acoperii pavilionele cam ... mari) îi aparține uneia dintre surorile lui Napoleon Bonaparte.



(Urmare din pag. 43)

- Poate deveni o modă și așa fi bucuroasă să fii eu cea care o lansez. Deocamdată... vă spun secretul. Pe asta verde praz l-am luat de la un magazin, iar pe cel roșu, de la altul. Am găsit modelul, dar n-am mai stat și după culoare, căci mă grăbeam. Puteau să mă întrebe de ce nu-i probrez și perechea. E clar?

- E clar. Mulțumesc.

Obosit, flămând și însetat, se așează pe o bancă în parcul din apropiere. Își aprinse o țigară, deși nu era un fumător pasionat, și-și lăsă capul pe spate, cu ochii închiși. Se relaxa.

După nici un minut simți că s-a așezat cineva lângă el. Îl privi cu coada ochiului. Era un bărbat pirpiriu, modest îmbrăcat, îmbătrânit înainte de vreme.

"Fie ce-o fi! Hai să mai fac o încercare".

- Domnule, mă scuzați. Îmi pareți tare abătut. Vă pot ajuta cu ceva? Sunt reporter la ziarul "Moda, ieri, azi, mâine".

Omul se uită la el cu o tristețe filmică.

- Ascultă, băiete, dacă n-ai fi ca un copil al meu și dacă așa fi mai puternic, te-aș strânge de gât, aici, în plină mulțime.

- Glumiți. Repet, eu sunt reporter la ...

Bărbatul îl privi adânc în ochi, oftă și spuse:  
- Măi flăcău, de ce nu te apuci tu de o treabă mai serioasă? Știu. Voiai să mă întrebi despre modă. De ce...? Cum este...? Bazaconii... Ascultă întâmplarea asta și cred că te vei lămuri, dacă ai să poți, că ești prea tânăr... Luni a fost ziua mea de naștere și colegii de la birou mi-au făcut cadou un "Denim". Bucuros, vin cu el acasă și îl arăt soției. Ea călcă rufe. Nu am copii... Și, ce crezi? Mi-l smulge din mână și cu o voce guturală, neobișnuită la ea, îmi strigă:

- Amărățule! Tu știi ce ai în mână? "Denim", care este "numai" pentru bărbați puternici, pentru bărbați virili, pentru bărbați... Și nu mai știi ce striga, în timp ce intra în bucătărie... Așa că mai ușor cu moda și alte bazaconii. Nu sunt supărat pe dumneata, dar ascultă sfatul meu. Apucă-te de treburi mai serioase. Sănătate!

Gică o porni vesel spre redacție, gândind: "E cel mai bun reportaj din viața mea". Șefa va înțelege. Îi voi spune că am întâlnit și oameni foarte bine îmbrăcați, foarte moderni și eleganți, dar din păcate inabordabili. Treceau în mașini elegante, în mare viteză...

**Duma Alexandru**

**DRUMUL CEL MAI SCURT CĂTRE INFORMAȚIE**



**RADIO DELTA**

*București, Ploiești și Valea Prahovei*

**93,5 FM**

**O GAMĂ COMPLETĂ DE SERVICII PROMOTIIONALE**

**TEL. (01) 631 73 89 \*\*\* FAX (01) 311 34 32**

**CONSTANȚA BRĂSOV GALAȚI BUZĂU HR. VALCEA ORADEA FOCSANI**



# ÎN PAS CU MODA

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2				■							
3	■					■					
4					■				■		
5				■						■	
6			■						■		
7				■			■				■
8		■						■			
9	■										
10			■		■				■		
11						■					
12							■				

**ORIZONTAL:** 1. Unități de elită în pașnica armată a creatorilor de modă (3 cuv.); 2. ...și viziunea personală, purtând pecetea unicității, care-i face inconfundabili... - ... chiar dacă sunt atinși, cu toții, de fertila mângâiere a geniului (pl.); 3. Categorie privilegiată, participantă activă la viața mondenă, unde etalarea celor mai noi creații vestimentare este de la sine înțeleasă - Ion cu sarcină negativă; 4. Vaporosă sau înobilată cu podoabe, are darul de a pune în valoare frumusețea inegalabilă a bustului feminin - Medicament anti-Sida - Ce-i în capul designerului! 5. Orășel în arh. Hawaii - Aprilie (pop.); 6. Teșite! - Accesoriu cosmetic pentru femeile care încă nu cred că nimic nu le face ochii mai frumoși decât iubirea - Notă luată la design! 7. Credință populară - Dublă existență - Folosite la cusut; 8. Luată în poșetă! - Produs de carmangerie - Marele anonim; 9. Transpune, pe hârtie, gândurile înaripate ale creatorilor de modă; 10. Exprimă o anume evidență - Premisă pentru asigurarea simetriei - leșirea din atelier! 11. Larg, precum cloșul, element întâlnit frecvent la rochiile de ocazie - Pătate cu noroi; 12. Zeul modern căruia i se închină întreaga suflare feminină gata să-i soarbă, fie și numai din priviri, orice capriciu în materie de vestimentație... - ...și factorii care limitează accesul la creațiile sale.

**VERTICAL:** 1. Cloș la mâneci! - Mic obiect cu certe atribuții igienice, transformat uneori într-un elegant accesoriu vestimentar prin plasarea sa într-un buzunăraș anume practicat la bluză sau taior; 2. Acolo unde prind viață, din mâinile harnice ale creatorilor de lux, cele mai sofisticate schițe ale creatorilor de modă... - ...a căror riguroasă educație estetică este dublată de acest talent nativ întâlnit doar la cei aleși de soartă; 3. Sveltețea trupului, făurită prin exercițiu și cumpătare, este fericit pusă în valoare de o îmbrăcăminte modernă, adecvată oricărei situații (pl.) - Femeile, adaptate congenital capriciilor modei, conștiente că aceasta le consfințește irevocabil monopolul asupra frumuseții și eleganței; 4. Nume de fată - Sud-sud est - Paiete! 5. Cochetă, la urma urmei! - Pornit să cucerească; 6. Singura femeie neinteresată de modă (!) - Material pentru încălțăminte de lux, folosit tot mai mult și la confecționarea hainelor "sport" - Strigăt de dezaprobare; 7. Moda! - ...cele din Armenia; 8. Eveniment deosebit în viața unui om sau a unei colectivități, cinstit și prin apelarea la o îmbrăcăminte deosebită, din care nu pot lipsi cele mai noi creații ale genului - Curent în moda feminină constând în folosirea hainelor foarte lungi, care seduc prin punerea în evidență cu subtilitate a unduirilor coapsei și genunchilor; 9. Brizbrizuri vestimentare intrate de mult în atenția creatorilor de modă care văd în finețea lor acel inefabil "ceva" care sporește considerabil expresivitatea și eleganța (sing.) - Nătâng; 10. Corp grațios! - Prefix - Exprimă o dorință asimilată cu aceea a inventatorului, a cărui operă trebuie protejată până la inaugurarea salonului sau expoziției (pl.); 11. Halogen - Misterul ce învăluie activitatea creatorului de modă, deseori asimilată cu cea a inventatorului, a cărui operă trebuie protejată până la inaugurarea salonului sau expoziției (pl.); 12. Beneficiarii, de regulă, ai noilor creații vestimentare, bine puse în evidență de exuberanța și frumusețea corpului pe care le conferă vârsta - Șnuruleț colorat folosit mai ales în scop ornamental la anumite haine de ocazie.

**Dicționar:** AZT, AIEA, PRIER, TET, IRES, IMATE, TIO.

**Radu Stoianov**

(Soluția în numărul viitor.)



- FASCINAȚIA MODEI
- SEXUALITATEA ÎN MODĂ
- MODĂ ȘI PERSONALITATE
- CONCEPȚII DESPRE FRUMOS
- PICTURA PARAPSIHOLOGICĂ
- DE LA MIT LA INDUSTRIA MODEI
- COSTUMUL, DE LA ANTIC LA MODERN
- CONOTAȚIILE PSIHOSOCIALE ALE MODEI



SOCIETATEA  
ȘTIINȚĂ & TEHNICĂ S.A.

**MODA, ÎNTRE  
IDEAL  
ȘI  
REALITATE**

**SUNTEȚI  
UN ARBITRU  
AL  
ELEGANTEI ?**

**TEST  
SPECIAL  
PENTRU  
DOMNI**

**NE  
ÎMBRĂCĂM  
CUM VOR  
ZODIILE**

**MODA  
GHICITULUI**

**AVEȚI  
STIL ?**

**MODA  
COLECȚIILOR**