

Cuprins

Cuvânt înainte	7
I. Ce este geografia mentală ?	11
I.1. Introducere – argument	11
I.2. Premisele geografiei mentale	12
I.3. Evoluția ideilor	16
I.4. Ce este percepția asupra spațiului ?	32
I.5. Spațiu sau loc ?	53
I.6. Ce este harta mentală ?	66
I.7. Spații altfel: Spațiul virtual. Spațiul ca experiență	70
I.8. La ce folosește geografia mentală ?	77
II. Studiu de caz – Municipiul București	79
II.1. Despre București	79
II.2. Cele trei niveluri de percepție a spațiului	85
II.3. Harta mentală a Centrului Bucureștiului (căi, noduri, puncte de reper)	105
II.4. Harta mentală a cartierelor în București	135
II.5. Limitele cartierului Berceni	146
II.6. Harta mentală a județelor din punctul de vedere al bucureștenilor (exopercepție macro)	150
II.7. Harta fricii în București	160
II.8. Cum este văzut Bucureștiul din afară ?	169
II.9. Bucureștiul afectiv – atitudini endogene și exogene	171
în cartierele bucureștene	169
II.10. Spațiu sacru în București	174

II.11. Schimbarea denumirilor – intervenții asupra formării percepției	176
II.12. Geografie mentală inversată spațializarea minții	177
II.13. Concluzii	179
Bibliografie	181
Mulțumiri	191

Cuvânt înainte

Cristian Ciobanu s-a remarcat încă din anii de studenție, ba chiar mai înainte (fiind olimpic național la geografie) prin pasiunea și seriozitatea dovedite în pregătirea sa profesională. A absolvit Facultatea de geografie a Universității noastre, secția de geografia turismului în anul 2007, iar în 2008, după studiile masterale s-a înscris la doctorat cu un studiu de geografie mentală, secvență antropogeografică extrem de nouă pe meleagurile românești. S-a angajat în cercetarea științifică încă de pe băncile facultății și a participat la mai multe stagii de pregătire și documentare în străinătate.

Destul de nouă și pe plan internațional, geografia mentală aprofundează semnificațiile activităților societății, influențează comportamentul indivizilor și implicit al grupurilor. Într-o societate democratică aceste aspecte sunt de cea mai mare însemnătate generând dezbateri ample privitoare la prezentul și viitorul unor colectivități umane și în final al întregii societăți. De aici și semnificația specială a temei alese, repet, una de pionierat în geografia națională.

Trecând la analiza concretă, în detaliu, a lucrării să semnalăm de la început ambiția autorului de a exhiba geografilor români valențele/aspectele teoretice ale acestei ramuri antropogeografice dezvoltate la contactul cu psihologia. Acest contact se dovedește extrem de benefic pentru înțelegerea *rotundă* a realităților socio-spațiale. Din acest motiv, geografia mentală se impune ca un domeniu de importanță majoră pentru antropogeografi. Este suficient să privim cum latura electorală a vieții sociale în care percepția spațiului și a lumii de către fiecare dintre alegători joacă un rol crucial pentru a desluși consecințele opțiunilor majoritate (la un moment dat) asupra dinamicii economice și sociale al unui teritoriu (național/regional).

Chiar de la început suntem puși în fața unei formulări paradoxale geografia mentală este o noțiune nouă cu o istorie veche, formulare ce-și găsește rezolvarea/explicarea mai departe când autorul arată *rădăcinile* acestei abordări; se face apel la Kant pe bună dreptate, pentru că faimosul filosof (și geograf) a prefigurat asemenea abordări ale realităților spațiale, de asemenea la geografi din prima jumătate a secolului abia încheiat, înscrisi în trendul geografiei culturale (ex. Carl Sauer) și mai apoi în a doua jumătate a aceluiași secol în contextul geografiei comportamentale (behaviorism). Se face astfel un salt decisiv pentru renovarea antropogeografiei, de la analiza spațiului fizic la prezentarea, la explicarea spațiului social, în cele mai variate forme de prezentare ale acestuia.

Acestei faze îi corespunde și interesul crescând pentru *percepția* spațiului, geografia umanistă și fondatorul ei Yi-Fu Tuan punând accentul pe această latură, deosebind două mari clase de spații/locuri: spații/locuri *attractive* și spații/locuri *repulsive*, exprimând pe de o parte *topofilia* (inclusiv prin numele unei celebre lucrări ale sale) și *topofobia*. În descifrarea mecanismelor ce conduc la imagini diferite / percepții diferite ale aceluiași spații fizice (antropizate cele mai multe) autorul apelează la nume sonore în domeniu (Lynch, Gould, Gold, Goodey ș.a.). Nu sunt lăsate de o parte contribuțiile autorilor români, unii precum Sorin Matei activi pe alte meleaguri (americane).

Sunt realizate incursiuni necesare în alte domenii ale geografiei precum geografia socială, geografia culturală sau geografia mitică (al cărei precursor pe aceste plaiuri, puțin știu, este marele George Vâlsan) și desigur, în domenii învecinate, preocupate și se de studiul percepției (mai mult sau mai puțin spațiale) în primul rând psihologia, de unde geografia mentală preia o serie de explicații asupra mecanismelor de formare a imaginilor / percepțiilor. Nuanțarea spațiilor percepute conduce spre secțiuni puțin abordate (și credibile pentru destui geografi cu formație naturalistă) precum *geografia imaginativă* sau *geografia teologică* (pe care o amintea ca ramură distinctă a geografiei și marele Imm. Kant).

Se trece apoi la tratarea conținutului geografiei mentale începând cu formarea percepției asupra spațiului, autorul apelând și la savuroase secvențe din gândirea premodernă (a se vedea fragmentul din *Pravila Mare* a lui Matei Basarab, 1652). Modalitățile de realizare a acestor percepții / imagini socio-spațiale sunt diferite: prin intermediul văzului cele mai puternice, prin intermediul auzului destule și prin comunicare (directă, indirectă între persoane) și prin mass-media. Comunicarea extinde considerabil și diferit *zestrea* geografiei mentale (a imaginilor socio-spațiale) ale fiecăruia dintre noi, aceasta pentru că informațiile diverselor mesaje au o consistentă și complexă componentă spațială.

Autorul adâncește problematica geografiei mentale prin detalierea percepțiilor (endogenă, exogenă, exopercepția), prin expunerea ipostazelor spațiului, din perspectiva geografiei mentale (spațiu mico, spațiu macro, spațiu rural, spațiu urban) și a nivelelor de percepție a spațiului fizic (locațional, atributiv, afectiv, imaginativ). Lor li se adaugă considerații despre spațiul virtual, despre imagini (socio-spațiale), mai vechi (paleo-imagini) sau mai noi. Toate acestea expuse într-un limbaj suficient de accesibil, într-o exprimare fluentă logică.

Bucureștiul este cel mai mare, cel mai complex, cel mai cosmopolit, cel mai controversat și cel mai discutat spațiu urban din România. Este un loc al contrastelor de toate felurile, unde sărăcia întâlnește opulența, oportunitățile și deziluzia merg mână în mână, iar modernitatea este vecină cu atmosfera și mentalitățile balcanice. Așa începe a doua parte a lucrării, dedicată aplicării în/la spațiul bucureștean a ideilor, principiilor și

metodelor enunțate și analizate anterior. Un prim capitol intitulat ușor provocator *Despre București* prezintă de o manieră diacronică devenirea urbei de pe Dâmbovița (și Colentina), evidențiindu-se expansiunea sa teritorială – inclusiv prin aglutinarea așezărilor rurale învecinate ale căror nume au ajuns până la noi ca nume de cartiere (Grozăvești, Giulești, Dudești, Vitan ș.a.) cât și expansiunea demografică. Sub acest aspect se remarcă atracția pe care a exercitat-o pentru populația rurală dar și pentru numeroși alogeni care au format adevărate colonii, prezența lor de odinioară fiind atestată de unele clădiri, instituții religioase sau nume de străzi (ex. Bărăția, Biserica Luterană, str. Armenească). Toate acestea au lăsat urmă în mentalul bucureștean dacă avem în vedere și numai expresia / formula *se vede că și-ai lăsat opincile la barieră* prin care se sublinia până de curând faptul că respectivul nu reușise să se adapteze / încadreze în modul de viață / de conviețuire urban.

Analiza hărților mentale (nivelul locațional) demonstrează cât este de relativă noțiunea de *centru* al Capitalei, punctul central conturându-se la majoritatea respondenților în Piața Universității. Aici sunt două aspecte de semnalat Piața Universității (oficială, cea cu statuile înaintașilor și fațada Universității) și cea a perioadei de început postdecembristă (Fenomenul Piața Universității) cu localizare precisă în fața Teatrului Național, în dreptul Fântâniei (spațiu numit oficial Piața 21 Decembrie). La scara Capitalei aceste repere sunt foarte aproape de *km 0* al rețelei rutiere naționale (marcat simbolic de monumentul restaurat în ultimii ani din Piața Sf. Gheorghe).

În privința extinderii sale spațiale, zona centrală (Centrul) nu a fost clar delimitată ea neavând ca în cazul altor metropole o personalitate, individualitate bine precizată în peisajul urban. Această situație se leagă de continua dezvoltare/remodelare a orașului, inclusiv a zonei centrale, centrul urbei *mutându-se* pe măsura extinderii orașului. În exprimarea cartografică (hărți mentale) studenții (ca subiecți) au arătat o mai bună orientare (spațială) comparativ cu elevii, fapt ce poate fi pus și în legătură cu poziția facultății de Geografie în *buricul târgului*. Interesantă este și observația/constatarea legată de orientarea hărții mentale în raport cu punctele cardinale. Atât elevii cât și studenții au pus, o mare parte dintre ei, răsăritul/estul în partea de sus a hărții, studenții nefiind *contaminați* de convenția ptolemaică a poziționării nordului în partea de sus a hărții. O explicație o aflăm, se pare, în insuficienta confruntare a realității spațiale cu harta/planul orașului; în plus, în jungla de beton e greu de deosebiți de unde și încotro se îndreaptă zilnic soarele în *deplasarea* sa pe bolta cerească.

Nivelul *locațional* al percepției analizat în detaliu (și de noi prin aprecierile de mai sus) este continuat cu nivelul *atributiv* în care doctorandul analizează unul dintre aspectele cele mai notorii ale orașelor moderne și anume *siguranța* personală raportată la spațiul urban (al cartierului). Răspunsurile privind percepția proprie a siguranței în cartier și cea

a altora (străini) despre cartierul lor (același cartier) au fost prelucrate de o manieră modernă obținându-se în final un material cartografic de o mare valoare științifică și vizuală. Se evidențiază prin nomenclatura *geomorfologică* în care este înscrisă *depresiunea Ghencea-Rahova-Ferentari*.

Al treilea nivel analizat – cel *afectiv* – are în vedere decelarea acelor aspecte de durată, trainice ce leagă pe locuitor de spațiul în care trăiește, locuiește, se distrează. Apar evidente diferențe în percepția noilor cartiere (ale epocii comuniste sau ale celei postdecembriste) comparativ cu cele vechi (centrul orașului, traumatizat în ultimii ani ai comunismului, apoi cartierul select din partea de nord a Capitalei).

În concluzie, lucrarea este *deosebit de valoroasă* în ambele sale laturi, atât cea teoretică, fiind prima expunere extinsă asupra geografiei mentale cât și în cea aplicativă, cercetările și interpretările (inclusiv cartografice) revelând un București în mare parte necunoscut (cel din mintea locuitorilor săi !). Studiul este realizat de o manieră modernă, bazat pe o vastă bibliografie, adecvată temei dificile. Limbajul este fluent, bine articulat, temeinic sub raport științific, cu reale valențe estetice.

Iulie 2011.

Prof.univ.dr. Ion NICOLAE
Facultatea de Geografie, Universitatea din București

I. Ce este geografia mentală ?

„... *Nec ipsa tamen intrant, sed rerum sensarum imagines illic praesto sunt cogitationi reminiscenti eas. Quae quomodo fabricatae sint, quis dicit, cum appareat quibus sensibus raptae sint interiusque reconditae ?*”

„... *Și totuși lucrurile însele nu intră în memorie – numai imaginile lucrurilor percepute sunt depozitate, pregătite pentru a fi rechemate de către gânduri. Ce imagini depozităm și cum sunt ele construite, cine poate spune ?*”¹

(Fericitul Augustin – *Confesiuni*, cartea a X-a, cap. VIII)

I.1. Introducere – argument

Geografia mentală este prezentă în viața de zi cu zi a fiecăruia. Capacitatea omului de a se descurca în spațiu, deși este considerată adesea un lucru de la sine înțeles, este de fapt un proces extrem de complex de raportare a psihicului uman la spațiul care îl înconjoară și de recompunere a aceluși spațiu în minte. În prezent, auzim tot mai des noțiuni precum: hartă mentală, imagine, percepție asupra spațiului, atât în mass-media și în conversațiile de zi cu zi, cât și în domeniul academic. Ideea conform căreia spațiul cu care interacționează ființele umane nu este cel real, ci un altul, construit de simțuri și de minte nu este una nouă. Aceste idei au apărut explicit în opera lui Kant, care a predat geografia timp de 40 de semestre la Königsberg, iar, mai târziu, au cunoscut apogeul odată cu *behaviorismul*. Acest curent a insistat pe percepție și imagine, studii ample în domeniu fiind realizate în literatura anglo-americană în anii '70 și '80. Între timp, modernismul și postmodernismul au adus cu ele elemente de interdisciplinaritate pe fondul complexității domeniilor de studiu. Astăzi, percepția este mai puternică decât oricând, devenind elementul central în jurul căruia gravitează imaginile, marketingul sau brandurile.

Spațiul perceput, spațiul mental, cel de-al treilea spațiu sunt denumiri ale unei entități cu care fiecare dintre noi interacționează neîncetat și fără de care omul nu ar fi capabil de deplasare sau de relaționare cu mediul. Fiind vorba despre spațiu, cea mai indicată știință care poate aborda acest produs al percepției, este fără îndoială, geografia. Însă aceasta nu

¹ Traducere C. Ciobanu

poate acționa singură, ci are nevoie de contribuția unor domenii conexe, în general, și a psihologiei în special, pentru a putea avea pretenția unei abordări cât mai complete a obiectului de studiu. Downs și Stea (1977: xiii) prezintă necesitatea științelor de graniță și a interdisciplinarității în modul următor:

„...disciplinele academice sunt structurate în așa manieră încât mult prea multe subiecte alunecă neobservate printre interstițiile câtorva discipline.”²

Lucrarea are o abordare deopotrivă teoretică și practică a percepției asupra spațiului. Din punct de vedere teoretic, lucrarea propune Geografia Mentală ca pe o ramură *de graniță* a geografiei, care se ocupă cu spațiul mental, iar la modul practic se face o incursiune în percepția orașului București. Noutatea lucrării constă, pe de-o parte, în fundamentarea teoretică a unei ramuri geografice, care, deși este prezentă în mai multe studii recente, nu a fost discutată în sine, iar pe de altă parte, în surprinderea unor caracteristici de locație, atributive, afective și imaginative ale Bucureștiului mental.

I.2. Premisele geografiei mentale

Geografia mentală este o noțiune nouă cu o istorie veche. Ca denumire în această formă, ea apare în domeniul științific abia în cercetările secolului XXI (Putra și Yang, 2006; Reinders, 2007; Evard, 2006), în timp ce ca preocupare a geografilor umaniști îi găsim rădăcinile la jumătatea secolului XX (Lynch, 1960; Downs, 1970; Gould și White, 1974; Downs și Stea 1977).

Unii autori au dezbătut o origine mai veche a acestor idei. Richards (1974) atribuie operei lui Kant³ anumite idei în legătură cu percepția umană a spațiului ca explicație a unor fenomene geografice. Gold (1980: 34) dezaprobă însă această ipoteză, propunând ca surse primare trei cercetători americani: Sauer (1925), Wright (1947) și White (1942) alături de britanicul Kirk (1952). Aceste începuturi indicate de Gold aparțin tradiției geografiei comportamentale (*behavioural geography*), ele marcând trecerea de la studiul exclusiv al spațiului fizic, la *descoperirea* spațiilor culturale, sociale și mentale, toate acestea având drept punct central percepția.

² Traducere C. Ciobanu

³ Kant, I. (1781), *Critique of Pure Reason*, traducere Meiklejohn, [on-line] J.M.D., în Project Gutenberg, disponibil la <http://www.gutenberg.org/etext/4280>.

În capitolele următoare vom lua în considerare atât părțile des utilizate ale geografiei mentale – precum percepția, imaginea, harta mentală etc. –, cât și elementele mai puțin folosite ca parte integrantă din cercetările în domeniu, de exemplu: spațiul virtual, nivelurile de percepție, intervențiile asupra percepției și altele.

Denumirea în sine a unei ramuri științifice nu este atât de importantă în zilele noastre, când interdisciplinaritatea și complexitatea tot mai mare a obiectului de studiu și a abordărilor duc la o multitudine de domenii *de nișă*. Importante sunt ideile care o compun, evoluția lor ca formă și conținut, situația actuală și perspectivele pentru viitor, atât cele teoretice, cât și cele practice. Totuși, pentru o mai mare claritate a argumentării, este necesară stabilirea unei denumiri. **Lucrarea de față optează pentru noțiunea de geografie mentală.**

Am subliniat anterior faptul că geografia mentală este foarte rar întâlnită în literatura de specialitate sub această denumire. Putra și Yang, în 2006, precum și Reinders, în 2007 o folosesc în această formă în timp ce în numeroase alte cercetări găsim diverse denumiri în același mod în care și ideile geografiei mentale sunt amestecate cu alte preocupări. Nu la fel stau lucrurile în spațiul non-științific, în limbajul comun, în media sau în beletristică, noțiunea de geografie mentală este preponderentă pentru a desemna percepția asupra spațiului sub diverse forme.

John K. Wright (1947) afirma că geografia, în sens larg, este formată dintr-un nucleu foarte restrâns, compus din lucrări științifice de geografie și o zonă periferică, mult mai extinsă, ce cuprinde informațiile geografice conținute de tot ceea ce este non-științific, de exemplu: cărți de călătorie, periodice, ficțiune, poezie sau chiar pictură.

„Chiar dacă majoritatea acestei geografii informale are foarte puțină importanță pentru noi⁴, o parte din ea oferă o viziune adâncă în inima lucrurilor de care suntem preocupați cel mai îndeaproape.⁵”
(Wright 1947: 10)

Dacă luăm în considerare cele spuse de către acest geograf american acum peste 60 de ani, atunci folosirea noțiunii de geografie mentală în geografia informală poate constitui o bază pentru adoptarea termenului și în geografia formală.

Un alt motiv pentru susținerea denumirii este acela al conciziei. Geografia mentală cuprinde noțiunea cel mai des folosită pentru a ne referi atât la intelect, cât și la psihicul uman – mintea (mîntal, mental). Dicționarul explicativ al limbii române (1996) definește mintea ca: *„facultatea de a gândi, de a judeca, de a înțelege; rațiune, intelect”*. Prin urmare, *geografia din minte*, adică în sens extins *descrierea spațiului în mintea individului* este cea mai simplă formulare pentru a cuprinde percepția asupra spațiului.

⁴ Geografii (n. trad.)

⁵ Traducere C. Ciobanu

Literatura de specialitate propune o serie de alte denumiri dintre care enumerăm: *percepția mediului*, *psihogeografie*, *etnogeografie*, *geografia imaginii*, *geografia percepției*, iar în tradiția behavioristă, *behaviorism cognitiv*. (Gold, 1980: 246)

În geografia anglo-americană, termenul de geografie mentală este foarte rar folosit. De aceea, termenul geografie mentală folosit în studiul de față reprezintă în mare echivalentul termenului *percepție asupra spațiului* (*space perception*, Light, 2011).

O definiție este o operație de determinare a însușirilor proprii unui lucru, unei noțiuni, precum și enunțul prin care se exprimă această operație (DEX, 1996). Pe scurt, geografia mentală se poate defini ca **percepția asupra spațiului**. Pentru o definiție mai cuprinzătoare însă este necesar să luăm în considerare caracteristicile de bază ale geografiei mentale.

Cele două noțiuni alăturate – percepția spațiului, arată cu claritate interacțiunea dintre două științe: percepția este o noțiune proprie psihologiei, în timp ce spațiul aparține incontestabil geografiei. Așadar, o primă însușire a geografiei mentale și implicit prima parte a unei definiții extinse este aceea de **zonă de interacțiune între geografie și psihologie**.

Putra și Yang (2006: 2) consideră geografia mentală ca: „*distribuția geografică a percepției mentale umane*”. Autorii înțeleg prin aceasta spațiile care se percep și în ce fel se realizează percepția lor. O a doua parte a definiției este aceea că geografia mentală **studiază percepția asupra spațiului ca mod de formare, nivelurile la care acționează și produsele cognitive rezultate**.

Pe lângă percepție și spațiile percepute considerăm că geografia mentală are în vedere și alte două tipuri de spații: **spații imaginate** și **spații virtuale**. Spațiile imaginate sunt, de asemenea, spații aflate în mintea indivizilor, însă acestea nu sunt formate exclusiv prin percepție, ci cu ajutorul imaginației. Bineînțeles că informațiile pe care le acumulăm cu ajutorul percepției sunt folosite de imaginație pentru construirea spațiilor imaginate, pentru că, așa cum arăta Wright (1947: 4), nu mai există astăzi *terae incognitae* complete, ci fiecare spațiu poate fi intuit, chiar dacă nu a fost văzut niciodată. Spațiul imaginat este studiat pe larg în cadrul geografiei imaginative, domeniu care câștigă teren în zilele noastre în geografia britanică (Light, 2008: 1).

Virtual înseamnă potențial, ceva ce există doar la nivel de posibilitate, ceva ce nu este real. Un spațiu virtual este așadar un spațiu reflectat într-un anumit mod în mintea oamenilor în absența unui suport concret și fizic și, implicit, în absența percepției.

În concluzie, o definiție extinsă a geografiei mentale este următoarea:

Geografia mentală este ramura geografiei umane aflată în zona de interacțiune între geografie și psihologie, care studiază percepția asupra spațiului ca mod de

formare, niveluri de acțiune și produse cognitive rezultate, precum și spațiile mentale imaginate sau virtuale.

Geografia mentală studiază, așadar, percepția asupra spațiului în toate ipostazele sale. Fie că este vorba despre percepția străzii pe care locuim sau percepția asupra lumii, modul de formare a imaginii spațiului în mentalul individului și rezultatul acestui proces cade în sfera de studiu a geografiei mentale. Amploarea spațiului sau diferențierea enunțată de Tuan (1974), între spațiu și loc ca nivel de cunoaștere umană, nu schimbă mecanismele formării imaginii mentale, dar în același timp apar diferențieri din alte considerente. Cu cât depărtarea între locul de existență a individului și spațiul perceput este mai mare, cu atât percepția suferă modificări, iar imaginea construită diferă mai mult de realitate (Gould și White, 1974: 41-44). Pe aceste criterii putem diferenția două tipuri de percepție fără a putea face o delimitare clară între ele decât la nivel filosofic. Este vorba despre percepția asupra spațiului propriu pe de o parte, și percepția asupra spațiului exterior sau *exopercepția*, pe de alta (Tuan, 1977).

Percepția spațiului interior, la rândul său, este separată în funcție de subiectul care distinge în percepție *exogenă* și percepție *endogenă* (Neacșu, 2010a, 113), adică generată din interior sau din exterior. Rezultă astfel trei categorii de percepție: *endogenă*, *exogenă* și *exopercepție*, care fac obiectul geografiei mentale și pe care le vom discuta pe larg în partea a doua a lucrării.

Pentru a ilustra în continuare pe scurt direcțiile importante de studiu ale geografiei mentale ne vom referi la diferite paliere de percepție folosite de către om. Primul palier este cel *locational*⁶, spațiul perceput de bază cu utilitate imediată de deplasare, de existență (de exemplu traseul de acasă până la serviciu proiectat înainte de a pleca). Al doilea palier este cel *atributiv*, legat de valorile mentale ale spațiilor percepute. Odată cunoscut un spațiu capătă anumite însușiri în mintea fiecăruia (de exemplu o zonă în care persistă un anumit miros sau locurile *cu vad* cunoscute de vânzători). Al treilea palier este cel *afectiv*, unde spațiul capătă semnificații personale, simbolice (de exemplu locul unei prime întâlniri cu persoana iubită). Când percepția este completată de imaginație avem de-a face cu cel de-al patrulea palier, cel *imaginativ*.

⁶ Cuvântul nu există în limba română sub această formă, însă îl vom folosi deoarece niciun echivalent al englezescului „locational” (Gold, 1980, 41-42) nu ni s-a părut potrivit.