

POVESTEA MILENARĂ A VIȚEI-DE-VIE ÎNTR-O EXPUNERE MULTIASPECUALĂ A CERCETĂTORILOR VITICULTORI

Dr. hab., prof. univ. **Vasile VOINEAC**

E-mail: vvoineac41@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0077-5802>

Institutul de Genetica, Fiziologie și Protecție a Plantelor

Universalitatea viței-de-vie este o lucrare colectivă a cercetătorilor de la Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară a Banatului „Regele Mihai I al României” din Timișoara și Institutul de Genetică, Fiziologie și Protecție a Plantelor din Chișinău, editată cu suportul financiar al Ministerului Culturii din Republica Moldova. Prin această lucrare s-a încercat a se demonstra caracterul universal al viței-de-vie: fascinantă și miraculoasă, vița-de-vie a fost pentru om de-a lungul timpului o atracție permanentă, un mister și o binecuvântare, venind să satisfacă, prin strugurii și vinurile ce se produc din ei cele mai rafinate gusturi și să aline suflete zbuciumate.

Lucrarea este structurată în 14 capitole. Primul capitol reflectă valențele religioase ale viței-de-vie. Ca unul dintre simbolurile bisericii ortodoxe, vița-de-vie este nelipsită în arta bisericească de la începuturile acesteia. Reprezentări simbolice ale viței-de-vie, ale strugurelui și ale vinului le întâlnim în cadrul unor teme iconografice folosind ca suport lemnul, pânza, hârtia și sticla. Imaginilor care exprimă primele simboluri creștine (crucea, mielul, bunul păstor, peștele), li se alătură și vița-de-vie, strugurele și vinul, ultimele acoperind un spațiu larg în iconografie.

Capitolul al II-lea este consacrat viței-de-vie în mitologie. Este planta cea mai des întâlnită în mitologia românească și universală, numeroase personaje mitologice având afinități cu vița-de-vie. Dionis (Dionysos) în Grecia Antică, la romani Bacchus era zeul viței-de-vie, al vinului și al petrecerilor. Cultul lui Dionis era răspândit în întreaga lume veche. La serbările date în cinstea lui (*dionysia* sau *bacchanalia*) Zeul era omagiat prin cântece și dansuri, adesea cu caracter orgiastic. Au fost create diverse mituri și legende.

Capitolul al III-lea abordează tema viței-de-vie în artă (pictură, versuri, maxime). Numeroase creații care au ca subiect vița-de-vie, strugurii și vinul au devenit celebre. În toate timpurile pictorii au fost coplesii de vița-de-vie ca de un dar divin. În pânzele marilor maeștri din trecut și din prezent – Francesco del



Alin-Ionel DOBREI, Alina-Georgeta DOBREI, Petru DĂRĂU, Eugeniu ALEXANDROV, Vasile BOTNARI, Boris GAINA. *Universalitatea viței-de-vie*. Ediția a II-a revăzută și completată. Chișinău: Lexon-Prim, 2021. 336 p.

Cossa, Sandro Boticelli, Pieter Paul Rubens, Francisco José de Goya, Karl Brullov, Silvestr Șcedrin, Vincent van Gogh, Pablo Picasso, Aurel David, Mihai Petric ș.a. figurează imagini semnificative ce țin de cultivarea viței-de-vie și de producerea vinului.

Capitolul al IV-lea este dedicat viței-de-vie și vinului în filme și balet. Filmele reprezintă o modalitate originală și atractivă de promovare a tradițiilor și tehnicilor ecologice de cultivare a viței-de-vie și de producere a unor vinuri de calitate. Furnizarea informației de interes larg într-o formă sintetică, dar și accesibilă comportă un pronunțat impact educațional asupra publicului în atitudinea acestuia față de vița-de-vie și produsele sale.

Capitolele al V-lea și al VI-lea pun în valoare calitățile decorative ale viței-de-vie care reprezintă o sursă de inspirație continuă pentru meșteri și artizani. Or, în timp, activitățile agricole, inclusiv cele vitivinicole, au generat și au condiționat dezvoltarea diferitor meșteșuguri specifice complementare, precum tâmplăria, olăritul, fierăria, forjarea etc.

Capitolul al VII-lea relatează despre vița-de-vie și filatelia. Odată cu introducerea în circuit a mărcii poștale drept mijloc de plată pentru serviciile respective, s-a stabilit că *marca poștală* reprezintă un imprimat de valoare de orice formă, tipărit în una sau mai multe culori, adeziv ori neadeziv, aplicat sau imprimat pe întreguri poștale, având rolul de a atesta plata taxelor poștale aferente transportului trimiterilor poștale de la expeditor la destinatar. Mărcile și efectele poștale trebuie să dețină un anumit subiect sau motiv, care să contribuie la promovarea istoriei, științei, naturii, principalelor evenimente social-politice etc. și să fie lipsite de caracter politic sau ofensator pentru o personalitate sau o țară. Prima marcă poștală în lume cu imaginea vitei-de-vie este lansată în 1923, în URSS, fiind consacrată Expoziției Unionale de Agricultură și Industrie.

Capitolul al VIII-lea este centrat pe vița-de-vie și portul popular. Costumul tradițional românesc reprezintă un etalon de iscusință și frumusețe. El încifrează limbajul de comunicare a tradițiilor străvechi, este o mărturie vie a unui proces de creație în masă. Frunza și strugurele de viță-de-vie, brodați cu fir verde, mov sau albastru, mărturisesc despre îndeletnicirea oamenilor din zonă (sate situate în preajma podgoriilor, unde activitatea principală era cultivarea viței-de-vie și negoțul cu vinuri), dar și despre belșug și abundență.

Capitolele al IX-lea, al X-lea și al XI-lea pun în evidență vița-de-vie în sigilografie, numismatică și heraldică. Heraldica unei țări urmărește crearea unui armorial teritorial unitar, de tradiție și de o simplitate demnă de epoca heraldicii vii. Stemele teritoriale din țară, după stema de stat, sunt cele mai răspândite blazoane pe plan internațional și reprezintă o altă față a unei țări. În timp, omul, prin diferite modalități a încercat să promoveze valorile patrimoniului cultural al unei regiuni, țări, oraș etc. Întrucât sfera de răspândire a monedelor nu este limitată, acestea reprezintă o cale eficientă de promovare a valorilor materiale și culturale ale unui popor. În toate timpurile, pe monede erau imprimate diverse aspecte ce țin de tehnica cultivării viței-de-vie și de procesarea produselor vitivinicole. Moneda metalică reprezintă un documentar de valoare ce oferă informații succinte despre realitățile sociopolitice, economice, religioase, culturale și artistice ale perioadei în care au fost emise. Mai mult. Moneda reușește să adune atât un mesaj scris (prin legenda sa), cât și unul iconografic (prin imprimările figurative) și metrologic (prin dimensiuni și greutate). Chiar și în cazul când monedele nu sunt datate, informația percepută permite o încadrare precisă în timp, îndeosebi când se face corelarea cu

informații istorice provenite din alte surse (cronici, mărturii scrise, documente epigrafice etc.).

Capitolul al XII-lea evocă tradițiile și obiceiurile, sărbătorile, festivalurile și muzeele consacrate cultivării viței-de-vie și procesării strugurilor. După un an de lucru sârguincios și rodnic vine ziua când cei care cultivă și procesează strugurii de viță-de-vie sunt răsplățiți printr-un moment de relaxare, de o sărbătoare totalizatoare. În cadrul acestor sărbători/festivaluri se organizează târguri, expoziții, degustări de vinuri cu bucate naționale, concursuri, distracții etc. La manifestări pot participa toți doritorii, care vor să se familiarizeze cu tradițiile și obiceiurile anumitei regiuni viticole. Pentru a păstra și a transmite din generație în generație informația despre tehnicile de cultivare a viței-de-vie și procesare a strugurilor au fost create diverse muzee vitivinicole.

Capitolele al XIII-lea și al XIV-lea sunt consacrate oenoturismului, ampeloterapiei, oenoterapiei și oenogastronomiei. Drumul vinului reprezintă de fapt un traseu turistic bine marcat și structurat, astfel dacă vrei să te axezi pe o categorie de vinuri poți alege un itinerar, delimitat într-o zonă cu potențial viticol și cu suficiente atracții turistice naturale și antropice, ce poate fi urmat de către turiști în mod organizat sau individual în anumite perioade ale anului. Aceste itinerare, în funcție de lungimea lor, dar și de densitatea obiectivelor, pot fi parcurse pe jos, cu bicicleta, cu autoturismul sau cu un alt mijloc de transport. Obiectivele viticole beneficiază și de peisaje incredibil de frumoase, iar vinurile produse în zonele viticole exprimă tipicitatea fiecăreia dintre ele prin arome, culori și personalitate. Oenoturismul reprezintă mai mult decât simpla vizită a unei crame, este turul pe care-l face și strugurele din vie până în sticlă, este o stare de spirit, de beatitudine. Țările viticole cu o tradiție îndelungată au demonstrat că vinul nu este doar o licoare într-o sticlă, vinul este o poveste, reprezintă o istorie și o civilizație, tradiție rurală și farmec urban. Iubitorii/admiratorii nu trebuie doar să savureze vinuri de calitate în restaurante sau acasă, ci și să pășească pe tărâmul viței-de-vie, acolo unde ea crește, unde se maturizează strugurii și apoi aceștia se transformă în vin. Diversitatea naturală și antropogenă a potențialului turistic, podgoriile și produsele derivate vitivinicole, cultura autentică, ospitalitatea, obiceiurile și tradițiile reprezintă obiectivele grație cărora Republica Moldova și România și-au creat o imagine turistică internațională inconfundabilă, toate acestea fiind îmbogățite cu itinerare prin cetățile medievale care au supraviețuit secolelor și complexe monastice purtătoare de istorie și cultură creștină, în care vița-de-vie a avut întotdeauna un loc special.