

## THE LINGUISTIC PHENOMENON OF LATRINALIA, LESS KNOWN AND STUDIED BUT UBIQUITOUS

### FENOMENUL LINGVISTIC AL LATRINALIILOR, PUȚIN CUNOSCUȚ ȘI STUDIAT, DAR OMNIPREZENT

**Mirel ANGHEL**

Universitatea Tehnică de Construcții  
Facultatea de Inginerie în Limbi Străine  
Departamentul de Limbi străine și comunicare  
mirel.anghel@utcb.ro

#### **Abstract**

*Among the linguistic and literary phenomena of modern times is the one known as «latrinalia». It was insufficiently studied due to the connection it has with a specific place where they say that even the King finds himself alone, and also because of an excessive shyness. Nevertheless, the presence of such inscriptions on the walls of public toilets and bathrooms is a reality which cannot be denied and it represents a means by which people sometimes exercise their whipping creativity or criticize the bad habits of the society they live in.*

#### **Rezumat**

*Printre fenomenele lingvistice și literare ale modernității se numără cel cunoscut sub numele de «latrinalii». A fost puțin studiat din cauza asocierii lui cu anumite circumstanțe în care chiar și Regele se găsește singur, precum și din cauza pudibonderiei. Totuși, prezența inscripțiilor în băi publice și toalete este o realitate care nu poate fi negată. Latrinaliile sunt o modalitate prin care oamenii își exersează uneori creativitatea șfichiuitoare sau critica la adresa moravurilor societății în care ei trăiesc.*

**Key words:** *latrinalia in restrooms, inscriptions in toilets, urban folklore, linguistic creativity, latrinalia poetry*

**Cuvinte-cheie:** *latrinalii în toalete, inscripții în toalete, folclor urban, creativitate lingvistică, poezii latrinalii*

Motto: „Din bube, mucegaiuri și noroi  
Iscat-am frumuseți și prețuri noi.”

Tudor Arghezi, *Testament*

#### **I. Introducere**

Puțin cunoscute în țara noastră, latrinaliile au fost studiate cu atenție de cercetătorii străini, în special de cei americani, pentru a fi relevate mecanismele ce stau în spatele nevoii oamenilor de a inscripționa diverse mesaje pe pereții toaletelor publice. Cercetătorii Universității din California, Berkeley (SUA) au analizat latrinaliile atât din punct de vedere lingvistic, cât și psihologic. În România, latrinaliile nu au fost deloc studiate la nivel academic poate și din cauza pudibonderiei care încă nu a părăsit societatea noastră post-revoluționară. Menționarea acestei potențiale discipline stârnește deocamdată doar zâmbete și o condamnă la statutul de subiect tabu.

Studierea latrinaliilor a fost ignorată deoarece majoritatea acestor texte sunt licențioase, redau înjurături, frustrări și prezintă orientări sexuale (având în special o componentă matrimonială, pe alocuri scabroasă). Multe dintre ele sunt o autobiografie „fiziologică” a emițătorilor acelor mesaje. Dincolo de acest aspect, creativitatea lor nu poate fi ignorată, căci latrinaliile pot fi considerate o formă de folclor urban.

Termenul de „latrinalii” a fost folosit pentru prima dată de folcloristul american Alan Dundes în anul 1966. Prin „latrinalii”, Dundes desemna inițial un anumit tip de graffiti ce se distingea de cel tradițional prin lizibilitate. Un alt aspect particular al acestor inscripții este dat de locul în care ele se găsesc: toaletele publice. Astfel de texte pot fi văzute peste tot. Fie că sunt scurte fragmente de proză, fie că sunt poezii improvizate, ele transmit un anumit mesaj și au un public bine țintit. E de remarcat faptul că emițătorul este anonim în majoritatea cazurilor. Există și situații în care autoritățile publice sau administratorii acestor spații recurg la o formă de „latrinalii” pentru a-și face cunoscut mesajul. Ca răspuns la prezența unor inscripții, cei care îngrijesc toaletele și băile publice pun acolo mesaje (evident, mult mai „îngrijite”) prin care le atrag atenția oamenilor să nu mai deterioreze estetica pereților. În schimb, în unele cazuri, celor dornici să își exprime creativitatea le sunt puse la dispoziție mici table de scris în aceleași spații pentru a se putea exprima liber, în limitele civilizației.

Latrinaliile pot fi simple citate sau chiar creații spontane ale oamenilor. Ele sunt semnate uneori cu un pseudonim, însă de cele mai multe ori sunt anonime. Fiind „creații populare”, sunt supuse unui proces continuu de reproducere și suferă schimbări destul de mari. Ele pot fi considerate și un debușeu necesar în anumite medii sociale și profesionale. Cu cât mediul în care mergem este pe o scară socială mai scăzută, cu atât mai licențioase devin ele. Văzând ce potențial au mesajele din băile publice, firmele de publicitate au început să pună și ele reclame personalizate în băile și toaletele publice.



Mesaje publicitare într-o toaletă publică

Sursa: [www.wired.com](http://www.wired.com)

Revenind la latrinalii, remarcăm lipsa unor studii ample în domeniu. După cum menționam, unul dintre cele mai elaborate studii a fost făcut de folcloristul american Alan Dundes. El a beneficiat de sprijinul masiv al colaboratorilor și studenților săi care, în anul 1964, au petrecut mult timp notând pe hârtie toate inscripțiile găsite pe pereții toaletelor din orașele americane Berkeley (statul California) și Paris (oraș din statul Texas). Studiul cu titlul *Here I sit: a study of American latrinalia* a fost prezentat la o conferință de specialitate organizată în orașul Davis de organizația California Folklore Society.



Sursa: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Latrinaliile au fost studiate și de studenții de la specializarea Psihologie a universității americane UC Davis, California<sup>1</sup>. Concluziile sunt prezentate în grafice care arată orientarea acestor inscripții. Din punct de vedere al destinatarului, despre majoritatea latrinaliilor se poate spune că nu sunt orientate spre un anumit tip de persoană. Majoritatea latrinaliilor au un mesaj cu conotație neutră, dar este de remarcat procentajul conotației negative – 40%.

Ele sunt o formă de folclor urban, având forme de manifestare proprie. Reclamele întâlnite acum în toaletele marilor centre comerciale, ale restaurantelor, cluburilor și ale barurilor au fost inspirate de a aceeași idee de a capta atenția unui public-țintă prin transmiterea unui mesaj într-o manieră neconvențională, adesea cu conținut conotativ. Fiind un spațiu intim în care tabu-urile scapă de vâlul care le acoperă, toaletele publice devin și în România spații de manifestare a imaginarului latent ce a fost în trecutul recent atât de oprimat și supus judecății de ordin moral.

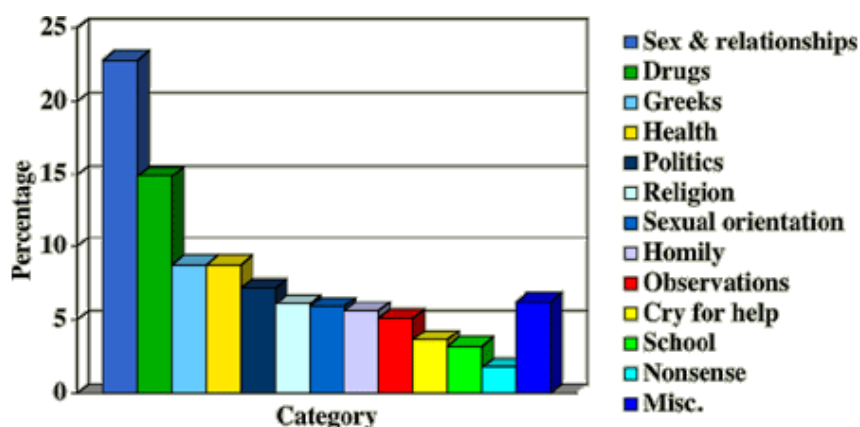


Fig. 1. Temele latrinaliilor, sursa: <http://psc.dss.ucdavis.edu>

<sup>1</sup> Cercetare întreprinsă de studenta Raina Williams, consultată pe site-ul <http://psc.dss.ucdavis.edu/sommerb/sommerdemo/content/latrinalia.htm> la 12.04.2017.

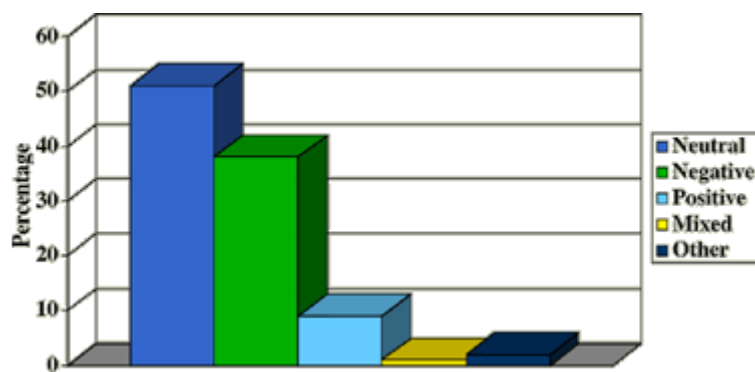


Fig. 2. Conotația latrinaliilor  
Sursa: <http://psc.dss.ucdavis.edu>

Mediul îndoielnic în care sunt propagate aceste texte este principalul argument pentru lipsa studierii fenomenului. În plus, lipsa igienei corespunzătoare în multe astfel de locuri publice a dus, de asemenea, la reticența celor care ar fi putut studia latrinaliile. Alan Dundes le împarte în mai multe categorii <sup>2</sup>:

- reclame sau anunțuri matrimoniale (de regulă, unele explicite);
- solicitări ale administratorilor privind buna conduită a publicului;
- instrucțiuni de folosire a băilor și toaletelor publice, scrise uneori pe un ton ludic;
- comentarii la textele scrise pe pereți;
- reflecții și gânduri în proză sau poezie de mici dimensiuni.

În România, nimeni nu a „cartografiat” sau inventariat până acum niciun tip de latrinalii, cel puțin nu într-o formă coerentă, demnă de publicat la nivel științific. Exemple edificatoare pentru fiecare categorie sunt prezentate în studiile efectuate de specialiștii străini. Alegem să reproducem unele dintre ele ca atare <sup>3</sup> (în măsura în care ele pot fi citate), fără a le traduce, astfel încât să nu denaturăm originalitatea limbii-sursă, dar și din cauza diferențelor culturale ce fac greu de redat conținutul mesajelor respective în limba română:

*Please do not throw butts (n.n. „mucuri de țigară”) in the urinal –  
It makes them saggy and hard to light*

*Shake well. Texas needs the water*

*For those in a hurry  
With no time to sit  
Please lift the lid  
For a more direct hit*

## II. Resorturile fenomenului latrinaliilor

În spatele impulsului de a scrie cu pixul pe pereții toaletelor publice sau de a-i scrijelii se poate ascunde nevoia oamenilor de a sparge un tabu al referirii la micțiune. Oamenii simt nevoia de a lăsa ceva (durabil) în urma lor acolo pe unde trec <sup>4</sup>. Ete o situație similară cu scrijelirea inițialelor pe scoarțele copacilor sau pe pereții orașelor turistice. Un fenomen asemănător se întâmplă la Paris, acolo unde Podul Artelor a devenit un loc celebru în care turiștii își marchează trecerea prin agățarea unui lacăt de balustrada podului.

<sup>2</sup> Art. cit., p. 94.

<sup>3</sup> Citatele din acest articol au fost selectate din studiul lui Alan Dundes, *Here I sit: a study of American latrinalia*, pp. 94-96.

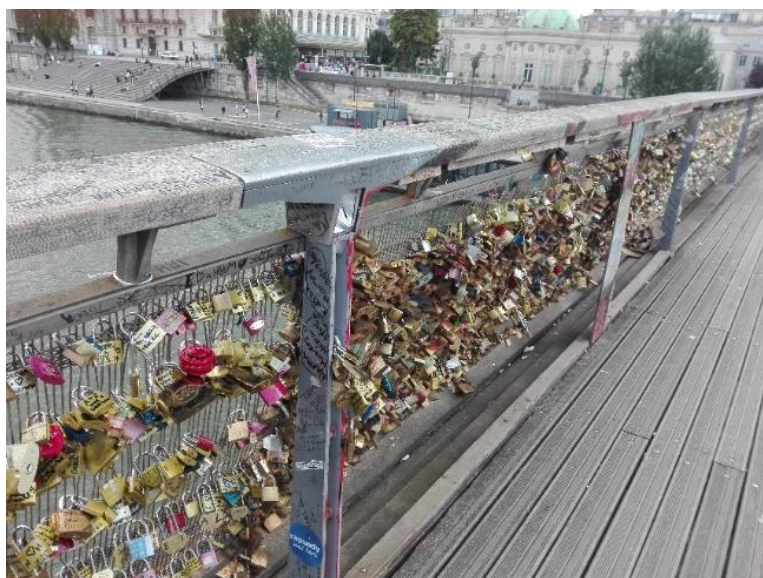
<sup>4</sup> Allen Walker Read, *Lexical evidence from folk epigraphy in western North America Paris*, privately printed, apud Dundes, art. cit., p. 101.

Psihanalistul Ernest Jones <sup>5</sup> pune acest obicei pe seama unui instinct primitiv. Astfel, obiectul defecării ajunge să fie manipulat de oameni, în special în timpul copilăriei. Din punct de vedere psihanalitic, inscripționarea de cuvinte licențioase în toalete ar reprezenta eliberarea unui impuls primar.

O altă particularitate a latrinaliilor a fost remarcată tot de psihanaliști. S-a observat că autorii lor sunt preponderent bărbați. Acest aspect se explică prin nevoia lor de a compensa dezavantajul fiziologic față de femei, și anume cel de a nu putea naște copii. Astfel, această nevoie de a lăsa ceva semnificativ în urmă este compensată printr-o altă „creație”. La nivel lingvistic, nevoia resimțită de ei este exprimată prin verbul „a face”, folosit în special în explicațiile și indicațiile oferite copiilor în legătură cu folosirea toaletei.

Compararea latrinaliilor după criteriul sexului a dus la concluzii surprinzătoare. În toaletele pentru femei, ele tind să fie mai romantice: „Inscripțiile din toaletele bărbaților sunt adesea de ordin grafic și au tendința de a fi sexuale, agresive, insultătoare și bigote. Cele ale femeilor au tendința de a fi mai lungi, corecte din punct de vedere gramatical, romantice și de susținere” <sup>6</sup>.

Prin intermediul acestor inscripții adesea licențioase, dar pline de creativitate în multe cazuri, bărbații ar avea tendința de a-și marca teritoriul, asemenea animalelor, și de a lăsa ceva semnificativ în urma lor. Femeile au contribuția lor la dăinuirea pe pământ prin nașterea copiilor. În schimb, bărbații vor să creeze ceva material.



*Pont des Arts, Paris*  
Sursa: arhiva personală

### III. Concluzie

Ca o concluzie, putem spune că acestui fenomen lingvistic atât de puțin cunoscut i se acordă în continuare o atenție insuficientă. Poate ca aceste „latrinalii” ar putea fi încadrate mai bine la o specie literară, dat fiind faptul că ele apelează la împrumuturi și prelucrări masive din alte specii. Eclectismul lor le-a ținut cumva la distanță de preocupările experților în lingvistică și literatură, în România, fenomenul „latrinaliilor” fiind mult mai puțin studiat la nivel științific decât în străinătate.

### Bibliografie

BALÁSZ, Lajos, *Folclor. Noțiuni generale de folclor și poetică populară*, Cluj-Napoca, Scientia, 2003.

<sup>5</sup> Apud Alan Dundes, art. cit., p. 101.

<sup>6</sup> [https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/05/13/how-the-psychology-of-public-bathrooms-explains-the-bathroom-bills/?utm\\_term=.8f3f3533fa0c](https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/05/13/how-the-psychology-of-public-bathrooms-explains-the-bathroom-bills/?utm_term=.8f3f3533fa0c), consultat la 19.02.2018.

### **Referințe online**

1. <http://psc.dss.ucdavis.edu/sommerb/sommerdemo/content/latrinalia.htm> la 12.04.2017.
2. Alan Dundes, *Here I sit: a study of American latrinalia*, pp. 94-96, consultat prin <http://digitalassets.lib.berkeley.edu/anthpubs/ucb/text/kas034-010.pdf> la 12.04.2017.
3. [https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/05/13/how-the-psychology-of-public-bathrooms-explains-the-bathroom-bills/?utm\\_term=.8f3f3533fa0c](https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2016/05/13/how-the-psychology-of-public-bathrooms-explains-the-bathroom-bills/?utm_term=.8f3f3533fa0c), consultat la 19.02.2018.