

IMAGINARUL FRUMUSEȚII FEMININE REFLECTAT ÎN *PROVERBELE ROMÂNILOR...*, DE IULIU A. ZANNE

The imaginary of female beauty reflected in the Proverbs of the Romanians..., by Iuliu A. Zanne

This work aims to reveal the image of female beauty in Romanian proverbs, following their cognitive, ethical aesthetic and ethnic dimensions noted by Dumitru Irimia. Female beauty has always been a controversial subject that requires a careful analysis between essence and appearance. Proverbs, as linguistic forms of oral communication, represent a frame of mind of the human collective in which female beauty is subject to critical and sometimes even strongly biased views. Due to the fact that proverbs have gained authority over time, this fact contributes even today to the perpetuation of linguistic stereotypes, which hide stereotypes of thought.

Key-words: *image of beauty, proverbs, cognitive and ethical dimension, stereotype, essence and appearance*

1. Dimensiuni ale proverbialității

Proverbele, transmise pe cale orală, din generație în generație, creionează un tabloul al mentalității și psihologiei populare, prin concizie și expresivitate, reprezentând universul înconjurător, viața cotidiană, relațiile interumane. Adesea, în definițiile atribuite proverbelor, se insistă asupra dimensiunii lor sapiențiale, ilustrată prin reflecțiile legate de om, existența și situarea sa în lume, alcătuindu-se astfel un repertoriu al înțelepciunii populare în care, omul apare întotdeauna și ca obiect și ca subiect².

Pavel Ruxăndoiu oferă o definiție cuprinzătoare a proverbului privit drept „o formulă concisă, cu o organizare lingvistică relativ stabilă, repartizată în contexte diferite, care exprimă concentrat, un adevăr sau o opinie generală”³. Ovidiu Bârlea subliniază rolul expresiv al proverbelor ce reprezintă „adevărul exprimat prin imagini” și dețin „sens ascuns, dar subînțeles, ce trebuie captat și care, de fapt, constituie ținta celui care îl reproduce”⁴. George Muntean consideră proverbul „o frază scurtă, de obicei ritmică și uneori rimată, prin care poporul, exprimând (...) rezultatul unei lungi experiențe de viață, pronunță și o concluzie, un îndemn, o învățătură, o constatare asupra lumii, ce are de regulă o accentuată nunață morală”⁵. Statutul proverbelor a fost cercetat din mai multe perspective, fiind considerate

¹ Universitatea „Vasile Alecsandri” din Bacău.

² Mihai Pop, Pavel Ruxăndoiu, *Folclor literar românesc*, București, Editura Didactică și Pedagogică, p. 253.

³ Pavel Ruxăndoiu, *Aspectul metaforic al proverbelor în Studii de poetică și stilistică*, București, Editura pentru Literatură, 1966, p. 105.

⁴ Ovidiu Bârlea, *Poetica folclorică*, București, Univers, 1979, p. 72.

⁵ George Muntean, *Apa trece, pietrele rămân. Proverbe românești*, ediție îngrijită, prefată, glosar și indice, București, Editura pentru Literatură, 1966, p. XVII.

elemente de înțelepciune populară, relevante pentru studiul folcloric, norme ale conduitei sociale și morale, deseori cu funcție didactică, de interes pentru studiile comportamentale, dar și fapte de discurs cu fundament filosofic, interesante pentru studiul lingvistic. Limitându-ne la perspectiva lingvistică asupra proverbelor, ne propunem să analizăm conținutul de imagini care stă la baza dimensiunilor cognitive, morală, estetică și etnică care le definește.

În *Introducere în stilistică* (1999), Dumitru Irimia consideră proverbele categorii ale stilului gnomic ca parte independentă a limbajului popular, alături de stilul beletristic și cel al conversației. În accepțiunea lingvistului, stilul gnomic este integrat în categoria stilurilor colective, remarcându-se trăsături specifice, formale și semantice ale acestor enunțuri cu rol moralizator: „planul semantic al textului gnomic (...) se întemeiază pe consubstanțialitatea dimensiunilor *cognitivă* și *morală*, în complementaritate cu dimensiunile *estetică* și *etică*”.⁶ Prin dimensiunea cognitivă, proverbul oglindește un proces rațional ce conduce la emiterea unei judecăți de valoare. Dumitru Irimia subliniază dimensiunea etică a proverbelor prin capacitatea lor de a interpreta și de a orienta raportul ființei cu lumea: „proverbul este întrebuințat pentru a determina o înțelegere care transcende realul și-i impune în actul de comunicare o cunoaștere de tip mai profund, cu implicarea etică a ființei”.⁷ La nivelul stilului gnomic, prin ființa individuală se manifestă spiritul național care ajunge să se sedimenteze în forme exemplare. Dimensiunea estetică se îmbină cu dimensiunea poetică ce se manifestă prin formele de exprimare, prin cuvântul atent ales, cu mare forță de sugestie. Astfel, prin paremiile se oglindește o variantă a manifestării raportului dintre ființa umană și lume, încadrată într-un timp și spațiu determinate. Funcția etică trasează limitele naționale și specificitatea raportării prin limbaj la anumite constructe mentale perpetuate de-a lungul generațiilor.

Ioan Milică analizează dimensiunile cognitivă și discursivă ale proverbelor⁸. Dimensiunea cognitivă este surprinsă prin capacitatea de condensare și sistematizare a proverbelor, în timp ce dimensiunea discursivă include pe cea estetică și etică. Integrarea proverbelor în discurs permite întrezărirea funcției evaluative, plasând receptorului misiunea de corela contextul în care se află cu o valoare morală. Lingvistul delimitează și nuancează și caracteristicile antropocentristă și cea relativistă a parimiilor. Prima se referă la modul empiric al omului de a înțelege lumea, construit prin prisma experiențelor de viață acumulate în timp, iar cea de a doua privește dimensiunea sapiențială și justificarea culturală a proverbelor. Ca fapte de discurs autonome, paremiile au capacitatea de a actualiza raționamente atent măsurate din punct de vedere etic, concepute în așa fel încât să placă și să definească un anumit tipar etnic. Așa se face că proverbele, așa cum afirma Moses Gaster „răsar din viața practică și din firea omenească, care e pretutindenea aceeași în ceea ce privește patimile”⁹.

⁶ Dumitru Irimia, *Introducere în stilistică*, Iași, Polirom, 1999, p.132.

⁷ *Ibidem*, p.136.

⁸ Ioan Milică, *Lumi discursive*, Iași, Junimea, 2013, p.167.

⁹ Gaster Moses afirmă, de asemenea, în *Literatura populară română*: „nu e niciun popor, nu e nicio literatură care să nu aibă proverbe și zicătoare în pofida femeilor, care să nu biciuească scumpetea, care să nu facă haz de nerozia oamenilor, de îngâmfarea procopsiților, care să nu se plângă sau să reflecteze asupra împărțirii inegale ale bunurilor lumești și ale însușirilor sufletești”, București, IG. Haimann, librar-editor, 1883, p. 200.

Sensul proverbelor se fundamentează pe un principiu metaforic ce presupune depășirea universului imediat perceptibil. Astfel, orice exprimare paremiologică deține un substrat metaforic, înainte de a fi enunțată. Funcția de comentariu a proverbelor reflectă modul în care lumea evenimentială concretă transcendente în lumea reflecției, pentru a putea releva noi semnificații. Paremiile reprezintă un criteriu de interpretare a relației om–lume prin dimensiunea sapiențială, actualizând astfel adevăruri general valabile. Funcția simbolică a proverbelor, ce se bazează pe principiul identității, restabilește raporturile cuvintelor cu lucrurile și formează imagini ce sunt preluate de mentalul colectiv.

Structurile proverbiale relevă *stereotipuri lingvistice* (prin natura lor fixă, concisă) care, de-a lungul timpului, se contopesc cu *stereotipurile de gândire*¹⁰. Ioan Milică îi alătură proverbului noțiunea de *stigmat*¹¹ care oglindește modul în care anumite prejudecăți constituie o identitate virtuală a unui individ. Altfel spus, identitatea virtuală se fundamentează pe așteptările normative (dimensiunea etică) ale societății pe care le proiectează după tipare proprii. Definirea identității unui individ prin raportul dintre identitatea virtuală și cea actuală, dintre așteptări și realități ce nu sunt congruente, are ca efect stigmatizarea individului. Frumusețea feminină surprinsă în paremii se situează între virtual și actual, fapt ce determină standardizarea unei imagini atât la nivel lingvistic, cât și ideatic.

Proverbele au capacitatea de a masca angajarea propriilor concepții și valori ale emițătorului pentru a nu fi respinse ori supuse îndoielii de către publicul receptor. Astfel, paremiile camuflează o judecată pusă pe seama adevărului incontestabil, căci după cum spune proverbul *Cu vorbe îmbolditoare/ Îl atinge unde-l doare*. Proverbele sunt utilizate datorită calității lor de tezaur al înțelepciunii populare, fapt ce le face adecvate în situații variate de comunicare.

2. Ce-i frumos și lui Dumnezeu îi place

Articolul de față își propune să urmărească modalitatea prin care proverbele surprind felul de a simți al unui popor în legătură cu frumusețea femeii atât purtătoare de folos, cât și de ponos. Aceste fapte psihologice referitoare la maniera în care colectivitatea, plasată pe o anumită treaptă socioculturală a evoluției, apreciază genul femeiesc se reflectă întru totul la nivel gnomic. Acest studiu își propune cercetarea reflectării frumuseții feminine urmărind dimesiunile cognitivă, etică, estetică și etnică, la nivelul unor proverbe și ziceri aparținând colecției întemeietoare a lui Iuliu Zanne, *Proverbele românilor din România, Bucovina, Ungaria, Istria și Macedonia. Proverbe, zicători, povățuiri, cuvinte adevărate, asemănări, idiotisme și cimilituri cu un glosar româno-frances*, vol. I-X, cel mai extins corpus frazeologic realizat deocamdată în cultura românească, publicat între 1895 și 1912¹².

¹⁰ Ioan Milică valorifică conceptele de stereotip lingvistic și de gândire în accepția pe care o dă Charlotte Schapira în lucrarea *Les stéréotypes en français. Proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys, 1999, p. 2.

¹¹ Noțiune preluată de la Erving Goffman din lucrarea *Stigma: notes on the management of spoiled identity*, New York, Prentice-Hall, 1963, p. 13.

¹² Pentru analiza corpusului de texte vom folosi ediția alcătuită din trei volume, îngrijită de Roxana Vieru, prefața de Ioan Milică, a lucrării lui Iuliu A. Zanne, *Proverbele românilor din România, Bucovina, Ungaria, Istria și Macedonia. Proverbe, zicători, povățuiri, cuvinte adevărate, asemănări, idiotisme și cimilituri cu un glosar româno-frances*, Iași, Vasiliana '98,

Imaginea femeii în creația populară este tributară concepției comune cu privire la rostul vieții (implicit a vieții de familie), desfășurate după legi și cutume ancestrale care s-au înrădăcinat și au impus o autoritate ierarhică masculină. Interesul nostru se va îndrepta asupra proverbelor ce surprind frumusețea feminină ca valoare relativă din perspectivă masculină. Astfel se deschide o cercetare sociolingvistică, interesându-ne mai ales variabilele de gen și vârstă și statut social reflectate în discurs.

Comunitatea tradițională conturează niște cadre generale ale frumuseții feminine, atributele de ordin fizic subordonându-se relației sufletești. Dacă, în ceea ce privește femeia, *Ochii și sprâncenele/ Fac toate păcatele,/ Și leagă dragostele*, iar idealul e *Lâna de oaie laie,/ Și femeia balaie*, bărbatul trebuie să fie puținel mai frumos decât dracul. Aceste exprimări generale ale proverbelor sunt justificate de faptul că interpretarea frumuseții variază în funcție de gust: *Nu-i frumos ce e frumos, e frumos ce-mi place mie; Și urâtul șede unora frumos; Nu-i frumos cine se ține,/ Ci-i frumos cui îi stă bine*. De cele mai multe ori, portretul fizic al femeii este completat cu atributele unei viitoare gospodine, mame, soții, frumusețea fiind efemeră în contrast cu trăinicia simțului gospodăresc: *Să-ți iei neveastă de casă/ Nici urâtă, nici frumoasă; Frumusețea la om, ca floarea în pom; Nimenea nu întreabă de casa frumosului, ci de casa vrednicului*¹³. Frumusețea, istețimea și îndeletnicirile casnice nu vin împreună întotdeauna în mentalul popular, frumusețea poate ascunde alte defecte, fiind deseori înșelătoare: *Chip frumos la un cap prost!; Frumusețea vestejește,/ Dar înțelepciunea crește; Decât un car de frumusețe mai bine un car de minte*.

Discursul paremiologic schițează o caracterizare a femeii în funcție de rolul pe care aceasta îl deține la nivel social, frumusețea acesteia fiind atributul ce corelează sau exclude alte trăsături. Proverbele asimilează înțelepciunea populară care caută o formă concretă pentru a defini frumosul și limitele sale.

Frumusețea femeii este apreciată și valorificată în funcție de ochii (ne)părtinitori ai privitorului, bărbat, în funcție de statut și experiența acumulată în timp, fiind cunoscut că *bărbatul are ochi să vadă, fimeea are ochi să fie văzută*. Astfel, un tânăr căutându-și aleasă, *prăpădind din ochi pre cineva*¹⁴ este convins că *Frumusețea, ca roșafa, la față să caută*¹⁵ și *Decât să mănânc mămligă cu unt,/Și să mă uit în pământ;/Mai bine să mănânc pâine cu sare/ Și să mă uit la el (ea) ca la soare*. Astfel, pentru un june *ochii văd, inima cere*, iar *Mirele nu se plânge când mireasa e prea frumoasă*. Frumusețea femeii este o cerință fundamentală pentru întemeierea viitoarei familii, *totdeauna fețișoara,/ măritând pe fețișoară*, tânărului *aprinzându-i-se călcâiele după muiera cu ochi frumoși, (care) pe toți îi face voioș*, căci, mai presus de toate, *Dragostea de un se-ncepe?/De la ochi de la sprâncene/ De la sân cu drăgănele*.

Femeia, conștientă de puterea aspectului fizic, face tot posibilul să își mențină imaginea indiferent dacă nimeni nu *întreabă dă durere pă lângă frumusețe*¹⁶. Oglinda

2019.

¹³ Cu sensul: „Mai căutată e vrednicia decât frumusețea. Sfat ce se dă tinerilor care caută soții frumoase, fără a se gândi mai departe.” (Zanne I, p. 754).

¹⁴ Cu sensul „a se uita cu mare drag la cineva, a-l iubi grozav” (Zanne I, p. 630).

¹⁵ Cu sensul „despre cele cari sunt pentru a fi văzute” (Zanne I, p. 759).

¹⁶ Cu sensul „Să zice pentru cele ce să gătesc cu vătămarea lor, cum cele ce foarte tare să strâng cu corseturile și cele ce-și scot perii după obraz cu smulgătoarea, ca să se arate mai frumoase.”

este dușmanul femeilor urâte și Casa fără perdele ca fimeea (femeia) fără sprâncene¹⁷, iar tinerele uzează de tot arsenalul înfrumusețării știind că Zulufti, plete și percele, la muieri să cere și că Muieria negătită (e) ca o tingire nespoită. Nu e de mirare cum și Baba suferă la frumusețe și se piaptână, în încercarea de a reactualiza imaginea fetei la vremea ei, ca miera în fagul ei, căci În lume păpușă,/ Și în casă mătușă¹⁸.

În schimb, odată cu trecerea timpului și odată cu dezvăluirea frumuseții, aspectul fizic nu (mai) reprezintă un etalon, ci un mijloc de a contrasta cu atribute pe care femeia se cuvine să le dețină. După căsătorie, bărbatul își schimbă percepția asupra tiparului în care se poate încadra femeia, o femeie vrednică fiind coroană casei. Cu alte cuvinte, ce folosește orbului fața frumoasă, mai ales când neveasta frumoasă îi pârjol în casă. Se remarcă o atitudine compensatorie, bărbatul trecut deja prin fiorii iubirii pătimește, dorind și lănoasă, și lăptoasă, și cu coada groasă, să vie și dăvreme acasă, ajunge să conștientizeze că acest cumul de calități este iluzoriu, fiind imaginea unui prototip irealizabil. Frumusețea apare ca un miraj ce atrage, captivează și fascinează privitorul, dar care mereu ascunde ceva vicios, contrar normelor și principiilor sociale ale spațiului traditional, întrezărindu-se astfel dimensiunea etică a paremiilor: La față frumos și-nlăuntru găunos; Ce e frumos la toți place,/ Dar nu știe-n el ce zace; Vinul bun și neveasta frumoasă sunt două otrăvuri dulci la om; Mai multă înțelepciune găsești în fețele cele urâte, decât în cele frumoase. Cu toate acestea, indiferent de vârstă și experiența acumulată, proverbele confirmă că frumusețea dănuie și acaparează mereu ochiul și inima privitorului: La bătrânețe place vinul vechi și neveasta tânără, Părul când albește,/ Inima să topește; Fapta bună, ca fimeea frumoasă¹⁹.

La nivelul discursului, proverbele au capacitatea de a surprinde prin alăturarea unor termeni care semantic nu se exclud, dar care, în mentalul colectiv, se manifestă antonimic. Din paremii, se remarcă faptul că frumusețea se opune istețimii (Pletele lungi și minte scurtă; Dintele minții la muieră tocmai după moarte iese), avuției (Muieria mi-e urâtă, dar zestrea ei mi-e dragă; Miile și sutele/ Mărită (pe) slutele; Parcă frumusețele să mănâncă pe talgere²⁰), farmecului (Tinerețele fără frumusețe ca frumusețea fără nuri). Această abordarea permite relevarea complementarității dimensiunii cognitive cu cea etică în cadrul proverbelor.

Un contrast interesant este acela dintre frumusețe și nuri. În vorbirea curentă termenul de nuri a fost înlocuit de vino-ncoa, je ne sais quoi, quelque-chose, sex-appeal, fapt ce dovedește un interes universal în a defini ceva ce e dincolo de realitatea concretă reprezentată de aspectul fizic plăcut. Înțelepciunea populară manifestată prin proverbe surprinde faptul că Decât un car de frumusețe mai bine un dram de nuri și Ce folos de multă albeață/ Dacă n-are un vino-ncoace, A avea altoi de vino-ncoa.

(Zanne I, p. 758).

¹⁷ Cu sensul „ne arată cât de înrădăcinat era, înainte, la femeile noastre, obiceiul de a-și drege sprâncenele.” (Zanne II, p. 44).

¹⁸ Cu sensul „Pentru cele bătrâne care ies gătite în lume, de par mai tinere decât sunt.” (Zanne II, p. 577).

¹⁹ Cu sensul „Nu se uită când cineva face bine; se vorbește de fapta lui ca și de o femeie frumoasă.” (Zanne III, p. 580).

²⁰ Cu sensul „Când unul vrea să se însoare cu o femeie frumoasă, dar săracă.” (Zanne III, p. 758).

Adesea, termenul desemnat pentru această forță de atracție feminină, apare la nivelul discursului paremiologic și sub alte forme: *Nu-i frumoasă, / Da-i hazoasă; Nu-i frumos cine-i frumos, da-i frumos cine-i drăcos; Ce folos de chip frumos dacă nu e lipicios, A avea (fi cu) lipici*. Ceea ce în literatura cultă este denumit de Costache Conachi „împărat al podoabelor firești”²¹, farmecul este un atribut suprem, ce înnobilează femeia în așa fel încât *Frumușăta fără (el) este un chip zugrăvit*. Proverbele subliniază nevoia omului de a vedea dincolo de aparențe și de a capta esența, de a surprinde farmecul prin cuvânt. Ceea ce e plăcut ochiului atrage, însă *a nu avea niciun chichirez*²² demonstrează că numai farmecul validează frumusețea.

Imaginarul frumuseții feminine surprins în proverbe permite identificarea dimensiunilor delimitate de Dumitru Irimia la nivelul proverbialității. Dimensiunea cognitivă rezultă din modul prin care se trec prin filtrul rațiunii atributele efemere ale femeii, iar modul în care acestea sunt contrastate de valori precum înțelepciunea și istețimea determină dimensiunea etică, făcându-se diferența dintre esență și aparență²³. Dimensiunea estetică relevă modalitatea prin care o anumită comunitate rezonază la ideea de frumos, la forma plăcută și ludică condensate în fapte de limbaj. Dimensiunea etnică se poate întrezări în modul în care anumite proverbe concentrează date ale spiritului național. Analiza modului în care imaginea frumuseții feminine devine un reper în manifestarea dimensiunilor proverbelor poate fi un argument al forței creatoare a limbajului ce reflectă relația dintre cultură și limbă și, implicit, mentalitatea și psihologia omului în general.

BIBLIOGRAFIE

- Bîrlea, Ovidiu, *Istoria folcloristicii românești*, București, Editura Enciclopedică Română, 1974.
- Bîrlea, Ovidiu, *Poetică folclorică*, București, Univers, 1979.
- Blaga, Lucian, *Studiul proverbului*, în *Zări și etape*, București, Humanitas, 2003.
- Blaga, Lucian, *Trilogia culturii. Orizont și stil. Spațiul mioritic. Geneza metaforei și sensul culturii*, București, Editura pentru Literatură Universală, 1969.
- Conachi, Costache, *Poesii. Alcătuiuri și tălmăciri*, Iași, Tipografia lui Adolf Bermann, 1856.
- Coșeriu, Eugeniu, *Omul și limbajul său: studii de filozofie a limbajului, teorie a limbii și lingvistică generală*, antologie, argument și note de Dorel Fînar, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009.
- Dumistrăcel, Stelian, *Până-n pânzele albe: expresii românești*, Iași, Institutul European, 2001.
- Gaster, Moses, *Literatura populară română*, București, I.G. Haimann, librar-editor, 1883.
- Goffman, Erving, *Stigma: notes on the management of spoiled identity*, New York, Prentice-Hall, 1963.
- Milică, Ioan, *Lumi discursive: studii de lingvistică aplicată*, Iași, Junimea, 2013.

²¹ Costache Conachi, *Ce este nurul?*, în *Poesii. Alcătuiuri și tălmăciri*, Iași, Tipografia lui Adolf Bermann, 1856, p. 19.

²² Cu sensul „A fi lipsit de nuri, a nu avea pe vino-ncoace.” (Zanne II, p. 24).

²³ În *Introducere...op.cit.*, p. 135, Dumitru Irimia susține că „în temeiul complementarității dimensiunilor cognitivă și etică, enunțul gnomic avertizează asupra apozității dintre aparență și esență”.

- Muntean, George, *Apa trece, pietrele rămân. Proverbe românești*, ediție îngrijită, prefată, glosar și indice, București, Editura pentru Literatură, 1966.
- Norricks, Neal, *How Proverbs Mean: Semantic Studies in English Proverbs*, New York, Mouton, 1985.
- Pann, Anton, *Proverbe românești*, București, Editura pentru Literatură, 1966.
- Pop, Mihai, Ruxăndoiu, Pavel, *Folclor literar românesc*, ediția a II-a, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1978.
- Ruxăndoiu, Pavel, „Aspectul metaforic al proverbelor”, în vol. *Studii de poetică și stilistică*, București, Editura pentru Literatură, 1966, p. 94-113.
- Ruxăndoiu, Pavel, *Proverbe și zicători românești*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1966.
- Savin, Petronela, *Sub(stilul) gnomice în concepția lui Dumitru Irimia*, în Ofelia Ichim (coord.) Alina Mihaela Bursuc, Marius-Radu Clim, Ofelia Ichim, Veronica Olariu, Ana-Maria Prisacaru, Ioana Repciuc (editori), *România în spațiul euroatlantic: interferențe culturale și lingvistice*, București, Tracus Arte, 2020, p. 305-310.
- Schapira, Charlotte, *Les stéréotypes en français. Proverbes et autres formules*, Paris, Ophrys, 1999.
- Zafiu, Rodica, *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București, 2001.
- Zanne, Iuliu, *Proverbele românilor din România, Bucovina, Ungaria, Istria și Macedonia. Proverbe, zicători, povățuiri, cuvinte adevărate, asemănări, idiotisme și cimilituri cu un glosar româno-frances*, vol. I-III, ediție îngrijită de Roxana Vieru, prefată de Ioan Milică, Iași, Vasiliana '98, 2019.
- Zanne, Iuliu, *Proverbele românilor din România, Bucovina, Ungaria, Istria și Macedonia. Proverbe, zicători, povățuiri, cuvinte adevărate, asemănări, idiotisme și cimilituri cu un glosar româno-frances*, vol. I-X, București, Editura Librăriei Socecu&Comp., 1895-1912.