

## Cuprins

Apocaliptici și integrați : cultura italiană și comunicațiile de masă.....	9
<i>Reacțiile apocalipticilor și ale integraților. Odinioară</i> .....	9
<i>Reacțiile autorului. Acum</i> .....	14
Prefață .....	21

### Superior, mijlociu, inferior

Cultură de masă și „niveluri” de cultură .....	43
<i>Cultura de masă sub acuză</i> .....	45
<i>Cahier de doléances</i> .....	49
<i>Apărarea culturii de masă</i> .....	53
<i>O problematică greșit abordată</i> .....	58
<i>Critica celor trei niveluri</i> .....	64
<i>O posibilă concluzie, plus câteva     propuneri de cercetare</i> .....	66
Structura prostului gust .....	77
<i>Stilistica Kitsch-ului</i> .....	78
<i>Kitsch și cultură de masă</i> .....	84
<i>Midcult-ul</i> .....	88
<i>Structura mesajului poetic</i> .....	96
<i>Recuperarea mesajului poetic</i> .....	109

<i>Kitsch-ul ca „boldinism”</i> .....	117
<i>Ghepardul din Malaiezia</i> .....	124
<i>Concluzie</i> .....	134
<b>Lectură din <i>Steve Canyon</i></b> .....	139
<i>Analiza mesajului</i> .....	139
<i>Limbajul benzii desenate</i> .....	152
<i>Chestiuni derivate</i> .....	158
<i>Hume și Indianul : introducere în cercetarea empirică</i> .....	173
<i>Sarcina criticii și a istoriografiei</i> .....	179

### **Personajele**

Utilizarea practică a personajului .....	191
<i>Problema estetică a „tipului”</i> .....	193
<i>Motivări ale poeticilor tipicității</i> .....	195
<i>Precizări estetice privind tipicul</i> .....	198
<i>Fizionomia personajului tipic</i> .....	201
<i>Tip, simbol, „topos”</i> .....	208
<i>Folosirea științifică a tipicității</i> .....	210
<i>Tip și „topos”</i> .....	211
<i>Recurgerea la topic și sensibilitatea decadentă</i> .....	215
<i>Concluzii</i> .....	219
<b>Mitul lui Superman</b> .....	223
<b><i>I</i></b>	
<i>Simboluri și cultură de masă</i> .....	225
<i>Mitul lui Superman</i> .....	230
<i>Structura mitului și civilizația romanului</i> .....	232
<i>Subiectul și consumarea personajului</i> .....	235
<i>Consum și temporalitate</i> .....	237
<i>Un subiect fără consumare</i> .....	240
<i>Superman ca model de heterodirecție</i> .....	245

<i>II</i>	
<i>Apărarea schemei iterative</i> .....	248
<i>Schema iterativă ca mesaj redundant</i> .....	252
<i>Conștiință civică și conștiință politică</i> .....	255
<i>Concluzii</i> .....	262
Lumea lui Charlie Brown .....	265

### Sunetele și imaginile

Cântecul de consum .....	277
<i>Șlagărul „mai aparte”</i> .....	281
<i>O propunere de cercetare</i> .....	283
<i>Un mit generațional</i> .....	289
Muzica și mașina .....	297
<i>Muzica reprodusă</i> .....	299
<i>Producerea mecanică a muzicii de consum</i> .....	303
<i>Producerea mecanică de muzică cultă</i> .....	305
Muzica, radioul și televiziunea .....	311
<i>Mijloacele audiovizuale ca instrument     de informare muzicală</i> .....	311
<i>Mijloacele audiovizuale ca fapt estetic</i> .....	315
Însemnări despre televiziune .....	319
<i>Transmisia în direct și influența asupra filmului</i> .....	320
<i>Comunicare și expresie</i> .....	323
<i>Raportul cu publicul</i> .....	325
<i>Televiziunea ca „serviciu”</i> .....	328
<i>Cercetările experimentale</i> .....	331
<i>Vigilență și participare</i> .....	333
<i>Pasivitate și raport critic</i> .....	335
<i>Media gusturilor și modelarea cerințelor</i> .....	338

<i>Universul iconosferei</i> .....	346
<i>Elita fără putere</i> .....	348
<i>Refuzul intelectualului</i> .....	350
<i>Un dirijism cultural prudent</i> .....	352
<i>Cultură de masă sau cultură democratică ?</i> .....	353
<i>Concluzii</i> .....	355

### **Apocaliptici și integrați**

Nihilistii înflăcărați .....	359
De la Pathmos la Salamanca .....	363
Despre științifico-fantastic .....	367
Strategia dorinței .....	371
Monstrul nostru cel de toate zilele .....	375

Cea mai mare parte a cititorilor *Divinei Comedii* renunță, evident, să-l citească pe baza unui cod ; însă acest mesaj are unele particularități structurale care fac să se salveze, oricare ar fi decodificarea, o anumită înlănțuire de ritmuri și de asonanțe, precum și măsura endecasilabului. Și fiindcă, în cuprinsul unei opere poetice, mesajul este intenționat ca autorefectant, centrat asupra lui însuși, oricare ar fi decodificarea, receptorul beneficiază de o anumită schemă de bază și recuperează în parte funcția pe care o avea el în contextul cântului respectiv.

Dacă însă se presupune că Dante a folosit cu premeditare cuvinte lipsite de sens precis pentru a crea o aură magică și plină de ezoterism diabolic, atunci ambiguitatea în identificarea codului constituie de fapt singurul și adevăratul cod ; aspectul nedecodabil instituie capacitatea comunicativă a mesajului ; pe cale neconvențională, el comunică o semnificație precisă : demonul se adresează cuiva în *jargon* diabolic ; că, apoi, cititorul rămâne să se întrebe care este semnificația termenilor, aceasta face parte din impresia pe care autorul mesajului voia s-o avem.

Jakobson, ca să dăm un exemplu minimal de mesaj care se propune ca obiect de atenție embrionar estetică, citează sloganul politic *I like Ike*. „El se compune din trei monosilabe și are trei diftongi (*ay*), dintre care fiecare e urmat simetric de câte un fonem consonantic (*l... k... k...*). Aranjarea celor trei cuvinte prezintă o variație : niciun fonem consonantic în primul cuvânt, două în jurul diftongului în cea de-a doua, o consoană finală în cea de-a treia. Hymes a observat predominanța unui astfel de nucleu (*ay*) în anumite sonete ale lui Keats. Cele două părți ale formulei *I like/Ike* rimează între ele, iar al doilea dintre cele două cuvinte care rimează e complet inclus în primul (rimă și ecou : *layk – ayk*), imagine paronomastică a unui sentiment ce-și înconjoară complet obiectul. Cele două jumătăți formează o aliterație vocalică, iar primul dintre cele două cuvinte în aliterație e complet inclus în al doilea (*ay/ayk*), imagine paronomazică a subiectului iubitor învăluită de obiectul iubit. Rolul secundar al funcției poetice întărește greutatea și eficacitatea acestei formule electorale”.

Iată un exemplu de mesaj, poetic în termeni minimi, care însă propune o complexitate structurală atât de mare, încât prezintă totdeauna câte un aspect recuperabil chiar și pentru cel care-l simte

ca fiind totalmente consumat. În plus, tocmai prin complexitatea lui, el pare să se preteze unei lecturi care neglijează codul lingvistic la care se raportează. Să presupunem, într-adevăr, un auditoriu, fie și de limbă engleză, care nu știe cine era Ike : mesajul își va pierde tensiunea provocatoare (la nivel goliardic), dar își va păstra totuși o anumită cantabilitate (se salvează o decodificare la nivelul percepției sonore). Înțelegând prin Ike un personaj oarecare, ce nu e un președinte al Statelor Unite, formula e cu mult mai săracă ; dacă personajul e un clown de circ, ea devine mai curând banală : aceasta n-o împiedică să rămână apreciabilă prin concizie și prin jocul asonanțelor.

Dar dacă în loc de *I like Ike* avem un vers din Dante sau un întreg poem (cărui știm că i s-ar putea face o analiză de o cu totul altă complexitate și profunzime), ce tinde să scoată în relief o serie de mecanisme structurale), atunci ne dăm seama de măsura în care opera se pretează la a fi decodificată chiar și în mod aberant, păstrându-și în permanență puterea de comunicare.

Difuzată cu ajutorul unei reviste săptămânale (cumpărată de un cititor care vrea ca prin aceasta să-și procure un fetiș, bun de folosit într-un scop aproape magic, pentru pură ostentare de prestigiu, ca alibi cultural), reproducerea unui mare maestru al picturii va putea sau nu va putea să fie privită sau să fie văzută adaptându-i un cod cu totul aparte, pe care receptorul inexpert îl mănuieste cu dezinvoltură crezându-se autorizat să consume opera în sensul acela. Cine ne spune nouă că, în pofida a toate acestea, receptorul respectiv nu beneficiază, din tabloul-mesaj, de unul dintre infinitele aspecte ale acelei complexități structurale care-l constituie, în așa fel încât tabloul scapă, într-o anumită măsură, consumului, și-i restituie receptorului său o schemă, firavă, dar reală, a unei comunicări care era la origine mai bogată ?

*Furtuna [La Tempesta]* lui Giorgione, interpretată doar în referințele ei imitative, ignorând referirile la repertoriul iconologic (păstorul văzut ca un tânăr frumos, și nu ca Mercur), carul cu fân al lui Brueghel interpretat ca o imitație a unui frumos car cu fân ; *Logodnicii* citit doar ca roman-foileton în care s-ar dori să se știe ce se va întâmpla cu Renzo și Lucia ; bizonul de la Altamira perceput doar ca schiță vioaie a unui animal în mișcare, fără referire la

funcția lui magică... Iată câteva exemple de decodificare parțială, efectuată folosind coduri incomplete, adesea cu totul arbitrar (țărani împrejurul carului cu fân ar putea deveni, pentru unii, o referire la munca sănătoasă și onestă a câmpului ; pentru alții, chiar și o gloriificare profetică a comunității de colhoz), și care permite totuși o apropiere de operă, o lectură a mesajului, recuperându-i un nivel care, cu toate acestea, exista chiar și în intențiile autorului. Viața operelor, de-a lungul veacurilor și în cadrul unei societăți, e plină de astfel de înțelegeri greșite, de astfel de ratări ale țintei, de aberații de utilizare, atât de frecvente, de intense, ce se întregesc reciproc, încât aproape constituie norma ; pe când decodificarea exemplară (exemplară nu pentru că e unică, ci pentru că e bogată, complexă, efectuată la toate nivelurile mesajului) constituie adesea norma ideală a criticii, momentul de maximă actualizare a operei contemplate de estetică. Deci nu întotdeauna consumarea unei forme e totală și irecuperabilă ; iar structura din care e perceput fie și un singur nivel, tocmai datorită profundei înrudiri ce leagă orice stil cu complexul relațional al operei se manifestă în trecut, prin elementul parțial, ca impulsul nedus până la capăt al unei percepții mai plenare, ce rămâne pe fundal, dar nu se anulează deplin.

Pe de altă parte, deși lectura unui mesaj după un cod inexact sau incomplet, chiar fără să-i distrugă capacitățile comunicative, ne restituie mai totdeauna un mesaj sărăcit, trebuie să convenim că în multe cazuri se întâmplă contrariul : un mesaj în sine sărac în informație, citit în lumina unui cod arbitrar, se poate dovedi, pentru receptor, cu mult mai bogat decât intenționa autorul. Tipic e cazul bizonului de la Altamira interpretat prin referiri la achizițiile picturii contemporane (prin urmare, în lumina unui cod complex ce are în vedere alte criterii de gust, tehnici ale reprezentării conștiente a mișcării etc.), așa încât să dobândească o bogăție de intenții care, în cea mai mare parte, *sunt introduse de receptor*. Cea mai mare parte a rămășițelor arheologice ale epocii clasice sunt interpretate făcând să conveargă asupra obiectului o serie de referințe ce-i erau străine autorului : brațele lipsă, eroziunea datorată veacurilor devin, în copia elenistică târzie, elemente semnificative pentru o imperfecțiune aluzivă care trimit la un evantai de semnificații construite

de secole de cultură, dar necunoscute meșteșugarului grec din epoca târzie. Și totuși, obiectul, ca sistem de elemente, era și el sistem de semnificanți și de semnificați posibili. Avanspremiera de periferie a spectacolului pentru trupă, văzut de intelectualul aflat în căutare de episoade legate de obiceiuri, se încarcă de referiri la o obscenitate fescenină\* de care bietul actor comic principal n-a auzit în viața lui; și totuși, acesta, coordonând într-o schemă destul de grosolană unele intuiții privind gusturi și așteptări ale unui public popular, structura de fapt și o serie de referiri la comportamente arhetipale care într-un fel sau altul mai funcționează și astăzi și sunt elaborate și consumate din instinct.

Se întâmplă, în fine, cu un mesaj, interpretat după un cod supraabundent, ceea ce se întâmplă cu acel *objet trouvé*, pe care artistul îl sustrage dintr-un context natural (sau din alt context, artificial) și îl încadrează ca operă de artă: în acest caz, artistul alege anumite aspecte ale obiectului ca posibili semnificanți ai unor semnificați elaborați de tradiția culturală. În actul de a suprapune arbitrar un cod unui mesaj fără cod (obiect natural) sau cu un alt cod (deviere de elaborare industrială), artistul în realitate inventează, formulează *ex novo* acel mesaj. Dar rămâne să ne întrebăm dacă el în mod arbitrar face să conveargă asupra structurii referințe împrumutate dintr-o tradiție străină, aceea a artei contemporane (prin care un bolovan poate părea un Moore, un flecușteț mecanic poate părea Lipchitz) sau dacă nu cumva arta contemporană, elaborându-și propriile moduri de formare, s-ar fi referit chiar la moduri de a fi ale naturii sau ale industriei, integrând deci în propriu-i cod elemente din alte coduri<sup>33</sup>.

\* fescenin – aluzie la micul oraș roman Fescennia, din Etruria, unde se puteau auzi cântecele glumețe, presărate cu trimiteri licențioase (n.t.).

33. Cf. articolul nostru *Di foto fatte sui muri* [Fotografii făcute pe pereți], în „Il Verri”, nr. 4/1961; și introducerea la volumul *I colori del ferro* [Culorile fierului], Italsider, Genova, 1963. Despre problematica semantică a *ready-made*-ului, cf. CLAUDE LÉVY-STRAUSS în *Entretiens* cit.: obiectul extras din contextul său obișnuit și încadrat într-un alt context provoacă o „fisiune semantică”; un raport obișnuit între un semnificant și semnificatul lui este făcut să explodeze. „Dar această

Așa se face că, în viața cotidiană, intelectualul plictisit, în sala de concert, nu decodifică simfonia pe care o ascultă, ci o primește ca pe un simplu fetiș; pe când omul obișnuit, care fluieră la muncă notele aceleiași simfonii, auzite întâmplător la radio, îi recuperează un aspect și răspunde astfel, mai bine decât celălalt, așteptărilor compozitorului.

Toate aceste observații ne spun că *raportul de intenționalitate receptivă schimbă capacitatea informativă a mesajului*. Mesajul poetic rămâne ca structură complexă capabilă să stimuleze o decodare foarte variată. În circulația intensivă de mesaje, în care și mesajul poetic e cuprins și vândut publicului său ca marfă de consum, viața operelor e totuși mai variată și mai imprevizibilă decât am putea noi presupune în momentele de cea mai mare descurajare. În felul cum se suprapun decodările ingenue sau aberante, în utilizarea nediferențiată a codurilor, în felul cum se precizează intenționalități receptive ocazionale și ocazionate, se stabilește o dialectică între mesaje și receptori care nu e reductibilă la schemă și care constituie un imprevizibil teritoriu de cercetare. Un teritoriu unde devin posibile actele de readaptare și orientare a gustului, operațiile de recuperare, în ciuda grosolăniei nechibzuite și sangvine a unui consum cotidian ce pare să reducă orice mesaj la zgomot, orice receptare la o lipsă de atenție cronică.

### *Kitsch-ul ca „boldinism”*

În această panoramă confuză și foarte vitală e lesne ca o industrie a culturii să caute să vină în întâmpinarea propriilor beneficiari luând inițiativa decodării parțiale. Un mesaj poetic e prea complicat, se întâmplă oare de obicei ca receptorul distrat să-i surprindă doar un aspect sau să-l accepte suprapunându-i o decodare pre-

---

fisiune semantică permite o fuziune, pentru că faptul de a fi pus în contact acest obiect cu altele face să apară în el anumite proprietăți structurale pe care el le avea deja... niște proprietăți care erau latente în el”.

cedentă devenită formulă? Ei bine, atunci să se efectueze o operație de mediere, oferind publicului nu mesajele originare, ci mesaje mai simple, în care să apară montate, ca un fel de referință incitantă, stileme luate din mesaje deja faimoase prin calitățile lor poetice.

Cea mai mare parte a operațiilor de Midcult sunt de tipul acesta. Nu e vorba de mesaje de masă: acolo, căutarea efectului poate fi rezonabilă, s-a și văzut, nu pretinde să apară ca substitut al experienței estetice, iar folosirea de moduri de formare împrumutate din artă are funcție instrumentală: un stilem e folosit deoarece, într-un anumit mesaj, a făcut o bună dovadă de comunicare, iar dacă un raport de onomatopoeie s-a dovedit element de șoc într-o poezie de Poe, de ce nu trebuie să-l folosesc pentru a face memorabilă publicitatea unui detergent? Nimeni, beneficiind de publicitatea aceasta, nu va crede că se bucură de o experiență „superioară”: problema se mută la alte niveluri de polemică, raportul dintre artă și Kitsch nu intră în discuție.

Însă cu Midcult-ul, lucrurile stau cu totul altfel. Un stilem, în cazul când ar fi aparținut unui mesaj de prestigiu, își are soarta lui pe lângă un public dornic de experiențe calificate.

Produsul de Midcult va căuta deci să construiască un nou mesaj (cel mai adesea tinzând să provoace niște efecte), în care stilemul respectiv să se integreze și să înobileze noul context. Însă, atenție: nu înseamnă că, în mâna unui artizan priceput, includerea nu se petrece în funcție de modurile unei consecvențe structurale, așa încât să facă acceptabil, aproape original, noul mesaj. Nu se întâmplă oare la fel și cu arhitecții renascentiști care foloseau elemente arhitectonice greco-romane tocmai fiindcă erau pline de o noblețe a lor? Inserția poate avea loc în așa fel încât elementul introdus să rămână intenționat ca inserție. Citatul muzical clasic la Stravinsky constituie un exemplu de stilem luat din alt context care este inserat într-un context nou: acolo, intenționalitatea vădită a inserției conferă necesitate insertului și-l trimite pe receptor la un cod de interpretare care să țină cont de această poziționare. Este cazul colajului, al tabloului compozit, în care materialele introduse păstrează o referință intenționată la originea lor. Este cazul fragmentului din zidurile lui Servius inclus în complexul arhitectonic al fațadei gării din