

CULTURA POPULARĂ: AMBIGUITĂȚILE UNUI CONCEPT PROTEIC

DANIEL GICU

(Institutul de Istorie „Nicolae Iorga”)

Apariția în deceniile șapte și opt ale secolului al XX-lea a noilor paradigme interpretative în istorie și în studiile culturale a dus la un interes crescând pentru cercetarea culturii populare. Influența lucrare a lui Peter Burke, *Popular Culture in Early Modern Europe* (London, Temple Smith, 1978) a creat o adevărată direcție de studiu în istoriografie. De asemenea, cultura populară reprezintă unul din subiectele din ce în ce mai privilegiate ale studiilor culturale din ultima perioadă. În ciuda acestui fapt, în definirea culturii populare se regăsesc o serie de ambiguități și de controverse ce i-au determinat pe unii cercetători să semnaleze futilitatea utilizării acestui concept. Într-un articol des citat, Tony Bennett observa că sensurile adeseori confuze și contradictorii care s-au atribuit sintagmei *cultură populară* fac ca aceasta să fie practic inutilizabilă de către cercetători¹. Unii cercetători își asumă în mod voit ambiguitatea acestui termen, considerând că putem recunoaște cultura populară fără să fim nevoiți să o definim. Astfel, într-un volum al cărui caracter introductiv ar fi trebuit să facă și mai stringentă necesitatea definirii conceptelor utilizate, Dominic Strinati afirmă încă din primele pagini că, deși subiectul cărții este cultura populară, nu va pierde prea mult timp încercând să o definească².

John Storey identifică șase modalități de a defini cultura populară. O primă definiție utilizează un criteriu cantitativ, cultura populară fiind reprezentată de ceea ce este împărțit de un număr mare de oameni dintr-un anumit spațiu³. Într-adevăr, identificând numărul de exemplare vândute dintr-o carte, al participanților la un eveniment sportiv sau un festival, măsurând audiența unui program de televiziune, putem stabili succesul de public al respectivului produs cultural. O primă obiecție este însă evidentă: cât de mare trebuie să fie numărul de oameni ce împărtășesc un produs cultural pentru ca acesta să fie considerat cultură populară? Dacă cercetătorii nu se pot pune de acord asupra unui număr, conceptul de cultură populară astfel definit riscă să devină inutilizabil. Problema este însă și mai serioasă pentru istorici,

¹ Tony Bennett, *Popular culture: a teaching object*, în „Screen Education”, vol. 34, 1980, p. 18.

² Dominic Strinati, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, New York, Routledge, 2004, xvii.

³ John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*, Harlow, Pearson/Longman, 2009, p. 5.

exceptându-i pe cei ai perioadei postbelice: cu cât perioada studiată este mai îndepărtată în timp, cu atât istoricii au dificultăți mai mari în a identifica numărul de exemplare vândute dintr-o carte, al participanților la un anumit ritual sau al adepților unei credințe, pentru a putea cataloga acel produs cultural drept cultură populară. Istoricii antichității, ai evului mediu sau ai Renașterii sunt nevoiți așadar să folosească alte criterii pentru a defini cultura populară. În ciuda lipsurilor, definiția ce utilizează un criteriu cantitativ are marele avantaj de a fi singura care este pur descriptivă și nu folosește criterii valorice.

O a doua definiție folosește un criteriu calitativ: cultura populară se definește în opoziție cu înalta cultură ce aparține elitelor⁴. Este de fapt o definire prin negare, ce presupune identificarea creațiilor de un nivel estetic ridicat ce vor alcătui cultura înaltă. La polul opus se va situa cultura populară, caracterizată prin lipsă de originalitate și creativitate. Valoarea estetică a unui produs cultural este dată de caracteristicile intrinseci ale acestuia, ce au un caracter anistoric. Stabilirea valorii estetice a produselor culturale permite o ierarhizare de natură axiologică, cultura populară fiind situată la capătul inferior al scăării valorice, iar cultura elitelor la cel superior.

O astfel de definire, ce implică o devalorizare din punct de vedere estetic a culturii populare, prezintă însă numeroase probleme. O primă problemă este reprezentată de istoricitatea judecăților estetice, fapt ce devine evident dacă privim doar câteva dintre vârfurile canonului occidental. Diana Henderson a arătat cum piesele de teatru ale lui William Shakespeare, create pentru a fi jucate într-o cultură a burlescului, au ajuns treptat să fie considerate printre vârfurile dramaturgiei occidentale⁵. În America primei jumătăți a secolului al XIX-lea, piesele lui Shakespeare, unul dintre cei mai jucați dramaturgi, erau în continuare parte integrantă a unei culturi populare a divertismentului. În astfel de puneri în scenă burlești, celebrul monolog „A fi sau a nu fi” era cântat pe populara melodie *The Blind Mice*⁶, iar Hamlet îi spunea Ofeliei: „get thee to a brewery”⁷. Numărul mare al spectatorilor ce asistau la astfel de puneri în scenă parodice, precum și eterogenitatea claselor sociale din care provenea publicul, atestă că în America primei jumătăți a secolului al XIX-lea teatrul lui Shakespeare făcea parte din cultura populară. În a doua jumătate a secolului al XIX-lea, piesele lui Shakespeare au fost revalorizate ca vârfuri ale dramaturgiei occidentale, ce nu puteau fi pe

⁴ *Ibidem*, p. 6. Stuart Hall, *Notes on deconstructing «the popular»*, în R. Samuel (ed.), *People's History and Social Theory*, London, Routledge & Kegan Paul, 1981. Reprodus în John Storey, *Cultural Theory and Popular Culture: Reader*, Harlow, Pearson/Prentice Hall, 2006, p. 477–487.

⁵ Diana E. Henderson, *From Popular Entertainment to Literature*, în Robert Shaughnessy (ed.) *The Cambridge Companion to Shakespeare and Popular Culture*, Cambridge, Cambridge University Press, 2007, p. 6–25.

⁶ „Three blind mice. Three blind mice. / See how they run. See how they run. / They all ran after the farmer's wife, / Who cut off their tails with a carving knife, / Did you ever see such a sight in your life, / As three blind mice?”. Cunoscută melodie populară, a cărei primă versiune scrisă datează din 1609.

⁷ Lawrence W. Levine, *Highbrow/Lowbrow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Cambridge, Harvard University Press, 1988 p. 14.

deplin apreciate decât jucate în fața unui public exclusivist, sau citite, în singurătate. Însușindu-și-l, elitele au redefinit astfel teatrul lui Shakespeare ca fiind cultură înaltă și nu populară⁸.

Un proces similar se poate observa și în ceea ce privește opera. De la primele reprezentații din Veneția secolului al XVII-lea și până în secolul al XIX-lea, spectacolele de operă au fost, în întreaga Europă, o formă de divertisment gustată de oameni din toate categoriile sociale⁹. Bruce McConachie arată cum, în perioada 1825–1850, elitele din New York au aplicat trei tipuri de strategii sociale ce au dus la separarea treptată a operei de cultura populară¹⁰. Spectacolele de opere nu se mai desfășurau decât în clădiri special destinate acestora și cereau un comportament specific din partea spectatorilor, inclusiv o ținută vestimentară considerată adecvată. Apoi, s-a considerat că doar opera în limba străină atingea standardele de excelență impuse; criticii de operă au utilizat și ei tot mai des termeni proveniți din limbi străine, fapt ce a dus la formarea unui limbaj de specialitate neinteligibil pentru oamenii de rând. Fără să contrazică concluziile lui McConachie, alți istorici consideră că acest proces s-a definitivat abia la sfârșitul secolului al XIX-lea¹¹, sau chiar în anii '30 ai secolului al XX-lea¹². Nu calitățile artistice intrinseci fac așadar ca opera să fie considerată, în mod anistoric, drept un produs de mare valoare estetică, specific culturii înalte. Echivalarea operei cu înalta cultură este un proces specific, desfășurat, pe continentul american, în a doua jumătate a secolului al XIX-lea și în prima jumătate a secolului al XX-lea.

Barbara Herrnstein Smith a demonstrat că ierarhiile estetice nu au un caracter anistoric, caracteristicile corespunzătoare criteriilor de apreciere estetică prin care o realizare artistică sau o operă literară trezesc admirație fiind determinate istoric. Faptul că anumite creații rezistă „testului timpului” nu e o dovadă a unei valori estetice naturale, intrinsecă acestora, ci se datorează reproducerii lor prin intermediul instituțiilor cu autoritate culturală, precum școli, librării, edituri, teatre, muzee, critici de artă etc.¹³.

Sociologul francez Pierre Bourdieu respinge însăși estetica transcendentă kantiană, pe baza căreia se definește cultura înaltă, arătând cum gusturile culturale sunt produse de și ajută la perpetuarea ierarhiilor sociale. Nu există o sensibilitate estetică anistorică, ce ar diferenția cultura înaltă, gusturile și preferințele culturale

⁸ *Ibidem*, p. 31–32.

⁹ Bernard Zelechow, *The Opera: The Meeting of Popular and Elite Culture in the Nineteenth Century*, în „History of European Ideas”, vol. 16, 1993, p. 261–266.

¹⁰ Bruce A. McConachie, *New York Operagoing, 1825–50: Creating an Elite Social Ritual*, în „American Music”, vol. 6, nr. 2, 1988, p. 181–192.

¹¹ Lawrence W. Levine, *op.cit.*, p. 102.

¹² Paul DiMaggio, *Cultural Boundaries and Structural Change: The Extension of the High Culture Model to Theater, Opera, and the Dance, 1900–1940*, în Michèle Lamont, Marcel Fournier (ed.), *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago, University of Chicago Press, 1992, p. 21–57.

¹³ Barbara Herrnstein Smith, *Contingencies of Value: Alternative Perspectives for Critical Theory*, Cambridge, Harvard University Press, 1988, p. 51.

fiind determinate de nivelul de educație și de clasa socială. Analizând această relație, Bourdieu identifică un model cu trei straturi: gustul legitim al elitelor, gustul celor cu un nivel mediu de cunoștințe și gustul popular. Spre deosebire de gusturile claselor superioare, gustul popular (al clasei muncitoare, la Bourdieu), se distinge prin absența judecăților de natură estetică: „nimic nu este mai străin femeii din clasa muncitoare decât ideea tipic burgheză de a face din fiecare obiect prezent în casă un prilej pentru o judecată estetică”¹⁴. Acest fapt nu se datorează însă unei sensibilități estetice, ce lipsește, în mod natural, claselor de jos. Dincolo de unele probleme de ordin metodologic, legate de faptul că Bourdieu extrapolează concluziile obținute în urma analizării unor sondaje realizate în Franța anilor 1960, pentru a construi un model teoretic ce ar caracteriza orice societate stratificată social, argumentația sociologului francez are și o problemă de fond: au cu adevărat clasele sociale gusturi culturale diferite, reflectate în prezența sau absența judecăților estetice? Răspunsul este mai curând unul negativ, potrivit lui Mary Douglas, care a arătat că membrii claselor de jos sunt în aceeași măsură dispuși să se diferențieze din punct de vedere social, în baza unor alegeri de natură estetică¹⁵.

În strânsă legătură cu definiția anterioară, ce identifica cultura populară ca fiind opusă culturii înalte, este cea care definește cultura populară drept cultură de masă. Conceptul face referire la receptarea pasivă de către mase a culturii impusă pe cale comercială de elita capitalistă, prin intermediul a ceea ce Horkheimer și Adorno numeau „industria culturală”¹⁶. Realizate în masă și destinate consumului de masă, produsele acestei industrii culturale comerciale sunt caracterizate prin standardizare, omogenitate, și predictibilitate. Filmele, muzica, programele de radio și televiziune, ș.a.m.d. sunt consumate în mod pasiv de către un public incapabil să facă alegeri estetice. Consumul de masă nediferențiat, una dintre caracteristicile culturii populare definită drept cultură de masă, a fost însă pus sub semnul întrebării de către unii cercetători. Astfel, John Fiske a arătat că între 80% și 90% din produsele nou lansate nu au succes la public, în ciuda publicității agresive, așa cum multe din filmele lansate de industria cinematografică nu reușesc să își acopere cheltuielile de producție¹⁷. Statistica pare să invalideze noțiunea culturii de masă definită printr-un consum realizat în mod automat și pasiv.

Definirea culturii populare ca ansamblul producțiilor, valorilor, practicilor modelate de către agenții industriei culturale pentru a fi accesibile unui public cât mai larg ridică însă și alte probleme pentru istorici, întrucât se referă doar la cultura tehnologică și comercială a ultimelor două secole. Desemnarea unor produse și

¹⁴ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London, Routledge and Kegan Paul, 1984, p. 379.

¹⁵ Mary Douglas, *In the Active Voice*, London, Routledge and Kegan Paul, 1982, p. 131.

¹⁶ Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, în *Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments*, Stanford, Stanford University Press, 2002, p. 94–136. Traducerea în română: *Dialectica luminilor: fragmente filosofice*, traducere și postfață de Andrei Corbea, Iași, Polirom, 2012.

¹⁷ John Fiske, *Understanding Popular Culture*, London and New York, Routledge, 2010, p. 25.

practici culturale, din perioadele anterioare, accesibile și destinate unui public larg, cum ar fi circul în Roma antică, drept cultură populară presupune utilizarea unor alte criterii pentru a defini acest concept.

Se ajunge astfel la definirea culturii populare ca fiind cea produsă de către popor, pentru popor. De altfel, cercetătorii ce definesc cultura populară ca fiind una de masă postulează existența unei „epoci de aur” anterioare, caracterizată prin existența unor comunități cu o cultură autentică, ce avea să fie coruptă odată cu apariția industriei culturale comerciale. Spre deosebire de cultura de masă, produsă în cantități industriale pentru obținerea profitului și destinată consumului de masă, cultura populară autentică este o creație organică a poporului. În vreme ce cultura de masă este impusă de sus, cultura populară autentică este o expresie spontană a poporului¹⁸. Însă, așa cum arată Fiske, este vorba doar despre o nostalgie utopică, deoarece în societățile capitaliste nu există o așa-zisă cultură autentică a poporului, care prin degradare să se transforme într-o cultură de masă, lipsită de autenticitate¹⁹.

Definirea culturii populare ca fiind creată de către popor, pentru popor, ridică un prim semn de întrebare. Ce categorii sociale alcătuiesc poporul de rând? Cercetătorii cu orientări ideologice de stânga echivalează cultura populară cu cea a clasei muncitoare, văzută ca principala sursă de protest la nivel simbolic, în cadrul sistemului capitalist. Cultura populară ar fi, așadar, prin excelență, o cultură a protestului. O asemenea viziune, puternic romanțată, nu ține însă seama de pasivitatea multora dintre practicile nu numai ale clasei muncitoare, dar și ale altor categorii sociale inferioare.

De la sfârșitul secolului al XVIII-lea și începutul secolului al XIX-lea, sub influența romantismului, în special a operelor lui Johann Gottfried Herder, și apoi a naționalismului, intelectualii europeni au identificat țăranii ca fiind adevărații păstrători ai geniului unei națiuni. În antiteză cu reprezentările noului proletariat urban, țăranii descriși în studiile de folclor din secolul al XIX-lea sunt imaginați ca fiind pline de înțelepciune și de pricepere, libere și fericite, trăind pașnic, în comunități armonioase, având o viață cumpătată, fără suferințe și respirând cultura cea mai autentică. Cultura populară este identificată astfel ca o cultură rurală, folclorică, cuprinzând literatura orală tradițională (mituri, basme, legende, snoave, proverbe, zicători, ghicitori, descântece, blesteme, balade, doine, colinde, cântece de dragoste, de cătănie etc.), teatrul popular, obiceiurile, credințele, sărbătorile și cultura materială.

Încă de la primele culegeri de material folcloric, fiecare observator lansează un semnal de alarmă: cultura tradițională este pe cale de dispariție și trebuie să ne grăbim să culegem ultimele vestigii înainte ca ele să dispară pentru întotdeauna. Însă, la începutul secolului al XX-lea, țăranimea europeană posedă deja toate datinile și ritualurile a căror bogăție îi poate entuziasma pe teoreticieni și a căror specificitate permite să se afirme singularitatea identității naționale²⁰. Eric Hobsbawm

¹⁸ Dwight MacDonald, *A Theory of Mass Culture*, în Bernard Rosenberg, David White (eds.), *Mass Culture: The Popular Arts in America*, New York, Free Press, 1957. Citat în Dominic Strinati, *op. cit.*, p. 10.

¹⁹ John Fiske, *op. cit.*, p. 22.

²⁰ Anne-Marie Thiesse, *Crearea identităților naționale în Europa. Secolele XVIII–XX*, Iași, Polirom, 2000, p. 120.

și Terence Ranger au identificat rolul pe care culegătorii din clasele de mijloc l-au avut în acest proces de îmbogățire a tradițiilor²¹. Din moment ce inventarea tradițiilor îmbogățește patrimoniul și se face sub inspirația geniului național, aceasta li se pare perfect și pe deplin justificată culegătorilor de folclor din secolul al XIX-lea și prima jumătate a secolului al XX-lea.

Realizată la jumătatea secolului al XIX-lea, identificarea culturii populare cu cea folclorică a continuat în spațiul românesc pe parcursul întregului secol XX, prevalând în perioada regimului comunist. Dorința regimului comunist de a se legitima, în primii săi ani, și apoi de a sublinia specificitatea poporului român a dus la continuarea cercetării culturii tradiționale din lumea rurală, în paradigma folcloriștilor din a doua jumătate a secolului al XIX-lea și de la începutul secolului al XX-lea. Aceste cercetări au căpătat și un cadru instituțional prin crearea în 1949 a Institutului de Folclor, devenit apoi Institutul de Etnografie și Folclor al Academiei (1963). Deși ușor nuanțată, identificarea culturii populare cu cea rurală, folclorică, prevalează și astăzi în mediul academic românesc. Este motivul pentru care istoricii români au fost în mică măsură interesați de studierea culturii populare, aceasta fiind considerată apanajul folcloriștilor²².

În mediul academic occidental însă, relevarea, în a doua jumătate a secolului al XX-lea, a rolului pe care crearea identităților naționale l-a avut în creionarea culturii populare i-a determinat pe unii cercetători să se îndrepte către studierea tradiției orale, anterioare influențelor culturii scrise și mediului urban. În ultimele două decenii însă, tot mai mulți cercetători au pus sub semnul întrebării existența unei tradiții orale independente, arătând cum, în Europa, începând cu secolul al XVI-lea, creațiile transmise pe cale orală își au originea în lucrări tipărite²³. Unii cercetători consideră chiar că, în spațiul occidental, influența culturii scrise asupra celei orale s-a manifestat chiar și în antichitate, oferind exemplele poemelor homerice sau ale lui Hesiod²⁴.

²¹ Eric Hobsbawm, Terence Ranger (eds.), *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000.

²² Una din puținele excepții este reprezentată de studiul de caz pe care Ecaterina Lung îl dedică culturii populare, ca direcție de cercetare a noii istorii culturale: Ecaterina Lung, *Istoria culturală: origini, evoluții, tendințe*, București, Editura Universității din București, 2009, p. 191–203.

²³ Pentru legăturile între tradiția orală, manuscrise și tipărituri în Anglia secolelor XVI–XVII, vezi: Adam Fox, *Oral and Literate Culture in England, 1500–1700*, Oxford, Clarendon Press, 2000. Relevante sunt și lucrările lui David Atkinson despre baladele tradiționale engleze și scoțiene: *The English Traditional Ballad: Theory, Method and Practice*, Ashgate, 2002; *The Anglo-Scottish Ballad and its Imaginary Contexts*, Open Book Publishers, 2014; *The Ballad and its Pasts: Literary Histories and the Play of Memory*, Cambridge, D. S. Brewer, 2018. Vezi și David Atkinson, Steve Roud (eds.), *Street Ballads in Nineteenth-Century Britain, Ireland and North America: The Interface between Print and Oral Tradition*, Farnham, 2014; David Atkinson, Steve Roud (eds.), *Street Literature of the Long Nineteenth Century: Producers, Sellers, Consumers*, Cambridge Scholars Publishing, 2017. Paula McDowell a arătat cum conceptul de cultură orală, independentă de cea scrisă, a apărut în secolul al XVIII-lea, ca urmare a creșterii semnificative a numărului de tipărituri: *The Invention of the Oral: Print Commerce and Fugitive Voices in Eighteenth-Century Britain*, University of Chicago Press, 2017.

²⁴ Holt N. Parker, *Toward a Definition of Popular Culture*, în „History and Theory”, vol. 50, nr. 2, 2011, p. 155.

În acest context, s-a acordat o atenție tot mai mare, mai ales în mediile intelectuale de stânga, interacțiunii dintre cultura claselor dominante și cea a oamenilor de rând. O a cincea definiție a culturii populare are la bază opera filozofului marxist italian Antonio Gramsci. Pornind de la o clasificare anterioară a cântecelor populare în cântece create de popor, pentru popor, cântece create pentru popor de către clasele superioare și cântece care nu au fost create pentru popor și nici de către popor, dar au fost preluate de către popor, Gramsci considera că doar cele din ultima categorie exprimă cu adevărat viziunea asupra lumii a claselor populare²⁵. Așadar, cultura populară nu ar fi formată nici din practicile și produsele culturale create de popor (a patra modalitate de a defini cultura populară drept cultură folclorică), nici din cele realizate pentru popor (a treia modalitate de a defini cultura populară drept cultură de masă), ci din cele utilizate de către popor, indiferent cine ar fi fost creatorul lor. Gramsci folosește termenul de hegemonie pentru a face referire la conducerea morală și intelectuală a unei societăți, pe care grupurile dominante și-o asumă, cu consimțământul celor dominați. Acest consens presupune acceptarea dominației de către clasele de jos, dar și ideea de negociere, care pune față în față discursurile dominante și forțele de rezistență ale celor dominați și în urma căreia se ajunge la un „echilibru de compromis”²⁶.

Văzută prin prisma teoriei lui Gramsci, cultura populară nu mai este o creație organică, spontană a păturilor de jos, și nici nu mai este impusă de sus, prin producția comercială de masă, ci este considerată arena în care se desfășoară confruntarea ideologică între clasele dominante și cele dominate. După cum explică Tony Bennett, „câmpul culturii populare este structurat de încercarea claselor dominante de a obține hegemonia și de formele de rezistență pe care acestea le întâlnesc. Ca atare [cultura populară], nu este pur și simplu reprezentată de o cultură de masă impusă, ce coincide cu ideologia dominantă, nici de forme culturale de rezistență apărute spontan, ci este un loc al negocierii între cele două, un loc în care ideile și valorile claselor dominante sunt acceptate, dar și respinse, proporțiile diferind în funcție de tipul de produs cultural”²⁷.

Conceptul de hegemonie a fost aplicat diferitelor tipuri de conflicte ce au loc în cadrul culturii populare. Bennett îl folosește pentru a explica lupta între clase, dar alți cercetători au folosit conceptul pentru a explica conflictele ideologice privind etnia, rasa, genul, generațiile sau sexualitatea, între cultura dominantă și cea dominată. De altfel, Gramsci nu a oferit o definiție clară a termenului hegemonie, definirea sa fiind într-o mai mare măsură rezultatul exegezei ulterioare a scrierilor gânditorului marxist italian²⁸.

²⁵ Antonio Gramsci, *Prison Notebooks*, New York, Columbia University Press, 1996, vol. II, p. 399–400.

²⁶ Antonio Gramsci, *Selection from the Prison Notebooks*, New York, International Publishers, 1971, p. 161.

²⁷ Tony Bennett, *Popular Culture and the «Turn to Gramsci»*, în John Storey, *op.cit.*, p. 96.

²⁸ Poate că cea mai clară definiție a conceptului de hegemonie oferită de Antonio Gramsci este următoarea: „Acceptarea spontană de către mase a direcției generale impusă societății de către grupul dominant; această acceptare este determinată istoric de prestigiul, și în consecință încrederea de care

Unii cercetători au tras un semnal de alarmă în privința reducăționismului explicării în termeni de acceptare și rezistență a unor procese în realitate mult mai complexe. Astfel, analizând lecturile clasei muncitoare britanice, Jonathan Rose arată că reacțiile acestora la mesajele ideologice transmise prin textele produse de cultura dominantă sunt mult mai nuanțate și mai diverse decât simpla acceptare sau opoziție²⁹.

Alți cercetători au atras însă atenția asupra faptului că folosirea conceptului de hegemonie pentru alte spații și perioade istorice decât cele la care face referire Gramsci, ar putea duce la anacronism. De exemplu, folosit pentru perioada preindustrială, conceptul de hegemonie ar presupune o supraestimare a conștiinței politice a grupurilor subordonate sau a puterii statului. Peter Burke consideră că, pentru a putea avea rezultate valide din punct de vedere științific, cercetătorii ce utilizează conceptul de hegemonie culturală ar trebui să poată răspunde la o serie de întrebări: Hegemonia culturală este un proces universal valabil, sau funcționează doar în anumite spații și în anumite perioade istorice? Dacă este un proces istoric determinat, care sunt condițiile necesare apariției și indiciile ce ne arată existența sa? Hegemonia se referă la strategiile conștiente ale clasei dominante sau la motivele inconștiente ce stau la baza acțiunilor sale? Cum putem explica impunerea dominației culturale? Se poate ea impune fără consimțământul cel puțin a unei părți din clasele inferioare? I te poți opune cu succes? Dacă da, care sunt principalele „strategii de rezistență”?³⁰

Încercând să ofere o definiție culturalei populare ce poate fi aplicată și societăților preindustriale, fără riscul anacronismului, Holt Parker³¹ se îndepărtează de interpretările marxiste (ce pun accentul pe producție), apropiindu-se de modelul weberian (ce pune accentul pe consum). Distincția ar trebui așadar făcută nu între clase sociale (un concept, la rândul său, ambiguu și des contestat), ci între statute sociale diferite³². Pornind de la conceptul de capital simbolic sau cultural, teoretizat de Bourdieu și de la teoria instituțională a artei, lansată de Arthur C. Danto³³ și dezvoltată de George Dickie³⁴,

se bucură grupul dominant ca urmare a poziției și funcției deținută în procesul de producție”, în Antonio Gramsci, *Selection from the Prison Notebooks*, și urm., p. 12. Pentru o trecere în revistă a diferitelor sensuri cu care Gramsci folosește termenul de hegemonie vezi Peter Ghosh, *Gramscian Hegemony: an Absolutely Historicist Approach*, în „History of European Ideas”, vol. 27, issue 1, 2001, p. 1–43.

²⁹ Jonathan Rose, *Rereading the English Common Reader: A Preface to a History of Audiences*, în „Journal of the History of Ideas”, vol. 53, 1992, p. 47–70.

³⁰ Peter Burke, *Introduction to Popular Culture in Early Modern Europe*, Farnham, Ashgate, 2009, p. 11.

³¹ Holt N. Parker, *Toward a definition of popular culture*, în „History and Theory”, vol. 50, nr. 2, 2011, p. 147–170.

³² Simplificând, putem afirma că, în timp ce clasele sociale sunt definite în funcție de poziția în procesul de producție, statutele sociale, concretizate în stiluri de viață, sunt definite în funcție de consumul bunurilor. Vezi Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, 2 vols., Berkeley, University of California Press, 1978, p. 305–306, 932–933, 935–938.

³³ Arthur C. Danto, *The Artworld*, în „Journal of Philosophy”, vol. 61, nr. 19, 1964, p. 571–584. Pentru o critică a teoriilor lui Danto vezi numărul tematic *Danto and His Critics: Art History, Historiography and After the End of Art* al revistei „History and Theory”, vol. 37, nr. 4, 1998.

³⁴ George Dickie, *Art and the Aesthetic: An Institutional Analysis*, Ithaca, NY, Cornell University Press, 1974.

Parker consideră cultura populară ca fiind cultura neautorizată, formată din produse ce necesită un capital cultural mic pentru a fi consumate. Cercetătorii nu mai trebuie așadar să recunoască caracteristicile formale, funcționale, estetice, ale producției sau ale consumului ce definesc cultura populară, ci să identifice instituțiile care au autoritatea de a stabili ce produse sunt incluse în categorii culturale precum arta, muzica ș.a.m.d. Cantitatea de capital simbolic necesară consumului unui anumit produs cultural poate diferi însă de la o epocă la alta, după cum ne arată exemplele de mai sus ale operei și teatrului lui Shakespeare. Iar în ceea ce privește rolul statului sau al instituțiilor oficiale în a stabili ceea ce reprezintă sau nu cultură autorizată, acesta este cu siguranță mult mai redus în societățile preindustriale.

În funcție de perioada studiată, istoricii și cercetătorii din domeniul studiilor culturale au folosit expresia „cultură populară” pentru a desemna texte (în sensul cel mai larg al termenului), comportamente și credințe foarte diferite, ce caracterizează diverse grupuri de oameni. Afilierea instituțională și specializarea academică a cercetătorilor care s-au aplecat asupra acestui subiect au dus la periodizări foarte diferite în ceea ce privește evoluția culturii populare. Astfel, indiferent de maniera în care aleg să definească, sau nu, cultura populară, cercetătorii din domeniul studiilor culturale sunt de acord că nu se poate vorbi de o cultură populară decât după revoluția industrială. Industrializarea și urbanizarea au dus la mutații profunde în plan economic și social, ce au avut ca efect crearea unei culturi specifice claselor de jos³⁵.

Istoricii au identificat însă aceste fenomene culturale și în perioadele anterioare revoluției industriale. În Europa anului 1500, afirmă Peter Burke, cultura populară era împărțită de toate clasele sociale³⁶. Deși exista și o cultură separată a claselor educate, elitele participau și ele la tradițiile restului societății. În următoarele trei secole, procesul de polarizare a celor două culturi s-a accelerat, având ca rezultat faptul că la 1800 cultura populară devenise apanajul exclusiv al claselor de jos, de care se delimitau în întregime acum elitele, cu o viziune asupra lumii profund diferită. Burke identifică doi vectori ai acestui proces de dislocare a culturii populare: atacurile convergente ale Bisericii, autorităților civile, elitei sociale și intelectuale, instituțiilor de învățământ, motivate de dorința unei reforme religioase și morale, precum și transformările produse de alfabetizare, dezvoltarea relațiilor capitaliste, revoluția științifică și apariția unei societăți a moravurilor. La începutul secolului al XIX-lea, distanța între cele două culturi devenise atât de mare, încât elitele au fost nevoite să redescopere cultura populară, adunând povești, cântece și credințe populare ce li se păreau vechi și exotice, aparținând unei lumi ce le era cu totul străină³⁷.

Deși această analiză a felului în care cultura populară a fost dislocată în urma atacurilor elitelor a fost validată de unii cercetători, mulți au criticat însă cronologia și intensitatea schimbărilor ce au avut loc în perioada 1500–1800. În primul rând,

³⁵ Raymond Williams, *Culture and Society: 1780–1950*, New York, Anchor Books, 1960, p. v; John Storey, *op. cit.*, p. 12–13.

³⁶ Prin cultură populară Burke înțelege cultura „oamenilor obișnuiți”, meșteșugari, țărani și toate categoriile sociale în afara elitelor, inclusiv femeile, copiii, ciobanii, marinarii, cerșetorii etc.

³⁷ Peter Burke, *op. cit.*, cap. 9: „Popular Culture and Social Change”, p. 335–386.

trebuie menționat că atacurile asupra culturii populare nu au avut o intensitate constantă în perioada 1500–1800³⁸. Apoi, chiar și în perioadele în care acestea au fost cele mai intense, nu trebuie să presupunem că toate categoriile de elite erau ostile culturii populare. Mai mult, ostilitatea față de cultura tradițională nu a fost apanajul exclusiv al elitelor. Unele dintre cele mai agresive încercări de a reforma cultura populară au venit de la membrii claselor de mijloc, iar preocupări pentru o reformă morală au existat chiar și în rândul claselor inferioare. Aceste preocupări au făcut pe unii cercetători să se îndoiască de faptul că „reformarea” culturii populare a fost în mod esențial opera elitelor. Totuși, analiza duratei lungi, este de părere Peter Burke, arată că inițiativa acestor „reforme” a pornit de la nivelul elitelor, înainte de a se răspândi și în celelalte pături ale societății, ca parte a procesului de civilizare (cu referire la opera lui Norbert Elias) sau de disciplinare (cu referire la lucrările lui Michel Foucault) a societății³⁹.

Unii istorici consideră că Burke a exagerat intensitatea mutațiilor suferite în această perioadă. Practici și credințe mai vechi au rezistat în unele zone și în secolul al XIX-lea, deși simpla lor atestare formală nu implică și o continuitate în ce privește funcțiile și semnificațiile acestora⁴⁰. Încercând să identifice manierele în care istoricii au explicat schimbările culturale ce au avut loc în perioada 1500–1800, Tim Harris identifica o tendință de a considera cultura populară ca o victimă a atacurilor venite din partea elitelor, erodându-se sub efectul schimbărilor sociale, economice și culturale. Istoricii interesați de schimbările culturale pe termen lung își încep demersul identificând cultura populară așa cum era înainte ca aceste schimbări să își producă efectul, să zicem anul 1500, pentru ca apoi să marcheze credințele și practicile ce s-au pierdut. Conform unei asemenea abordări, aria de cuprindere a culturii populare pare întotdeauna că se micșorează⁴¹. Ar trebui însă să considerăm cultura nu ca o structură, ci ca un proces, într-o continuă adaptare la noile circumstanțe. Unele practici și obiceiuri mai vechi au dispărut, într-o lume în schimbare, fiind abandonate în mod voit de clasele de jos. Altele au dispărut, în urma atacurilor din partea claselor superioare, pentru că oamenii de rând nu au simțit nevoia să opună rezistență. Pe de altă parte însă, în ciuda schimbărilor economice și sociale și a atacurilor de sus, acele obiceiuri și practici care serveau în continuare o funcție bine definită au fost apărute cu înverșunare, iar credințele ce confereau sens vieții de zi cu zi au fost fost păstrate cu încăpățănare de către clasele de jos⁴².

³⁸ Pentru o periodizare a acestui proces în Anglia vezi Robert W. Malcolmson, *Popular Recreations in English Society, 1700–1850*, Cambridge, Cambridge University Press, 1973.

³⁹ Peter Burke, *op.cit.*, și urm., p. 11.

⁴⁰ Robert D. Storch, *Introduction: Persistence and Change in Nineteenth-century Popular Culture*, în Robert D. Storch (ed.), *Popular Culture and Custom in Nineteenth-century England*, London and New York, Routledge, 2016, p. 1–19.

⁴¹ Tim Harris, *Problematising Popular Culture*, în Tim Harris (ed.), *Popular Culture in England, c. 1500–1850*, Basingstoke, Macmillan, 1995, p. 23.

⁴² Gareth Stedman Jones, *Languages of Class-Studies in English Working-Class History, 1832–1982*, Cambridge, Cambridge University Press, 1996, p. 88–89; Robert Storch, *op. cit.*, p. 11–12; Douglas A. Reid, *Interpreting the Festival Calendar: Wakes and Fairs as Carnivals*, p. 136, în Robert Storch (ed.), *Popular Culture and Custom in Nineteenth-century England*, și urm., p. 125–153.

Mare parte a cercetătorilor au definit cultura populară prin negarea contrariului a ceea ce trebuie definit: cultura populară nu este cultura oficială, cultura elitelor sau a claselor educate. O asemenea abordare a dus la impunerea unui model bipolar de analiză. Indiferent cum definești poporul, există întotdeauna o categorie ce i se opune. Iată doar câteva exemple: elite vs. oameni de rând; educați vs. needucați; știutori de carte vs. analfabeți; intelectuali vs. cei fără pretenții de intelectuali⁴³, patricieni vs. plebei⁴⁴, evlavios vs. lumesc⁴⁵, oficial vs. neoficial⁴⁶. Unii cercetători au atras însă atenția că o astfel de dihotomie nu reflectă realitatea socială mai complexă ce caracterizează chiar și perioadele preindustriale, cu atât mai mult epoca de după revoluția industrială. Este adevărat că discursurile unora din membrii elitei împărțeau societatea în „noi” și „ei”, gloata ce nu merită decât dispreț. Un asemenea discurs, ce prezenta o viziune puternic polarizată a societății, avea însă un scop polemic. De regulă, contemporanii aveau o viziune mult mai nuanțată asupra organizării societății în care trăiau⁴⁷. Spre exemplu, analiștii contemporani priveau societatea engleză din secolele al XVII-lea și al XVIII-lea ca fiind împărțită în trei straturi sociale, punând accentul pe importanța păturilor de mijloc, formate din profesiunile liberale, negustori sau țărani înstăriți⁴⁸. Același lucru se poate afirma și despre starea a treia, în Franța celei de a doua jumătăți a secolului al XVIII-lea⁴⁹.

Unii istorici au adus în favoarea sistemului bipolar de analiză argumentul că, din punct de vedere cultural, aceste pături de mijloc se identificau cu valorile elitelor⁵⁰. Este adevărat că păturile de mijloc s-au delimitat adesea din punct de vedere social și cultural de cei situați sub ei în ierarhia socială, criticându-le obiceiurile și tradițiile și încercând să imite comportamentele claselor superioare. Aceasta nu înseamnă însă că oriunde și oricând clasele de mijloc s-au identificat cu valorile culturale ale elitelor. Valorizarea spiritului întreprinzător, a cumpătării, criticarea cheltuielilor pentru lux și a risipei arată dorința păturilor de mijloc de a-și defini un sistem de valori specific, distinct de cel al poporului de rând, dar și de cel al elitelor aristocratice⁵¹.

⁴³ „Highbrow vs. Lowbrow”, Lawrence W. Levine, *op. cit.*

⁴⁴ E. P. Thompson, *Patrician society, plebeian culture*, în „Journal of Social History”, vol. 7, nr. 4, 1974, p. 382–405

⁴⁵ „Godly vs. worldly”, Alexandra Walsam, *The godly and popular culture*, în John Coffey, Paul C. H. Lim (eds.) *The Cambridge Companion to Puritanism*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008, p. 277–293.

⁴⁶ Mihail Bahtin, *François Rabelais și cultura populară în Evul Mediu și în Renaștere*, București, Univers, 1974.

⁴⁷ David Cressy, *Describing the Social Order of Elizabethan England*, în „Literature and History”, vol. III, 1976, p. 29–44.

⁴⁸ Demograful englez de la sfârșitul secolului al XVII-lea, Gregory King, împărțea societatea engleză în 24 de ranguri, titluri și calificări, care puteau fi grupate în trei „clase sociale” mari: cei săraci, cei de mijloc și cei de sus. Citat în Tim Harris, *op. cit.*, p. 15.

⁴⁹ Vezi broșura abatelui Sieyès, *Qu'est-ce que le tiers état?* (1789).

⁵⁰ E. P. Thompson, *Customs in Common*, London, Penguin Books, 1993, p. 56.

⁵¹ John Rule, *Albion's People: English Society 1714–1815*, London and New York, Routledge, 1992, p. 85–91. Vezi și Peter Earle, *The Making of the English Middle Class: Business, Society and Family Life in London, 1660–1730*, Berkeley and Los Angeles, University of California Press, 1989.

O altă opoziție des uzitată pentru a delimita cultura populară, și care a fost pusă sub semnul întrebării în ultimele decenii, este între cultura scrisă și cea orală. Jonathan Barry arată ca fiind falsă presupusa distanțare culturală creată, de la începutul epocii moderne, între o lume a cuvântului scris și o lume a oralității⁵². Chiar dacă rata analfabetismului era mai ridicată în rândul claselor de jos, totuși o parte din membrii acestora știau scrie și citi, ceea ce a facilitat interacțiunea între cultura scrisă și cea orală. La aceasta a contribuit și lectura colectivă, cu voce tare, precum și cântatul unor balade sau povestitul unor basme citite într-un volum scris. Mai mult, distincția între știutorii de carte și analfabeți este mult prea simplistă, căci există diferite grade de analfabetism, în funcție de cât de bine știau să scrie și să citească oamenii având acces diferit la cuvântul scris.

Carl Watkins a criticat modelul ce delimita cultura populară de cultura înaltă pornind de la elementul religios, opunând religiei elitelor, bazată pe textele canonice, o religie a maselor, caracterizată de abundența superstițiilor⁵³. Studiind practicile religioase din Spania secolului al XVI-lea, antropologul american William Christian refuză să vorbească despre o religie populară, argumentând că practicile identificate erau caracteristice atât familiei regale, cât și țăranilor analfabeți⁵⁴. Christian consideră că ar fi mai potrivit să vorbim despre o religie locală, căci majoritatea lăcașurilor de cult și a sfinților venerați aveau o semnificație locală. Totuși, nu trebuie să uităm că în Spania existau și centre religioase de importanță regională, după cum o arată numărul mare de persoane ce veneau în pelerinaj la Santiago de Compostela.

Postmodernismul a avut și el o influență semnificativă în definirea culturii populare, căci una dintre caracteristicile acestui curent este faptul că nu recunoaște nici o distincție între cultura înaltă și cultura populară⁵⁵. Pornind de la concepția saussuriană a arbitrarului semnului lingvistic⁵⁶, dezvoltă ulterior de alți teoreticieni semioticieni, cercetătorii au arătat caracterul abuziv al oricăror criterii estetice, sau de altă natură, care să diferențieze o cultură înaltă și o alta populară. Analizând literatura contemporană, programele de televiziune, cultura adolescenților sau cultura protestului, John Fiske⁵⁷, Stuart Hall⁵⁸, Dick Hebdige⁵⁹, Janice Radway⁶⁰ și

⁵² Jonathan Barry, *Literacy and Literature in Popular Culture: Reading and Writing in Historical Perspective*, în Tim Harris (ed.), *Popular Culture in England, c. 1500–1850*, și urm., p. 69–94.

⁵³ Carl Watkins, „Folklore” and „Popular Religion” in Britain during Middle Ages, în „Folklore”, vol. 115, nr. 2, p. 140–150.

⁵⁴ William A. Christian, *Local Religion in Sixteenth-Century Spain*, Princeton, Princeton University Press, 1981.

⁵⁵ A șasea direcție de definire a culturii populare este identificată de Storey ca apărând în urma aplicării teoriilor postmoderne în studierea culturii populare. Vezi John Storey, *op.cit.*, p. 12.

⁵⁶ Lipsa de legătură dintre conținutul exprimat (semnificat) și forma sa (semnificant); forma unui semn este întâmplătoare în raport cu conținutul acestuia, nu depinde de el.

⁵⁷ John Fiske, *op.cit.*; John Fiske, *Reading the popular*, London and New York, Routledge, 2000.

⁵⁸ Stuart Hall, Tony Jefferson (eds.), *Resistance through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*, London and New York, Routledge, 2002.

⁵⁹ Dick Hebdige, *Subculture: The Meaning of Style*, London and New York, Routledge, 2002.

⁶⁰ Janice Radway, *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and the Popular Literature*, Chapel Hill and London, University of North Carolina Press, 1991.

mulți alții, au demonstrat că orice consum cultural presupune atribuirea de către consumatori a unei semnificații produsului sau comportamentului cultural consumat, diferită de cea atribuită acestora de către producătorii lor. Istorici precum Natalie Zemon Davis⁶¹, Michel de Certeau⁶² și Roger Chartier⁶³ au arătat cum clasele de jos și-au însușit produse culturale sau practici ale elitelor, adaptându-le propriilor scopuri. Potrivit acestor istorici, este inutil, așadar, să încercăm să identificăm cultura populară pornind de la distribuția specifică a unor produse culturale, cum ar fi cărțile, căci, în practica cotidiană, aceste produse au fost însușite și adaptate propriilor nevoi de grupuri sociale diferite, de la nobili și clerici, la meșteșugari și țărani.

Modelul însușirii unui produs cultural și al adaptării acestuia conform propriilor nevoi nu explică însă motivele pentru care un anumit grup social își însușește în mod diferit diverse produse culturale. Peter Burke consideră că, pentru a înțelege modalitatea în care un anumit grup social înțelege lumea, avem nevoie de alte concepte teoretice⁶⁴.

Această tendință a istoricilor de a identifica o viziune asupra lumii specifică diferitelor grupuri sociale își are rădăcinile în încercările antropologilor de a considera cultura ca un „ansamblu încheșat”⁶⁵, un sistem de credințe cu o coerență internă, ce forma, potrivit lui Mary Douglas, „un univers simbolic omogen”⁶⁶. În studiul său privind cultura populară din Franța epocii moderne, Robert Muchembled insista asupra necesității de a căuta coerența internă a sistemului specific culturii populare prin care lumii înconjurătoare i se atribuie semnificații⁶⁷. De multe ori însă, omogenitatea culturală a unui grup social este rezultatul proiecției cercetătorului asupra obiectului de studiu. Analizând credințele lumii rurale engleze din secolul al XIX-lea, Bob Bushaway a arătat că nu toți țăranii aveau la același sistem de valori⁶⁸. Treptat, istoricii ultimelor două decenii au început să-și însușească noua paradigmă epistemologică din antropologie, ce pune accentul pe diversitatea culturală a societăților preindustriale – cu atât mai mult a celor contemporane – și pe contribuția activă a indivizilor în articularea semnificațiilor. Poate că un asemenea

⁶¹ Natalie Zemon Davis, *Society and Culture in Early Modern France*, Stanford, Stanford University Press, 1975, în special eseurile „The Reasons of Misrule”, p. 97–123 și „Printing and the People”, p. 189–226.

⁶² Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, tome 1: „Arts de faire”, Paris, Gallimard, 1990.

⁶³ Roger Chartier, *Culture as Appropriation: Popular Cultural Uses in Early Modern France*, în Steven L. Kaplan (ed.), *Understanding Popular Culture: Europe from the Middle Ages to the Nineteenth Century*, Berlin, Mouton, 1984, p. 229–254.

⁶⁴ Peter Burke, *op. cit.*, p. 14.

⁶⁵ Bronislaw Malinowski, *A Scientific Theory of Culture and Other Essays*, New York, Oxford University Press, 1960, p. 38.

⁶⁶ Mary Douglas, *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*, London and New York, Routledge, 2001, p. 70.

⁶⁷ Robert Muchembled, *Culture populaire et culture des élites dans la France moderne, XV^e–XVIII^e siècles*, Paris, Flammarion, 1977.

⁶⁸ Bob Bushaway, „Tacit, Unsuspected, but still Implicit Faith”: *Alternative Belief in Nineteenth-Century Rural England*, în Tim Harris (ed.), *Popular Culture in England, c. 1500–1850*, și urm., p. 189–215.

demers va oferi istoricilor soluția pentru dificultățile metodologice ridicate de identificarea grupurilor sociale ce conferă semnificații unui ansamblu de creații și comportamente învățate.

În studierea culturii, istoricii nu ar trebui să pornească de la un anumit grup social, identificând și analizând produsele culturale și comportamentele specifice comunității respective. Punctul de plecare poate fi reprezentat de un comportament sau produs cultural, pe care analiza istorică să îl localizeze într-un sistem de relații: Cine l-a produs? Cine îl transmite? Cine îl aude, citește, imită? Și ce rețea de semnificații se creează în jurul acestuia? Astfel, oferind răspunsuri la aceste întrebări, istoricii pot evita ambiguitățile, parte din ele prezentate în articolul de față, la care dă naștere încercarea de a asocia un set de creații și comportamente unui anume grup social.

POPULAR CULTURE: THE AMBIGUITY OF A PROTEIC CONCEPT

Abstract

The phrase “popular culture” is used by historians of different periods to denote radically different things. This article is trying to offer a survey of the most common definitions of popular culture offered by both historians and theorists in cultural studies. It reveals that most definitions either suffer from a bias towards present-day points of view and cannot be applied to pre-industrial and pre-capitalist societies, or have methodological and conceptual problems. Historians can overcome these difficulties by starting their analysis not with a community, or some institution or form of behaviour known to be part of that community, but with a cultural artefact, trying to locate it in a network of relationships and assess its meaning.

Keywords: popular culture; mass culture; popular religion; cultural consumption; cultural appropriation.