

AUTENTICITATEA ȘI SIMULACRELE EI ÎN NOILE CONTEXTE CULTURALE, POLITICE ȘI ECONOMICE

Ștefan Firică*

Întâmpinat cu interes, dacă nu cu entuziasm, de intelectualitatea primei jumătăți de secol 20, „autenticitatea” intră într-o perioadă de cumpănă, imediat după radicala deconstrucție făcută de Adorno într-un volum de răsunset, *Jargon der Eigentlichkeit: Zur deutschen Ideologie* (1964). Reprezentantul Școlii de la Frankfurt ataca de pe poziții neomarxiste vocabularul spiritualist al existențialismului german, arătându-i „inefabilul”, vacuitatea. În colimator se afla, înaintea tuturor, Heidegger, a cărui aderare la nazism, în 1933, i-a pus sub semnul întrebării constructul filosofic pentru mulți intelectuali din anii imediat postbelici. Printre cuvintele seducătoare și amăgitoare care au deturnat tineretul german către diverse varietăți de fascism, Adorno poziționează ferm, în centru, „autenticitatea”. Analiza lui e plină de consecințe. Niciun teoretician ulterior (din sfera eticii, istoriei ideilor, studiilor culturale) nu va putea face abstracție de critica lui. A trebuit un efort hermeneutic considerabil pentru a scoate din umbra extremismului politic o noțiune mult mai veche decât regretabilele derapaje din anii '30.

Lionel Trilling, membru marcant al „intelectualilor din New York”, va redeschide dosarul conceptului într-un volum teoretic de impact din 1972. *Sincerity and Authenticity* reprezintă, de fapt, fructul conferințelor Norton susținute de autor la Universitatea Harvard în 1969–1970, ceea ce explică lejeritatea și, uneori, colocvialitatea discursului construit, totuși, cu rigoare academică. În filigranul pledoariei putem descifra și o polemică împotriva doctrinei impersonalității artistice, susținute, între alții, de adepții curentului concurent *New Criticism*. Or, Trilling anticipează contextualizările de tip *New Historicism*. Teza lui centrală – pe care o vor prelua mulți comentatori ulteriori – este diferența dintre „sinceritate” și „autenticitate”, în discursul european filosofic, teologic sau literar al ultimelor trei secole. Pe scurt, „sinceritatea” reprezintă coincidența dintre sentiment și mărturisire¹ și se asociază unui sine static și stabil. „Autenticitatea” corespunde mentalității moderne, care își pierde încrederea în existența unui adevăr uman imuabil și se angajează în căutarea fluidităților sufletești, în continuă metamorfoză. Jacob Golomb va descrie tranziția de la „sinceritate” la „autenticitate” printr-un joc de cuvinte inspirat din Nietzsche:

* Facultatea de Litere, Universitatea din București; Institutul de Istorie și Teorie Literară „G. Călinescu” al Academiei Române.

¹ Lionel Trilling, *Sincerity And Authenticity*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1972, p. 7.

“the eclipse of «truth» by «truthfulness», the transition from objective sincerity to personal authenticity”². Pentru Trilling, sfârșitul secolului 16 a cunoscut o „mutație a naturii umane”, cu efecte pe mai multe paliere social-politice. Eflorescența bruscă a genului autobiografic e coincidentă cu urbanizarea masivă și cu scăderea autorității Bisericii medievale, circumstanțe care au contribuit la încheierea structurii comunale pe care azi o numim „societate”³. În furnicarul citadin (caracterizat, nu doar demografic, ci și emoțional, prin substantivul german *Schwärmerei*), o figură veche-nouă își face apariția: predicatorul calvin, prim avatar al intelectualului modern revoltat împotriva civilizației corupătoare. Trilling își sprijină, în acest punct, demonstrația pe lucrarea lui Michael Walzer din 1965, *The Revolution of the Saints: A Study in the Origins of Radical Politics*. Discursul *divine*-ilor din sânul Bisericii Anglicane (din care și Charles Guignon va oferi, peste decenii, o mostră⁴) sunt „radicale” în sensul că nu abordează răul concret și discret al vieții sociale imediate, ci profetizează apocaliptic Răul arhetipal, „rădăcina” malignă a tuturor micilor neajunsuri. Critica lor, prea puțin adresată situațiilor contingente, își caută argumentul de autoritate în postularea „sincerității” absolute, de pe tribuna căreia își lansează ieremiadele și vituperările antisociale:

“The divines were intellectuals in their reliance upon the Word and in their resolution to speak it out plain for all to hear. Like Molière's *Alceste*, they regarded society as fallen into corruption through false avowal; like him, the talent on which they most prided themselves was that of being sincere, telling the offensive truth to those who had no wish to hear it”⁵.

Trilling leagă, așadar, nașterea cultului european al „sincerității” nu doar de exercițiul literar al autobiografiei, ci și de poziționarea politică în zona radicalismului. Practica literară și politică, privată și publică, sunt deopotrivă critice în măsura în care țintesc, ambele, revizuirea extremă a ansamblului social:

“Our investigation on sincerity has no sooner begun than it has led to public and even to political considerations. This, if it is surprising at all, cannot be more than momentarily so. Doubtless, when we think about sincerity, we first conceive of it as a quality of the personal and private life, as bearing upon the individual's relation to himself and to others as individuals. Yet the intense concern with sincerity which came to characterize certain European national cultures at the beginning of the modern epoch would seem to have developed in connection with a great public event, the extreme revision of traditional modes of communal organization which gave rise to the entity that now figures in men's minds under the name of society”⁶.

² Jacob Golomb, *In Search Of Authenticity. From Kierkegaard To Camus*, Routledge, London & New York, 1995, p. 2.

³ Trilling, *op. cit.*, p. 20.

⁴ Charles Guignon, *On Being Authentic. Thinking in Action*, Routledge, London & New York, 2004, p. IX.

⁵ Trilling, *op. cit.*, p. 21–22.

⁶ *Ibidem*, p. 26.

Tranziția dintre autobiografic și politic, prin culoarul etic al „sincerității”, explică alunecările frecvente din poziția de *philosophe privé* în cea de *philosophe public*, nu doar la ideologii europeni, dar și la cei români din anii 1920–1930. Exemple găsim peste tot, de la Nae Ionescu până la emulii săi. Pentru toți, „a fi tu însuți” devine baza unui militantism politic, după cum politicul asumat până la capăt conduce nemijlocit la o dramatică redefinire de sine.

Totuși, referința cea mai frecventă la Trilling vizează *distinguo*-ul anunțat chiar în titlul cărții, între „sinceritate” și „autenticitate”. „Sinceritatea” veche (aproximativ, post-renascentistă) expiră în conformarea la o normă de grup, în măsura în care caracterizează un eu stabil, identificabil la o poziție statică în nomenclatorul social. „Autenticitatea” reprezintă varianta ei adusă la zi, mai exigentă, mai tensionată, în linia noii episteme postiluministe. Ea înseamnă instabilitate, incertitudine, devenire, în fine, opoziție față de tentativele de fixare, resimțite ca tot atâtea potențiale falsificări. În locul treptelor ierarhice, date o dată pentru totdeauna, apar rolurile sociale versatile, de unde și însemnătatea „măștii” în proferarea discursului critic al „autenticității” împotriva societății. Literatura îl ajută pe Trilling să departajeze între cei doi termeni: „sinceritatea” și „autenticitatea” se înfruntă în *Le neveu de Rameau* (1762–1773) de Diderot, sub forma dramatizată a dialogului dintre filosoful *Moi* și muzicianul *Lui*, frustratul nepot al marelui compozitor, datat unor mici și mari răutăți care șochează *le beau monde*. Hegel vedea în *Moi* pe cetățeanul onest, compliant față de reguli, iar în *Lui*, pe omul răzvrătit împotriva normelor, simbolizând Spiritul făcând primii pași, chiar și dizgrațioși, pe calea eliberării. Filosoful idealist german citea în satira lui Diderot o narațiune a emancipării, Trilling îl socotește pe nepotul lui Rameau întâiul personaj pornit în aventura „autenticității” (distincție pe care i-o va retrage eroului lui Diderot, într-o altă analiză minuțioasă, teoreticianul Jacob Golomb)⁷.

Discursul speculativ-filosofic despre „autenticitate” începe, pentru Trilling, tot în iluminism, în cursul celei de-a cincea plimbări din *Les Rêveries du promeneur solitaire* (1782), codificat de Rousseau în sintagma „sentimentul existenței”. Starea interioară cvasi-extatică la care se referă eseistul genevez e declanșată de părăsirea societății, de cucerirea solitudinii:

„Le sentiment de l'existence dépouillé de toute autre affection est par lui-même un sentiment précieux de contentement et de paix qui suffiroit seul pour rendre cette existence chère et douce à qui sauroit écarter de soi toutes les impressions sensuelles et terrestres qui viennent sans cesse nous en distraire et en troubler ici bas la

⁷ *Ibidem*, p. 11–12 („autenticitate” vs. „sinceritate”), p. 34–44 (*Nepotul lui Rameau* și emanciparea Spiritului, în lectura lui Hegel); v. și Richard Handler, „Anthropology of Authenticity”, în Neil J. Smelser, Paul B. Baltes (eds.-in-chief), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, Amsterdam-etc., 2001, p. 964–965 (distincția dintre ierarhia fixă de sorginte medievală și distribuția de roluri sociale din modernitate, la Trilling); v. Golomb, *op. cit.*, p. 6 (contestarea Nepotului lui Rameau ca prim personaj angajat în căutarea „autenticității”).

douceur. Mais la plupart des hommes agités de passions continuelles connoissent peu cet état et ne l'ayant goûté qu'imparfaitement durant peu d'instans n'en conservent qu'une idée obscure et confuse qui ne leur en fait pas sentir le charme”⁸.

Trilling vede aici o radicală diferență față de genul memorialistic precedent. În *Les Confessions* (1782), Rousseau se distanțează mai cu seamă de eseurile lui Montaigne, care, sub pretextul unor mărturisiri sincere, și-ar fi făcut publice numai trăsăturile avuabile social. În contrast, el intenționează să dea tiparului „le seul portrait d'homme, peint exactement d'après nature et dans toute sa vérité”. Programul lui estetic, etalând un bogat vocabular al „autenticității” (*véracité, sincérité, franchise* etc.), ambiționează să prezinte evoluția unui suflet în contradicțiile sale interioare cele mai șocante, pentru normele bune-cuviințe:

„Je me suis montré tel que je fus ; méprisable et vil quand je l'ai été, bon, généreux, sublime, quand je l'ai été : j'ai dévoilé mon intérieur tel que tu l'as vu toi-même. Être éternel, rassemble autour de moi l'innombrable foule de mes semblables ; qu'ils écoutent mes confessions, qu'ils gémissent de mes indignités, qu'ils rougissent de mes misères. Que chacun d'eux découvre à son tour son cœur aux pieds de ton trône avec la même sincérité ; et puis qu'un seul te dise, s'il l'ose : «*Je fus meilleur que cet homme-là*»”⁹.

Prin indiscrețiile comise de-a lungul mărturisirilor, autorul se ridică adeseori la nivelul pretențiilor emise în dedicație. Unele reacții erotice neortodoxe, exhibate fără jenă, alte atitudini morale echivoce, în împrejurări care ar fi reclamat o altfel de conduită, fac din personajul memoriilor o figură puțin simpatcă. Trilling găsește o punte între „l'âme déchirée” înscenat în confesiuni și “the desintegrated consciousness”¹⁰, semn distinctiv al celor porniți în căutarea „autenticității”. Latura polemică a conceptului se degajă cu mai mare claritate din *Discours sur les sciences et les arts* (1750), unde Rousseau acuză artele și științele de falsitate și, ca urmare, le consideră responsabile pentru îndepărtarea omului de valorile virtuții. „Autenticitatea”, existentă în stadiul presocial al „sălbaticului”, a fost coruptă de civilizație, cu setul ei de restricții deformatoare. În diatribele contra literaturii și teatrului, gânditorul francez îl anticipează, printre alții, pe Camil Petrescu, respingând prejudecata „vocii frumoase”, a posturii, a stilului ș.c.l. Artificiul retoric e denunțat oriunde ar apărea, în frază și pe scenă. De altfel, Trilling preia ideea lui Theodore Ziolkowski potrivit căreia Rousseau, contrastând cu poziția lui Diderot din *Paradoxe sur le comédien* (1773–1777), condamnă stilul declamator al teatrului

⁸ Jean-Jacques Rousseau, *Les rêveries du promeneur solitaire*, Librairie des Bibliophiles, Paris, 1882, p. 93.

⁹ Jean-Jacques Rousseau, *Les confessions*, Précédée d'une notice par George Sand, Charpentier, Librairie-Éditeur, Paris, 1841, p. 1. Semnificația lui Rousseau în istoria literaturii „personale” a fost recunoscută încă din secolul al XIX-lea, dovadă și prefața consistentă semnată în această ediție de George Sand, autoarea care, în 1875–1876, va polemiza cu Flaubert pe tema romanului „subiectiv”, promovându-l energic în dauna celui „obiectiv”, apărut de autorul *Doamnei Bovary*.

¹⁰ Trilling, *op. cit.*, p. 59.

francez și german de la 1750, al celor șase gesturi convenționale¹¹. Singurele forme literare care scapă de stigmatul nesincerității sunt, la Rousseau, oratoria și romanul. Cât despre roman, rolul lui în descoperirea de sine e indicat în *Les Confessions*, lecturile cvasi-ilicite furnizându-i copilului primele intuiții ale pasiunilor:

„J’ignore ce que je fis jusqu’à cinq ou six ans ; je ne sais comment j’apppris à lire ; je ne me souviens que de mes premières lectures et de leur effet sur moi : c’est le temps d’où je date sans interruption la conscience de moi-même. [...] En peu de temps j’acquis, par cette dangereuse méthode, non seulement une extrême facilité à lire et à m’entendre, mais une intelligence unique à mon âge sur les passions”¹².

Pe lângă menționarea lui Rousseau printre părinții conceptului, Trilling mai introduce o temă mult speculată ulterior, de alți teoreticieni: el indică relația dintre „autenticitate” și „sublim”, opunându-le pe ambele „frumosului”. Pornind de la *Philosophical Enquiry into the Origin of Our Ideas of the Sublime and Beautiful* de Edmund Burke (1757), criticul american trasează liniile generale ale reprezentării europene patriarhale, conform cărora „sublimul” s-ar asocia cu masculinitatea, agresivitatea, dominația, în vreme ce „frumosul” s-ar înrudi cu feminitatea, hedonismul, indolența ș.c.l. Distincția va reveni des în critica culturală, de pildă la Antoine Compagnon, care va situa „sublimul” în nucelul dur al ideologiilor antimoderne. Se confirmă, și pe calea mediată estetic a „sublimului”, conexiunea dintre „autenticitate” și critica modernității. Un anumit reproș i s-a putut aduce (și i s-a adus) lui Lionel Trilling: acela de a fi atras sub umbrela „autenticității” felii prea mari din istoriile literare, de la Goethe și Wordsworth până la toți reprezentanții „modernismului înalt”, ceea ce face din concept un operator puțin fiabil în studiile literare. Ideologic, culturalismul liberal și elitist al cărții lui din 1975 a fost, pe rând, acuzat și revendicat atât de neoconservatori, cât și de Noua Stângă. Ideea postulării unui sine unitar putea părea naivă și depășită în epoca de vogă a fragmentărilor poststructuraliste și neomarxiste, în urma tulburărilor de la Columbia University din 1968, dar a fost recuperată în studiile culturale de după 1990¹³.

Dacă în cultura europeană dintre războaie „autenticitatea” intra preponderent în apanajul ideologiilor „de dreapta” (așa cum vom putea verifica și în grupajul din subcapitolul următor), în cea postbelică americană noțiunea trece spontan pe agenda „stângii”. Am notat modul în care Noua Stângă a respins încercarea lui Trilling de a reconstrui conceptul pe fundamentele culturii „înalte”, în 1972. Până atunci, „autenticitatea” fusese monopolizată de activismul socialist radical, ca soluție de salvare din alienarea lumii capitaliste industriale, în perioada *hippie* și *post-hippie*. Nu e de mirare că ea a fost supusă tirului încrucișat al unor critici neoconservatori

¹¹ *Ibidem*, p. 64. Vezi și Theodore Ziolkowski, “Language and Mimetic Action in Lessing’s *Miss Sara Sampson*”, *Germanic Review*, 40:4 (1965: November), p. 264.

¹² Rousseau, *Les confessions*, ed. cit., p. 4.

¹³ O panoramă a receptării ideologice a lui Trilling a realizat John Rodden, în “The Politics of Lionel Trilling’s Reputation”, *Society*, 36, no. 5, 1999, p. 80–89.

(Daniel Bell, Christopher Lasch, Richard Sennett, Allan Bloom, Philip Selznick, Philip Rieff, Peter Berger)¹⁴. În acest context, abordarea lui Charles Guignon din *On Being Authentic* (2004) este o excepție, venind dinspre o poziție nemilitantă ideologic. Guignon notează revirimentul „autenticității” în literatura de tip *self-help*, *pop psychology*, dezvoltare personală care a proliferat în ultimele decenii în și dincolo de sfera New Age. Nu are rețineri să pună față în față fragmente din cărțile lui Dr. Phil (psihologul-vedetă lansat în show-ul TV cu audiență globală moderat de Oprah Winfrey) și ale unui reformator religios de secol 18, arătând apartenența lor la aceeași linie de gândire occidentală. Discursul ultracunoscut despre părăsirea jobului, abandonarea carierei, retragerea în sânul naturii, regăsirea sinelui sau ideile din „programele în x pași” de îmbunătățire personală sunt rămășițele unei venerabile tradiții (religioase, apoi laice) care a traversat Reforma, romantismul și alte curente pentru a ajunge în discursurile diferiților motivatori din ultimele decenii¹⁵. Guignon își păstrează distanța ironică față de ele și inventariază câteva angoase care se ascund în spatele lor:

“We might ask, for example, What exactly is this «inner self» we are supposed to be true to? What does it include and what does it exclude? What if it turns out that this true self includes some fairly nasty – or, even worse, banal – characteristics, traits we would prefer not to think of as really us? What if many of our deepest and most personal thoughts and desires are actually products of the latest fads and fancies purveyed by the media?”¹⁶.

Pentru Guignon, idealul „autenticității” în versiune secularizată poartă câteva mărci romantice ușor recognoscibile: critica Iluminismului, reabilitarea sentimentului în fața rațiunii, privilegierea naturii în fața culturii. Hyperion, eroul din romanul lui Hölderlin, cu dorul lui aprins de chiparoșii din Grecia natală, personifică nevoia de a căuta plenitudinea ființei în cadru arcadian. Treptat, în epoca preromantică și romantică, triada Dumnezeu–Natură–Om se reduce la diada laicizată Natură–Om și, când funcția imaginației suplinește complet natura, la monada Om (sau Minte, cum o mai numește autorul). Realitatea exterioară fiind relegată în aria de competență a științelor, subiectului îi rămâne să navigheze în minunata lume nouă a sinelui. Moda autobiografică, de publicizare a discursului intim, începe de la *Confesiunile*, *Dialogurile* și *Visările* lui Rousseau și satisface (sau e menită a satisface) nevoia recunoașterii și a fixării sinelui de către „privirea celuilalt”. Deodată, scriitorul european se lasă în voia impulsului de „a spune totul tuturor” (“compulsion to tell all”). Schimbarea la față a literaturii din secolele 18–19 în sensul multiplicării și ramificării discursului memorialistic se explică printr-un nou mod de a concepe raporturile dintre artă și identitate, pe care Charles Taylor îl

¹⁴ Pentru acapararea „autenticității” în discursul Noului Stângi din anii 1960, v. Doug Rossinow, *The Politics of Authenticity* (1998), comentat și în Varga, *op. cit.*, p. 23. Pentru proliferarea criticilor neoconservatoare, v. Ferrara, *Reflective Modernity. Rethinking The Project Of Modernity*, ed. cit., p. 7.

¹⁵ Guignon, *op. cit.*, p. IX–X.

¹⁶ *Ibidem*, p. 5.

numea expresivism: descoperirea sinelui se realizează nu anterior, ci simultan cu expresia, și *prin* ea. Arta nu înseamnă *mimesis*, oglindirea unei interiorități preformate, ci *poiesis*, producerea uneia neștiute, inexistente până atunci¹⁷. Identitatea în ecloziune împinge în mod spontan la „ex-presie”, tinde la exteriorizare. Ideea este formulată sintetic de Guignon:

“The expressivist view starts out from the idea that inner experience invariably is driven to externalize itself in a concrete form in the world. Experience, by its very nature, ex-presses itself – it presses itself outward – striving to give itself shape in gestures, language and enduring creations”¹⁸.

De aceea arta și „autenticitatea” sunt frecvent puse în relație în gândirea europeană postromantică. Artistul devine prototipul omului generic în căutarea sinelui și capătă un nimb care nu se va risipi multă vreme. „Coborârea în sine” (“enownment”) dobândește un mare prestigiu intelectual, pus la îndoială pentru prima dată în psihanaliză, care vede centrul ființei acaparat de instinctele refulate, devenit o „inimă a întunericului” (Guignon însuși recurge la metafora lui Joseph Conrad). Așa se inaugurează registrul gotic al „autenticității”, care acoperă mai multe fenomene pop de la sfârșitul secolului 20, bazate pe fantasmе (auto)distructive¹⁹. Așadar, paradisul cu iezi și lei conviețuind pașnic din cultura neoprotestantă și versiunile de infern din *punk rock*, *death metal*, *gangsta’ rap* sau *slam poetry* sunt consubstanțiale, desprinse din același trunchi al „autenticității”, înțelese ca “enownment”, ca expresie a sinelui profund proaspăt descoperit. Numai că primul discurs îl zărește în adâncuri pe „bunul sălbatic” rousseauist, pe când celelalte dau, tot acolo, peste dezumanizatul Kurtz, rebelul conradian întors la bestialitatea primară. Ne aflăm, într-un fel sau în altul, în postura de legatari ai unei moșteniri romantice complicate, dând naștere la o serie inepuizabilă de paradoxuri.

Guignon dedică o bună parte a cercetării sale modului în care mai multe discursuri deconstructiviste și postmoderniste amendează „cultura autenticității”, cu toate subvariantele sale. Subiectivitatea policentrică, fluidă, contextuală postmodernă succedă teoria williamjamesiană a identităților multiple (“a man has as many social selves as there are individuals who recognize him”) și aforismele nietzscheene despre disoluția „sufletului nemuritor” în „mai multe suflete muritoare”²⁰. Pornind de la aceste contestări timpurii ale coeziunii și stabilității subiectului, după 1960 se nasc noi discursuri despre modelarea identității de către factori externi, sau despre umplerea „sinelui gol” cu conținuturi reductibile la produse culturale²¹. Guignon acordă o atenție specială constructivismului lingvistic și social, cel din urmă ilustrat prin lucrarea fundamentală a antropologului Clifford

¹⁷ Charles Taylor, *The Ethics of Authenticity*, Harvard University Press, Cambridge, 2003, p. 61–63.

¹⁸ Guignon, *op. cit.*, p. 35. Întreaga teorie a metamorfozelor culturii romantice e dezvoltată în cap. IV “Romanticism and the Ideal of Authenticity”, p. 26–40.

¹⁹ *Ibidem*, p. 54.

²⁰ *Ibidem*, p. 57–58.

²¹ Vezi, de ex., Philip Cushman, “Why the Self is Empty. Toward a Historically Situated Psychology”, în *American Psychologist*, vol. 45, n. 5, may 1990, p. 599 ș. urm.

Geertz, *The Impact of the Concept of Culture on the Concept of Man* (1966). Cele mai influente discursuri rămân cel rortyan – despre contingenta sinelui post-freudian, din *Contingency, Irony, and Solidarity* (1989) și din alte eseuri – și cel foucauldian – de deconstrucție a subiectului, imaginat ca mască a exercitării puterii. Din paradigma postmodernă deschisă de aceste discursuri, se desprinde o imagine a sinelui ca produs de tip *ready-made*, ca „pion” într-un joc de un nivel de complexitate superior, desfășurat în rețele sociale suprapersonale. Or, nemulțumirea lui Guignon provine din minimalizarea individului în acest impozant, și sufocant, lanț al tradiției. Pentru a polemiza cu linia dizolvantă deconstructivist-postmodernistă, el apelează la punctul de vedere formulat de teoreticiană feminista și terapeuta Jane Flax, în *Thinking Fragments: Psychoanalysis, Feminism, and Postmodernism in the Contemporary West* (1990). Discutând sindromul *borderline*, autoarea asociază proiecția unui sine incoerent și descentrat cu pierderea plăcerii în circumstanțe normale de viață. Fără percepția unei coeziuni interne a subiectului, pericolul glisării în stări psihotice e considerabil:

“Those who celebrate or call for a «decentered» self seem self-deceptively naïve and unaware of the basic cohesion within themselves that makes the fragmentation of experiences something other than a terrifying slide into psychosis”²².

Nici Guignon nu simpatizează mai mult decât Jane Flex radicalismele anilor 1960–1980, concluzionând, pe urmele psihoterapeutei, că „sinele descentrat e un lux pe care numai câțiva și-l pot permite”²³. În schimb, el evaluează mai indulgent poziționările intermediare între identitatea monologică romantică și cea policentrică postmodernă. Dintre toate discursurile teoretice trecute în revistă în întregul volum, ele îi atrag parțial adeziunea. „Concepția dialogică”, derivată din Bahtin și Gadamer, face un pas înainte față de viziunea monologică, admitând rolul fundamental al interacțiunilor sociale în construirea identității, fără a periclita totuși calitatea de agent activ a subiectului în procesul comunicării. Cele mai multe decizii le luăm în urma angajării în dialoguri cu parteneri reali sau imaginari, externi sau interni (internalizați), în forul unui sine „polifonic” extins, care însă generează dificultăți reale în atribuirea responsabilității: care dintre „vocile” care îmi răsună în conștiință va răspunde, în definitiv, pentru acțiunile mele? La o aporie asemănătoare ajunge și teoria „sinelui cosmopolit”, propusă de Anthony Giddens în *Modernity and Self-Identity* (1990): în situația locuirii contemporane a spațiilor metropolitane, „a fi acasă” într-o multitudine de contexte echivalează cu „a nu avea casă” nicăieri, a fi dezrădăcinat²⁴. Neajunsul principal al acestor discursuri intermediare, din aria învecinată constructivismului social, este că, delimitându-se de modelul romantic,

²² Jane Flax, *Thinking Fragments: Psychoanalysis, Feminism, and Postmodernism in the Contemporary West*, University of California Press, Berkeley, 1990, p. 218–219, *apud* Guignon, *op. cit.*, p. 64.

²³ “The decentered self is a luxury only a few can afford”, *ibidem*.

²⁴ *Ibidem*, p. 61–63.

încă nu găsesc un răspuns anxietăților postmoderne. Și ele riscă să se disipeze într-un „maelstrom al descentrării, dispersiei și multiplicității”²⁵.

În fine, ultimul grup de teorii asupra căruia zăbovește Guignon, înainte de a își livra propria viziune, este cel narativist. Identitatea e acum un *story* în desfășurare, caracterizat prin inteligibilitate, continuitate, temporalitate, final deschis. Toate trăsăturile specifice epicului garantează relativa unitate – și unicitate – a proiectelor noastre de viață. Printre reprezentanții mai vechi ai direcției îl întâlnim și pe Heidegger (fapt care ulterior i s-a reproșat lui Guignon²⁶). Totuși, fundamentul narativismului ar fi nietzschean, filosoful născut în Röcken inaugurând modelul artistic al identității ca „autocreație” (“creating oneself as a work of art”²⁷). Dezvoltările ulterioare au mutat accentul pe ideea că narațiunile individuale sunt întretesute în macronarațiuni comunitare, racordând individul la diversele contexte social-istorice în care, în sens larg, locuiește. Este cazul teoriei influente a lui Alasdair MacIntyre din *After Virtue* (1981) despre „tradiția vie”, ca fenomen al intricărilor narative²⁸. Guignon apreciază la discursurile de tip narativist accentul pe solidaritatea om-societate, chiar cu prețul renunțării parțiale la promisiunile (vane ale) autocunoașterii absolute, formulate în teoriile mai vechi despre coborârea în sine.

La capătul zig-zagului, printre aceste grupuri de teorii (romantice, psihanalitice, deconstructiviste, postmoderniste, dialogiste, narativiste), autorul american a marcat toate bornele necesare pentru a își specifica propria poziție: îndepărtându-se de „autenticitatea” redusă la „adâncirea în sine” (*enownment*), el se apropie de cea înțeleasă ca „ieșire din sine” (*self-releasement*), bazându-se pe supozițiile dialogiste și narativiste, conform cărora atât constituenții sinelui, cât și trama identitară, ca poveste coerentă a vieții, sunt sinteze realizate cu largul concurs al celorlalți, al comunității. Neputând fi postulat un spațiu intim ermetic închis față de bruijalele comunității, închiderea în sine în vederea dezghiocării unei esențe ultime e o întreprindere caducă. „Autenticitatea” reprezintă o virtute socială „în mod fundamental și ireductibil” și nu poate ființa decât proiectată, în spiritul lui Charles Taylor, pe fundalul unor valori împărtășite colectiv. Guignon susține corelația dintre idealul „autenticității” individuale și principiul de funcționare al societății libere, făcând referire la teoria lui Gadamer despre „dialogul autentic”, al cărui *locus* nu se află în conștiința niciunuia dintre interlocutori, ci în spațiul simbolic dintre ei²⁹. Ceea ce nu presupune vidarea subiectului de calitatea de actor cu forță

²⁵ *Ibidem*, p. 65 (“maelstrom of centerlessness, dispersal and multiplicity”).

²⁶ Benjamin D. Crowe, *Heidegger's Religious Origins. Destruction and Authenticity*, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis, 2006, p. 167.

²⁷ Guignon, *op. cit.*, p. 67. Pentru întreaga prezentare a teoriilor narativiste, v. *Ibidem*, p. 66–74.

²⁸ V. și Alasdair MacIntyre, *Tratat de morală. După virtute*, traducere din engleză de Catrinel Pleșu, București, Editura Humanitas, 1998, p. 229.

²⁹ Guignon, *op. cit.*, p. 77 (autenticitatea ca virtute socială „în mod fundamental și ireductibil”), 82 (corelația dintre „autenticitate” și societatea liberă), 85 (dialogul autentic în viziunea lui Gadamer).

decizională, ci conectarea lui la un joc reticular de tip societal. Revenind la cultura *self-help* de la sfârșitul secolului 20, ceea ce Guignon îi reproșează în final e lăncezirea în inutilul vis romantic al „coborârii în sine” și neglijarea aspectului, socotit pozitiv, al „ieșirii din sine” în vederea întâlnirii cu ceilalți și cu poveștile lor.

Dacă Guignon pledează pentru o contextualizare socială, Somogy Varga privilegiază, într-un capitol distinct din cartea sa *Authenticity as an Ethical Ideal* (2012), un model economic, care merită amintit pentru a completa tabloul perspectivelor contemporane. Autorul de origine maghiară acordă, la rândul său, o atenție deosebită literaturii *self-help*, numai că, spre deosebire de Guignon, care își restrânsese aria la sfârșitul secolului 20, el execută un studiu comparativ al culturii motivaționale întinse de-a lungul veacurilor 19–21. La baza demersului său se află, desigur, prezumția lui Foucault potrivit căreia cultura de masă contează în „arheologia cunoașterii” și ipoteza aceluiași că literatura motivațională are o preistorie venerabilă, începând de la manualele antice grecești sau de la *Confesiunile* Sfântului Augustin. Varga își fixează ca punct *origo* modern publicarea best-sellerului *Self-Help* de Samuel Smiles în 1859; de atunci și până acum, în istoria genului se succed trei modele ale „autenticității” (Guignon, restrângându-se la anii 1970–’90, nu vedea decât unul). La început a fost modelul autonomiei, conform căruia subiectul trebuie să internalizeze virtuțile societății victoriene: sinceritate, corectitudine, respectabilitate, politețe, perseverență, temperanță etc. Deocamdată, trăsăturile distinctive înnăscute pot fi tratate ca obstacole în calea atingerii acestor valori considerate publice și unanime. Poziția implicită în manualul lui Smiles e una productivistă, în sensul în care caracterul uman nu e preformat, ci produs printr-un efort asumat de autoperfecționare. Al doilea model, al „vocii interioare”, apare odată cu mișcarea neoprotestantă New Thought, la sfârșitul secolului 19, și postulează preexistența unui sine adânc (*inner self*), ca manifestare unică și irepetabilă a Divinității, care trebuie regăsit prin introspecție. Capitalismul, angrenându-ne în vastele sale procese de producție, ne-a îndepărtat de el. A sosit timpul ca individul să lărgească falia dintre eul public, alienat, și sinele profund, repliindu-se în ultimul. Narațiunile autodescoperirii au proliferat de-a lungul secolului 20 sub impactul mai multor factori socioeconomiți convergenți, valabili pentru lumea occidentală: creșterea prosperității și a timpului liber, multiplicarea ofertelor educaționale și vocaționale, sporirea mobilității sociale și geografice. Un alt stimul favorizant a fost revivifierea unui model romantic. Toate aceste dinamici concurente au contribuit la diversificarea poveștilor de viață în sensul creativității, estetizării, libertății sexuale, individuale, hedoniste etc. Ascensiunea curenților terapeutice populare centrate pe căutarea „vocii interioare” coincide cu ascensiunea consumerismului și cu agravarea suspiciunii individului față de producție și față de rolurile instituționale „false” generate de aceasta. S-ar spune că orice aparține sferei publice tinde a fi interpretat ca *another brick in the wall*. Fenomenele subculturii sau contraculturii periclitează economia de tip capitalist, avertizează criticii anilor 1970–1980 (precum Daniel Bell, în *Cultural Contradictions of Capitalism*, în 1976). Varga consideră că eroarea de la baza acestor evaluări alarmiste constă în ipoteza unui capitalism inflexibil;

or, dimpotrivă, acesta funcționează racordat la schimbările societale, printr-un sistem de acomodări reciproce. Astfel încât cel de-al treilea model al „autenticității” se ivește odată cu noua paradigmă în gestiunea afacerilor, în anii '90. „Autenticitatea” performativă mixează cele două modele mai vechi, introspectiv și productivist. Pentru că descoperă trăsăturile distinctive ale individului prin introspecție, punându-le apoi la lucru în fluxul capitalist, care convertește diferența specifică în valoare de piață. Noul capitalism și-a dezvoltat strategiile necesare pentru a instrumentaliza cultura populară a „autenticității” ca pe o resursă. Acum începe să se discute tot mai euforic despre *self-marketing*, *self-management* sau *branding* personal. Campania de promovare a unei băuturi răcoritoare din 2017, *Fanta Teen Marketing Director*³⁰, e edificatoare. Într-una dintre reclame, un grup de *copywriter*-i adolescenți, în blugi și cămăși fistichii, tolăniți pe canapele în mijlocul *building*-ului de oțel și sticlă, sunt întrebați de *top-manager*-ul mai vârstnic, îmbrăcat în ținută *office*, dacă au găsit sloganul. Sorbind relaxați din dozele de aluminiu, „creativii” răspund foarte liber ceea ce simt „pe bune” atunci când consumă produsul, iar șeful realizează cu stupefacție încântată că fiecare dintre formulele aruncate în avalanșă ar putea funcționa într-o campanie de succes: emisia „autentică” e absorbită în procesul de producție, ca avantaj competitiv. „Autenticitatea” performativă își pierde vectorul anticapitalist în societatea post-fordiană, vector pe care „vocea interioară” îl cultiva cu cerbicie mai demult. Una dintre consecințele mecanismului bine uns al marșandizării constă în transformarea paradoxală a conceptului în opusul său, în „inautenticitate”. Fenomenul e ilustrat în cazul *branding*-ului de țară, într-un alt studiu: asumarea, prin politici coerente adoptate la nivelul statului neoliberal, a unei imagini naționale considerate „adevărate” și, deci, apte să magnetizeze interesul turiștilor, investitorilor etc. generează o serie de falsificări masive în rândul tuturor actorilor implicați în proiect, inclusiv al cetățenilor simpli, stimulați să internalizeze imaginea promovată și să-i devină ambasadori³¹. De altfel, studiul lui Varga valorifică, în final, și expertiza autorului în domeniul psihiatriei pentru a examina relația dintre popularizarea „autenticității” performative și creșterea incidenței cazurilor de depresie, detectabilă, la nivelul pieței, prin creșterea vânzărilor din industria antidepresivelor³².

Cele trei modele – al autonomiei, al „vocii interioare”, al performativității – corespund, în fond, vârstelor capitalismului despre care au tot vorbit și alți critici culturali. Ele exprimă ambițiile de autoafirmare ale anumitor grupuri, în epoci diferite ale modernității, reductibile la câteva praguri simbolice: ale clasei de mijloc

³⁰ V. <http://www.coca-colacompany.com/videos/fanta-teen-marketing-director-ytbxzovvtogqw>, consultat pe 15 martie 2018.

³¹ Somogy Varga, „The Politics of Nation Branding: Collective Identity and Public Sphere in the Neoliberal State”, *Philosophy and Social Criticism*, vol. 39, Issue 8, no. 10, 2013, p. 825–845; v. și Alessandro Ferrara, „The Dual Paradox of Authenticity in the 21st Century”, text în curs de publicare (comunicat de autor).

³² Varga, *Authenticity as an Ethical Ideal*, ed. cit., cap. „The Paradox of Authenticity”, p. 127–136 (detalierea caracteristicilor celor trei modele ale „autenticității”), cap. „From Paradox to Pathology”, p. 148–151 (modelul „autenticității” performative și creșterea incidenței depresiei).

victoriene de la 1850, ale „generației '68”, ale tinerilor corporatiști din anii '90, emergenți pe piața muncii într-un moment de ascuțire a concurenței, în contextul globalizării. Varga ajunge la o critică pe două paliere a culturii populare a „autenticității”: pe plan economic, aceasta contribuie la eficientizarea continuă a mecanismelor de piață, după cum am văzut; în schimb, în plan politic, ea e contraproductivă, individualizând, „privatizând” și, prin urmare, depolitizând lupta socială. Replierea în relația cu sinele ca la un ultim resort în confruntarea cu inegalitatea, instabilitatea, discriminarea din societățile lumii are și această urmare demobilizatoare, dizolvantă la nivel de grup. Concluzia despre „modelarea reciprocă dintre autenticitate și capitalism” nu poate fi citită, de aceea, decât ironic. „Autenticitatea”, prin „practicile patologice”³³ de azi, riscă a deveni, și ea, *just another brick in the wall*. Motiv pentru care conceptul reintră într-o eră a suspiciunii, în discursurile de marketing, politice, psihoterapeutice și literare.

BIBLIOGRAFIE

- Crowe, Benjamin D., *Heidegger's Religious Origins. Destruction and Authenticity*, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis, 2006.
- Cushman, Philip, “Why the Self is Empty. Toward a Historically Situated Psychology”, în *American Psychologist*, vol. 45, no. 5, may 1990.
- Ferrara, Alessandro, “The Dual Paradox of Authenticity in the 21st Century”, text în curs de publicare (comunicat de autor).
- Ferrara, Alessandro, *Reflective Authenticity. Rethinking The Project Of Modernity*, London & New York, Routledge, 1998.
- Flax, Jane, *Thinking Fragments: Psychoanalysis, Feminism, and Postmodernism in the Contemporary West*, Berkeley, University of California Press, 1990.
- Golomb, Jacob, *In Search Of Authenticity. From Kierkegaard To Camus*, London & New York, Routledge, 1995.
- Guignon, Charles, *On Being Authentic. Thinking in Action*, London & New York, Routledge, 2004.
- Handler, Richard, “Anthropology of Authenticity”, în Neil J. Smelser, Paul B. Baltes (eds.-in-chief), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences.*, Elsevier, Amsterdam-etc., 2001, p. 963–967.
- MacIntyre, Alasdair, *Tratat de morală. După virtute*, traducere din engleză de Catrinel Pleșu, București, Editura Humanitas, 1998, p. 229.
- Rodden, John, “The Politics of Lionel Trilling's Reputation”, *Society*, 36, no. 5, 1999
- Rousseau, Jean-Jacques, *Les confessions*, Précédée d'une notice par George Sand, Paris, Charpentier, Librairie-Éditeur, 1841.
- Rousseau, Jean-Jacques, *Les rêveries du promeneur solitaire*, Paris, Librairie des Bibliophiles, 1882.
- Taylor, Charles, *The Ethics of Authenticity*, Cambridge, Harvard University Press, 2003
- Trilling, Lionel, *Sincerity And Authenticity*, Cambridge, Massachussets, Harvard University Press, 1972.
- Varga, Somogy, “The Politics of Nation Branding: Collective Identity and Public Sphere in the Neoliberal State”, *Philosophy and Social Criticism*, vol. 39, issue 8, no. 10, 2013, p. 825–845.
- Varga, Somogy, *Authenticity as an Ethical Ideal*, New York – London, Routledge, 2012.
- Ziołkowski, Theodore, “Language and Mimetic Action in Lessing's *Miss Sara Sampson*”, *Germanic Review*, 40:4 (1965: November).

³³ Varga, *op. cit.*, p. 159 (“pathological practices of authenticity”), p. 128 (“the reciprocal shaping between authenticity and capitalism”), p. 136 (cele trei praguri ale evoluției capitalismului, cele două planuri ale criticii „autenticității”).

Resurse online:

<http://www.coca-colacompany.com/videos/fanta-teen-marketing-director-ytbxzovvtogqw>, consultat pe 15 martie 2018.

ABSTRACT

After Theodor Adorno's rebuff of authenticity in 1964, theories of identity underwent major changes in the attempt to address the new challenges of the economic, political, and cultural environments. This article is intended to take a look into three discourses on identity, showcasing a shift of perspective in the American cultural studies of the 1970s, 2000s, and 2010s. Lionel Trilling's mostly culturalist approach, in the 1970s, gave rise to critics coming from intellectuals affiliated to the whole political spectrum, from the neo-con to the New Left. Charles Guignon transferred the concept of identity from the "high" territories of elite culture to the "lower" field of pop-culture, from self-help literature and media to punk rock and heavy metal. Somogy Varga followed its trace from the first self-help manual (in mid-19th c.) to the consumerism and counter-culture of the latest decades. The new paradigm of business management, starting at the beginning of the 1990s, relies on such notions as self-marketing, self-management or personal branding. In this new capitalist environment, authenticity has become a competitive advantage on the global market, but, letting itself go with the flow of production, it has lost its counter-cultural impetus and, rather often than not, turned into its opposite, inauthenticity. Today, the potential of political critique associated to the concept seems, therefore, endangered.

Key-words: identity, authenticity, self-help culture, consumerism.