EMINESCU ȘI CULTURA CELEBRITĂȚII

Florin OPRESCU
Dr. Privatdoz., Universitatea din Viena/
Universitatea de Vest din Timișoara

De la Faimă la Celebritate. Lionism, genialitate și/sau hyperionism

În 25 iunie 2020, ziarul german „Die Zeit" (No. 27, pp. 43-44) propunea cititorilor o discuție actuală referitoare la opinia celebrei scriitoare J.K. Rowling cu privire la dezbaterile vulgatei despre criteriile stabilirii genului biologic și definirea lui. Argumentul celebrei scriitoare cu privire la menstruație, ca principiu prim de stabilire a genului, a stârnit o furtună de critici în mediul virtual. Un Tweet, accesat de 14.5 milioane de „followeri", a provocat și reacția virulentă a comunității Queer și chiar poziționările ferme ale altor celebrități asociate succesului „Harry Potter" saga, precum actorii Daniel Radcliffe și Emma Watson, spre exemplu. Ceea ce este însă și mai util analizei mediatice a fenomenului la interferență cu studiile literare, deși aceasta este, probabil, o altă discuție, este legat de analiza din „Die Zeit", inclusiv cu privire la situația personajelor din seria „Harry Potter", referitoare la compoziția familiilor romanului pentru adolescenți, la situația civilă a profesorilor, la clanul Weasley și la ciudata lor familie, la internatul Hogwarts și relațiile sociale, adică o adevărată interpretare contextuală a modelului propus de autoare, în contrast cu poziția sa restrictivă în noua medie. Această situație culturală complexă este una specifică perioadei contemporane, de propagare rapidă a ideilor și imaginilor prin intermedierea mijloacelor electronice de comunicare în masă, sau e doar o altă formă de expunere și propagare a imaginii celebre? Ce-i aduce, așadar, celebritatea unei scriitoare de talia lui J. K. Rowling?

Iată două întrebări care ne determină să aflăm ce este „celebritatea" și care sunt instrumentele de cunoaștere a conceptului sau cum vorbim despre „celebritate"? În primul rând, constatăm că există un domeniu de cercetare numit „celebrity studies"/„studii de celebritate", domeniu relevant în spațiul anglo-saxon, studiat de o disciplină academică născută în siajul studiilor culturale, la sfârșitul secolului al XX-lea, începutul secolului al XXI-lea.

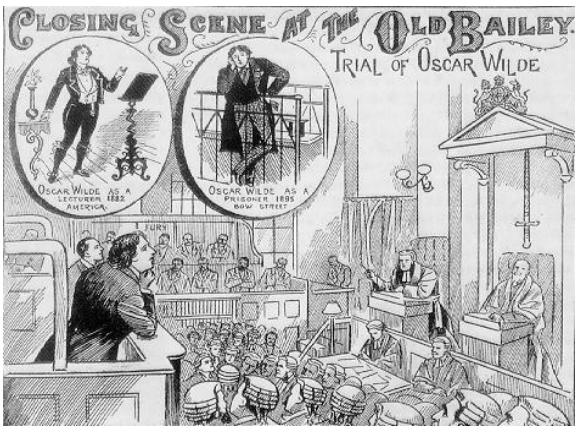
BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

Autoritățile domeniului academic nou sunt Leo Braudy, cu *The Frenzy of Renown: Fame and Its History* (1986), Graeme Turner, cu *Understanding Celebrity* (2004); Eric Eisner, cu *Ninteenth-Century Poetry and Literary Celebrity* (2009); Tom Mole, cu volumul editat *Romanticism and Celebrity Culture* (2009) sau David Giles, cu *Twenty-Firs Century Celebrity: Fame in Digital Culture* (2018). Ideea de bază a acestor studii este aceea că „celebritatea" figurează ca un produs al (re)prezentării media, fără de care nu poate exista, deci este un fenomen apărut în secolul al XIX-lea, odată cu „faima" și „carisma" din prima jumătate a secolului, extensii ale fenomenului popular al presei scrise și, ulterior, al publicității. În a doua jumătate a secolului, asistăm însă la explozia faimei, prin circulația largă a gazetelor ieftine, care au devenit astfel și populare. În tradiția Vechiului Regim francez, constatăm că „La Gazette", a lui Théophraste Renaudot, gazetă care datează din 1631, fusese un instrument politic exclusivist al statului centralizat, susținută din rațiuni politice de Richelieu și adresându-se aristocrației vechiului regim. În privința presei populare, „Le Petit Journal", gazeta conservatoare fondată în 1863 și care a existat până în 1944, ajungea în anul 1895 la un milion de exemplare. Este util să amintim popularizarea „Afacerii Zola" în scandalul Dreyfuss, un Zola celebru, care stârnește numeroase controverse cu scrisoarea deschisă „J'accuse!" din 1898. Presa scrisă este, așadar, un fenomen paracultural major în momentul nașterii culturii vizuale prin mass-media. În paralel, și despre fenomenul cultural romantic putem afirma că este prima și, probabil, cea mai importantă mișcare culturală vizuală din istoria modernității noastre.

Dar secolul vizualului romantic este anticipat, premers și pregătit de un fenomen special, și anume nașterea „sferei publice" ca mediu de propagare a imaginii. După cum demonstra Habermas, sfârșitul secolului al XVIII-lea este momentul articulării „sferei publice" (Habermas 1998), sau „Öffentlichkeit" ca

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

deschidere a privatului, după filosoful german, un spațiu public în care indivizii formează un spațiu al dezbaterii și al distribuției, negocierii ideilor, dar și al autorizării celebrităților. Un astfel de spațiu public al burgheziei secolului al XVIII-lea au fost cafenelele, care au promovat o adevărată cultură a dezbaterilor. Tradiția cafenelelor literare a continuat pe tot parcursul secolului al XIX-lea, dacă ne gândim la Eminescu și la cafenelele literare vieneze Moretti sau Troidl sau la dezbaterile tinerilor din „România Jună" vieneză, dar și în prima jumătate a secolului al XX-lea, când Lucian Blaga, tot la Viena, în Café Hawelka sau Café Museum, intra în contact cu formulele și cu figurile revoluționare ale „Secesiunii" austriece. În orice caz, secolul al XIX-lea este secolul capitalului de imagine, prin care spațiul privat explodează în spațiul public, loc de naștere și decădere al celebrităților. Dacă ar fi să ne referim la o situație marcantă pentru întreg furtunosul timp romantic, exemplul lui Oscar Wilde ar fi reprezentativ. În numărul 5/4/1895 al „Illustrated Police News", putem vedea un desen al finalului de proces al lui Wilde, judecat pentru sodomie în urma relației cu Bosie, și condamnat la doi ani de închisoare, falit și umilit public. Totul se petrece în „sfera publică", iar ziarele profită de popularitatea autorului pentru a amplifica dezastrul și declinul său. De altfel, în jurnalul său de închisoare, *De Profundis*, reținem că artistul însuși devine conștient de risipa de imagine în spațiul public, el afirmând retrospectiv că „am fost un risipitor al geniului meu" (Wilde 2007: 15). Însă o bună imagine – cadru este cea a unui secol romantic vizual care se deschide larg (germ. Öffentlichkeit) publicului prin panopticul lui Madame Tussaud, situat pe strada londoneză Baker Street. Atracțiile muzeului erau „camera ororilor", cea a victimelor Revoluției franceze, figurile de ceară ale celebrităților, precum Robespierre, Generalul Nelson, sau scriitorii celebrii, precum Walter Scott sau Lord Byron.

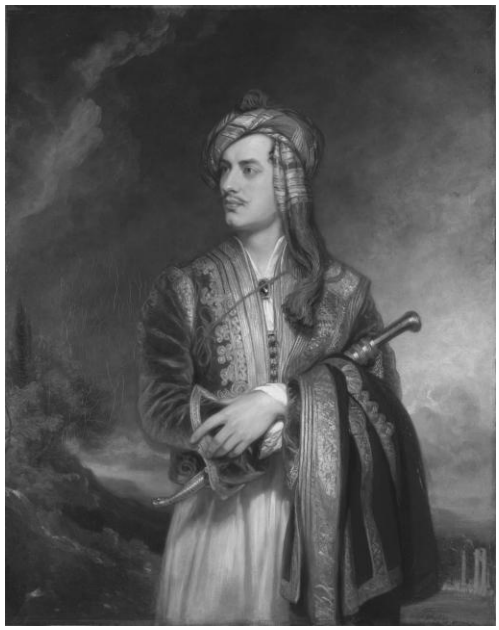


Asistăm, așadar, la o cultură emergentă a celebrității, care va avea un remarcabil succes pe tot parcursul secolului al XIX-lea. Să ne amintim că portretul celebru al lui Eminescu datează din 1869 și a fost făcut la Praga de cehul Jan Tomáš. Investigând comparativ figurile marcante ale secolului, acest

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

portret eminescian ne trimite la cel al lui Byron în ținută albaneză, din 1813, realizat de Thomas Phillips, în contextul în care ambii poeți erau extrem de precauți cu imaginile lor publice. Byron figurează ca o imagine mixtă între ultima imagine berlineză a lui Ion Luca Caragiale, îmbrăcat și șezând turcește, cu privirea evaziv romantică, plutonică pentru a-l cita pe Negoițescu, din portretul lui Eminescu.

După Leo Braudy, Max Weber este cel care asociază și argumentează raportul dintre celebritate, carismă și autoritate publică, atunci când discută tipologia autorității: a. dinastică și genealogică; b. birocratică și rațională; c. carismatică (Weber 1964). Ultima este cea care s-ar potrivi cel mai bine în cazul celebrităților culturale, așa cum rezultă și din exemplele discutate anterior. Deci carisma, la bază o simbolică, ritualică ungere cu ulei de măsline și balsam, devine un instrument de autoritate și autorizare a celebrității în sfera publică, garantând figurilor carismatice o audiență fulminantă pe scena publică. Definiția dată de Braudy carismei este: „audiență a unei figuri pe scena publică" (Braudy 2010: 168), definiție ce ne ajută să revenim astfel la ideea culturii vizuale romantice, care a schimbat radical raporturile dintre individ și societate, public și privat. Însă atunci când vorbim de autoritate pe scena publică, un termen atrage atenția în studiile despre cultura celebrității în secolul al XIX-lea, și anume cel de „lionism" (Braudy 2010: 178; Salmon 2009: 60), asociat frecvent cu geniul romantic, termen care relevă faptul că romantismul a funcționat ca un complex sistem de vase comunicante. Richard Salmon realizează un important studiu, în volumul colectiv intitulat *Romanticism and Celebrity Culture. 1750-1850*, în care explică modul în care „fizionomia leului s-a intersectat cu celebritatea literară în secolul al XIX-lea" (Salmon 2009: 60). „Lionismul" apare ca o chintesență a celebrității literare în secolul al XIX-lea, o practică a imaginii dominante a geniului în sfera publică. Acest concept „emerge dintr-o cultură a spectacolului vizual" (Salmon 2009: 60), din cultura



BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

spectaculară a timpului. Simbolistica leului este aceea a dominației, a caracterului său vizual impunător, dar, așa cum folosește Byron simbolul în câteva pasaje din *Don Juan* (1819-1824), această imagine descrie și caracterul efemer, tranzitoriu al reputației publice a scriitorilor care decad brutal de pe scena publică. Leul înfățișează, așadar, un paradox al imaginii duale: putere și fragilitate. Paradoxul imaginii romantice urmărește vizibilitatea tranzitorie a scriitorilor în sfera publică.

Conceptul capătă consistență pe tot parcursul secolului, fiind întâlnit la Byron, la Edgar Allan Poe (*Lionizing*, 1835), la Henry James (*The Death of a Lion*, 1894) sau la Thomas Carlyle, care descrie „une soirée of lions". Cu referire la Walter Scott și Robert Burns, Carlyle avertizează și el asupra riscului transformării eroului romantic într-o simplă celebritate. *The Death of a Lion* este o alegorie a celebrității moderne, a caracterului efemer al acesteia, în spiritul pesimismului romantic. Este relevantă o comparație cu „Epigonii" lui Eminescu sau cu „Astfel a mea viață va trece uniform" din ediția îngrijită de Ioana Bot și Cătălin Cioabă, intitulată *Eminescu-versuri din manuscrise* (2015):

„Numele lor e nimeni, nimic a lor ființă
(...)
Pe numele-mi uitarea, pe inimă-mi pământul
Un gând ce nimănuia nu i-a trecut prin minte
Ce n-au fost, n-o să fie de acuma înainte" (Eminescu 2015: 188).

Așadar, celebritatea pare a fi doar un fenomen sincron al fugitivului succes public, riscant prin artificializarea și superficialitatea imaginii, în detrimentul literaturii. Scriitorii romantici conștientizează treptat că „faima" sau „celebritatea" este o pierdere a substanței într-o cultură centrată excesiv pe imagine, într-un timp al emergenței culturii populare și al mediatizării jurnalistice excesive.

Cât de celebru era Eminescu?

O astfel de întrebare generică, ne duce la o investigație, la rândul ei, cu valențe retorice, cu privire la cadrul cultural țesut în cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea în jurul Junimii. Vorbim, așadar, de un Eminescu al timpului sau de un timp al lui Eminescu? Dezbaterea referitoare la o astfel de întrebare o găsim de altfel și în două lucrări importante din ultima perioadă. Este vorba de cartea lui Iulian Costache, *Eminescu: Negocierea unei imagini* (2008), și de cea a lui Adrian Tudurachi, *Fabrica de geniu. Nasterea unei mitologii a productivității literare în cultura română (1825-1875)* (2016). Iulian

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

Costache folosește conceptul de „mimesis inversat", însemnând că „opera va fi determinat destinul biografic al poetului" (Costache 2008: 193), deci celebritatea poetului este o consecință a operei sale, înțeleasă, recunoscută și promovată la Junimea, mai ales de către Titu Maiorescu. Cu toate acestea, „bruiajul mediatic respectiv îl va fi determinat prin proliferarea stereotipiilor compătimirii versus culpabilizării" (Costache 2008: 206), asociate cu „accidentul biografic" al maladiei survenite atât de devreme în cursul biografic al lui Eminescu. Se perpetuează astfel o figură stereotipă a poetului damnat, în conformitate cu prejudecățile publice ale vremii legate de boală, moarte și operă, propagate mereu în sfera publică, cu scopul de a genera compasiunea publică. Iulian Costache ne confirmă faptul că „mass-media confecționează poetului o biografie ale cărei stereotipii confirmă, în fond, niște forme mentale. În concurență cu recuperarea memorialistică a vieții și imaginii lui Eminescu, ce reprezintă în fond un alt tip de tratament aplicat biografiei, această biografie mediatică, realizată din aglomerarea mozaicată a unor texte non-ficționale, utilitare deci, va consacra, în fond, niște forme mentale ce se vor dovedi a fi, pe termen lung, mult mai active și persistente" (Costache 2008: 200).

Pentru a vedea raportul dintre biografie – faimă/celebritate și operă ar fi necesară investigarea câtorva texte din perioadă cu privire la imaginea reală a poetului, pornind de la ideea că celebritatea ar fi un fenomen sincron, un contract public asumat de către autorul „celebrizabil" însuși. Amintirile bio-literare despre destinul eminescian în perioadă pot fi o hârtie de turnesol care să releve figura publică și privată eminesciană și să-l poziționeze pe Eminescu față de contemporani în (dez)acord cu ideile timpului, în contrast cu bruiajul mediatic, cu toate că, de cele mai multe ori, e și un riscant exercițiu de imagine subiectivă, falsificată, oglindă întoarsă a memorialistului spre sine însuși. Exemplul cel mai bun în acest sens ar fi cel al lui George Panu, cu ale sale *Amintiri de la Junimea din Iași* (Panu 1942). Adversar al junimiștilor, Panu recompune în ale sale foiletonistice și selective „amintiri" (1901-1906), deseori cu ironie și sarcasm, atmosfera de la Junimea, care ne apare, precum la Carlyle, ca o veritabilă „soirée de lions" moldavă. Printre portretele invocate constant de Panu, poate cel mai consistent, este cel al lui Eminescu. Observatorul este, în primul rând un judecător al aparențelor, atât al imaginii lui Eminescu, afirmând că: „de la început figura lui Eminescu, cu pletele lui lungi, cu aerul lui de suveran dispreț pentru omenire și pentru ceea ce-l înconjura, nu mă dispusese de loc în favoare-i" (Panu 1942: 54), cât și superficial critic, neînțelegând „gândirea" poetului, tocmai echilibrul dintre formă și fond pe care i le

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

aprecia, în contrapondere, Titu Maiorescu. Judecata sa rămâne la suprafață, tributară versificației și clișeelor canonice formale din perioadă, așa cum reiese din eterna comparație cu Alecsandri: „Căci trebuie să spun că Eminescu la început nu-mi plăcuse de loc; nu-mi plăcuse, fiindcă fondul poeziilor lui era fals, nedrept, pretențios; pentru că și mai târziu Eminescu, dacă are inspirațiunea admirabilă și forma frumoasă, însă ca gânditor, dacă nu este mediocru, cele de mai multe ori însă este absurd. Și dacă pe un poet ca Alexandri îl poți judeca fără a-i analiza gândirea, pe Eminescu nu" (Panu 1942: 37). Memorialistul confirmă valoarea poeziilor sale și motivul de a fi fost promovat de Junimea: „Singurul poet pe care l'a dat în adevăr *Junimea*, era Eminescu. Dar Eminescu al *Venerei și Madonei* și al *Epigonilor* era încă un poet cu o formă foarte contestabilă, cu antiteze căutate într'adins, cu un pesimism nedrept, care l-a întovărășit toată viața, – dar în sfârșit poet" (Panu 1942: 36).

Difuză rămâne și asocierea între „strălucit", referitor la poezie, și „straniu", cu privire la personalitatea eminesciană, însă această contradicție involuntară traduce inclusiv înțelegerea parțială a poeziei sau filtrarea ei prin registrul autohtonist și interpretarea etno-centristă, așa cum reiese din cele de mai jos. Eminescu, ne spune Panu, „a fost un poet strălucit, dar straniu; el trebue să rămâe unic, fiindcă unică și stranie a fost personalitatea sa; el nu poate, nici nu trebue să creeze o școală. De aceea am considerat în totdeauna ca o absurditate și ca o lipsă de talent, real, silința din partea tuturor acelora care au cautat să-l imiteze. Eminescu nu a fost un poet al timpului nou, el nu a avut aproape nici o legătură cu contimporanii săi mai cu seamă cu Românii" (Panu 1942: 38). Însă amintirea lecturării nuvelei *Sărmanul Dionis*, considerată de o „extravaganță neiertată", confruntată cu procesele verbale de la ședințele Junimii[1], trădează și memoria vulnerabilă a lui Panu, căci mai multe persoane invocate de el lipsiseră de la ședință și se pare că nici chiar Panu nu fusese prezent în momentul lecturii.

Dincolo de judecățile literare superficiale și de amintirile laconice ale lui Panu, de un interes aparte în privința spiritului public eminescian, rămâne portretul acestuia în cadrul grupului de la Junimea, în ciuda faptului că memorialistul își recunoaște predispoziția spre „zeflemea", care displăcea profund poetului. Reținem însă că „Eminescu era și el în momentele lui bune vorbăreț și glumeț, deși în totdeauna cu o umbră de melancolie, însă nu admitea glume

[1] În 1933, în ediția Torouțiu, „Studii și documente literare", redactate de A.D. Xenopol, apar mai multe procese verbale de la Junimea, inclusiv cel din data citirii nuvelei.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

asupra credințelor și convingerilor sale. Și fiindcă tocmai acele credinți și convingeri puneau în mișcare verva mea, de aceea mă evita, cu toate că reciproc ne stimam. Niciodată n'am avut vre-o discuție displăcută cu dânsul, și când era bine dispus, chiar consimțea să ia o consumație cu noi. Dar nu pot spune același lucru și despre alții. Eminescu trata cu mare asprime pe mulți din *Junimea*, iar cuvântul de *proști* și *ignoranți* era la fiecare pas pe buzele sale. Toată lumea însă îl menaja" (Panu 1942: 93-94).

Portretul public al poetului este acela al unui melancolic retras, tăcut dar și virulent în critici la adresa celor care se limitau la observații formale asupra textelor sale, preferând singurătatea în locul faimei, compania discretă a prietenilor în locul recunoașterii și spectacolului public. Protectoratul junimiștilor readuce în discuție ideea lui Iulian Costache referitoare la compătimirea sa, la edificiul public construit pe imaginea poetului damnat, nu neapărat pe cunoașterea și înțelegerea textelor și a gândirii sale, lucru vizibil și în considerațiile lui Panu, de altfel.

Mai puțin speculative, prin evitarea supralicitării interpretative și prin invocarea unor situații biografice mai precise și mai credibile, rămân rememorările lui Teodor V. Ștefanelli, coleg cu Eminescu la Cernăuți și Viena, intitulate „Amintiri despre Eminescu", apărute inițial în 1914, la Editura C. Sfetea, și mai apoi la Cernăuți, în volumul din 1943, intitulat *Eminescu și Bucovina* (Ștefanelli 1943). Autenticitatea amintirilor lui Ștefanelli reiese și din suprapunerea profilului moral al poetului cu spiritul vremii, reacțiile sale trădând dezinteresul și dezgustul pentru spectacolul celebrităților publice. Ștefanelli îl cunoaște pe Eminescu în 1860 la Cernăuți, iar primul portret este acela al elevului: „Cât timp a urmat Eminescu liceul era vorbăreț și vioiu ca mai toți colegii săi, și avea un vecinic surâs pe buze, afară doar când nu știa lecția. Acest zâmbet prielnic i-a câștigat inima colegilor săi, ceeace nu împiedica însă ca la certe ocazionale să se ghiontească între dânșii de-a binele, și în cazuri de luptă tragicomică părul lung al lui Eminescu forma o mare atracțiune pentru a fi scâlțăit de mâinile colegilor săi" (Ștefanelli 1943: 18). Cele mai relevante observații, unde putem vedea și temperamentul recluziv eminescian, sunt legate de perioada vieneză, când cei doi se regăsesc la studiile universitare. Portretele lui Ștefanelli, legate de labirintul vienez al lui Eminescu, student extraordinar la Universitatea din Viena[2], sunt încadrate în diversele medii culturale ale

[2] Situația unui student „extraordinar" la Universitatea din Viena îi permitea lui Eminescu o libertate în acord cu spiritul său, dar și cu exigențele sale universitare.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

orașului imperial în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Toate compun profilul unui observator atent și retras al scenei publice, nu al „leului" dominant, din centrul scenei publice. La cafeneaua Moretti sau la Troidl îl regăsim „tăcut (...) se mărginea să asculte (...) foarte modest și puțin comunicativ", unde intra în polemici, mai ales cu transilvănenii Aurel Mureșianu, Tancu și Moisil, doar „tras de limbă" (Ștefanelli 1943: 39).

Capitolul grăitor al memoriilor lui Ștefanelli în privința observațiilor noastre referitoare la modul de poziționare al lui Eminescu în cultura emergentă a celebrității secolului al XIX-lea este unul retoric, fiind intitulat „Era Eminescu comunicativ?" (Ștefanelli 1943: 59). Nu doar în discuțiile de cafenea se profilează ca fiind „foarte modest și puțin comunicativ", ci și la „România Jună" el era o prezență discretă, ne-critică, care refuza polemicile și din cauza fragilității sale emoționale. Concluzia observatorului este aceea că „era tăcut, gânditor și că numai rare ori, silit de împrejurări, eșia din rezerva sa și discuta cu cunoscuții săi" (Ștefanelli 1943: 59). Chiar și atunci când lua parte la „petrecerile sociale", era „puțin comunicativ (...) râdea de glumele ce se făceau (...) asculta discursurile (...) pasiv" (Ștefanelli 1943: 65). Singurele reacții impulsive, virulente chiar, se declanșau atunci când se purtau discuții referitoare la inechitățile sociale sau la drepturile politice ale conaționalilor. Înțelegem, astfel, atracția ulterioară a lui Eminescu spre presa militantă, nicidecum ca o dorință orgolioasă de a fi celebru, ci din rațiuni financiare și din sentimentul natural, ingenuu al exprimării convingerilor morale și politice ale națiunii la finalul secolului său. Ne spune Ștefanelli că „nu rămânea Eminescu niciodată pasiv și aceasta se întâmpla atuncea când era vorba de păturile sociale din România. El avea ură contra ciocoilor, a parveniților și a proletariatului semidoct, care prin gazete, prin adunări și prin scrieri, debutau cu fraze sforăitoare, lipsite de orice fond și îmbătau lumea cu apă rece, iubia însă poporul cu toată căldura sufletului său, căci pentru dânsul era poporul massa inconștientă, dar sănătoasă și necoruptă pe care se sprijină statul și care ne-a conservat limba, datinile, cântecele și toată individualitatea noastră etnică" (Ștefanelli 1943: 60).

Un moment căruia biograful îi atribuie mare importanță este cel al serbării de la Putna din 1871, organizată de „România Jună" din Viena la ideea lui Eminescu, extrem de implicat în organizarea festivităților, pe care le considera vitale în recunoașterea și afirmarea națională. Președintele comitetului de organizare fusese totuși Ioan Slavici, fiindcă Eminescu „a refuzat să facă parte

Aflăm de la Ștefanelli, spre exemplu, că urmează inclusiv cursurile romanistului Adolf Mussafia în această perioadă a studiului.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

din acest comitet, pentru că el, ca întotdeauna modest și sfios, nu râvnea niciodată să steie în fruntea unei întreprinderi" (Ștefanelli 1943: 71). Cu alte cuvinte, nu avea nici orgolilul, nici structura emoțională de a fi plasat în centrul sferei publice, mulțumindu-se în a o organiza și a observa ulterior. În ziua serbării, îi declamă lui Ștefanelli o poezie patriotică de 24 de strofe, ce urma să fie distribuită mulțimii a doua zi. Textul este declamativ, versul „O, Ștefan! tu ești mare și la mormântul tău!" amintind de tonul din „Scrisoarea III" cu inchizitorialul „Cum nu vii tu, Țepeș Doamne!" Momentul declamativ este relevant pentru fuga de celebritate a poetului, și pentru atitudinea sa defensivă față de public: „nici nu observase că în jurul nostru se strânse mai multă lume care asculta și ea în tăcere cuprinsă de farmecul frumoasei declamațiuni a lui Eminescu. Când sfârși Eminescu, isbucni *bravo!* și *minunat!* din mulțime. Eminescu își veni în fire, și am putut observa că **era foarte nemulțumit de aplausul mulțimii**. Repede își ridică teancul de jos și se depărtă spre partea opusă mănăstirii" (Ștefanelli 1943: 74) (s.n., F.O.).

Confirmarea profilului melancolic, retras, reticent la faimă al poelui o regăsim și în celebrul articol al lui I.L. Caragiale, intitulat „Ironie", publicat în „Timpul", la data de 15 iulie 1890, deci la un an de la moartea poetului. Pe de-o parte, portretul pe care îl face Caragiale lui Eminescu este similar cu cel al lui Ștefanelli, accentuând dezgustul față de celebritate al poetului și refuzul de a se expune pe scena publică, în ciuda autoconvingerii că avea talent: „De felul lui mândru, el fugea de onoruri, știindu-le câte concesiuni costă. Melancolic și pasionat, deși-n același timp iubitor de veselie si de petreceri ușoare, ura din convingere așa-numitele convenienţe și poleiala lumii. Niciodată nu primea bucuros laude, nici chiar de la puținii prietini, foarte puțini, pe cari-i avea și-n judecata și sinceritatea cărora credea – darmite pe ale acelei mulțimi de seci fără talent, judecată, nici sinceritate, cari se tot vâră în biata noastră literatură ca microbii răufăcători în trupul omului sănătos și cari nu se sfiesc a se fuduli à tout propos cu un prieteșug ce nu le-a fost nicicând acordat! Laudele acelora îi inspirau d-a dreptul «dezgust». (...) Dar dacă nu dorea onoruri, dacă fugea de zgomot și de laude, asta nu era decât din pricina deșertăciunii lor, iar nu din vreo falsă modestie ce l-ar fi făcut să n-aibă deplină și manifestă încredere, față cu toată lumea, în talentul lui" (Caragiale 1999: 68). Pe de altă parte, Caragiale polemizează pe marginea „popularității" asociată faimei și celebrității sale în perioadă. În urma „ironiei" la adresa contemporanilor și a superficialității recunoașterii valorilor, reiese că celebritatea lui Eminescu este accidentală și postumă. În aceasta constă de altfel „ironia" lui Caragiale, în faptul că publicul au-

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

tohton admitea doar celebritatea postumă, ignorând „genialitatea" sincronă, ceea ce face ca celebritatea să fie un fenomen extrem de vulnerabil prin superficialitatea și „accidentul biografic" de imagine, dacă ar fi să reluăm formula lui Iulian Costache. Dincolo de faptul că omul „a trăit, mai des mâhnit, mai rar vesel, într-un cerc foarte restrâns de prietini. Dar era și un om ciudat! El își făcea o plăcere din necaz și din durere o voluptate", tot talentul „nu-i producea nimica; două-trei funcțiuni care le-a avut – bibliotecar, apoi revizor școlar – destul de slab plătite, a trebuit să le părăsească silit și într-un târziu să găsească mijloc de trai în presa militantă. (...) Câți îl știau că există? Foarte puțini. De-acu încolo, ține-te popularitate!..." (Caragiale 1999: 69-70). Fenomenul spectacolului postum, anticipat de Eminescu în Scrisoarea I, arată și miza celebrității, care favorizează spectacolul imaginilor distorsionate în defavoarea valorii. Ironia sumbră caragialiană se încheie retoric de această dată, el constatând că „n-a apucat încă să putrezească bine, și ce de asociații și de comitete care să-i garanteze trecerea la posteritate! ce zgomot! ce popularitate! ce de «mititei»!", întrebându-se în final: „Dar nu e meritată popularitatea aceasta?" (Caragiale 1999: 71). Care este meritul și prețul celebrității *malgré soi*, involuntare și postume deci?

Astfel, răspunsul la întrebarea: „Cât de popular/celebru era Eminescu?" reiese limpede în urma suprapunerii portretelor sale, asociate cu înțelegerea talentului său din texte. Este o popularitate „accidentală", născută din formalismul fără fond al sferei publice și din superficialitatea și „neajungerea" mediei românești a secolului al XIX-lea, care vulgarizează imaginea împotriva personalității retrase, defensive, fragilității emoționale și fizice a poetului, care își cunoaște talentul și îi înțelege acesteia superficialitatea și limitările. În cazul dat, celebritatea lui Eminescu ar fi mai degrabă un „hyperionism", ca metaforă a „celui ce se mișcă deasupra" (gr. ὑπέρ ἰών), dar și ca variantă locală, de substanță a „lionismului", un efect al unei sferei publice dominate de scandalul biografic, de filtrare a artei prin biografic.

În loc de concluzii: scepticismul celebrității postume în era noii media

În chip de concluzii, rămâne de discutat polemic pe marginea consistenței instrumentelor de „celebrizare" a lui Eminescu ca poet și, mai ales, de a dezbate pe marginea imaginii sale ca poet „reprezentativ". Dacă Eminescu este „poet național", ar fi util să definim națiunea, înainte de a fixa bunurile culturale reprezentative, marcante și dominante. Nu este cumva națiunea, așa cum spune Benedict Anderson, un „construct cultural", o „comunitate imagi-

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

nată" (Anderson 2006: 5), așa cum este, de pildă, canonul național? Cel puțin comunitatea proiectată de Eminescu în 1871 sau din ipostaza de jurnalist la „Timpul" a fost un construct cultural imaginat, care s-a materializat, geo-politic cel puțin, abia aproximativ jumătate de secol mai târziu, odată cu Marea Unire. Procesul „genializării" practicat la Junimea este el însuși o tehnică „de a face o literatură din nimic" (Tudurachi 2016: 16)[3], cum bine demonstrează Adrian Tudurachi, și de a pune actorii literari pe o scenă goală, ea însăși o figură de ceară desprinsă parcă din panopticumul doamnei Tussauds. Imaginea eminesciană a fost o formă de „literatură națională imaginată", un construct junimist, care în cele din urmă pare că s-a întors împotriva lui Eminescu însuși.

Revenind în final din „epoca leilor" și a gloriilor care se nasc „pe stradă și la ușa cafenelii", vorba poetului damnat, în era digitală contemporană, „celebrizarea" lui Eminescu pare un proiect ratat și fără viitor, fapt care nu ar fi fost decât pe placul poetului[4], așa cum reiese din observațiile de mai sus și acceptându-i dezinteresul pentru popularitate. Pactul său nu a fost cu sfera publică, ci cu nepopularitatea. Care ar putea fi însă mediul de popularizare al imaginii unui poet exemplar, dar de acum aproape 150 de ani? Poate funcționa facebook sau twitter precum în cazul lui J.K. Rolling sau mai degrabă ne vedem nevoiți să ne exprimăm reticența față de destinul celebrității eminesciene în „epoca reproductivității"[5] și a ubicuității digitale[6]? Spre exemplu, dacă decidem că promovarea, „celebrizarea" lui Eminescu, ca metodă de întoarcere, de reactualizare a textelor sale este benefică și necesară, atunci, următoarele forme intertextual-mediatice sunt utile și merită atenția publicului și promovarea mediatică intensă. Fie că vorbim despre un film precum *Eminescu vs Eminem*

[3] Adrian Tudurachi, criticul „fabricii de geniu", continuă demonstrația, susținând că „Geniul e soluția literaturilor care nu dispun de patrimoniu literar" (p. 19) sau care, am completa noi, nu au nici tradiția sferei publice și nici o cultură a celebrității consolidată.

[4] Tot în articolul său, Caragiale accentuează faptul că „de felul lui mândru, fugea de onoruri [...] Niciodată nu primea bucuros laude, nici chiar de la prietini" (Caragiale 1999: 68).

[5] Formula este, desigur, reprodusă după expresia lui Walter Benjamin, expresie marcantă a textului său din 1935, intitulat *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Surkamp, Frankfurt, 1963, tradus în limba română în 2015, la Editura Tact, de Christian Ferencz-Flatz, cu titlul: *Opera de artă în epoca reproductibilității sale tehnice*.

[6] Pentru a instrumentaliza complexitatea producerii și reproducerii mecanismelor celebrităților în era digitală, putem consulta recentul studiu al lui David C. Giles, cu titlul *Twenty-First Century Celebrity. Fame in Digital Culture*, Emerald Group Publishing, Bingley, 2018.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

(2005), în regia lui Florin Piersic Jr., fie de un roman biografic contemporan, precum cel al Florinei Ilis, *Viețile paralele* (2012), sau chiar de filmele de promovare ale unui retailer românesc, ce-și propune să readucă în discursul publicitar fragmente din viața imaginată a scriitorilor celebri, acestea par instrumente benefice în procesul de celebritate acronă. Un proiect precum „Hogarth Shakespeare", al Editurii Hogarth Press, de a rescrie prin ochii și filtrul estetic al unor autori contemporani principale texte ale dramaturgului ar putea avea un rol esențial în stimularea interesului pentru literatura lui Eminescu, cu toate că palimpsestul liric este și el o provocare și o capcană estetică. În orice caz, jocurile recitirii și ale reintegrării figurii eminesciene în acest puzzle mediatic al noii medii are măcar rolul detabuizării figurii monumentalizate încă a poetului din secolul romantic, fapt care nu poate fi decât în acord cu profilul său modest, cu atitudinea sa smerită, mereu împotriva celebrității anodine și în favoarea literaturii.

Bibliografie

Anderson 2006: Benedict Anderson, *Imagined Communities. Reflexions on the Origins and Spread of Nationalism*, London/New York, Verso.

Benjamin 1963: Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt, Surkamp.

Braudy 1986: Leo Braudy, *The Frenzy of Renown: Fame and Its History*, Oxford, Oxford University Press.

Braudy 2010: Leo Braudy, „Secular Anointings. Fame, Celebrity and Charisma in the First Century of Mass Culture", în *Constructing Carisma. Celebrity, Fame and Power in Nineteenth-Century Europe*, Eds. Edward Berenson and Eva Giloi, New York/Oxford.

Caragiale 1999: I.L. Caragiale, „Ironie", în I.L. Caragiale, *Publicistică și corespondență,* Ediție de Marcel Duță, Studiu introductiv de Dan C. Mihăilescu, București, Editura „Grai și suflet".

Costache 2008: Iulian Costache, *Eminescu: Negocierea unei imagini*, București, Cartea Românească.

Eisner 2009: Eric Eisner, *Ninteenth-Century Poetry and Literary Celebrity*, London, Palgrave Macmillan.

Eminescu 2015: Mihai Eminescu, *Eminescu-versuri din manuscrise*, Ediție de Ioana Bot și Cătălin Cioabă, București, Humanitas.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

Giles 2018: David C. Giles, *Twenty-First Century Celebrity. Fame in Digital Culture*, Bingley, Emerald Group Publishing.

Habermas 1998: Jürgen Habermas, *Sfera publică și transformarea ei structurală: studiul unei categorii a societății burgheze*, Traducere de Janina Ianoși, București, Editura Univers.

Panu 1942: George Panu, *Amintiri de la Junimea din Iași*, volumul 1, București, Editura „Remus Cioflec", text disponibil pe http://digibuc.ro, [accesat în 21.09.2020].

Salmon 2009: Richard Salmon, „The physiognomy of the lion: encountering literary celebrity in the nineteenth century", în *Romanticism and Celebrity Culture. 1750-1850*, ed. Tom Mole, Cambridge, Cambridge University Press.

Ștefanelli 1943: Teodor V. Ștefanelli, *Eminescu și Bucovina*, Cernăuți, Editura Mitropolitului Silvestru.

Tudurachi 2016: Adrian Tudurachi, *Fabrica de geniu. Nasterea unei mitologii a productivitatii literare in cultura romana (1825- 1875)*, Iași, Institutul European.

Turner 2004: Graeme Turner, *Understanding Celebrity*, New York, Sage Publications.

Weber 1964: Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*, Studienausgabe, Winckelmann, Johannes (Hg.), Kiepenheuer &Witsch, Köln.

Wilde 2007: Oscar Wilde, *De Profundis*, The Project Gutemberg ebook, April 13 [eBook #921], p. 15 [accesat în 20.09.2020].

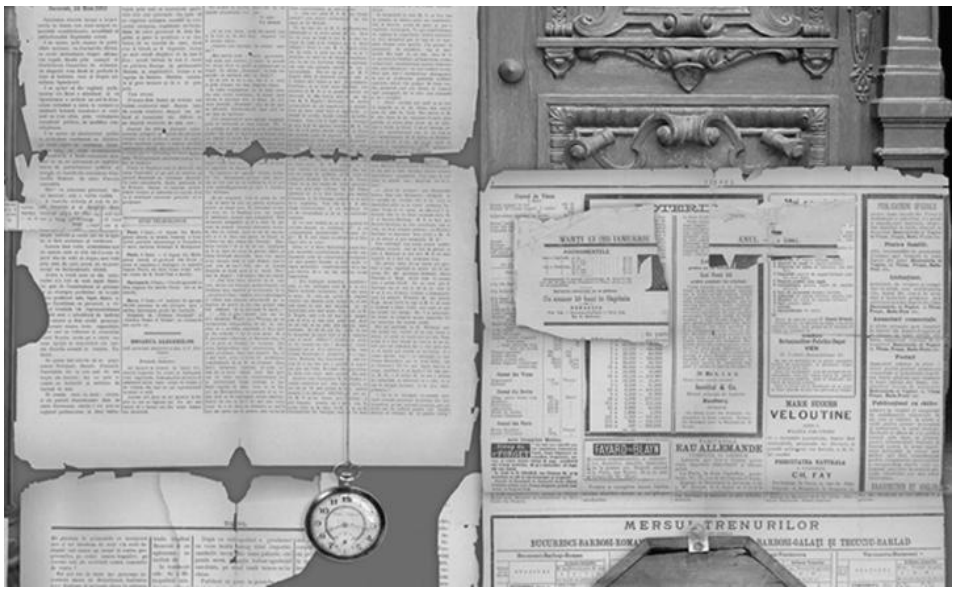
Rezumat: Fenomenul cultural romantic este prima și probabil cea mai importantă mișcare culturală vizuală a modernității. Faima, celebritatea, „lionismul", genialitatea sunt vânate de figurile literare ale secolului al XIX-lea, pentru că le asigură un loc vizibil, autoritar pe scena publică. În același timp însă, le expune vulnerabilitățile, îi fragilizează, creându-le iluzia succesului total și a perenității biografice. În prezentul articol pornesc de la câteva din categoriile domeniului recent de cercetare, intitulat „celebrity studies", născut la interferența cu studiile media, și investighez celebritatea eminesciană în vremea sa, în funcție de nașterea „sferei publice" autohtone, celebritate care a funcționat, în cele din urmă, chiar împotriva poetului însuși. Nu în ultimul rând, chestionez șansele celebrității lui Eminescu în secolul nostru, un timp al comunității virtuale imaginate de noua medie.

Cuvinte-cheie: cultura celebrității, Mihai Eminescu, faimă, romantism, noua media.

BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)

Abstract: The romantic cultural phenomenon is the first and perhaps the most important visual cultural movement of modernity. Fame, celebrity, 'lionism', genius are hunted by most literary figures of the 19th century, because they provide a visible, authoritarian position on the public stage. At the same time, they expose their vulnerabilities and weaken them, creating the illusion of the total success and biographical eternity. In the present article, I start from some categories of the recent field of research, entitled 'celebrity studies', born in interference with media studies, and I investigate Eminescu's celebrity during his time, related to the birth of the indigenous 'public sphere', which, ultimately, acted against the poet himself. Last but not least, I am questioning the chances of Eminescu's celebrity in our century, a time of the virtual community imagined by the new media.

Keywords: celebrity culture, Mihai Eminescu, fame, Romanticism, new media.



BDD-A31803 © 2020 Memorialul Ipotești – Centrul Național de Studii „Mihai Eminescu"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.103 (2026-01-19 10:25:27 UTC)