

**CONSTRUIREA MITURILOR ARTISTICE:
PERCEPȚIE ȘI DISTORSIUNE A VALORII****THE CONSTRUCTION OF ARTISTIC MYTHS:
PERCEPTION AND DISTORTION OF VALUE****CONSTANTIN ȘCHIOPU¹**doctor habilitat în pedagogie, profesor universitar,
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice<https://orcid.org/0000-0002-0568-9615>

CZU 316.752

316.74:7

DOI <https://doi.org/10.55383/amtap.2026.1.20>

În articol este abordată problema construirii miturilor artistice în societatea contemporană. Studiul subliniază rolul capitalului simbolic, al instituțiilor culturale, criticilor și al mass-mediei în validarea operelor și artiștilor, inclusiv a celor care nu corespund criteriilor estetice obiective. Este examinată dimensiunea strategiei de automitologizare, precum și cea de canonizare artistică. Procesul de recunoaștere și de validare socială accentuează, în unele cazuri, disonanța dintre valoarea estetică intrinsecă și valoarea simbolică atribuită. În consecință, miturile artistice devin instrumente de mediere între creator, instituții și public, modelând memoria culturală și percepțiile colective asupra artei. Articolul evidențiază necesitatea unei evaluări critice permanente, care să diferențieze autenticitatea valorii estetice de legitimitatea conferită prin capital simbolic.

Cuvinte-cheie: mit, construire, automitologizare, valoare, nonvaloare, artist, operă

The article addresses the issue of constructing artistic myths in contemporary society. The study emphasizes the role of symbolic capital, cultural institutions, critics, and mass media in the validation of works and artists, including those that do not meet objective aesthetic criteria. It examines the dimensions of self-mythologization strategies as well as artistic canonization. The processes of recognition and social validation amplify the dissonance between intrinsic aesthetic value and attributed symbolic value. Consequently, artistic myths become instruments mediating between the creator, institutions, and the public, shaping cultural memory and collective perceptions of art. The article highlights the necessity of continuous critical evaluation, capable of distinguishing the authenticity of aesthetic value from the legitimacy conferred through symbolic capital.

Keywords: myth, construction, self-mythologization, value, non-value, artist, work

Introducere

Mitul artistic reprezintă un fenomen cultural complex, situat la intersecția dintre creație, percepția colectivă și istoria culturală. Acesta se referă atât la valoarea intrinsecă a operei, la talentul artistului, cât și la modul în care societatea construiește și transmite o imagine despre individ și operă. În societatea contemporană, procesul de mitizare devine tot mai insistent, iar artiștii și/sau operele lor sunt rapid transformate în simboluri culturale. Această tendință nu este însă una nouă: în perioada sovietică, miturile, inclusiv cele artistice, erau direct consecința ideologiei totalitare. Lideri politici, precum Vladimir Lenin, erau mitizați ca figuri simbolice, iar artiștii, adepți ai realismului socialist, precum și „creațiile” lor erau transformați în modele de valori și moralități colective. În ultimele două-trei decenii, deși trăim într-o societate democratică, în care, teoretic, libertatea artistică și pluralismul ar permite o apreciere critică și obiectivă, mitizarea artistică persistă, manifestându-se prin supraaprecierea unor figuri sau opere în funcție de gusturi sociale, presiuni, interese economice și narative mediatice. Astfel, miturile artistice nu dispar odată cu schimbarea regimului politic, ci se transformă, continuând să modeleze memoria culturală și percepția valorii artistice.

¹ E-mail: schiopu_constantin@yahoo.com

Crearea persistentă a miturilor artistice servește mai multor scopuri sociale și culturale: conferă coeziune identitară prin exemplificarea unor valori simbolice, facilitează legitimizarea instituțională și economică a artei, oferă publicului experiențe estetice și emoționale însoțite de povești captivante. În plus, miturile devin instrumente prin care societatea negociază relația dintre succesul imediat, recunoașterea ulterioară și valoarea intrinsecă a operei. În multe cazuri, aceste mituri nu reflectă fidel performanța artistică, ci răspund mai degrabă nevoilor narrative și sociale ale epocii contemporane.

Mitul artistic: mecanisme de formare și de consolidare a autorității simbolice

Analiza miturilor artistice necesită o abordare interdisciplinară, integrând teoria culturală, sociologia artei, studiile de media etc. În această ordine de idei, pentru a înțelege și a explica modul în care apar și se consolidează miturile artistice, este foarte utilă teoria lui Pierre Bourdieu, din care desprindem câteva concepte definitorii și anume: „capitalul simbolic și legitimarea artei”, „câmpul cultural”, „autonomie vs. heteronomie”, „funcția mitului în menținerea puterii simbolice”, „mituri și nonvalori”. Primul termen, „capitalul simbolic”, potrivit lui P. Bourdieu, înseamnă prestigiu, recunoaștere și autoritate culturală conferită unui individ sau unei creații [1]. În contextul artei, capitalul simbolic este ceea ce face ca un artist/o creație să fie perceput ca „valoros” sau „important”. Miturile artistice se formează adesea pe baza acumulării și legitimizării acestui capital, care poate fi conferit de instituții, critici, mass-media sau de comunități culturale etc. Un pseudocântec, devenit șlagăr, exemplifică plin mecanismele prin care câmpul social și mediatic validează simbolic un produs. În cazul acestuia, popularitatea lui se consolidează prin expunere mediatică intensivă (difuzarea constantă la radio, televiziune sau prin platforme digitale creează iluzia calității și legitimității), asocierea cu evenimente sau campanii culturale (cântecul poate fi integrat în contexte sociale și festive, care sporesc vizibilitatea și acceptarea sa), recunoașterea colectivă (percepția publicului contribuie decisiv la canonizarea temporară a cântecului ca șlagăr, indiferent de judecata criticilor de specialitate). Astfel, nu valoarea obiectivă a operei este cea care contează în mod primordial, dar modul în care aceasta este recunoscută și validată social.

O importanță deosebită în crearea miturilor îl are câmpul artistic, definit de P. Bourdieu drept un spațiu social autonom, în care diferiți actori (artiști, critici, curatori, instituții) concurează pentru recunoaștere și prestigiu [1]. În câmpul acesta miturile se nasc atunci când anumite opere sau biografii sunt promovate ca exemplare, iar altele sunt marginalizate sau ignorate. Această competiție produce selecții care transformă artiștii în figuri mitice, în funcție de strategie, poziție socială și relații de putere. Deci, nu este exclus ca un produs artistic să fie recunoscut și validat social, chiar dacă, obiectiv, este lipsit de valoare artistică. Fenomenul respectiv se poate întâmpla tocmai prin mecanismele capitalului simbolic și ale câmpului cultural. Or, dacă un individ sau o instituție cu prestigiu acordă atenție sau promovare unei opere, aceasta poate deveni valoroasă în percepția publicului, independent de calitatea sa estetică obiectivă. Practic, recunoașterea socială poate transforma ceea ce este mediocru sau nevaloros într-un mit cultural, deoarece societatea tinde să accepte validarea actorilor percepuți ca autorități. Instituțiile culturale (muzee, teatre, galerii, festivaluri) pot conferi vizibilitate și legitimitate unui produs artistic, criticii, curatorii sau experții cu prestigiu pot „certifica” o operă, iar această validare instituțională devine un simbol al valorii, chiar dacă opera nu are calități artistice reale. În plus, există și interese strategice, fie particulare (un curator sau un critic poate susține o operă pentru a-și întări propriul prestigiu/capital sau pentru a influența câmpul cultural), fie sociale, economice etc., care determină mitizarea nonvalorilor. În rezultat, publicul tinde să accepte validarea instituțională drept un criteriu de valoare. La rândul ei, validarea colectivă produce consolidarea mitului, chiar dacă opera în sine nu merită această apreciere. În timp, mitul se autoperpetuează prin repetarea și promovarea continuă.

Este cunoscut faptul că miturile artistice apar adesea în zonele în care autonomia și heteronomia se intersectează: un artist poate fi mitizat atât prin merit artistic real, cât și prin promovare instituțio-

nală, chiar dacă opera sa nu corespunde valorilor estetice obiective. În acest cadru, formarea și consolidarea miturilor este strâns legată de procesul de canonizare, prin care anumite opere și personalități creatoare sunt consacrate ca repere durabile ale culturii, fiind integrate în repertoriul valorilor recunoscute. Relația dintre canonizare și mitul artistic este bidirecțională. Pe de o parte, canonizarea consolidează mitul, deoarece integrarea unui artist în repertoriul cultural consacrat îi conferă o autoritate simbolică suplimentară. Pe de altă parte, mitul artistic poate facilita procesul de canonizare, întrucât imaginea simbolică a creatorului și narațiunile construite în jurul operei sale pot influența percepția publicului și a instituțiilor culturale. În acest fel, mitul devine un factor ce favorizează recunoașterea și perpetuarea reputației artistice. Totuși procesul de canonizare poate genera și efecte de excludere. În momentul în care atenția culturală se concentrează asupra unor figuri artistice consacrate sau mai puțin consacrate, alte creații pot rămâne în afara circuitului de recunoaștere (de exemplu, Vincent van Gogh este un caz celebru de recunoaștere tardivă: în timpul vieții, a vândut doar câteva tablouri și a avut un succes aproape inexistent. Recunoașterea lui ca pictor important a început să se consolideze abia după moartea sa, la începutul secolului XX, când colecționarii și criticii de artă au început să aprecieze valoarea inovatoare a lucrărilor sale. Nici creația poetică a lui George Bacovia n-a fost recunoscută ca valoare decât aproape de sfârșitul vieții scriitorului. Astfel, mitul artistic poate domina discursul cultural și poate limita vizibilitatea altor forme de expresie artistică. În anumite cazuri, includerea unor creații discutabile în canon poate fi și rezultatul inerției culturale. Odată ce o operă sau un artist au fost integrați în repertoriul cultural consacrat, această poziție tinde să se perpetueze prin tradiție, prin programe educaționale și prin reproducerea discursului critic existent. Astfel, canonul poate conserva nu doar valori autentice, ci și creații care au fost consacrate în contexte istorice specifice și care nu mai corespund neapărat criteriilor estetice actuale. În ansamblu, existența unor nonvalori în interiorul canonului artistic demonstrează că procesul de canonizare nu este exclusiv un act de evaluare estetică, ci și rezultatul unor mecanisme culturale, instituționale și simbolice complexe. Analiza acestor mecanisme permite o înțelegere mai nuanțată a modului în care valorile artistice sunt construite, legitimitate și perpetuate în cadrul culturii. Totodată, o asemenea perspectivă critică evidențiază necesitatea reevaluării permanente a canonului artistic, astfel încât acesta să reflecte cât mai fidel criteriile autentice ale valorii estetice.

Pentru a recunoaște valorile și pentru a evita crearea unor false mituri artistice, e necesar a face diferența dintre autonomia și dependența externă a produsului artistic, în cazul primului termen, fiind vorba despre capacitatea câmpului artistic de a se autoregamenta, adică de a-și stabili propriile criterii de valoare și legitimitate, independente de presiunile economice, politice sau sociale, în cel de-al doilea - dependența câmpului artistic de factori externi. Într-un câmp autonom, succesul unui creator depinde, în primul rând, de meritul artistic, de originalitate și inovație, nu de aprobarea publicului larg sau a instituțiilor de prestigiu, iar într-unul heteronom, recunoașterea, promovarea și mitizarea artiștilor sau operelor sunt influențate mai mult de instituții, piață, ideologie sau de gustul publicului.

Cât privește mecanismele autonome și heteronome de constituire a mitului, în câmpul artistic, acestea vizează: a) criteriile (originalitate, calitate estetică, inovație, relevanță simbolică *versus* recunoaștere socială, presiune instituțională, gustul publicului, interese economice, politice etc.); b) actorii principali (artiștii, criticii specializați, comunități profesionale *versus* instituțiile culturale, mass-media, piața culturală); c) procese/funcții (evaluare artistică intrinsecă, aprecierea calității intrinseci, selecția și recunoașterea operelor inovative *versus* promovarea și validarea socială, mitizarea artiștilor și operelor, crearea popularității și a legitimității externe). Drept rezultat, în cazul autonomiei se poate vorbi despre recunoașterea durabilă bazată pe merit, despre valoare intrinsecă stabilită, în cel al heteronomiei – despre mitizarea artiștilor/ lucrărilor non-valoroase, despre popularitate temporară sau impusă. Așadar, în analiza fenomenului artistic este necesară distincția dintre valoarea estetică a operei și valoarea simbolică, pe care aceasta o dobândește în spațiul cultural. Deși aceste două dimensiuni pot coincide, ele nu sunt identice și funcționează conform unor logici diferite. Tudor Vianu, abordând

problema structurii artistice, menționa următoarele însușiri ale acesteia: a) intuitivul/puterea reprezentativă: „...puterea artistului de a reține și de a reproduce imaginii individuale este neasemuit superioară oamenilor lipsiți de înzestrare artistică” [2 p. 226], „gândirea lui este în adevăr intuitivă, totul rezolvându-se pentru el în imagini” [2 p. 229]; b) adâncimea psihică – „oricare dintre trăirile artistului, întrucât se comportă ca artist, găsește calea unei largi difuzări în adâncimile organizației sale fizice, de unde conștiința le culege sub forma unor emoții” [2 p. 231]; c) fantezia creatoare (din propria ei productivitate internă, fără niciun motiv exterior aparent, fantezia creatoare ajunge să închipuie o lume miraculoasă de forme); d) puterea expresivă (imaginile sensibile/reprezentarea unui sentiment se asociază cu imaginea expresiei corespunzătoare – sunet, culoare, cuvânt etc.). Pe lângă aceste însușiri ale creatorului, Tudor Vianu identifică și o serie de norme estetice, care decurg din însăși natura artei și care contribuie la determinarea valorii operei. Printre acestea, un loc central îl ocupă norma unității. Opera de artă trebuie să constituie un ansamblu coerent și organizat, în care elementele componente sunt integrate într-o structură semnificativă. După cum afirmă T. Vianu, „unde avem haos, întâlnire întâmplătoare și nemotivată de lucruri eterogene, acolo nu poate să fie artă” [2 p. 39]. Prin urmare, opera artistică rezultă din articularea necesară a elementelor sale într-un tot organic, în care fiecare componentă contribuie la unitatea expresivă a ansamblului. O altă normă esențială este originalitatea, care se explică prin faptul că opera de artă este produsul unei individualități creatoare și trebuie să poarte amprenta personalității artistului. În această ordine de idei, T. Vianu sublinia că orice creație autentică este „străbătută de curentul liric al unei personalități” [2 p. 39], ceea ce înseamnă că opera reflectă modul specific de a percepe și de a interpreta lumea al creatorului. Conform esteticianului român, originalitatea nu implică doar noutate formală, ci exprimă autenticitatea experienței artistice și caracterul irepetabil al perspectivei individuale. În ansamblu, concepția estetică a lui Tudor Vianu evidențiază faptul că opera de artă se constituie la intersecția dintre facultățile creatoare ale artistului – intuiție, profunzime psihică, imaginație și expresivitate – și normele structurale ale artei, precum unitatea și originalitatea. Aceste elemente determină atât specificul actului creator, cât și criteriile prin care poate fi evaluată valoarea estetică a operei.

Strategii de automitologizare

Automitologizarea reprezintă un fenomen esențial în procesul de construire a imaginii creatorului în societatea contemporană. Aceasta presupune că artistul, conștient sau inconștient, nu se limitează la producerea operei sale, ci se implică activ în modelarea percepției publice și culturale asupra propriei persoane. În acest sens, mitul artistic este rezultatul evaluărilor critice, al instituțiilor culturale și al strategiilor deliberate de promovare și de construire a unei imagini. Drept consecință, interacțiunea dintre identitatea reală a artistului, discursul său public și interpretările colective, transformă creația individuală într-un fenomen cultural mai amplu.

Unul dintre principalele mecanisme de automitologizare constă în gestionarea narativă a propriei biografii. Prin intermediul interviurilor, autobiografiilor, corespondenței sau declarațiilor publice, artistul își poate selecta momentele definitorii, exagera dificultățile depășite sau accentua „momentele de revelație” care îi definesc cariera. Astfel, biografia devine un instrument prin care se conturează mitul. Prin selectarea evenimentelor și prezentarea lor într-un mod coerent, artistul poate crea impresia unei traiectorii inevitabile și „destinate” succesului. El poate construi tipare repetate de apariții, declarații și gesturi care devin parte din mitul său. Acestea sunt adesea subtile – de la modul de a vorbi despre procesul creativ, până la alegerea mediului în care operele sunt prezentate. Ritualizarea produce un cadru de așteptare în rândul publicului, care percepe fiecare intervenție ca parte a unui discurs coerent, ce conferă autoritate și legitimitate. În această perspectivă, mitul se construiește atât prin narațiune, cât și prin performanța constantă a identității. Însăși opera lui poate fi utilizată ca instrument de automitologizare. În acest sens, creația încetează să mai fie doar expresia unei individualități interne, ea devenind un mijloc de a proiecta imaginea artistului în spațiul cultural și de a genera recunoaștere simbolică.

O altă dimensiune esențială a automitologizării constă în gestionarea relațiilor cu alți artiști, instituții sau figuri culturale, proces care contribuie semnificativ la consolidarea prestigiului și la conturarea imaginii de autor excepțional. În acest cadru, artistul se raportează la întregul ecosistem cultural în care operează, folosindu-l strategic pentru a-și amplifica vizibilitatea și autoritatea simbolică. Un prim mecanism îl reprezintă atribuirea sau exagerarea influenței unor mentori, prieteni și colaboratori. În situațiile în care un artist se asociază public cu figuri deja consacrate, percepția asupra capacităților sale este amplificată. Mentoratul devine astfel un instrument de validare indirectă: pe lângă calitățile proprii ale artistului este recunoscut și faptul că a fost „aprobat” sau „ghidat” de persoane cu prestigiu. Exagerarea acestor relații poate contribui la crearea unei aure de excepționalitate, chiar dacă impactul real al mentorului asupra operei nu este major. Această strategie reflectă un proces de interdependență simbolică, prin care prestigiul și capitalul cultural circulă între indivizi, sporind vizibilitatea și legitimitatea celor mai puțin consacrați. În paralel, asocierea cu curente/tendințe artistice recunoscute sau cu instituții prestigioase funcționează ca un mecanism de validare socială și culturală. Prin poziționarea în proximitatea unor grupuri sau mișcări artistice consacrate, individul își însușește o parte din aura și legitimitatea acestora. Această strategie nu implică neapărat aderarea totală la principiile curentului sau instituției respective, dar însăși utilizarea acestora ca marcatori simbolici facilitează recunoașterea în câmpul artistic. De exemplu, participarea la expoziții prestigioase, la festivaluri internaționale sau la proiecte notabile poate transforma un artist relativ necunoscut într-un reper cultural. Mai mult, aceste relații sunt adesea gestionate strategic pentru a produce efecte comparative și ierarhice. Artistul poate să-și sublinieze relațiile cu figuri de referință pentru a evidenția diferența dintre sine și alți creatori, creând implicit un raport de superioritate sau excepționalitate. În același timp, asocierea selectivă poate fi utilizată pentru a minimaliza influențele negative sau competiția percepută, reducând astfel riscul unei evaluări critice nefavorabile. În acest fel, automitologizarea devine o formă de negociere simbolică, unde relațiile externe sunt instrumente deliberate de consolidare a capitalului simbolic.

O dimensiune suplimentară a acestei strategii este crearea unei rețele culturale circulare, în care fiecare asociere și colaborare este mediată și reutilizată pentru a întări imaginea individuală. Relațiile devin instrumente de legitimare punctuală, ele făcând parte dintr-o construcție narativă mai amplă, în care artistul își conturează o identitate coerentă și recognoscibilă. Astfel, colaboratorii, mentorii, colegii de generație sau instituțiile culturale devin „elemente constitutive” ale mitului personal, contribuind la percepția unei autorități culturale inevitabile și la consolidarea unei poziții durabile în memoria colectivă a comunității artistice. Automitologizarea se amplifică esențial prin controlul mediului online. Platformele sociale permit promovarea operelor, gestionarea directă a imaginii publice: selectarea opiniilor publicului, modul în care operele sunt prezentate, crearea unei narațiuni coerente despre parcursul profesional și viața personală. Astfel, artistul devine un „manager de simboluri culturale”, care modelează percepția colectivă asupra valorii și prestigiului său.

Concluzii

Miturile artistice reprezintă instrumente complexe de mediere culturală, care modelează percepția valorii și a prestigiului în cadrul comunităților artistice. Ele funcționează ca mecanisme prin care capitalul cultural și autoritatea sunt consolidate, permițând anumitor creații sau personalități să dobândească vizibilitate și recunoaștere socială, chiar în absența valorii estetice obiective.

Procesul de canonizare este strâns legat de mitul artistic, ambele influențându-se reciproc: canonizarea conferă legitimitate și durabilitate imaginii unui artist, în timp ce mitul facilitează integrarea sa în repertoriul cultural consacrat. Această relație bidirecțională relevă faptul că selecția operelor și artiștilor include și mecanisme sociale, instituționale și simbolice, ceea ce poate conduce la includerea unor nonvalori în canonul artistic.

Strategiile de automitologizare demonstrează rolul activ al artiștilor în construirea propriei imagini culturale. Gestionarea relațiilor cu mentori, colaboratori, instituții și publicul, precum și controlul

narativ și mediatic al biografiei și operelor, transformă artistul într-un „manager de simboluri culturale”. Această dimensiune subliniază interdependența dintre creație și reprezentare socială, evidențiind modul în care mitul poate fi utilizat pentru a amplifica prestigiul personal și a consolida capitalul simbolic.

Distincția dintre valoarea estetică intrinsecă a operei și valoarea simbolică atribuită de mediul social, instituțional și mediatic rămâne esențială pentru o evaluare critică a fenomenului. Înțelegerea acestor mecanisme permite explicarea apariției și perpetuării miturilor artistice, precum și formularea unor criterii mai riguroase pentru selecția și promovarea operelor autentice, reducând riscul legitimizării nonvalorilor și contribuind la o cultură artistică mai coerentă și responsabilă.

În ansamblu, analiza miturilor artistice relevă că percepția colectivă, capitalul simbolic și dinamica câmpului cultural interacționează complex, producând atât consolidarea unor valori autentice, cât și perpetuarea unor distorsiuni estetice. Conștientizarea acestor mecanisme este crucială pentru dezvoltarea unei gândiri critice în cadrul studiilor culturale și pentru practicile curatoriale și educaționale, care vizează promovarea artei autentice.

Referințe bibliografice

1. BOURDIEU, Pierre. *Regulile artei. Geneza și structura câmpului literar*. București: Univers, 1998. ISBN 973-34-0425-x.
2. VIANU, Tudor. *Estetica*. București: Orizonturi, 2004. ISBN 973-9154-71-9.

Manuscris primit la 30. 04. 2026. Acceptat pentru publicare la 15. 05. 2026.

Acest articol este distribuit sub Licența Creative Commons Atribuire-Necomercial-Fără derivate 4.0 International.