

REZUMAT

Cuvinte cheie: mit, imagine, simbol, erou, cultură de masă, bandă desenată, super-erou, comunism, modele culturale

Această lucrare își propune să sondeze banda desenată ca fenomen al culturii de masă, evaluându-i dimensiunile ideologice, unele trăsături simbolice în calitatea ei de vehicul al fondului mitic al unei societăți, și chiar și detalii tehnice în măsura în care acestea sunt importante pentru singularizarea benzii desenate în peisajul cultural. Discuția despre banda desenată este proiectată pe fundalul cadrului mai larg circumscris printr-o perspectivă care s-a dorit deschisă și ofertantă asupra mitului, încercând prin aceasta să sublinieze miza lucrării, și anume aceea de a argumenta necesitatea unor studii viitoare care să se oprească asupra rolului de prim rang pe care banda desenată îl poate juca în alimentarea și vehicularea imaginarului colectiv, în transportarea și reînnoirea imaginilor mitice, precum și în crearea altora noi, care să satisfacă necesitățile actuale.

Primul capitol cuprinde această expunere asupra mitului, tinzând la deschiderea cât mai multor linii de investigație, într-o abordare deductivă, de la cadrul general al teoriilor asupra mitului, prin cele asupra imaginii și a simbolului în economia mitică și în fine prin erou ca punct de contact între schema mitologică și cea a benzii desenate. Apelul la mit are în primul rând scopul de a circumscrie tema lucrării în această sferă imensă, întrucât este extrem de importantă (și necesară) înscrierea oricărei situații punctuale, periodizate, într-o perspectivă largă, fie religioasă, fie filozofică, fie antropologică, fie psihologică, deoarece dincolo de interesele stringente de moment și strategiile definite temporal, omul se definește (în primul rând) prin apelul la memorie. Iar cea mai mare parte a memoriei, fie și personale, nu este emanația psihicului individual – prin educație, dacă nu și prin controversatele filoane ale subconștientului pe a căror (presupusă) existență s-a clădit psihologia profunzimilor (care mizează pe un fel de genetică a psihismului), omul se definește prin categorii în care „intră”, care îl preexistă, nu pe care și le creează. Astfel, există pe de o parte abordările care insistă asupra structurilor, asupra permanențelor trans-istorice, imuabile (cum se întâmplă în antropologie, filozofie, psihologie), iar pe de altă parte abordările care mizează pe

schimbare și context (așa cum se petrec lucrurile în disciplinele istorice). Chiar dacă primele abordări, cele structurale, neagă impactul contextului și al timpului asupra schemelor elementare iar celelalte, istorice, neagă însăși existența arhetipurilor, cele două viziuni sunt complementare. Robert Segal, o autoritate în domeniu, afirmă tranșant că nici nu există, practic, studiu al mitului propriu-zis, ci studii ale altor domenii, care se aplică și mitului: teorii antropologice (teorii ale culturii în care mitul deține un loc privilegiat prin aportul său constitutiv al obiectului respectivelor demersuri), teorii psihologice (ale minții, cu regulile sale de funcționare, cu produsele și patologia acesteia), teorii sociologice (în care accentul este pus pe societate, mitul funcționând în primul rând ca liant social), etc. În toate aceste domenii există trei probleme care unesc interesul asupra mitului – originea, funcția și subiectul (conținutul) – și care de cele mai multe ori trebuie tratate separat de către diversele teorii și specializări cu viziuni, instrumentar și mize, nu arareori divergente. Dacă unele încercări au ajuns la rezultate notabile în direcția investigării originii, a funcției ori a subiectului mitic, realitatea dovedește că nici una nu se preocupă de toate acestea simultan. Nu poate fi ignorată însă nici forma pe care o adoptă miturile, chiar dacă adesea este considerată irelevantă pentru conținut ori funcție; ea dă primele (și poate cele mai importante) indicii în privința culturii în care mitul respectiv trăiește și deschide calea celorlalte analize (orice istorie povestită luată ca obiect de studiu exhibă caracteristici externe – dimensiunea relatării și locul povestirii în corpus, interne – ritmuri, diacronii și reguli de compunere narativă, dar și condiții de enunțare – oră și loc al povestirii, identitatea și talentul naratorului, etc). Nenumăratele abordări ale mitului pot fi grupate (bineînțeles, forțând și simplificând sensul acestora, căci dacă există poziții care susțin că mitul nu poate fi interpretat decât prin el însuși, nu este surprinzător că pot exista și interpretări ale mitului care nu pot fi raportate la altele, datorită diferențelor insurmontabile de metodologie, terminologie, paradigmă, și nu în ultimul rând datorită subiectivității autorului) în funcție de domeniul din care provin, în funcție de scopul demersului și chiar în funcție de contextul ideatic în care s-au dezvoltat.

Mitul ilustrează capacitatea imaginației umane de a crea povestiri exemplare (conform lui Jean-Jacques Wunenburger), suficient de bogate și de complexe pentru a îngădui variații nedefinite și a face loc unei transmișeri colective, printr-o „conduită

fabulatorie specifică”, atât din punctul de vedere al activității creatoare, cât și din punctul de vedere al receptivității: participarea la mit este dublă, fiecare fiind, în același timp, receptor, prin ascultare sau lectură, și întotdeauna și puțin re-creator, în măsura în care transmisia, orală sau scrisă, conferă povestirii un aspect imaginativ personal. Puterea de generare mitică e proprie gândirii umane, o „putere originară de reprezentare a unei totalități semnificative, ireductibile la componentele sale elementare”, iar mitul un „mod narativ propriu de a dezvălui un conținut de gândire”, care nu transferă un fapt ori o idee în povestire imaginară, ci manifestă o inteligibilitate, exprimă un sens pe cale narativă; gândirea mitică nu este, așa cum s-a tot spus, proprie stadiului infantil al gândirii umane, ci o cale alternativă ireductibilă, care operează în sens invers gândirii analitice, care își exprimă lumea prin elemente dispartate, pe care le recompune apoi în ansambluri semnificative cu ajutorul construcției logice. Mitul deține o „matrice generatoare de sens”, un „cod genetic intern”, invariabil și independent de inflexiunile evenimentțiale (spre deosebire de legendă, al cărei nucleu de semnificație îi este extern, precum în fabulațiile românești), ceea ce determină două proprietăți ale mitului: apropierea mitului nu se poate realiza prin descompunerea în elemente inteligibile, ci prin repetarea mitului însuși, ca „formă redundantă a imaginarului” ce funcționează prin impregnare și înțelegere globală, nu prin descompunere și explicare progresivă, iar în al doilea rând simbioza inextricabilă între nucleul intrinsec și activatorii de sens, invarianți, arhetipuri cu rolul unor generatoare de forme simbolice.

Trecând în revistă câteva din cele mai importante abordări ale mitului (ținând cont de imposibilitatea unei expuneri totale, exhaustive), pe un traseu cronologic lax, punctând doar pozițiile care au introdus noi perspective ori metodologii, de la Platon și Aristotel până în secolul XX, considerat de mulți ca „secolul mitului”, contrar pretențiilor de raționalitate robustă care să alunge în trecut iraționalitatea fondului mitic (raționalitatea omnipotentă fiind la rândul ei un puternic mit al modernității), am încercat să conduc firul argumentativ înspre arii specifice ale mitului, care privesc strict tema lucrării. Astfel, un rol important le revine miturilor laicizate ale modernității, materie primă a ideologiilor politice demarate în secolul al XIX-lea, continuate ciclopic și catastrofic în secolul următor, cataclisme care solicită în primul rând investigarea mobilurilor imaginare care le-au făcut posibile. Miturile moderne pot fi diferite de cele antice, cel puțin la nivel

formal, corespunzând unei alte expresivități, dar funcția lor nu este nicidecum secundară. Mari structuri mitice moderne precum marxismul, scientismul, psihanaliza, au zguduit din temelii o ordine imaginară anterioară și au generat noi forme de identificare, însă întrebuițând același fond subliminal precum alte construcții mitice care le-au precedat (laice sau religioase). Progresul, națiunea, milenarismele de tot soiul, alteritatea, salvatorul și multe altele constituie teme mitice majore ale modernității, care au luat chipuri diverse, sub interpretări variate, însă reducându-se la același filon ancestral. Mituri politice s-au combinat cu cele culturale, literare sau artistice, ocazionalele răbufniri iraționale ale imaginarului social fiind adesea canalizate prin creații culte ori prin aportul unor personalități din diferite domenii de activitate, fie politicieni, actori, cântăreți, sportivi și chiar personaje imaginare, dintre care cele mai cunoscute sunt probabil cele ale benzii desenate americane, precum Superman, Batman ori Spiderman. Până la urmă, nici nu este relevant dacă individul (ori grupul) este conștient când realizează un eveniment creator de mit, ci felul în care se simte conectat sau nu cu ceea ce aduce profunzime în existența sa: mitul înseamnă dramatizarea valorilor conștiente ori inconștiente ale unui grup sau ale unei persoane (sensul există pentru un om doar când el simte că trăiește o viață simbolică, adică este actor într-o „dramă divină”). Mitul însoțește limbajul și este transmis odată cu el, iar cum limbile indo-europene au învăluit globul (ceea ce constituie probabil cel mai important și mai fascinant fenomen istoric), este de așteptat ca același fond mitic să capete expresie pe întreaga suprafață planetară. Trebuie menționat însă că nu există „mituri în stare pură”, că nu putem secționa un anume discurs, o anume credință sau o anume legendă pentru a-i analiza fără greutate straturile mitologice succesive. Acestea se întrepătrund, se influențează reciproc, născând mereu noi și noi forme de expresie, și chiar și acolo unde apare același motiv în etape istorice diferite, funcțiile sale sunt diferite.

Al doilea capitol reprezintă discuția asupra benzii desenate, ca segment important al culturii de masă din secolul XX. Tema este introdusă printr-o scurtă prezentare a unor teorii asupra culturii de masă, îmbogățită în ultimul veac prin progresul tehnologiei divertismentului, de presă și radio la televiziune, cinematografie, muzică și spațiu virtual, într-o accelerare fără precedent a producției imaginii și o aglomerare deconcertantă a impulsurilor culturale și a formelor de comunicare. Când vorbim despre banda desenată

și despre creațiile seriale care îi sunt proprii, plasăm discuția în câmpul larg al culturii de masă moderne, definită de către David Rowe ca „ansamblul formelor, sensurilor și practicilor plăcute ale căror constituenți nu sunt nici statici, nici neambigui, și care nu pot fi izolate de procesele și structurile sociale în care sunt integrate”. Banda desenată, fie că este considerată o formă de artă respectabilă în ciuda tinereții sale (cea de-a „noua artă”, apărută relativ concomitent cu fotografia și cinematografia), fie o formă minoră de expresie și de comunicare, în cel mai bun caz irelevantă în conținut, iar în cel mai rău vehiculul unor mesaje nocive ca aspect și ca fond, nu există în afara contextului cultural în care prinde viață, și în absența publicului său. Precum romanul popular, ea „reflectă preocupările socio-psihologice ale epocii sale, dar și deplasează, în termeni istorici, actualitatea în imaginar și fantasmatic”.

Un punct de vedere ferm în privința culturii de masă îl exprimă John Fiske, cel care insistă asupra faptului că, contrar poncifurilor intelectualiste, aceasta nu este doar „consum”, ci este „cultură”, altfel spus „procesul activ de generare și circulație a sensurilor și plăcerilor într-un sistem social”, și nu poate deveni un simplu reflex consumist, oricât de industrializată ar fi (adică produsă și distribuită doar pe baza propriilor interese economice – foarte multe produse sunt, în acest sens, adevărate „rateuri scumpe”, de la filme la albume de artă). Arthur Asa Berger definea plastic cultura și raporturile ei cu mitul, asemuind-o cu o ceapă, ale cărei straturi succesive, odată îndepărtate, dau la iveală miturile centrale care formează și informează cultura și societatea (chiar dacă, urmând remarca lui Eliade, admite că nu pot fi întotdeauna recunoscute, datorită îndelungatului proces de laicizare la care au fost supuse). Schema pe care o rezumă arată astfel: nucleul este mitul (povestea sacră), peste care se suprapun evenimentele istorice puse în legătură cu mitul respectiv, învăluite apoi de operele de artă ale elitei despre mitul în cauză, acoperite la rândul lor de operele populare de artă, învăluite, de asemenea, de activitățile cotidiene care reflectă acel mit. Cultura de masă nu poate fi nici ea considerată omogenă, ori plasată definitiv în anumite practici culturale (care se pot manifesta în oricare domeniu cultural) și nici nu poate fi univoc deklasată ca strict bazinul produselor secundare (pot exista oricând filme de calitate, solicitante intelectual ori epatante din punct de vedere estetic, tot așa cum pot exista sculpturi ori picturi nereușite, însă purtătoarele unor semnături de marcă). Cultura de masă

vehiculează, prin urmare, același mituri profunde, aceleași spaime și dorințe, în forme comune și ușor de decodat, însă poate deveni la rândul ei un mit, mai ales după ce a fost conceptualizată și ideologizată, fie blamată ca sursa factorilor de corupție morală și intelectuală a indivizilor (poziție care refuză evaluarea obiectivă a rolului, tehnicilor și manifestărilor, insistând asupra presupuselor efecte nocive ale acestei nebuloase nedefinite), fie celebrată cu euforie stânenitoare, care obstrucționează investigația (unii fanatici ai benzilor desenate nu ezită să compare anumite titluri cu operele lui Shakespeare ori Dostoievski și să le argumenteze superioritatea). Produsele culturii populare nu trebuie comparate cu cele ale culturii legitimate, deoarece sunt pur și simplu „altceva”, atât în miză, în realizare, cât și în funcția pe care o îndeplinesc.

Dacă Evul Mediu și-a avut spiritele sale, îngerii și demonii, care coexistau cu oamenii, iar știința iluminismului le-a eliminat, „lăsându-i pe oameni singurii locuitori ai universului”, genurile *fantasy* și SF le aduc înapoi, „într-o deghizare științifică aparent corectă” (dacă autorii SF au fost majoritar bărbați, iar Tolkien este cel care în 1965 impune cadrul pentru ficțiunile fantastice, în prezent cei mai mulți autori *fantasy* sunt femei, care prezintă un Ev Mediu fabulos, „așa cum ar fi trebuit să fie”, fără constrângerile rigorilor istorice, explorează structuri sociale alternative, narează vechi mituri filtrate prin sensibilități moderne). Guy Consolmagno observa o „legătură mitică” între SF și știință (în special astronomia), care îi servește drept sursă și cadru, iar dacă SF-ul emite mesaje optimiste, libertariene sau „de dreapta” (construcțiile SF și *fantasy* favorizează individul în dauna societății, pe o structură narativă a poveștilor tradiționale, cu un erou puternic individualizat în centru, iar dacă până acum grupurile depersonalizate, ca naziștii, comuniștii ori extraterestrii invadatori au fost etichetate ca „rele” fără drept de apel, în prezent entitatea potrivnică prin excelență a rămas „invizibilul stat birocratic”), la fel este considerată și știința, deși aceasta nu poate fi nici optimistă, nici pesimistă, și mai mult, nici măcar antropocentrică. Dar „a povesti, fi în jurul vechiului foc de tabără, fie în sala întunecată a cinematografului modern, este o metodă onorată în timp de a transmite, a reflecta pe marginea și a explora moștenirii noastre culturale, trecute sau prezente, reale ori presupuse, scandaloase ori plauzibile”, conchide Anton Karl Kozlovic, ficțiunea narativă, mai ales SF, putând fi lentila prin care privim viitorul, nu ca realitate literală, ci ca un experiment imaginar despre lumi posibile,

de a te pierde câteva ore în lumea fictivă de pe ecran într-un „act de imaginație aplicată”, filmele fiind „canalul preferat al povestitorilor de azi, oferind și comentarii despre relațiile sociale, despre scopurile umane și despre tehnologie”.

Scott McCloud consideră că definiția cea mai potrivită pentru banda desenată este aceasta: „o serie juxtapusă de imagini picturale ori de altă natură într-o ordine intenționată, pentru a transmite informație ori pentru a produce un răspuns estetic din partea receptorului”. Departe de a constitui un divertisment facil ori chiar un instrument de păstrare a consumatorului într-o stare de analfabetism, banda desenată este un important factor de stimulare imaginativă (atât la nivel lingvistic – fiind nevoită să exprime în cât mai puține cuvinte o paletă cât mai largă de senzații, fie vizual), participarea cititorului nefiind sub nici o formă una pasivă, deoarece este silit să realizeze legătura între cadre, să le pună în succesiune și deci în „mișcare”. Pentru americani, „*comic-books*” sunt o experiență generațională, întrucât „așa cum fiecare generație își scrie istoria, fiecare își citește propriile *comics*, pentru că acestea sunt istorie”, la intersecția dintre politică, cultură, gusturi ale audienței și economie editorială, ele ajutând la conturarea unei viziuni despre lume și despre sine, având funcție explicativă, terapeutică și comercială. O trăsătură esențială a *comic-books* este dată de publicul țintă. Ele se adresează în special tinerilor (creatorii fiind de cele mai multe ei înșiși tineri), preocupându-se de problemele și sensibilitățile lor cu o consistență și o franchețe care nu se regăsesc în alte canale media. Înainte de apariția televiziunii și de impunerea acesteia ca mediul de divertisment cel mai larg și mai influent pentru familiile americane, *comics* erau principalul mijloc de divertisment juvenil. Deși critica estetică le compară adesea cu mass-media vizuale, precum filmul, datorită rolului primordial jucat de imagine în ambele forme de comunicare, Wright le consideră mai apropiate de muzica rock, în semnificație și rol, adresându-se adolescenților ca unei piețe emergente discrete, cu gusturi și preocupări proprii, uneori în conflict direct cu cea majoritară a adulților – de fapt, ele chiar preced rock-ul cu două decenii ca produse adresate direct tinerilor, nu prin intermediul adulților.

Dintre multele forme de bandă desenată – de dragoste, de groază, de aventuri, western, umoristice – cea mai influentă (și cea mai vândută) este banda desenată cu super-eroi, invenția americană a anilor '30, care în scurt timp a urcat în topul preferințelor

publicului consumator de divertisment și a pătruns chiar în mentalul colectiv, devenind o permanentă sursă de referințe, discursuri și modele (beneficiind, evident, și de supremația economică și comunicațională a Americii). Richard Reynolds identifică patru sensuri ale benzii desenate cu super-eroi: în primul rând, banda desenată este o populară formă de artă recunoscută pentru textele ei hegemonice și pe alocuri deschis autoritariste; în al doilea rând, ea constituie un gen de publicație care și-a câștigat un grad de respectabilitate pentru că s-a distribuit o perioadă *underground*; în al treilea rând, o formă de artă tratată cu condescendență de către stabilimentul literar, dar care și-a construit propriul discurs critic; în fine, ea întruchipează un corpus de mitologie contemporană din care s-au inspirat televiziunea și Hollywood-ul. De altfel, autorul nu ezită să afirme că super-eroii sunt dintre cele mai cunoscute personaje fictive concepute vreodată, unii dintre aceștia ajungând la un grad de recognoscibilitate mondială, Superman, Batman sau Spiderman fiind cunoscuți în toate colțurile lumii, chiar și de către cineva care nu a vizionat filme avându-i ca protagoniști. Aceștia au contribuit masiv la „americanizarea” culturii occidentale (și nu numai), în moravuri și obiceiuri lingvistice, reverberate în desenul și vocabularul benzilor desenate, cât și în filozofia generală sau în temele preferate. Prin urmare, precum literatura, banda desenată nu este o creație care își epuizează sensul odată ce este concepută și nu și-l păstrează fix, stabilit *ab initio* de către autori sau cititori (într-un fel poate fi percepută o poveste despre Superman de către un adolescent în deceniul al șaselea și altfel poate fi interpretată aceeași poveste de către un adult în anul 2000). Adresându-se tinerilor, autorii de *comics* manipulează materia și rezultatul determinând „mai mult sau mai puțin inocent (dar întotdeauna conștient) judecata pe care o vor face”, imaginea fiind „o cutie de rezonanță silențioasă, dar nicidecum mută, a lumii”. Îndeplinind în primul rând o funcție de divertisment și nu una de informare, narațiunile *comics* nu corespund realității, referințele la realitate având rolul de a conferi povestirilor eroice, legendare (de regulă lipsite de măsură), o aură de autenticitate. Realitatea nu este însă nici originea și nici fondul, trimiterile ocazionale la aceasta scoțând doar narațiunea din atemporalitatea totală, „visul fiind astfel conceput încât să aibă câteva puncte de ancorare în cotidian”. Mai mult, banda desenată este „arhetipală” iar Istoria e transpusă și sublimată de către autor, operând extrapolări ale realității așa cum se prezintă ea în mentalul colectiv, din care nimeni (autor sau cititor) nu

se poate sustrage total. Super-eroii sunt permanent reinventați (fiecare generație a avut un Superman al ei), devenind un aspect esențial al divertismentului și prin aceasta al conștiinței colective. Personajele pătrund în diferite medii de comunicare printr-un proces de „polenizare încrucișată”, chiar și personajele plasate la „mijlocul drumului” între uman și suprauman (Rambo, James Bond, etc., în cazul cărora se pune de asemenea în funcțiune o mistică, ei neputând fi uciși) manifestând o „conștiință supereroică”, în speranța (și teama) că există în lume mai mult decât se vede, posibilitate care este necesar să fie sădită în „dieta noastră culturală”. Cei mai mulți interpreți au localizat însă în efigia lui Superman nu doar codul moral absolut al societății americane post-industriale, dar și o încărcătură politică specifică, bagaj ideologic care i-a contaminat pe toți super-eroii la originile lor interbelice.

Deși a țintit spre statutul de artă, banda desenată nu a pierdut niciodată contactul cu contextul realității în care a fost concepută (deși, cum observa Souchet, intenția ei nu este de a informa asupra realității și nici de a explica). Funcționând pe baza clarității și a inteligibilității mesajului (atât datorită publicului țintă, eminentemente tânăr, dar și datorită suportului vizual și static, eficient, al mesajelor și al lozincilor), banda desenată a fost întotdeauna un canal privilegiat de transmitere a unor impulsuri culturale, sociale, filozofice, artistice și chiar politice.

În fine, cel de-al treilea și ultimul capitol al lucrării constituie un studiu de caz asupra benzii desenate românești din perioada comunistă, încercând să ilustreze într-un context specific ideile expuse în capitolele precedente, privind atât banda desenată cât și prezența miturilor în conținutul acesteia. Un mediu de comunicare prin excelență favorabil dimensiunii mitice (atât datorită preponderenței factorului vizual, cât și laconismului inerent), banda desenată poate oferi utile (dacă nu vitale) informații despre starea de spirit a unei societăți ori a unui grup care optează pentru un astfel de canal de comunicare, despre obsesiile, speranțele ori temerile acestora, despre relațiile dintre categoriile sociale și culturale implicate în dialog, și nu în ultimul rând, despre tabu-uri. La rândul ei, banda desenată nu poate fi decriptată în absența lentilei contextului social și cultural în care este realizată, indiferent de subiect, de publicul țintă, de tehnicile de realizare, ea reflectând personalitatea creatorilor, la rândul lor definite prin acțiunea formatoare a contextului respectiv (mai mult, depinzând de succesul la public, aceasta se

vede obligată să apeleze la semne și simboluri larg împărtășite, dincolo de propriile sale coduri tehnice, care solicită o familiarizare prealabilă a cititorilor). În jumătatea de secol în care România a fost dominată de regimul comunist, nu se poate vorbi de banda desenată (ca de altfel de nici un alt domeniu al creației cultural-artistice) fără a face referire la contextul politic, fie că vorbim de prima etapă, de dinainte de 1965, dominată de către liderii comuniști impuși de către cuceritorul sovietic, apoi de către Gheorghiu-Dej și caracterizată prin internaționalism proletcultist care a luat o turnură naționalizatoare în ultima fază, fie că vorbim de ultimii 25 de ani dominați de către Ceaușescu și caracterizați de protocronism și cultul personalității liderului.

Există patru stiluri majore de bandă desenată românească identificate de către Dodo Niță, istoricul genului românesc: umoristică, de aventuri, SF și mai ales istorică, în care controlul partidului comunist se manifesta cu strictețe și în care pot fi identificate cu ușurință temele, fondul și mecanismele ideologice (și mitologice) prin care puterea își răspândea mesajele și modelele formatoare destinate tinerilor cititori (la acestea aș adăuga și banda desenată pe teme sociale, care în perioada cu pricina se rezumau la prezentarea vieții pe marile șantiere ale patriei). Dintre aceste modele am selectat patru, pentru care materialul studiat este abundent și din care se poate creiona cu certitudine profilul uman vizat (nu înseamnă că doar aceste patru tipuri există în banda desenată românească): ilegalistul, muncitorul, pionierul și haiducul. Acumulând o încărcătură ideologică și satisfăcând imperative partinice, aceste patru modele bogat ilustrate au oferit un panteon a cărui cercetare în amănunt ar contribui la înțelegerea aprofundată a strategiilor și tehnicilor discursive ale comunismului românesc.

Chiar dacă banda desenată nu a reprezentat un mediu favorizat de către regimul comunist, fiind considerată o formă minoră de artă adresată exclusiv copiilor și adolescenților, studiul ei este esențial pentru analiza socială și culturală a României de-a lungul celei mai nefericite jumătăți de secol.

CUPRINS

Introducere	3
Capitolul I: MITUL	10
Definiții ale mitului	12
Originile și dinamica mitologiei	17
Abordări ale mitului	32
Contestări ale mitului	64
Clarificări conceptuale	66
Mitul în modernitate	71
Mit, istorie, ideologie	74
Mit, imaginar, imagine	105
Imagine și simbol	110
Erou	116
Considerații finale	122
Capitolul II: BANDA DESENATĂ	125
Bandă desenată și cultură de masă	127
Definiții și aspecte tehnice ale benzii desenate	143
Scurt istoric al benzii desenate americane	159
Începuturi	165
Explozia benzii desenate	168
Contestarea benzilor desenate	188
<i>Underground comix</i>	196
Final de secol	206
Banda desenată în alte culturi	213
Bandă desenată și imagine	235
Realitate și continuitate	243
Super-eroi: simboluri funcționale	248
Superman	254
Concluzii	271
Capitolul III: BANDA DESENATĂ ROMÂNEASCĂ ÎN COMUNISM	274
Banda desenată în România	277
Bandă desenată și ideologie în România comunistă	293
Concluzii	324
Sursele ilustrațiilor	327
Bibliografie	329