

## STUDII

# Modernitate și accesibilitate O paradigmă posibilă pentru compoziția muzicală

Dan Dediu

### 1. Comunicarea muzicală și implicațiile ei

În cercetarea ce urmează asumăm implicit câteva fundamente teoretice fără de care ideile exprimate nu pot fi luate în considerație. Acestea sunt:

- a) muzica este un limbaj;
- b) limbajul se manifestă în interacțiunea dintre cel puțin două instanțe numite emițător și receptor;
- c) există un proces complex numit comunicare, care se realizează pe baza limbajului și a componentelor sale.

În procesul comunicării, muzica joacă diferite roluri, ea putând fi definită și drept "catalizator asociativ" al acesteia "la nivelul grupului"<sup>1</sup>. Definiția îi aparține lui Steven Brown și reprezintă o perspectivă pragmatică asupra actului comunicării, prin care muzica devine un *ferment mental ce grăbește apariția unor asociații ideatice și afective de grup*, fenomen care ajută la obținerea accelerată (față de ritmul normal) a unei coeziuni sociale și chiar a unor comunități de afinități electiv.

Pornind de la această idee, se poate concepe muzica din perspectiva a cinci puncte de vedere diferite:

---

<sup>1</sup> Brown, Steven, "How Does Music Work?" *Toward a Pragmatics of Musical Communication*, în *Music and Manipulation*, edited by Steven Brown and Ulrik Volgsten, Berghahn Books, New York-Oxford, 2006, p.1

1. *psihologic*: cu rol de consolare emoțională, de furnizor al recompenselor afective, de stimulator sentimental
2. *socia*l: cu rol de a crea punți între structura muzicală și semnificația lor socială (și invers)
3. *cultural*: cu rol de a asocia cu muzica (în cadrul unei culturi date) lucruri foarte diferite: texte, identități (personale sau de grup), teorii, viziuni, produse comerciale
4. *ideologic*: cu rol de unealtă ideală în procesele persuasiunii și manipulării<sup>2</sup>
5. *moral*: cu rol de ghid și drum spiritual, capabil să conducă la obținerea fericirii, curățeniei și mântuirii personale.

Pentru a juca aceste roluri complexe, muzica trebuie să *poată fi înțeleasă*. Neînțeleasă, ea nu va putea juca niciun rol. Dar, *pentru a fi înțeleasă ea trebuie să fie accesibilă*, atât sub aspectul de a se putea oferi ca informație, de a putea fi procurată, cât și sub aspectul perceperii ei cu ușurință, fapt care poate fi văzut și ca un fel de comestibilitate de rang superior. În fond, problema accesibilității se poate considera ca fiind o *specie* a genului comestibilității, a calității de a putea fi ingerat și digerat mental.

În acest studiu ne vom ocupa însă – nu exhaustiv - numai de problema accesibilității și a relației acesteia cu modernitatea, exemplificând anumite asumări teoretice cu eșantioane din experiența muzicală, care ne interesează cu precădere în acest context.

Vom porni în căutarea rosturilor fenomenului *accesibilității* raportându-ne la un model lingvistic dialogic imaginat de lingvistul rus Iuri M. Lotman, pe care îl vom extinde și extrapola, apoi vom diferenția în câmpul accesibilității *subiectul* receptor de *obiectul* purtător de semnificație – în speță, opera de artă muzicală -, pentru a realiza apoi joncțiunea cu un alt model exemplar propus de compozitorul și cercetătorul american Fred Lerdahl, comentat și completat printr-o paralelă edificatoare cu literatura lui Gabriel Garcia Marquez. Propunerea din final se va dovedi, astfel, nu numai o

---

<sup>2</sup> idem

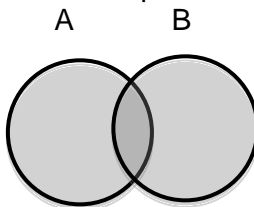
cale științifică provocatoare, ci și un viabil traseu creativ în contemporaneitate.

## 2. Modelul lui I. M. Lotman

### a. Spații mentale și variante posibile de interferență

Meditând despre vorbitor și ascultător, I.M.Lotman propune un model simplu, în care spațiul lingvistic al vorbitorului A se intersectează cu cel al vorbitorului B, comunicarea dintre aceștia fiind posibilă doar în cazul în care cele două spații lingvistice se intersectează. Lotman concepe această relație sub forma unor cercuri, iar rezultatul se poate vedea mai jos:

Diagrama 1  
Comunicare normală



Rezultă din această schemă și alte posibile combinații, relevate de Lotman într-o singură frază: "Când aceste spații nu se intersectează comunicarea devine imposibilă, în timp ce suprapunerea totală (identitatea spațiilor A și B) face comunicarea lipsită de conținut."<sup>3</sup>

Diagrama 2  
Comunicare imposibilă

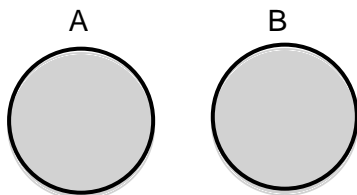
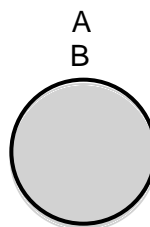


Diagrama 3  
Comunicare fără conținut



<sup>3</sup> Lotman, I.M., *Cultură și explozie*, Paralela 45, Pitești București, 2001, trad. de George Ghețu și Justina Bandol, p.20

Transferul acestui model pe binomul comunicațional emițător A și receptor B nu schimbă cu nimic datele problemei, interacțiunea celor două entități având același comportament și în cazul în care vom înlocui *spațiul lingvistic* (luat de Lotman ca domeniu de definiție) cu *spațiul mental*. Prin *spațiul mental* se înțelege *rezervorul informațional al unui individ dat* într-un anumit moment, rezervor care cuprinde totalitatea informațiilor pe care acesta le posedă. Angrenat în procesul comunicării, acest spațiu mental determină deopotrivă *conținutul* mesajului transmis (ideatic sau afectiv) de către emițător, cât și *calitatea* percepției și a înțelegerii mesajului de către receptor.

Aprofundând modelul ingenios al lui I.M.Lotman, remarcăm faptul că atunci când interferează (diagrama 1), cele două spații mentale împărtășesc un sens comun. Astfel, cu cât suprafața de intersecție dintre cele două spații mentale este mai mare, cu atât mai multe sensuri comune vor fi traficate între cele două instanțe. Invers, cu cât suprafața de intersecție va fi mai mică, cu atât se vor rarefia sensurile comune, și cantitatea de neînțelegere va crește.

Acest model static trebuie însă amendat imediat, introducând în ecuație o componentă indispensabilă înțelegerii complexe a fenomenului comunicării, anume timpul. Spațiul mental al fiecărui om, bagajul său de cunoștințe nu este dat odată pentru totdeauna, ci el se înnoiește permanent. Această prefacere perpetuă a rezervorului nostru informațional obligă la o adaptare flexibilă a modelului geometric propus de Lotman, prin introducerea componentei temporale, care aduce cu sine o prefacere majoră a datelor problemei. Căci spațiul nostru mental nu este ceva închis odată pentru totdeauna, ci posedă o ușă mereu deschisă prin care fluxul informației intră în permanență, implicând prefaceri majore. Dar această ușă este păzită de paznici strașnici, care "controlează" orice fărâma de informație ce dorește să intre în cetatea spațiului mental.

În fapt, se poate face o analogie cât se poate de plastică între spațiul mental și o instituție publică. Orice om dorește să intre într-o instituție este supus controlului unui portar gardian. Acesta cere legitimația prin care cei care vor să intre se definesc ca parte a instituției, și atunci îi lasă să intre. Cei care

posedă o legitimație necorespunzătoare sau nu posedă vreuna sunt opriți la intrare și lăsați să intre numai după ce, în prealabil, se anunță în interior o instanță care acordă dreptul de intrare sau nu, în funcție de necesități.

### *b. Spațiul mental și informația nouă*

În același fel se întâmplă cu spațiul mental al fiecărui om: când o informație dorește să intre în acest spațiu mental, ea e oprită de către un "portar" care îi cere legitimația, nelăsând-o să intre decât cu aprobarea forului interior al acestuia. Aprobarea forului intern se numește *atenție* și este singura instanță care poate face să se învârtă mecanismul *înțelegerii*. Cu alte cuvinte, nicio informație nouă pentru spațiul mental nu este primită în acesta fără activarea atenției și dorinței de a mistui noutatea în contextul de sens existent. Nu știm exact cum se realizează acest lucru, care sunt mecanismele care declanșează atenția și dorința de înnoire, după cum nu știm cum anume noutatea este percepută ca atare în momentul apariției la poarta spațiului mental. Putem bănuî, însă, iar acest lucru ne conduce spre următorul model: în momentul ivirii informației noi, "portarul" spațiului mental dă alarma atunci când nu poate regăsi în interior o configurație informațională omonimă sau chiar un model asemănător, pe baza căruia să opereze o substituție funcțională simplă. În acest moment, cineva dinlăuntrul spațiului mental, o conștiință a sensului, decide primirea corpului străin în interior, însoțindu-l de doi gardieni vajnici, atenția și dorința de înțelegere. Cu ajutorul acestora este activată facultatea de înțelegere, care încearcă înglobarea informației noi în diferite mostre existente în spațiul mental. Fenomenul înțelegerii se bazează pe schema cognitivă încercare-eroare (*trial-error*) și, în multe cazuri, reușește să găsească o soluție de alipire a noutății la un "deja-cunoscut" preexistent. Dar, nu de puține ori, se întâmplă ca înțelegerea să nu poată mistui cognitiv noutatea, să nu o poată înțelege, și atunci informația este expulzată din spațiul mental.

În general, înțelegerea noastră posedă un ritm propriu de procesare a informațiilor noi, ritm care diferă de la individ la individ. Există persoane care înțeleg mai repede, altele care înțeleg mai încet, dar există, pe de altă parte, și o constantă a înțelegerii umane dependentă de fluxul cantitativ de informație nouă. Dacă acest flux depășește un anumit grad, dacă informațiile noi apar într-un ritm accelerat, atunci capacitatea normală de înțelegere intră în dificultate. Asaltată fiind de un număr mare de necunoscute, înțelegerea noastră nu poate face față cantității de informație nouă și atunci se apără închizând toate canalele prin care acestea se transmit spațiului mental. Se chircește asemenea unui arici, apărându-se cu ácele insensibilității la noutate și mulțumindu-se cu răsfrângerea asupra sa însăși.

Acest model analogic poate fi modulat în infinite nuanțe, reprezentate de cazuri particulare. Bunăoară, suntem convinși că informația nouă este înțeleasă în funcție de informația existentă deja în spațiul mental, dar acest lucru nu înseamnă că înțelegerea e o aplatizare a informației noi, o aducere a ei la un numitor comun cu cel al informației vechi, preexistente. Lucrurile nu sunt chiar atât de simple. Căci putem presupune și inversul situației, cazul în care o informație nouă face ca toată informația existentă să se schimbe în funcție de noutate, să se prefacă într-o altă formațiune cognitivă. Procesul este mai anevoios, desigur, dar nu este imposibil de imaginat.

Dar mai există și alte cazuri: atunci când informația nouă nu este digerată în sistemul existent, când rămâne singulară și creează în jurul ei, cu timpul, o altă falangă sistemică, o alternativă viabilă la cea veche; sau, când informația nouă se strecoară cu o "legitimăție falsă" de informație cunoscută, uzând de o fraudă ingenioasă ce înșeală veghea gardienilor spațiului mental, apoi acționând din interior, asemenea unui spion; în fine, când informația "intră la grămadă", de-a valma cu informația cunoscută, apoi se infiltrează treptat în structurile mentale, ajungând să le distrugă, asemenea unui virus.

Un element extrem de important îl constituie faptul că spațiul mental al receptorului poate fi permanent extins. El nu

este îngrădit la un anumit număr de unități de informație, cum se întâmplă cu calculatorul electronic și memoria sa. Minunea, dacă poate fi considerată ca atare, rezidă în capacitatea de procesare sintetică a informațiilor, pe care mintea omenească o posedă într-un grad mai mic sau mai mare, după caz. Acest mecanism intern de sintetizare (prin diferite procedee: simbolizare, miniaturizare, segmentare, împachetare etc) substituie întinderea cantitativă cu explozia calitativă, având posibilitatea de a cuprinde într-o unitate de informație complexă un întreg continent de informații cantitative simple.

Complexitatea spațiului mental cere o deosebită precauție în cercetarea sa și o permanentă redimensionare a contextului. Faptul că se află în schimbare, în prefacere neîncetată face din acesta un obiect de cercetare extrem de incitant. Vom continua să aprofundăm pe mai departe *modul în care funcționează sistemul de control al accesului informației în spațiul mental al receptorului*.

### **Analiza accesibilității**

Prin *accesibilitate* se înțelege un fenomen născut din relația de comunicare dintre un emițător și un receptor, prin care *o informație emisă are acces direct în spațiul mental al receptorului acelei informații*. Acest lucru presupune două lucruri: mai întâi, că informația e *cunoscută*, apoi, că ea este *exersată*. Faptul de a cunoaște o informație nu este suficient pentru ca acea informație să fie accesibilă. Ea se poate afla într-un colț al memoriei și, pentru a o aduce în prim-planul spațiului mental – în "memoria de lucru", în memoria de scurtă durată – este necesar un efort care necesită timp. De aceea, cunoașterea unei informații trebuie dublată și de exersarea ei, lucru ce implică un uzaj zilnic, o folosire a ei în diverse contexte și o studiere amănunțită a cazurilor în care se poate aplica. Acest lucru face ca informația respectivă să devină obișnuită a spațiului mental. Doar în virtutea acestei obișnuințe, a anulării suspiciunii și a creșterii încrederii în comportamentul său cognitiv, informația capătă un acces total, devenind *accesibilă*.

*a. Accesibilitate și înțelegere subiectivă*

Revenind la modelul lui Lotman, putem să preluăm diagrama 1 și pentru analiza accesibilității, căci, după cum spune chiar autorul, referindu-se la intersectarea spațiilor, dar și a două tendințe antagonice ale acestora: "tendința către ușurarea înțelegerii, care va încerca mereu să lărgască zona de intersecție, și tendința de a mări valoarea mesajului, legată de încercarea de a mări la maximum diferența dintre A și B. Așadar, (...) trebuie introdusă noțiunea de *tensiune* – o forță de rezistență exercitată de spațiile A și B unul împotriva altuia."<sup>4</sup> În alți termeni, tendința pe care Lotman o denumeste "ușurarea înțelegerii" nu este, în opinia noastră, decât o definiție intențională a *accesibilității*, după cum "mărirea valorii mesajului" constituie tot o definiție intențională a *noutății*, văzută ca negare a accesibilității, ca inaccesibilitate.

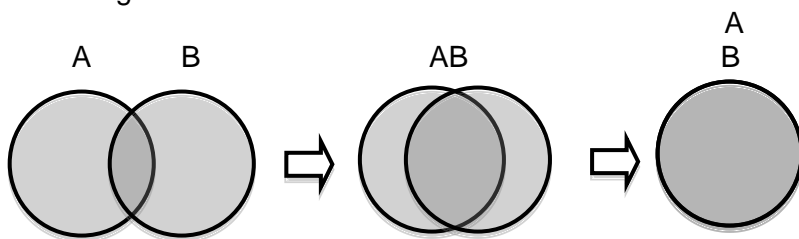
Spunem despre un mesaj că este accesibil atunci când el nu pune probleme de percepție și înțelegere. Condiția pentru ivirea fenomenului de accesibilitate este *rezonanța* dintre conținutul mesajului transmis și conținutul spațiului mental. *Cu cât există mai multe elemente comune între unul și celălalt dintre conținuturi, cu atât mesajul este mai accesibil.* În diagrama 4 vedem schematic evoluția unui proces de transformare a unui mesaj inițial, având o valoare informațională ridicată, într-un mesaj accesibil, apoi, la limită, într-un antimesaj (sau mesaj vid), căci suprapunerea completă a conținutului mesajului peste conținutul spațiului mental al receptorului acestuia – în măsura în care este posibilă în realitate – conduce în ultimă instanță la anularea comunicării.

---

<sup>4</sup> idem, p.21



Diagrama 4



Cum frumos formulează I. M. Lotman: "Se poate afirma că un emițător și un receptor absolut identici se vor înțelege bine, însă nu vor avea despre ce să vorbească. (...) În comunicarea umană normală (...) este conținută supoziția lipsei inițiale de identitate între vorbitor și ascultător."<sup>5</sup>

În consecință, se poate stabili următoarea regulă privind relația dintre accesibilitatea unui mesaj și valoarea sa: *cu cât un mesaj devine mai accesibil, cu atât valoarea conținutului său ideatic scade; cu cât un mesaj posedă un conținut ideatic mai valoros, cu atât accesibilitatea sa scade*. După cum se observă, accesibilitatea nu face casă bună cu valoarea conținutului ideatic, căci, odată cu apariția fenomenului accesibilității se instaurează și indiferența cognitivă. Înțelegerea intră în vacanță și lucrează doar pentru a-și întreține "roțițele", nicidecum pentru a-și aprofunda putințele și explora sau largi teritoriul.

Acest fenomen se poate explica și mai simplu. Omul înțelege ceea ce știe, ceea ce cunoaște deja. În schimb, înțelege mai greu ceea ce nu știe, pentru că trebuie să facă efortul de a organiza și de a accepta sau nu ceea ce i se propune. De aceea, priceperea a ceva nou ia timp, căci noul se acceptă mai anevoios decât vechiul.

Astfel, pentru a particulariza, muzica pop își datorează succesul accesibilității, hrănite prin difuzarea repetitivă, aproape maniacală, a pieselor în cadrul organizat al *top*-urilor, ceea ce conduce la obișnuința urechii cu sonoritatea globală a acestei muzici, foarte puțin diferită de la o piesă la alta. Dar nu numai

<sup>5</sup> idem, p.20

atât. Pe lângă condiționarea ambientală - socială și culturală -, muzica pop apelează și la un limbaj muzical prin definiție accesibil, provenind din tradiția muzicii tonale de dans și divertisment. Astfel, cele două tipuri de accesibilitate – unul nativ, tradițional, altul dobândit prin repetiție – se combină întru obținerea unei accesibilități puternice, imediate și solide.

La polul opus, muzica de avangardă este privată atât de accesibilitatea limbajului muzical (acorduri disonante, melodii fragmentate, noutăți timbrale și experimente formale), cât și de cea dobândită prin educație (*recte* repetiție și exercițiu). În acest sens, cele două tipuri de muzici ipostaziază într-o manieră extrem de plastică fenomenele accesibilității și inaccesibilității, aceasta din urmă înțelegând ca opacitate semantică în câmpul înțelegerii.

Odată cu apariția accesibilității, traficul dintre mesajul trimis și înțelegerea lui este minim, ceea ce înseamnă că valoarea sa contributivă pentru spațiul mental este una funcțională, de menținere a mecanismului înțelegerii la nivelul unui joc simplu, elementar. În acest sens, accesibilitatea se comportă ca "gumă de mestecat" pentru înțelegere, care e transformată într-un rumegător leneș al propriului combustibil semantic, consumat inerțial și fără prea mare folos. Pe de altă parte, nu trebuie subestimată acțiunea menținerii "în formă" a înțelegerii, prin hrănirea ei cu combustibil semantic cunoscut. Chiar dacă aceasta "mestecă în gol", ea își exersează reflexul comunicațional, își păstrează tonusul ritmic, precum și capacitatea de autoorganizare și autoreglare a sistemului imunitar al gândirii.

Dacă imaginăm comportamentul accesibilității și al valorii mesajului ca fiind articulat pe principiul *vase/lor comunicante*, atunci vom putea ușor înțelege funcționarea acestui binom în sine, independent de context, ceea ce constituie o clarificare parțială a domeniului, în stadiul actual al cercetării. Este, așadar, evident faptul că atunci când lichidul dintr-o parte scade, sub o presiune oarecare, crește în cealaltă parte, acest fenomen fiind valabil în ambele sensuri - și de la dreapta la stânga, și de la stânga la dreapta. Sistemul funcționează ideal când cele două ajung să fie în echilibru, să

se egalizeze. O bună măsură între accesibilitate și valoarea mesajului constituie secretul unei comunicări eficiente și funcționale.

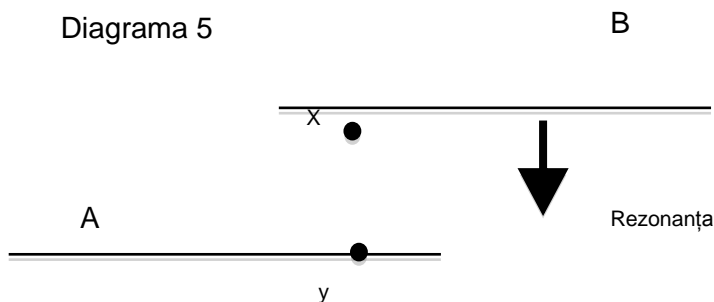
Din fericire, lucrurile nu sunt chiar atât de simple precum s-ar putea înțelege în mod eronat prin formularea analogiei de mai sus. Am făcut-o, însă, pentru a avea un punct de sprijin solid în interogarea pe mai departe a fundamentelor și mecanismelor cognitive ce sunt responsabile de accesibilitatea și valoarea mesajelor în procesul comunicării. Căci, dacă ne gândim la faptul că accesibilitatea poate fi folosită cu inteligență de gândirea creatoare pentru construirea unor strategii de comunicare eficientă și plenară a unor mesaje complexe, atunci perspectiva analitică de mai sus suferă transformări de esență. Aici se ivește un tărâm extrem de fertil pentru gândirea creatoare în general și artistică în special: accesibilitatea poate jongla și cu combinații de lucruri cunoscute, ca pentru a "distra" și a se "juca" cu lucruri deja înțelese, dar care vor putea construi diferite sensuri noi, complexe, pe baza unei cunoașteri prealabile a sensurilor primare. Este cazul muzicilor care folosesc alte muzici drept cărămizi pentru construcția unor metafore muzicale ce se folosesc de sensurile primare, accesibile, pentru a exprima un orizont de sens novator, secund. Regăsim același gând în *ars poetica* lui Ion Barbu, care denumește *joc secund* această atitudine de ridicare la putere metaforică a unui conținut primar, inițial accesibil și ușor manevrabil de către puterea de înțelegere.

### *b. Rezonanță. Accesibilitate versus inaccesibilitate*

Dar să ne întoarcem la Lotman și modelul său, căci am lăsat la o parte o problemă cardinală în traseul nostru de analiză a accesibilității, atunci când spuneam că există o condiție pentru apariția fenomenului accesibilității, anume *rezonanța* dintre conținutul mesajului transmis și conținutul spațiului mental. Mai sus constataam faptul următor: *cu cât există mai multe elemente comune între unul și altul dintre conținuturi, cu atât mesajul este mai accesibil*. Dar atunci, cum

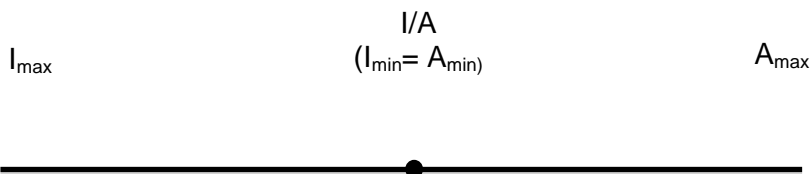
se face că există un prag peste care accesibilitatea anulează orice comunicare, orice mesaj? Care este "chimia" pe care această *rezonanță* trebuie să o urmărească pentru a se menține totuși în cadrele unei comunicări? Și, în ultimă instanță, în ce anume constă această rezonanță a conținuturilor?

Rezonanța este fenomenul prin care un punct X exterior spațiului mental activează în acesta un punct Y ce reacționează la X. Reacția este una de atracție, putând avea grade diferite de intensitate reactivă. Poate vibra, bunăoară, la unison sau poate intra într-o simpatie distantă, păstrându-și tonul său de bază. Rezonanța poate fi înțeleasă urmând modelul lui Lotman transpus într-un spațiu tridimensional, în care cele două cercuri se intersectează, dar sunt văzute din profil:



Aici atingem un punct foarte sensibil al cercetării: pe de o parte, fără rezonanță nu poate exista comunicare, ci doar lumi paralele, lumi care nu se întâlnesc (mesaj opac); pe de altă parte, cu rezonanță completă se anulează orice comunicare, căci lumile devin identice (mesaj vid). Ceea ce ne rămâne, așadar, este să luăm drept margine verosimilă următorul caz particular al rezonanței, anume cel în care comparăm rezonanța minimă posibilă – un element în comun – cu rezonanța maximă posibilă – un element diferit -. În primul caz rezonanța este la limita comunicării, în cel de-al doilea, la limita redundanței. Aici se pot trasa cele două granițe teoretice ale inaccesibilității maxime ( $I_{\max}$ ) și accesibilității maxime ( $A_{\max}$ ). Dacă imaginăm un segment de dreaptă pe care  $I_{\max}$  se află la

stânga, iar  $A_{\max}$  la dreapta, atunci se poate postula un ideal punct de mijloc care ar putea fi numit  $I/A$  și care ar avea proprietatea de a crea un balans între inaccesibilitate și accesibilitate. Acest punct ar putea fi definit și ca egalitate dintre inaccesibilitatea minimă ( $I_{\min}$ ) și accesibilitatea minimă ( $A_{\min}$ ):  $I_{\min} = A_{\min}$ .



Punctul  $I/A$  este foarte greu de atins practic, căci realitatea este extrem de diversă și de complexă, iar raportul dintre nou și vechi este întotdeauna unul dinamic, în care noul se poate opune vechiului, dar în același timp este posibil ca noul să se folosească de vechi pentru a se impune sau chiar să se alieze cu el, întru obținerea unei comunicări eficiente. Dar să nu anticipăm.

Dacă ipoteza propusă - conform căreia punctul ideal de conciliere dintre accesibilitate și inaccesibilitate constă în găsirea unei măsuri egale între acestea, ipostaziată geometric printr-un punct de conjuncție aflat la mijlocul drumului dintre inaccesibilitatea maximă și accesibilitatea maximă ( $I/A$  sau  $I_{\min} = A_{\min}$ ) - este adevărată, atunci se poate merge și mai departe și construi un model prin care putem înțelege diferitele forme intermediare drept dozaje inegale dintre accesibilitate și inaccesibilitate. Astfel, dacă accesibilitatea atinge 0,75 dintr-un întreg mesaj, atunci se poate vorbi de o comunicare ușoară ce tinde să devină neinteresantă. Invers, dacă inaccesibilitatea atinge 0,75 dintr-un întreg mesaj, atunci comunicarea devine ermetică, se închide înțelegerii.

Dar poate că o justă măsură a raportului dintre accesibilitate și inaccesibilitate poate fi considerată pe baza proporției de aur: dacă accesibilitatea atinge în jur de 0,618

dintr-un întreg mesaj (secțiunea de aur pozitivă), atunci s-ar putea să ne aflăm în prezența unei legități de percepție și înțelegere optimă, inaccesibilității – reprezentată de o cantitate de noutate informațională confortabilă – fiindu-i rezervat restul de 0,382 (secțiunea de aur negativă).

În acest sens, propunem ca ipoteză de lucru următoarea regulă, ea nefiind deocamdată susținută decât de o intuiție teoretică și de experiența practică: *pentru ca un mesaj să intre în câmpul comunicării reușite este necesar ca nivelul accesibilității să se păstreze între valorile 0,382 (minima) și 0,618 (maxima)*. Dacă accesibilitatea se ridică către valoarea 0,618 spunem că avem o *proporție optimă* între cunoscut și necunoscut, ceea ce ne conduce la ușurarea înțelegerii, în timp ce dacă accesibilitatea scade către valoarea 0,382 spunem că e o *proporție necesară* (dar nu *suficientă*) între cunoscut și necunoscut, ceea ce conduce inevitabil la mărirea valorii mesajului.

### *c. Accesibilitate și obiect*

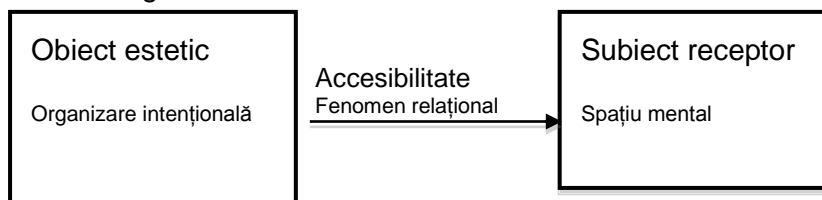
Se poate spune despre un obiect că este accesibil? Există ceva în esența operei de artă, în felul în care e construită aceasta, care poate fi identificat drept cauză a accesibilității sale? Despre o operă de artă se poate afirma că este accesibilă în sine? Sau, mai degrabă, accesibilitatea constituie un fenomen exterior obiectului estetic, fenomen ce se naște doar în prezența receptorului și a spațiului său mental?

Până acum am analizat accesibilitatea ca fenomen relațional, ca emanație a faptului comunicării, prin care un conținut ideatic emis de A era receptat de către spațiul mental al lui B ca recognoscibil. Recognoscibilitatea mesajului era dublată și de obișnuința cu acesta, amândouă conducând la apariția accesibilității. În mod evident, așadar, conținutul ideatic emis de către A posedă o structură internă care poate fi în așa fel construită, încât să genereze în spațiul mental al lui B fenomenul accesibilității. În acest fel, la nivel intențional se poate vorbi de voința intrinsecă a emițătorului de a crea un

obiect estetic capabil de a genera condiții prielnice pentru apariția fenomenului accesibilității.

Ajunși în acest punct al cercetării facem precizarea următoare: ca și până acum, pe mai departe vom vorbi despre accesibilitate ca despre un fenomen relațional care-și datorează emergența în procesul comunicării unor condiții specifice, create în cadrul unei organizări intenționale a unui obiect estetic. În acest sens, despre un obiect artistic nu se poate la modul propriu afirma că este accesibil, ci doar că posedă în construcția sa elemente care, într-un anumit context și față de un anumit receptor, pot juca rolul de catalizatori ai comunicării și ajuta la apariția fenomenului relațional al accesibilității. Nu putem vorbi despre o operă de artă accesibilă în sine, de vreme ce ea este accesibilă pentru cineva, pentru un subiect care reflectează asupra ei și reprezintă o condiție esențială în apariția fenomenului accesibilității.

Diagrama 6



Această constatare are consecințe deosebite pentru avansul cercetării noastre și ne face să vedem în altă lumină rezultatele de până acum. Când spunem că "muzica formației Beatles e accesibilă", noi atribuim în mod eronat fenomenul accesibilității, care este relațional și subiectiv în ultimă instanță, unor anumite piese de muzică pop, anume cele compuse de grupul britanic Beatles. După cum am văzut, nu aceste piese sunt accesibile în sine, ci judecata noastră muzicală – după un travaliu de percepție, comparație și reflecție - conduce la concluzia că acea muzică e accesibilă. Accesibilitatea unei muzici este, așadar, un certificat pe care îl acordă subiectul receptor și nu vine "la pachet" odată cu obiectul estetic. Ea e o constatare *a posteriori*, mai degrabă decât o calitate *a priori*.

Este adevărat, însă, că trebuie să existe ceva obiectiv, palpabil care să constituie materialul de construcție a proiectului intențional, și aici intuiția limbii nu a dat greș. În cazul muzicii, materialul de construcție – sunetul – este organizat în cadrul unui limbaj specific, care posedă un vocabular, o gramatică și o teorie a textului capabile de a genera o infinitate de opusuri muzicale. Se poate spune, de aceea, că folosirea unor elemente de limbaj cunoscute de către receptor poate constitui strategia intențională ce are în vedere apariția în câmpul comunicării a fenomenului de accesibilitate.

Pentru a comunica, trebuie mai întâi să am un limbaj comun cu cel cu care vreau să comunic. Aceasta este accesibilitatea *elementară*, a mijloacelor de comunicare. Cel mai simplu exemplu este comunicarea lingvistică. Cei care comunică într-o limbă cunosc limba respectivă și au în comun stăpânirea unei gramatici comune. Dar în muzică nu e așa de simplu ca în comunicarea în limbaj natural. Pentru a putea comunica muzical, trebuie să existe cel puțin un palier comun între emițător și receptor. Altfel, comunicarea elementară nu se poate realiza. E ca și când nu am cunoaște limba în care se vorbește.

Apoi, după ce este asigurată accesibilitatea elementară, trebuie să fac în așa fel încât să pun mesajul într-o formă inteligibilă pentru a putea fi înțeles. Aici avem de-a face cu un alt tip de accesibilitate, *ideatică*, conceptuală. Trebuie să fiu obișnuit cu ideile respective, să le cunosc rostul și sensul, pentru a putea înțelege eventualele noi înțelesuri ce se construiesc pe baza lor.

Așadar, ajungem în punctul cheie al cercetării noastre, anume la întrebarea "cum anume construim accesibilitatea, în jurul a ce?", iar răspunsul nu întârzie să apară: *construcția accesibilității este un demers intențional*, după cum apariția sa în câmpul comunicării este unul relațional; construim accesibilitatea prin apelul la un limbaj cunoscut *a priori* de către receptor.