

Dominika Kobyłska
Szkoła Doktorska Nauk Humanistycznych UŁ
Wydział Filologiczny Uniwersytetu Łódzkiego
<https://doi.org/10.18778/8220-478-0.05>

GLOBALIZACJA OKIEM ALDA NOVEGO — O WŁOSKOŚCI W POSTMODERNISTYCZNYM ŚWIECIE

Abstract: Aldo Nove ha debuttato nel campo della narrativa italiana nel 1996 con la raccolta dei racconti *Woobinda* e con *Il mondo dell'amore* nell'antologia di Daniele Brolli intitolata *Gioventù Cannibale*. Grazie a questi testi è diventato conosciuto sulla penisola appenninica, insieme ad altri scrittori di quel periodo, che la critica annoverava tra i rappresentanti del nuovo genere letterario "pulp". In questo lavoro sarà effettuata l'analisi delle due opere dello scrittore – *Anteprima mondiale* del 2016 e *Amore mio infinito* del 2000 relativa alla sua maniera con cui denunciava il processo della globalizzazione attraverso i nomi dei prodotti presenti nella sua narrativa. Con quel suo originale approccio, l'autore italiano riesce a dimostrare dei cambiamenti nel campo di comunicazione di massa in Italia ed enfatizzare la presenza dell'italianità nel mondo sempre più dominato dai media.

Parole chiave: Aldo Nove, letteratura italiana, pulp, globalizzazione, consumerismo

Abstract: Aldo Nove has debuted in the field of Italian narrative in 1996 by publishing the collection of stories *Woobinda* and the short story *Il mondo dell'amore* in Daniele Brolli's anthology entitled *Gioventù Cannibale*. Thanks to those texts he became known at the Apennine Peninsula, as well as other writers of this period, who were included by the critic among representatives of a new literary genre, "pulp". In this research there will be examined two pieces of the Italian writer – *Anteprima mondiale* (2016) and *Amore mio infinito* (2000) in order to show the manner by which the author presents the globalisation process using the products names in his narration. By this original approach Nove demonstrates the changes in the field of mass communication in Italy and he emphasizes the presence of the Italianity in the dominated by media world.

Keywords: Aldo Nove, Italian literature, pulp, globalisation, consumerism

Aldo Nove, urodzony w 1967 roku we włoskiej miejscowości Viggiù, zadebiutował jako prozaik zbiorem opowiadań pt. *Woobinda* w 1996 roku, czyli w roku, który także wskutek pojawienia się takich publikacji jak: *Gioventù Cannibale*¹, wydanej pod redakcją Daniela Brolliego, *Fango*² Niccolò Ammanitiego czy *Destroy*³ Isabelli Santacroce, kojarzony jest z powstaniem literatury „pulp” – zwanej także literaturą „Młodych Kanibali”. Określenie to przyłgnęło do tych debiutujących pisarzy tego okresu, którzy, inspirowani współczesną kulturą zdominowaną przez przekaz medialny⁴, zdecydowali się na prozę pełną agresji, stanowiącą pewnego rodzaju odpowiedź na ogrom negatywnych informacji docierających do włoskich odbiorców. Język reklamy oraz przekazu telewizyjnego wyraźnie zaznacza się w prozie Novego. Pisarz, nazywany przez Fulvia Senardiego mianem *enfant terrible*⁵ z uwagi na niekonwencjonalne zachowania prozatorskie, wykorzystuje styl komunikatów medialnych, by ukazać beznamiętność języka, który obrazuje brak wrażliwości u jego odbiorców, obywateli coraz bardziej ujednoczonego kulturowo za sprawą konsumpcjonizmu świata. Celem niniejszych rozważań jest odpowiedź na pytanie, czy na przestrzeni czasu w utworach prozatorskich Alda Novego włoskość jest coraz mniej widoczna w obliczu postępującej globalizacji. Aby ukazać to zjawisko, zestawie teksty źródłowe z krytyką literacką na temat twórczości pisarza.

Początki kariery Alda Novego

Twórczość Alda Novego z lat 90., z uwagi na wyjątkowy styl, cieszyła się dużym zainteresowaniem nie tylko wśród czytelników, lecz także wśród literaturoznawców. We Włoszech, oprócz wspomnianego już Senardiego, szczególną uwagę na pisarza zwrócił także Donato Sabina w monografii pt. *La scrittura „indifferenziata” di Aldo Nove*. W Polsce zaś cennych analiz dokonały m.in. Barbara Kornacka oraz Hanna Serkowska⁶.

1 *Gioventù cannibale*, D. Brolli, (red.), Turyn 1996.

2 N. Ammaniti, *Fango*, Mediolan 1996.

3 I. Santacroce, *Destroy*, Mediolan 1996.

4 *Manuale di letteratura italiana contemporanea*, A. Casadei, M. Santagata (red.), Rzym 2007, s. 349–350.

5 F. Senardi, *Aldo Nove: pisarz w konflikcie ze swoimi czasami*, [w:] *Literatura włoska w toku 2*, H. Serkowska (red.), Warszawa 2011, s. 238.

6 Wybrane publikacje, w których pojawiają się informacje na temat twórczości Alda Novego: B. Kornacka, *Fenomen „młodych pisarzy” w literaturze włoskiej końca XX wieku*, Poznań 2016, oraz H. Serkowska, *Il centone postmoderno: la poetica della contaminazione nella prosa cannibale*, „Kwartalnik neofilologiczny” 2003, 4 s. 471–478.

Marino Sinibaldi w swojej monografii pt. *Pulp*, poświęconej przedstawicielom tego gatunku, który powstał we Włoszech w latach 90., wymienia Novego jako jednego z twórców tak zwanej „papki”, tuż obok nazwisk pozostałych autorów kojarzonych z antologią *Gioventù Cannibale*⁷. W przytoczonym poniżej fragmencie badacz wymienia hasła opisujące styl literacki pisarza, charakteryzujący się łączeniem przeciwstawnych sobie wartości, co uznane zostaje za prawdziwą wirtuozerię:

Istnieje absolutna bliskość – zdaje się mówić Nove – między bezpieczną ciszą towarów i programów telewizyjnych oraz najbardziej krwawym horrorem: wystarczy niewielka, przypadkowa oscylacja a porządek i nieporządek, normalność i transgresja, zdrowie i szaleństwo, konsumpcja i roztargnienie zostają całkowicie wymieszane. [...] Nove kieruje skomplikowaną papką tych pomieszanych pojęć z niesamowitą umiejętnością, która czasem zdaje się prowadzić do prostej wirtuozerii⁸.

Z powyższego opisu wywnioskować można, że twórczość Włocha definiowana jest za pomocą pojęć kontrastujących ze sobą. Wskazuje również na zestawiane przez niego równoległe różne formy pisarskie. Aldo Nove uważany jest przez krytyków przede wszystkim za poetę do roku 1996, kiedy po raz pierwszy zadebiutuje jako autor tekstów prozatorskich⁹. Zbiory poezji Nove publikował już kilka lat wcześniej, jeszcze pod swoim prawdziwym nazwiskiem, czyli jako Antonio Satta Centanin. Jego pierwszy tom pod tytułem *Tornando nel tuo sangue* ukazał się już w 1989 roku, a wydana w 1996 antologia pt. *Fuoco su Babilonia* zawiera teksty napisane jeszcze w roku 1984¹⁰. Nagłym przejściem od poezji do pozbawionej emocji narracji pisarz odzwierciedlił kontrast, który ukazuje również w swoich tekstach w kontekście globalizacji, która w latach 90. zaczęła być odbierana w negatywny sposób – jako bombardowanie społeczeństwa informacjami czy reklamami¹¹. Donato Sabina w swojej monografii zwraca uwagę na hybrydyczną formę w twórczości Alda Novego, opisując całokształt jego stylu jako:

⁷ M. Sinibaldi, *Pulp. La letteratura nell'era della simultaneità*, Rzym 1997, s. 67.

⁸ *Ibidem*, s. 68 (C'è assoluta contiguità – sembra dire Nove – tra la quiete rassicurante delle merci e degli spettacoli televisivi e l'orrore più sanguinario: basta una piccola, casuale oscillazione e ordine e disordine, normalità e trasgressione, salute e follia, consumo e autodistrazione si confondono definitivamente. [...] Nove gestisce la difficile polpa di queste esistenze alterate con una straordinaria abilità che rischia, a volte, di sfociare in una sorta di facile virtuosismo. – tłum. DK).

⁹ F. Senardi, *Aldo...*

¹⁰ *Ibidem*, s. 239.

¹¹ D. Sabina, *La scrittura "indifferenziata" di Aldo Nove*, Melegnano 2014, s. 7.

[...] ważną lekcję poezji i realizmu. Zimny, ostry i bezlitosny realizm, poprzez który Nove potrafił otworzyć swoje pisarstwo, Literaturę całkowitą (a właśnie takiej, po wielu latach, było potrzeba), wobec wszystkiego, co ta, przez swoją naturę, zawsze odrzucała (świat Kultury Masowej)¹².

Sabina mówi o literaturze pisanej przez wielkie „L” odnosząc się do tego, że krytycy nie doceniali tematyki proponowanej przez Novego, tak samo jak w przypadku innych przedstawicieli „Młodych Kanibali” – m.in. Ferroni porusza problem klasyfikacji tego rodzaju twórczości. Zaznacza również, że literatura tego typu przegrywała na rynku konsumenta, na który częściej trafiały bardziej komercyjne pozycje książkowe. Dużym sukcesem cieszyła się, na przykład, wydana w 1994 roku powieść Susanny Tamaro *Va dove ti porta il cuore*, nazwana przez krytyka „przeciętną”¹³. Teksty pisarzy tzw. gatunku pulp, a w szczególności utwory Novego, poruszają tematykę kultury masowej i jej oddziaływania na społeczeństwo, wywołując u odbiorcy pewnego rodzaju dyskomfort. Zarówno Nove, jak i wielu innych żyjących pisarzy identyfikujących się niegdyś z gatunkiem „pulp” nie doczekało się przekładów swoich utworów na języki obce – wywnioskować można zatem, że ze względu na kontestacyjny wymiar ich twórczości nie zostali oni uznani przez szeroką publiczność.

Wspomnienia pełne nazw produktów

Aldo Nove wymienia w swoich tekstach konkretne marki, nazwy produktów czy też tytuły filmów, programów telewizyjnych, bądź piosenek kojarzących mu się z opisywanym okresem. W niniejszym podrozdziale przedstawię przykłady zaczerpnięte z tekstów *Amore mio infinito* (2000) oraz *Anteprima mondiale* (2016). Nieprzypadkowo mój wybór pada na teksty wydane w różnych okresach twórczości pisarza. Dzięki takiej decyzji, oprócz odnotowania samego zjawiska ukazywania globalizacji, dostrzec będzie można różnice w pochodzeniu marek czy rozmaitego typu produktów, które wymieniane są w utworach, co wskazywać będzie zarazem na różne okresy, w których rozgrywa się akcja. Nazwy produktów są więc elementem, który wskazuje na czas, o którym opowiada dany tekst. Określenie marek jest w tym przypadku

¹² *Ibidem*, s. 8 ([...] una grande lezione di poesia e realismo, quella di Aldo Nove, un realismo raggelante, graffiante e inesorabile, attraverso il quale egli ha saputo aprire la sua scrittura, la Letteratura tutta (e ce n'era, dopo tanti anni, veramente bisogno), verso tutto ciò che essa ha, per sua natura, sempre snobbato (il mondo della Cultura di Massa) – tłum. DK).

¹³ G. Ferroni, *Storia della letteratura italiana. Il Novecento e il nuovo millennio*, Mediolan 2017, s. 723–724.

punktem orientacyjnym, podobnie jak podkreślanie wydarzeń historycznych, które pomagają czytelnikowi zidentyfikować czas akcji opowiadania.

Wagę doboru przez pisarza konkretnych produktów podkreśla w swojej monografii literaturoznawczyni Elisabetta Mondello. Badaczka odnosi się do powieści *Puerto Plata Market* z 1997 roku, wskazując także na styl narracji:

Dobrym rzeczą Mulino Bianco poświęca cały rozdział książki Puerto Plata Market, w którym stosuje narrację podobną do tej używanej na wcześniej cytowanych stronach na temat telewizji. Także tutaj, to, co dzieje się w momencie chronologicznym tej historii (dni w czasie wakacji w Republice Dominikany), znajduje swoje odzwierciedlenie w czymś z przeszłości, w czymś, co ustabilizowało się w permanentnym systemie poznawczym postaci, w tym przypadku w przekąskach¹⁴.

W przytoczonym cytacie autorka pisze o fragmencie tekstu, w którym główna postać przebywająca na zagranicznej wycieczce mówi o produktach słynnej włoskiej marki Mulino Bianco. Jest to coś, co kojarzy jej się z krajem, z którego pochodzi, coś, za czym czuje nostalgię. Marka ta zatem może stanowić przykładowy symbol włoskości, który napotkamy w jednym z pierwszych tekstów prozatorskich pisarza.

Druga powieść w karierze Alda Novego pt. *Amore mio infinito* z 2000 roku opowiada o wspomnieniach z dzieciństwa głównego bohatera, którym jest Matteo urodzony w 1972 roku. W pierwszym rozdziale zatytułowanym *La bambina*, dzięki pierwszoosobowej narracji, poznajemy wydarzenia, które miały miejsce w wakacje 1982 roku, w pewnej nadmorskiej miejscowości, przez pryzmat skojarzeń głównego bohatera z konkretnymi przedmiotami czy nazwami. Zacytuję słowa Barbary Kornackiej, która syntetycznie ujmuje to zjawisko w szerszym kontekście literatury tego okresu, odnosząc się właśnie do stylu Alda Novego:

W ramach „pisanie młodości” i rejestracji poprzez literaturę tego, co dla tej młodości typowe, najważniejsze i nieodzowne należy wymienić obecność rzeczy, marek, miejsc (i nie-miejsc), muzyki, książek i filmów, które tę

¹⁴ E. Mondello, *In principio fu Tondelli. Letteratura, merci, televisione nella narrativa degli anni novanta*, Mediolan 2007, s. 131 (A *Le cose buone del Mulino Bianco* Nove dedica un intero capitolo di *Puerto Plata Market*, in cui agisce una modalità narrativa simile a quella usata nelle pagine precedentemente citate sulla televisione. Anche qui ciò che accade in quel momento cronologico della storia (i giorni di vacanza nella Repubblica Dominicana) trova un referente forte in un qualcosa che viene dal passato e che si è stabilizzato in forma permanente nell'organizzazione cognitiva del personaggio, in questo caso nelle merendine. – tłum. DK).

młodość wypełniają i z wszelkimi znaczeniami, które te, w dużej części materialne, a także kulturowe byty konotują¹⁵.

Poszukując wspomnianych znaczeń z pierwszych stron analizowanego rozdziału *Amore mio infinito* dowiadujemy się, że Włochy z lat 80. ubiegłego stulecia kojarzą się bohaterowi z zapachem pizzy i piasku, z szumem morza, rowerowymi wycieczkami oraz jedzeniem lodów. Lody są jednak zwykle określane przez Mattea za pomocą marki, np. „Calippo, pierwszy raz, kiedy się zakochałem, kosztował dwieście lirów. Pewnego razu Filippo zjadł jednego zaraz po drugim”¹⁶. Autor zwraca w tym przypadku uwagę czytelnika na nazwę produktu, który sprzedawany był we Włoszech przez włoską markę Algida, należącą od lat 60. do holendersko-brytyjskiej spółki Unilever¹⁷. Jak pisze autor książki *Casi di marketing*, już od lat 50. rozwój komunikacji masowej nabiera tempa, lata 80. zaś określane są przez niego jako czas, w którym odgrywa ona główną rolę¹⁸. Właśnie to zjawisko Aldo Nove ukazuje w swojej powieści. Jej akcja rozgrywa się w latach 80., kiedy marketing jest już bardzo dobrze rozwinięty i sprzężony z reklamą. W cytacie przytoczonym powyżej znajdujemy także odniesienie do włoskiej waluty sprzed wprowadzenia w tym kraju euro, co pozwala czytelnikowi na wydedukowanie, w jakim państwie może rozgrywać się akcja powieści. Jednak nie tylko waluta, ale i produkty wymieniane w prozie świadczą o miejscu, w którym osadzona jest opowieść. Oprócz produktów marki Algida, we wspomnieniach z dzieciństwa naszego bohatera pojawiają się również inne włoskie nazwy, między innymi mediolańskiej firmy Alemagna (lody Coppa Smeralda) oraz mediolańskiej Motty (lody Atomic, czekolada Biancori)¹⁹. Inną nazwą, która pojawia się na kartach *Amore mio infinito*, jest marka kremu czekoladowego Nutella włoskiej firmy Ferrero, która urasta w opowieści do rangi symbolu:

Miłość jest wtedy, kiedy masz trzy słoiki Nutelli z pomarańczową łyżeczką, która przypomina łopatkę i nie zjadasz nawet jednego z nich odkładasz je na bok bo wiesz że w niedzielę przyjdzie córka pani Bimbatti i wtedy sprezentujesz jej wszystkie trzy słoiki i nawet tę łopatkę, nawet ją jej oddasz²⁰.

¹⁵ B. Kornacka, *Fenomen „młodych pisarzy” w literaturze włoskiej końca XX wieku*, Poznań 2016, s. 121.

¹⁶ A. Nove, *Amore mio infinito*, Turyn 2000, s. 8 (Il Calippo, la prima volta che mi sono innamorato costava duecento lire. Una volta Filippo si è mangiato tre Calippi uno dietro l'altro. – tłum. DK).

¹⁷ S. Cherubini, *Casi di marketing vol. 3*, Mediolan 2007, s. 14.

¹⁸ *Ibidem*, s. 4.

¹⁹ A. Nove, *Amore...*, s. 9–15.

²⁰ *Ibidem*, s. 19, *należy zaznaczyć, iż autor celowo pomija znaki przestankowe (L'amore è quando hai tre vaschette della Nutella con il cucchiaino arancione che

Narrator, relacjonując wydarzenia z perspektywy dziecka, uwypukla rolę produktu w swoich wywodach na temat miłości. Krem czekoladowy, o którym mowa, smakuje dziecku tak bardzo, że tylko miłość może skłonić go do powstrzymania się od jego spożycia. Ten włoski wyrób staje się zatem symbolem szczęścia i dobrobytu dla osoby wychowanej w Italii w latach 80. Sam styl wyrażenia uwielbienia dla produktu i porównania go ze zjawiskiem wywołującym emocje przypomina język reklamy, analogiczne do przypadku, o którym wspomina Mondello w cytowanym wcześniej fragmencie na temat przekąsek Mulino Bianco.

Warto podkreślić, że produkty wymieniane przez pisarza są produktami włoskimi. Wspomnienia na ich temat przeplatane są ze wzmiankami na temat filmów czy programów telewizyjnych produkcji zagranicznej. Dziecko, które jest głównym bohaterem, snuje o nich fantazje: „A ja, myślałem, że jestem jedną z postaci z amerykańskich filmów”²¹. W tekście wyraźnie powiedziane jest zatem, że chodzi o wpływy amerykańskie. Wśród typowego włoskiego krajobrazu pojawiają się wpływy kultury zachodniej. Ulubionymi filmami małego Mattea były: *E.T.* Stevena Spielberga z 1982 roku oraz brytyjski serial telewizyjny pt. *UFO* wyprodukowany w 1970 roku, czy też, również brytyjski, serial *Space 1999* z 1973 roku. Z samego tekstu Alda Novego wydedukować można, że motywy science fiction cieszyły się szerokim zainteresowaniem odbiorców, co potwierdza też ich występowanie w innych dziedzinach sztuki, na przykład w muzyce. Bohater powieści wspomina o francuskim zespole Rockets, których sceniczny *image* kreowany był na styl przypominający wspomniane filmy. Autor pisze także o muzyce włoskiej. W swoich tekstach niejednokrotnie pojawiają się wzmianki o artystach biorących udział w festiwalu w Sanremò, w *Amore mio infinito* pisze na przykład o Mino Vergnaghim²². Dzięki wymienieniu w narracji tytułów filmów, imion ich bohaterów czy nazw zespołów muzycznych, którymi narrator interesował się w dzieciństwie, czytelnik może zaznajomić się z trendami cieszącymi się popularnością w danym okresie oraz zauważyć i ocenić wpływ produkcji zagranicznej na kulturę masową.

Osoba opowiadająca nam historię kojarzy zatem swoje dzieciństwo z konkretnymi nazwami produktów, tytułami filmów – szczególnie tymi z gatunku science fiction. Wraz ze wspomnianymi nazwami produktów spożywczych tworzy to specyficzną mozaikę rzeczy składających się na jego dzieciństwo. Mozaika ta – połączenie kultury masowej z włoskimi markami, będzie

sembra una paletta e non ne mangi neanche una le metti da parte per quanto domenica arriva la figlia della signora Bimbatti per regalargliele tutte e tre e la paletta pure, la dà a lei. – tłum. DK).

²¹ *Ibidem*, s. 7 (Io, pensavo che ero un personaggio dei film americani. – tłum. DK).

²² *Ibidem*, s. 16.

charakterystyczna dla osób dorastających w latach 80. w tym kraju. Jednak z poszczególnymi jej elementami, na przykład z tymi samymi filmami czy muzyką, swoje dzieciństwo mogliby kojarzyć, na przykład, dorastający w tym okresie Amerykanie lub Brytyjczycy.

W jednej z najnowszych publikacji Alda Novego, zbiorze opowiadań *Anteprima Mondiale* z 2016 roku, autor, po przejściu po 2000 roku do innych form pisarskich, takich jak m.in. reportaże, powraca ze stylem naśladowującym jego własne powieści z lat 1996–2000. Utwór ten nawiązuje do pierwszej publikacji prozatorskiej pisarza pt. *Woobinda*. W dalszej części artykułu skupię się na wyszczególnieniu nazw produktów w niektórych utworach z tego zbioru, analogicznie do analizy poprzedniego tekstu.

W opowiadaniu pod tytułem *La camera dei segreti (Il bagnoschiuma, Guerrilla Beach remix 2016)* (którego pierwszą część można byłoby przetłumaczyć na język polski jako *Komnata tajemnic*) znajdujemy mnóstwo odwołań do serii książek J. K. Rowling pt. *Harry Potter*. Tekst ten, jak sama nazwa wskazuje, ma związek z opowiadaniem *Il bagnoschiuma*, które opublikowane zostało we wspomnianym wcześniej zbiorze *Woobinda*²³. Oba utwory odnoszą się do tego samego zagadnienia. Warto zwrócić zatem uwagę na fakt, iż jeden z nich został wydany aż dwadzieścia lat później – problematyka pozostała taka sama, zmieniły się jedynie obiekty konsumpcjonistycznego pożądanego. Głównym wątkiem obu opowiadań jest zamiłowanie lub nienawiść głównego bohatera do pewnego produktu. Uczucie to jest tak silne, że z jego powodu zabija on osoby, których gust nie jest zbieżny z jego upodobaniami. W utworze z 2016 roku produktem tym jest właśnie seria książek o Harrym Potterze, która pierwszy raz pojawiła się na rynku w 1997 roku. Sam wybór właśnie tego symbolu współczesnych czasów nie wpływa na fabułę, zważywszy na fakt, że jego treść jest bardzo podobna do treści opowiadania *Il bagnoschiuma* z 1996 roku. Zmienia się jedynie obiekt nienawiści lub pożądanego protagonisty, co mogłoby wskazywać na uniwersalność ludzkiej natury, dopasowującej się jedynie do dyktowanych przez kulturę masową kanonów.

W zbiorze *Anteprima mondiale*, w odróżnieniu od pierwszych publikacji pisarza, występują nazwy serwisów internetowych, bądź popularnych na świecie aplikacji mobilnych lub komputerowych. Pisarz wspomina m.in. o encyklopedii internetowej Wikipedia²⁴, serwisach: Youtube²⁵, Twitter, Badoo oraz Facebook²⁶, czy o sklepie internetowym eBay²⁷. W kontekście wymienionych

²³ A. Nove, *Woobinda*, Rzym 1996.

²⁴ A. Nove, *Anteprima mondiale*, Milano 2016, s. 18.

²⁵ *Ibidem*, s. 20.

²⁶ *Ibidem*, s. 47.

²⁷ *Ibidem*, s. 33.

nazw, Aldo Nove wyraża swoje zdanie na temat samotności ludzi w dobie panującej globalizacji:

Wirtualność ma pewne efekty uboczne. Jeden to ten, o którym śpiewała całemu światu Laura Pausini, nazywa się samotność. Tak jak mówił Arystoteles, człowiek to istota społeczna. [...] A więc nie wystarczy Twitter. Nie wystarczy Badoo. Nie wystarczy Facebook. Nie wystarczy godziny spędzone na wyszukiwaniu dziwnych produktów na Ebay-u²⁸.

Pisarz zaznacza problem alienacji społecznej w sposób zrozumiały dla dzisiejszego czytelnika, czyli przedstawiciela najmłodszej generacji, wychowanego wśród najnowocześniejszych środków komunikacji masowej. Odniesienie do tekstu piosenki znanej włoskiej wykonawczyni Laury Pausini oraz słów greckiego filozofa, ukazuje kontrast między wartościami nowych generacji, a tym co dawne, klasyczne. Sama problematyka samotności i wyobcowania zatem nie zmienia się, co wskazuje na jej uniwersalność. W przypadku prezentowanym przez pisarza najnowszej generacji, symbolem samotności stają się znane współcześnie strony internetowe, które są dzisiejszymi produktami. W większości tekstów Alda Novego, zarówno w tych z okresu 1996–2000, jak i tych z ostatnich kilku lat, znajdziemy problem alienacji społecznej, który przedstawiony zostaje w inny, elastycznie dopasowany do zmieniających się pokoleń sposób. Po raz kolejny więc, tak jak w przypadku mody na serię o młodym czarodzieju, opowiadanie z 2016 roku porusza proponowaną już dwadzieścia lat wcześniej tematykę – ujmując ją w inny, aktualny dla czytelnika sposób.

Nazwisko Laury Pausini nie jest jedynym wymienianym przez Novego nazwiskiem znanej we współczesnej włoskiej popkulturze osoby. W najnowszym zbiorze opowiadań pisarz wspomina także kompozytora Franca Battiata oraz komika Maurizia Crozzę²⁹ w odniesieniu do tzw. mondo dello spettacolo, czyli świata ludzi zaangażowanych w tworzenie kultury masowej – kina, teatru, telewizji³⁰. Nazwiska te są tutaj nośnikami włoskości na tle zuniformizowanej kultury. Ze światem medialnym łączy się także wymieniane często przez Novego nazwisko Berlusconi, które pozwala płynnie skierować uwagę czytelnika

²⁸ *Ibidem*, s. 47 (La virtualità ha alcuni effetti collaterali. Uno è quello che tanto bene ha cantato al mondo intero Laura Pausini, e si chiama solitudine. Come diceva Aristotele, l'uomo è un animale sociale. [...] Allora non basta Twitter. Non basta Badoo. Non basta Facebook. Non bastano le ore spese a cercare articoli improbabili su eBay – tłum. DK).

²⁹ *Ibidem*, s. 21.

³⁰ www.treccani.it/vocabolario/spettacolo/ [dostęp: 05.01.2020] – „Mondo dello spettacolo – [...] il complesso delle attività concernenti il cinema, il teatro, la televisione”.

na temat polityki oraz przejść do poważnych kwestii. Takim jest na przykład epizod dotyczący Alda Moro. Politycy oraz znani aktorzy czy komicy występują w prozie Novego ujęci w tych samych kontekstach, w tych samych zdaniach – światy te są pomieszane ze sobą w tekście tak samo jak w przekazie telewizyjnym. Poza włoskimi nazwiskami pojawia się jednak też szereg nazwisk aktorów czy polityków, których twarze znane są na całym świecie z mediów – wymienieni zostają na przykład: Scarlett Johansson, Barack Obama i Bob Dylan³¹.

W *Anteprima mondiale*, wśród wielu uniwersalnych już haseł, jak na przykład wymienionych nazw portali społecznościowych i witryn internetowych, nadal występują zatem włoskie nazwy oraz nazwiska Włochów wyróżniających się aktualnie w świecie polityki i show-biznesu. Dzięki mieszanemu się elementom znanych każdemu odbiorcy masowego przekazu z nazwiskami bardziej lokalnymi, Novemu udaje się ukazać mozaikę bogatą także w typowo włoskie skojarzenia, pisarz ukazuje zatem włoskość na tle globalnego przekazu masowego.

Podsumowanie

Już w pierwszych książkach Alda Novego, pisanych wtedy, kiedy globalizacja nie była aż tak zaawansowana jak dzisiaj, trudno nie zauważyć, że ukazuje on wpływ kultury masowej na życie ludzi w krajach rozwiniętych. Pisarz mówi zwykle o Włoszech, czyli kraju, w którym jest dostęp do technologii i Internetu, dzięki którym z kolei rozwija się także reklama i konsumpcja. Konkretnie marki, tytuły filmów i muzyka z całego świata dostają się do życia codziennego człowieka za sprawą środków masowego przekazu. Nove celowo nie pomija nazw własnych. Przeciwnie, sprawia, że odgrywają one kluczową rolę w historiach jego bohaterów, co jest naturalne, bowiem owe marki cieszą się „globalną” popularnością.

Przedstawiana rzeczywistość osadzona w drugiej dekadzie XXI wieku, jak w zbiorze *Anteprima mondiale* (2016) różni się od tej, której akcja rozgrywa się w latach 80. XX wieku, którą poznajemy w powieści *Amore mio infinito* (2000). Rozbieżności między nazwami marek i produktów z tych dwóch okresów ukazują nie tylko rozwój technologii, ale i marketingu, gdyż rzadziej napotykamy w zbiorze opowiadań z 2016 roku produkty włoskie, czy też mało popularne na świecie wyroby lokalne, które wprowadziłyby u nierodzimego odbiorcy tekstu poczucie egzotyki. I w jednym, i w drugim tekście mowa jest o konsumpcjonizmie, jedyne zmiany dotyczą różnych marek z danego okresu, które zostają zastąpione markami międzynarodowymi. W nowszych tekstach

³¹ A. Nove, *Anteprima...*, s. 103.

zmieniają się zatem przykłady owych marek: nazwy produktów zastępują inne, bardziej aktualne, rozpoznawalne w dzisiejszych czasach. Przesłanie jednak pozostaje takie samo. Włoskość nadal widoczna jest w jednym z najnowszych tekstów Alda Novego, jednak coraz bardziej łączy się ona z kulturą globalną, to, co włoskie i lokalne, staje się, wskutek tego, włoskie i globalne. Dalsze badania nowych tekstów pisarza pozwolą zatem zaobserwować proces wchłonięcia kultury włoskiej przez coraz potężniejszą i niwelującą różnice globalizację.

Bibliografia

- Casadei A. i Santagata M., *Manuale di letteratura italiana contemporanea*, Rzym 2007.
- Cherubini S., *Casi di marketing vol. 3*, Mediolan 2007.
- Ferroni G., *Storia della letteratura italiana. Il Novecento e il nuovo millennio*, Mediolan 2017.
- Kornacka B., *Fenomen „młodych pisarzy” w literaturze włoskiej końca XX wieku*, Poznań 2016.
- Mondello E., *In principio fu Tondelli. Letteratura, merci, televisione nella narrativa degli anni novanta*, Mediolan 2007.
- Nove A., *Woobinda*, Rzym 1996.
- Nove A., *Amore mio infinito*, Turyn 2000.
- Nove A., *Anteprima mondiale*, Mediolan 2016.
- Sabina D., *La scrittura “indifferenziata” di Aldo Nove*, Melegnano 2014.
- Senardi F., *Aldo Nove: pisarz w konflikcie ze swoimi czasami*, [w:] H. Serkowska, (red.), *Literatura włoska w toku 2*, Warszawa 2011.
- Sinibaldi M., *Pulp. La letteratura nell’era della simultaneità*, Rzym 1997.

Netografia

www.treccani.it/vocabolario/spettacolo/ [dostęp: 05.01.2020].