

DE LA JURNALISM MUZICAL LA CRITICĂ MUZICOLOGICĂ
FROM MUSICAL JOURNALISM TO MUSICOLOGICAL CRITICISM

VALERIA ȘEICAN¹⁰,
doctor în studiul artelor, conferențiar universitar,
Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0001-9142-1254>

CZU 78.072.3:070

DOI <https://doi.org/10.55383/pacias2023.07>

¹⁰ E-mail: valycultura@hotmail.com

De la cristalizarea materiei de critică a muzicii, care se produce în mediul academic artistic englez, german, francez, la confluența dintre muzicologie și publicistică, odată cu explozia presei, din secolul XIX și, în special, a jurnalismului, până în zilele noastre, fenomenul muzical continuă să impună necesitatea explicării, răstălmăcirii sale prin totalitatea canalelor de comunicare publică. Specificitatea muzicală, concentrată în conținut și vocabular, în genurile publicistice pe care urmează să le atace novicii muzicologi, este în interconexiune cu procedee confirmate într-o știință paralelă muzicologiei, dar care domină și interferează cu toate sectoarele existențiale umane moderne – marketingul. Libertatea excesivă anihilează, desființează orice regulă, dar știm că un discurs profesionist, valabil, trebuie să corespundă unor reguli clare, acceptate și respectate. O cale de urmat ar fi strategia convertirii aparente la modernitatea fără reguli, dar cu o și mai strictă consecvență în urmarea regulilor impuse și verificate în timp din muzicologie, publicistică, filozofie.

Cuvinte-cheie: *critică, jurnalism, analiză, mass-media, marketing, libertate, profesionism, consecvență*

Since the crystallization of the matter of music criticism, which occurs in the English, German, and French artistic academic environment, at the confluence between musicology and publicity, with the explosion of the press, from the 19th century and especially of journalism, to this day, the musical phenomenon continues to impose the need for its explanation, misinterpretation through all the channels of public communication. The musical specificity concentrated in content and vocabulary, in the publicity genres to be attacked by the novice musicologists, is in interconnection with the procedures confirmed in a science parallel to musicology, but which dominates and interferes with all the modern human existential sectors –marketing. Excessive freedom annihilates, abolishes any rule, but we know that a professional, valid speech must correspond to some clear, accepted and observed rules. One way to follow would be the strategy of apparent conversion into the modernity without rules, but with an even more strict consistency in following the rules imposed and verified in time from musicology, journalism, philosophy.

Keywords: *criticism, journalism, analysis, media, marketing, freedom, professionalism, consistency*

Introducere

De mai bine de o jumătate de secol, curricula universitară europeană include obiectul „Critica muzicală” pentru studenții care optează pentru specialitate de Muzicologie și Compoziție. Parcurgând, în câteva decade, drumul de la „opțional” la „obligatoriu”, obiectul de studiu își reconfirmă valoarea esențială și raționalizantă în procesul de formare profesională a muzicologilor și compozitorilor, contribuind, intrinsec, la ierarhizarea și dezvoltarea abilităților analitice a tinerilor, structurând gândirea critică.

Critica muzicală. Obiect de studiu

Fiind definită ca o activitate intelectuală de a formula judecăți asupra valorii și gradului de excelență a lucrărilor individuale, de grup sau a genurilor muzicale (The Oxford Companion to Music), critica muzicală își reactualizează formele de prezentare a textelor, dar nu-și modifică conținutul valoric. De la cristalizarea materiei de critică a

muzicii, care se produce în mediul academic artistic englez, german, francez, la confluența dintre muzicologie și publicistică, odată cu explozia presei, din secolul XIX și, în special, al jurnalismului, până în zilele noastre, fenomenul muzical continuă să impună necesitatea explicării, răstălmăcirii sale prin totalitatea canalelor de comunicare oficială.

Mass-media oficială și privată, națională și internațională, de specialitate și de popularizare include în proporții diferite conexas la politica editorială a fiecărei case editoriale în parte, prezintă direcții formatoare în acceptarea sau declinarea tuturor exemplurilor de manifestare a fenomenului muzical. Puține case editoriale și-au păstrat consecvent adeziunea față de fenomenul muzical, rămânând exclusivist „despre muzică”. Un exemplu merituos este istoria Revistei noi muzicale *Neue Zeitschrift für Musik*, înființată de autorul său și editorialistul-cheie Robert Schumann, la 1835, care este activă în zilele noastre sub forma bilunară cu titlul *Schott Musik*.

În marea majoritate a țărilor civilizate critica muzicală modernă se manifestă cu precădere în toate variantele presei (scrise, radio, tv, internet), fiind parte componentă a ziarelor, revistelor, emisiunilor radio/tv/podcast la categoria „Social”. Luxul de a fi o formă distinctă și l-au păstrat, adjucecat centrele academice/universitare. Astfel, critica muzicală de calitate, care tratează, responsabil și argumentat, subiecte importante din domeniul muzicii, a migrat în publicațiile orientate pe segmentele de nișă, dedicate și lecturate de muzicieni profesioniști. Ceea ce se atestă, însă, în presa de larg consum, cu referire la textele de critică muzicală, este o schimbare de accente în însăși scopul scrierii/publicării articolelor de critică muzicală. Fiind concepută în ideea de a „propaga” formele sublime ale spiritului prin intenția de a convinge argumentat, ceea ce se atestă azi este „mutația” către obiectivul de a „seduce” prin senzațional cititorul, deformând gustul estetic prin *uniformizare, superficialitate, efemeritate*, debusolând structura morală a acestuia. În spațiul balcanic jurnalismul muzical, promovat și mediatizat, a făcut saltul din *hermeneutică, analitică, filozofie spre mondenitate, social, life-hack, divertisment*. Spre exemplu, Moldova, presa liberă: cel mai mediatizat eveniment muzical în anul 2023 a fost Festivalul DescOpera. Unghiul și modul strategic/valoric de prezentare a evenimentului a fost unul de tipul: „Oaspeții festivalului au avut parte de mai multe activități desfășurate pe teritoriul Rezervației Cultural-Naturale „Orheiul Vechi”. Copiii au participat la activități creative și s-au distrat împreună cu o echipă de animatori. De asemenea, au fost amenajate câteva zone de agrement, unde oamenii s-au relaxat, au savurat un pahar cu vin și au gustat bucate tradiționale” [1], păstrându-se proporția de 20 la 80 text/poze. În aceeași cheie ideatică sunt

formulate și publicate 85% din toate articolele ce apar în presa cu acces public nelimitat din Moldova.

Fenomenul de „critic al dispoziției/sentimentului/senzației de moment” se proliferază susținut și agresiv în tot mediul online, în special, în defavoarea orientării spre analiză critică, antrenare de facultăți mentale, raționamente de analiză comparată ș.a.m.d. Despre această realitate semnalau personalitățile celebre deja la începutul secolului XX. Iată un fragment din presa europeană de la 1900: „În domeniul artei și, în special, în cel al muzicii, indiferent la cunoașterea pur formală, deși în alte cazuri bine justificată, sunt efecte și mai puternice: profanul devine critic. El nu se mai mulțamește, ca simplu „om de pe stradă”, să fie doar un membru al juriului, ci pretinde poziția și puterea „judecătorului învățat”, acționând în consecință.

La început, situația aceasta are partea ei bună. Creația lui Wagner, respinsă în bloc de breasla muzicienilor incapabili să înțeleagă că o artă nouă nu poate fi măsurată după legile celei vechi, s-a adresat mulțimii asupra căreia cuvintele, poezia, teatrul fac impresie, ea pretinde acesteia capacitatea de a lăsa starea poetică să acționeze asupra ei; și mai crede că e posibil să ignore artificul, supunând aceste impresii elementare produse de muzică, limbajului subconștient. Puterile diferențierii s-au manifestat și în domeniul interpretării, iar oamenii au devenit capabili să deosebească între originalitate și imitație. Ei și-au educat organele la fel de sensibile ca înălțimea absolută și sensul formal al muzicianului –mai sensibile, într-adevăr, din momentul în care s-au putut apropia de esență, din momentul în care au fost în stare să-l urmeze pe creator până în punctul unde, pentru cel instruit, a început poezia și limbajul autoreferențial a încetat. Așa a apărut pe lume „the mood-critic”, criticul preocupat doar de stări, sentimente și intuiție” [2 p. 192].

Acest nou tip de critic al stării de spirit a devenit „expert valabil” în toate domeniile existenței sociale azi. Cu atât mai mult în artă, muzică, care, prin însăși definiția sa, face apel la sentiment, senzații/sfere spirituale. Încurajarea și multiplicarea acestui tip de jurnalism muzical, fiind aducător de dividende materiale, în detrimentul celor morale, de către marii proprietari, de facto, al editorialelor de mass-media, restrânge semnificativ aria de existență și circulație liberă a articolelor scrise de experți, muzicologi, compozitori, care posedă arta argumentului și calificarea profesionistă. În Moldova sunt rarissime aceste analize profesionale, pe care nu le mai putem găsi decât la editurile academice ale AMTAP și AȘM. Marea majoritate a autorilor calificați din domeniul artei și culturii au migrat în editoriale de nișă sau și-au concentrat atenția în cercetări individuale, care se prezintă prin publicații de studii monografice sau eseuri ce nu beneficiază de mediatizarea exuberantă,

oferită în contrabalanță articolelor de tip „mondan, societal, de bulevard, divertisment”. Fenomenul este amplificat și de curentul globalist, care contribuie la erodarea și denivelarea oricăror hotare, de la geografic la moral, producând o scădere de importanță și diminuare de tiraj a dezbaterilor pe fond existențial uman/moral/spiritual. În 2007, muzicologul român Laura Vasiliu punctează asupra unei noi provocări: „După 1980, modificări ale politicii culturale din Europa de vest și SUA – scăderea susținerii publice a artei, dezvoltarea industriei pop, apariția societăților multiculturale – au influențat decisiv critica. Cele două repere ale comentariului muzical vor rămâne relația cu publicul și preponderența înregistrărilor asupra concertelor live. Critica muzicii clasice a scăzut ca importanță, s-a diminuat numărul publicațiilor, cele care s-au menținut datorând mult politicii de distribuție, publicității. Sunt însă multe reviste de specialitate, focalizate tematic – un anumit repertoriu instrumental, un anumit stil, o anumită epocă–ce cultivă o muzicologie critică accesibilă, adresându-se unui public mic, dar loial” [3 p. 55].

Un exemplu merituos de publicație periodică de specialitate în spațiul românesc rămâne a fi revista Actualitatea Muzicală, revista lunară a Uniunii Compozitorilor și Muzicologilor din România. În spațiul mediatic informațional din Moldova sunt salutarele micile oaze comunicaționale ale muzicologilor profesioniști susținute de către Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice și cele ale Academiei de Științe, dar și publicațiile Uniunii Compozitorilor și Muzicologilor. Cu toate acestea, menținerea obiectului de studiu „Critica muzicală” în curricula universitară impune abordarea de tactici și strategii ofensive în penetrarea mass-mediei naționale. Astfel, corpul didactic militant activ al propagării mesajului inteligent și inteligibil muzicologic are de urmat postulatele primilor filosofi greci, care insistau pe cultivarea și acceptarea adevărilor filosofice, care constituie avertismente de preț întregii societăți. Sau, cum insistă filosoful, politologul și omul politic român Andrei Marga în lucrarea sa Filosofia Unificării Europene: „Unde nu-i stăpânire a filosofiei, este mărginire, fragmentare și/sau debusolare” [4 p. 325].

Muzicologia și marketingul agresiv al fenomenului de publicitate

Metodica predării criticii muzicologice se diversifică, fiind în concordanță cu realitățile și fluctuațiile în continuă oscilare. Pluridimensionalitatea este pivotul în jurul căruia se structurează forma, conținutul, mesajul, nu și scopul formulării și publicării de articole critice ale muzicologiei moderne. Specificitatea muzicală concentrată în conținut și vocabular, în genurile publicistice pe care urmează să le atace novicii muzicologi, este în interconexiune cu procedeele confirmate într-o știință paralelă muzicologiei, dar care

domină și interferează cu toate sectoarele existențiale umane moderne –marketingul. Astfel, putem vorbi despre o schimbare a „mobilului” muzicologului zilelor noastre, care nu mai trebuie să convingă argumentat, ci doar să seducă subtil publicul cititor sau următor, făcând, totuși, apel la stimularea proceselor cognitive și analitice ale cititorului sau următorului de conținut tematic muzical. Astfel, *captarea atenției și menținerea interesului* urmează a fi făcute utilizând tehnici și procedee sistematizate în marketing, coroborate/sprijinite cu diverse tehnici manipulatorii din arta comunicării și arta publicității, dar este imperios/obligatoriu de penetrat discursul cu inserții analitice, profesional formulate ce caracterizează și ierarhizează valoric talentul și esența declanșatorului fenomenului muzical examinat.

Genurile preferate de editorialele moderne în care se pot strecura muzicologii zilei sunt cele precum: *reportajul, editorialul, interviul, tableta de autor, portretul, cronica, știrea, pamfletul, nota, scrisoarea deschisă, programul, manifestul, știrea extinsă etc.*, în detrimentul și făcând apel mai rar la genuri precum: *eseul, biografia, monografia*, care trimit la publicul de nișă.

Prioritară urmează a fi intenția primară a criticului muzicolog: stimularea gândirii critice, provocarea interesului pentru fenomenele muzicale publice, încurajarea și mediatizarea exemplilor ce denotă talent și consecvență confirmate prin profesionalism, revenirea la ideea de a propaga frumosul, idealurile perene umane, morale, în pofida atacului agresiv al situației impusă artelor, impusă artificial de a *frapa/seduce*, evitarea erorilor cognitive, promovate, impuse și ele în societate, de acceptare și favorizare a toleranței față de mediocritate etc.

Un alt aspect definitoriu în formarea spiritului combativ, ofensiv al noilor critici muzicologice rămâne a fi declanșarea interesului și menținerea determinării în a lectura în online și pe suport hârtie de exemple meritorii de critică muzicală semnate de iluștri reprezentanți, începând cu Adler, Adorno, Busoni, Schoenberg, Schumann, Bartok, Brăiloiu, Cozma, Tomescu, Niculescu, Mârza, Voiculescu, Axionov, Comendant, Mironenco etc.

Concluzii

În loc de concluzie aș remarca existența unui paradox în critica muzicală modernă. Mass-media oferă o libertate pleneră autorilor, făcând și admitând derogări de la regulile gramaticale, morale, promovând texte cu un conținut superficial, tolerând publicitatea mascată în texte de divertisment. Această realitate ar trebui să producă un val imens de scrieri și postări ale spiritelor critice, analitice muzicale profesioniste. Ceea ce nu poate fi

atestat. Motivul fiind unul simplu, banal chiar –această libertate excesivă anihilează, desființează orice regulă, dar știm că un discurs profesionist, valabil, trebuie să corespundă unor reguli clare, acceptate și respectate.

O cale de urmat ar fi strategia convertirii aparente la modernitatea fără reguli, dar cu o și mai strictă consecvență în urmarea regulilor impuse și verificate în timp din muzicologie, publicistică, filozofie. Și să nu uităm că frumusețea rămâne, indiferent de împrejurările neprielnice. Sau, după cum spunea Voltaire: „*Adevărata frumusețe izvorăște din sublim și simplitate*”.

Referințe bibliografice

1. Aproximativ 2000 de oameni au savurat concertele din cadrul Festivalului de Muzică Clasică în Aer Liber „DescOperă” [online]. In: *Jurnal.md* [site]. 19 iun. 2023 [accesat 22 oct. 2023]. Disponibil: <https://www.jurnal.md/ro/news/aef9565710dd08e3/aproximativ-2000-de-oameni-au-savurat-concertele-din-cadrul-festivalului-de-muzica-clasica-in-aer-liber-descopera.html>.
2. SCHOENBERG, A. *About Music Criticism, în Style and Idea. Selected writings of Arnold Schoenberg*. London: Edited by Leonard Stein, Faber&Faber. 1975.
3. VASILIU, L. *Muzicologia și jurnalismul: prezența muzicii clasice în media românească de după 1989*. Iași: Artes, 2007. ISBN 978-973-8271-67-8.
4. MARGA, A. *Filosofia unificării Europene*. Cluj-Napoca: Editura Fundației pentru Studii Europene, 2001. ISBN 973-8254-06-X.
5. NATTIEZ, J. *Istoria muzicologiei și semiologia istoriografiei muzicale*. Iași: Artes, 2005. ISBN 973-8271-14-2.