

# Muzica populară la televiziune: divertisment sau expresie a identității naționale? O paralelă între România și Austria

Mădălina DIACONU

Pentru majoritatea intelectualilor din Austria, numele Musikantenstadl, care ar putea fi tradus aproximativ drept „Șura lăutarilor”, echivalează cu fenomenul unei *Volksverdummung* (prostirea maselor). Vreme de un sfert de veac, de la lansarea sa în 1981 și până când a fost desființat, la sfârșitul anului 2005, show-ul de televiziune Musikantenstadl a iscat nesfârșite controverse în Austria și Germania, unde a înregistrat un enorm succes de public, dar s-a lovit de critica acerbă a intelectualilor și a persoanelor cultivate. Cu atât mai mare a fost surpriza inițierii unui proiect de cercetare pe această temă la Comisia de antropologie socială de la Academia Austriacă de Științe cu subiectul *Alpine Populärkultur im fremden Blick. Der Musikantenstadl im Lichte der Wissenschaften*<sup>1</sup>. Echipa de cercetare a fost compusă dintr-un etnolog și un economist, ambii austrieci, o sociologă originară din Istanbul și cu mine, ca esteticiană, originară din București.

Pentru a garanta o privire obiectivă și genuină, lipsită de prejudecăți asupra fenomenului, s-a preferat investigarea sa de către cercetători de origine străină. Conflictul dintre emisiunea Musikantenstadl, cu amestecul său de muzică pseudo-populară și șlagăre, și așa-numita muzică populară autentică pare, la prima vedere, asemănător cu cel dintre folclor și manele în România zilelor noastre. După cum se va vedea, similitudinile se vădesc a fi limitate, iar interpretările date de specialiști implicațiilor identitare ale fenomenului sunt uneori de-a dreptul opuse.

## Controversa în legătură cu Musikantenstadl în Austria

Emisiunea Musikantenstadl a fost realizată de televiziunea austriacă ORF și de postul german ARD; vreme de câțiva ani, a fost co-producător și un post elvețian de televiziune. Emisiunea se transmite în direct sâmbătă seara, deci la o oră de audiență maximă, și constă din spectacole de divertisment organizate în orașele din Germania și Austria. În anii optzeci și nouăzeci au fost organizate spectacole și în străinătate, denumite *Auslands-Stadl*, în Dubai și în Orașul Interzis din Beijing, la Moscova, în Africa de Sud, Canada, Slovenia și Islanda. La aceste *Auslands-Stadl* au participat mii de fani veniți din toate țările de limbă germană, care au luat avionul special pentru a-l însoți pe Karl Moik, moderatorul emisiunii în toți acești ani, și echipa sa. Fenomenul este practic unic în țările de limbă germană. În plus, unul din cele două posturi ale televiziunii de stat din Austria (până de curând singurele) transmite toată noaptea de Revelion un spectacol maraton cu Musikantenstadl. Revelionul 2005/2006 a marcat și ultimul Musikantenstadl. Emisiunea a fost relansată într-o nouă formă și cu un nou moderator sâmbătă, 23 septembrie 2006, și a fost urmărită chiar și după ora 23 de peste

---

<sup>1</sup> Rezultatele acestui proiect de cercetare formează obiectul volumului *Der Musikantenstadl. Alpine Populärkultur im fremden Blick*, ed. de Susanne Binder și Gebhard Fartacek, Lit-Verlag, Viena, 2006.

un milion de spectatori, cam tot atâția câți urmăresc știrile de pe ZIB1 la ora 19.30, iar calificativele acordate emisiunii au fost cele mai înalte de până acum.

Din punct de vedere estetic, Musikantenstadl este un exemplu tipic de kitsch<sup>2</sup>. Kitsch-ul însuși, ca fenomen și teorie, provine tot din Bavaria și Austria, deci tocmai din cultura alpină de limbă germană. Kitsch-ul este sentimental și duios, dulceag și lipicios, după unii critici precum Ludwig Giesz chiar „impur“, „pseudotranscendent“, „neliber“ și de-a dreptul suspect<sup>3</sup>. Același Giesz afirmă că, în kitsch, individul se delectează cu propria delectare, ceea ce-l desfată nefiind atât obiectul, cât sentimentul desfătării de sine. Cruciada teoreticienilor artei împotriva efuziunilor sentimentale este, în opinia noastră, un fenomen specific pentru țările de limbă germană; uneori patetismul cu care se critică patosul kitsch-ului se apropie el însuși în mod periculos de limita kitsch-ului.

O altă critică la adresa criticii kitsch-ului invocă argumentul democrației: într-o societate a egalității în drepturi – susțin reprezentanții mediilor –, fiecare cetățean are dreptul să i se ofere producții culturale corespunzătoare gustului său. Mediile înseși funcționează după principiul „millions can't be wrong“: cotele de audiență sunt suficiente pentru a justifica o emisiune. Dar mai ales care sunt instanțele autorizate să înfiereze ceva drept kitsch și cu ce drept? Kitsch-ul este un concept cultural elitar prin definiție, chiar dacă acesta nu se suprapune neapărat peste elitele sociale (după cum demonstrează fenomenul noilor îmbogățiți). Kitsch-ul a fost discutat îndeosebi în Germania, dar și în Statele Unite, mai ales în perioada anilor 1930-1960, și a fost reluat în Franța, la începutul anilor 1970; tema a fost însă continuată de curând în Germania și Austria, în contextul crizei reperelor valorice și a învățământului, în paralel cu încercările de a reintroduce canoane de lectură sau de cultură generală<sup>4</sup>.

Ce-i drept, kitsch-ul are și componente structurale, așa cum a arătat Abraham Moles<sup>5</sup>. Dar chiar și așa, Musikantenstadl satisface toate criteriile pentru a fi considerat kitsch, prin aglomerarea de elemente plăcute, prin excesele sinestezice (muzică, gastronomie, frumusețea interpreților, mirosul îmbătător al florilor etc.), prin antifuncționalitate (scenografia emisiunii a rămas în toți acești ani o sură idilică, supraîncărcată cu flori, din care lipsesc însă uneltele), prin redundanța semantică a textelor pline de clișee, ca să nu mai vorbim de lipsa de originalitate și de calitatea îndoielnică a muzicii. Pe scurt, regăsim aici concentrate mai multe categorii de kitsch: kitschul drăguț, kitschul naturii, cel sentimental, al atmosferei plăcut-intime (*gemütlich*), kitschul patriotic și cel exotic<sup>6</sup>.

Din punct de vedere muzical, Musikantenstadl promovează genul *Volkstümliche Musik*, pe care-l prezintă însă drept o muzică populară autentică. Disputa dintre etnomuzicologi cu privire la îndreptățirea acestei *Volkstümliche Musik* (s-o traducem drept muzică pseudo-populară) durează încă de la lansarea emisiunii. Etnomuzicologi de

<sup>2</sup> Vezi Mădălina Diaconu, *Zur Ästhetik des Musikantenstadls*, în *op. cit.*, p. 155-224, despre elemente kitsch în Musikantenstadl a se vedea îndeosebi p. 163-181.

<sup>3</sup> Ludwig Giesz, *Phänomenologie des Kitsches*, Fischer, Frankfurt a. M., 1994 (<sup>1</sup>1954), p. 50, 64.

<sup>4</sup> Hermann Broch, *Gesammelte Werke Bd. 5. Dichten und Erkennen*, Rhein, Zürich, 1955; Clement Greenberg, *Art and Culture*, Beacon, Boston, 1961; Gillo Dorfles (Hg.), *Der Kitsch*, Prisma, Gütersloh, 1977; Thomas Kulka, *Kitsch and Art*, Pennsylvania State University Press, 1996; Konrad-Paul Liessmann, *Kitsch! Oder warum der schlechte Geschmack der eigentlich gute ist*, Brandstätter, Viena, 2002 etc.

<sup>5</sup> Abraham Moles, *Le Kitsch: L'art du bonheur*, Maison Mame, Paris, 1971.

<sup>6</sup> Despre genurile kitsch-ului vezi Hans-Dieter Gelfert, *Was ist Kitsch?*, Vandenhoeck&Ruprecht, Göttingen, 2000.

marcă din Austria, precum Walter Deutsch, consideră că *Volkstümliche Musik* s-a constituit între timp ca gen de sine stătător<sup>7</sup>. Controversa în jurul muzicii populare și pseudo-populare este o chestiune extrem de delicată în Germania și Austria, unde etnografia a fost instrumentalizată de național-socialism și unde, de aceea, sunt evitate astăzi concepte considerate compromise, precum cel de „popor” (*Volk*), „patrie” (*Heimat*) și „autenticitate”. Mai mult, în literatura de specialitate s-au formulat rezerve și în ce privește caracterul „popular” al muzicii populare (*Volksmusik*): Nu numai că genul muzical cu adevărat de succes și, deci, „popular” de astăzi, este mai degrabă muzica pop decât folclorul. De asemenea, se spune că folclorul însuși n-a fost nicicând muzica întregului „popor”, ci tot a unei minorități. După britanicul Ian Campbell și după Nicolae Teodoreanu<sup>8</sup>, ceea ce denumim astăzi muzică populară nu reprezintă muzica autentică țărănească, ci o prelucrare a acesteia de către etnografii culegători de folclor sau de interpreții (școliți) de la radio și televiziune – și, în acest sens, muzica populară mediatizată, cunoscută în România drept „folcloristică”, este ea însăși un fals folclor sau, cu un termen introdus în Statele Unite pentru diverse variante pseudo-folclorice, o formă de *fakelore*. Fenomenul își are originea în etnografia secolului al XIX-lea; atunci s-a răspândit ideea că anumite cântece populare au o calitate estetică insuficientă și de aceea au fost „corectate” și stilizate de culegătorii de muzică populară sau prelucrate de compozitori. De atunci, ele au circulat sub numele acestora și au ieșit astfel din anonimatul culturii populare. Specialiștii nu sunt totuși de acord în ce privește amploarea acestei corecturi a folclorului: după unii, ea are loc doar în culturile în care muzica populară este pe cale de dispariție, după alții, ea constituie un fenomen global. În orice caz, această „îmbunătățire” a folclorului, favorizată de medii și de industria turismului, este criticată în toate țările de etnografi, întrucât transformă muzica populară în culisele unui spectacol artificial și fals al vieții țăranilor. Mai mult, un alt aspect care distinge muzica populară de cea pseudo-populară este funcționalitatea: dacă muzica populară are un puternic caracter ocazional, fiind legată de sărbători și de ritmul de viață și muncă al unei comunități locale, muzica pseudo-populară se autonomizează și poate fi interpretată oricând și oriunde<sup>9</sup>. Nici publicul celor două genuri nu mai este același: muzica țărănească autentică se adresa propriei comunități din care făceau parte și muzicanții, în timp ce muzica pseudo-populară se adresează maselor în cadrul unor spectacole organizate de profesioniști ai mediilor, cu concursul unor interpreți profesioniști. Muzica țărănească se transmite oral, cea populară și pseudo-populară circulă sub numele interpretului. Popularitatea este esențială în *Volkstümliche Musik*, în timp ce în muzica țărănească ea nu joacă nici un rol; mai mult, mediatizarea și comercializarea discurilor fac posibilă o popularitate supraregională, la nivel național sau chiar pe întreaga piață de limbă germană a muzicii pseudo-populare (la fel, pe piața de limbă română, în România și Republica Moldova). Pe scurt, stilul *Volkstümliche Musik* nu numai că nu se deosebește după interpreți, ci este relativ uniform și

---

<sup>7</sup> Walter Deutsch, *Anmerkungen zur „volkstümlichen Musik der Gegenwart”*, *Volkskunst heute. Handwerk, Tracht + Brauch*, Jg. 14 (3), p. 14–16.

<sup>8</sup> Campbell, într-un interviu luat de Jürgen Frey Kaarel Siniveer, *Eine Geschichte der Folkmusik*, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 1987, 258; Nicolae Teodoreanu, într-un interviu pe care mi l-a acordat în august 2005, la București.

<sup>9</sup> Despre deosebirile dintre *Volksmusik* și *Volkstümliche Musik* vezi Köstlin, *op. cit.*, și Karsten M. Gutsche, *Urheberrecht und Volksmusik. Die volksmusikalische Bearbeitung und ihre Rechtswahrnehmung durch die GEMA*, Berlin-Verlag Spitz, Berlin, 1996, 9 sq.

supraregional, combinând muzica populară din regiunea Alpilor cu șlagăre din anii patruzeci.

Începând din anii șaptezeci, *Volkstümliche Musik* s-a apropiat de șlagărele germane. De atunci ea se caracterizează prin prelucrarea cu instrumente noi (chitară, keyboard, percuție) a unor motive folclorice, prin accentuarea dimensiunii ritmice, prin simplificarea și accelerarea ritmurilor folclorice și introducerea basului instrumental. Valorile promovate de textele cântecelor nu sunt de fapt țărănești, ci mic-burgheze. Varietatea ritmico-melodică a muzicii populare este redusă în muzica pseudo-populară la patru genuri: valsul, valsul lent, polca și marșul. În mod corespunzător, și Musikantenstadl s-a transformat dintr-o emisiune concepută pentru un grup cu un profil clar (amatorii de muzică pseudo-populară) într-un *potpourri* generic muzical, după principiul de a oferi câte ceva pentru toate gusturile.

Care este însă structura publicului unei astfel de emisiuni? În 2004, emisiunea era urmărită cu preponderență de spectatori aflați la vârsta a treia. Majoritatea erau cuprinși în grupul „oamenilor de la țară” (*die Ländlichen*), urmași de „centrul burghez” (*Bürgerliche Mitte*), de „tradiționaliști” și de „conservatori”<sup>10</sup>. Chiar dacă preferința pentru Musikantenstadl este transversală, putând fi regăsită în toate straturile sociale și, probabil, aproape în toate partidele politice (cu excepția „verzilor”), publicul este, în orice caz, atașat valorilor tradiționale (simțul datoriei și al ordinii, dragostea în cadrul căsătoriei, iubirea pentru copii) și adeptul unei modernizări moderate. Mulți dintre fani și-au exprimat teama de a merge în străinătate; abia alături de echipa emisiunii ei capătă curaj pentru a o urma la acele *Auslands-Stadl*. Iar ceea ce caută în străinătate este din nou, în mod paradoxal, sentimentul de a fi acasă, pe care-l mijlocește emisiunea prin muzica în limba germană, interpretată de vedetele îndrăgite și comentată de moderatorul pe care-l percep de ani de zile drept „unul de-ai noștri”. Șocul de a se afla pe pământ străin este astfel amortizat cu succes – iar companiile aeriene și agențiile de voiaj se bucură și ele.

Datele cu privire la vârsta și originea socială a publicului emisiunii vin în sprijinul interpretării că, cel puțin inițial, muzica pseudo-populară a fost promovată „de sus”, din rațiuni de strategie ale caselor de discuri și ale autorilor de programe muzicale radiofonice și de televiziune, pentru a contrabalansa muzica pop și rock din ultimele decenii, care aveau priză mai ales la tineret. Totuși, alții consideră că *die volkstümliche Musik* a apărut și s-a dezvoltat în mod spontan, orientându-se în funcție de așteptările publicului. În orice caz, la ora actuală fenomenul nu poate fi discutat fără a avea în vedere amplele sale ramificații în lumea afacerilor.

Pentru o comparație cu situația muzicii populare și pseudo-populare din România este necesar să avem în vedere și implicațiile ideologice ale emisiunii Musikantenstadl. Proiectul de cercetare amintit la început a plecat de la ipoteza că emisiunea ar răspunde anumitor nevoi și proiecții identitare ale austriecilor, ceea ce i-ar explica și succesul în toți acești ani. Ce-i drept, Austria se prezintă față de străini prin muzica sa, inclusiv prin spectacolele folclorice sau pseudo-folclorice, deja din perioada interbelică. Atunci, după destrămarea Imperiului Austro-Ungar, s-a pus problema supraviețuirii statului austriac ca stat de sine stătător, dată fiind comunitatea lingvistică

<sup>10</sup> După cum arată datele unui studiu nepublicat și pus la dispoziție de ORF.

cu marele vecin de la Vest, Germania. Acest lucru și explică de ce austriecii simt și acum nevoia să demonstreze că sunt altfel decât germanii, iar, în acest scop, apelează și la cultura populară, care este un fenomen prin excelență local. Poate în primul rând în raport cu germanii austriecii au promovat imaginea unor tradiții folclorice încă vii și a unui *savoir-vivre* euforic și *gemütlich*, trăsături care sunt înscenate cu măiestrie în fața turiștilor – majoritatea, tocmai de origine germană (cazul tipic este turismul din Tirolul austriac, unde spectacolul turistic atinge uneori aspecte de-a dreptul absurde.) Austriei îi place să se prezinte drept insulă a idilismului folcloric, drept un Eldorado în ce privește frumusețile naturii și bogăția folclorică, afirmă etnograful german Konrad Köstlin<sup>11</sup>. Se naște, astfel, un fenomen paradoxal, prin care muzica populară contribuie la constituirea identității austriece, însă pentru aceasta are nevoie de aplauzele publicului (străin), în fața căruia să pună în scenă spectacolul identității. Paradoxul se ascute în cazul unei emisiuni precum Musikantenstadl, care se repliază asupra a ceea ce este local și propriu, în condițiile în care procesele de integrare europeană și de globalizare au fost resimțite drept o amenințare la adresa propriei identități, însă, totodată, imaginea de sine este promovată tocmai cu mijloacele mediilor, ca instrumente ale globalizării. Pe scurt, pseudo-folclorul reprezintă în Austria cadrul unei înscenări de sine cu funcție identitară, dar și profitabilă din punct de vedere economic.

Aceeași ambivalență ideologică și comercială caracterizează și emisiunea Musikantenstadl. Privită cu ochii străinului, emisiunea este o punere în scenă, organizată impecabil, a imaginii de sine a austriecilor drept un popor șarmant, elegant și plin de umor, care știe să se distreze și să-i distreze pe ceilalți – în crasă opoziție față de germani. Se pune totuși întrebarea dacă această imagine poate fi în continuare păstrată neschimbată în condițiile extinderii Uniunii Europene și a creșterii numărului de turiști veniți din fostele țări socialiste și din fostele republici sovietice. Presupun că, spre deosebire de germani, pentru aceștia Austria reprezintă mai puțin imaginea fericită a unui eden bucolic neatins de civilizație – mai puțin fericirea, acestea sunt aspecte pe care noii turiști, în majoritate tineri, le au și acasă –, cât a unei culturi înalte și a unei vieți urbane moderne.

În fine, în ce privește caracterul politic al lui Musikantenstadl, moderatorul s-a ținut în mod explicit departe de politică și a afirmat, într-un interviu cu echipa noastră de cercetare, că emisiunea sa este menită doar să aducă fericire în casele oamenilor. Implicații politice nu sunt totuși excluse, dacă vom considera că și convingerile apolitice exprimă, în felul lor, o opțiune politică, mai precis, mulțumirea cu starea de lucruri actuală și refuzul de a se angaja critic în viața social-politică. Mai mult, moderatorul a primit titlul onorific de profesor și a fost premiat în mai multe rânduri de către statul austriac, ceea ce echivalează cu statutul unui ambasador cultural inoficial. La spectacolele organizate în străinătate au participat miniștri și reprezentanții unor mari firme austriece, iar la emisiunile din Austria și Germania este întotdeauna interviuat primarul localității-gazdă. Încă o dată, nici aici nu există consens: pentru unii muzica pseudo-populară este pur articol de consum și „fast-food mental”<sup>12</sup>, pentru alții ea poate

<sup>11</sup> Konrad Köstlin, *Tracht und Volkslied – Volkskultur als nationales Programm*, în: *Verfreundete Nachbarn. Deutschland-Österreich*, ed. de Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Kerber, Bielefeld, 2005, p. 154–157.

<sup>12</sup> Herbert Zotti, *Die volkstümliche Musikszene am Beispiel des „Grand Prix der Volksmusik 1992“*, în: *Sommerakademie Volkskultur: Dokumentation, Kurse, Vorträge, Diskussionen, Konzerte, Arbeitsgruppen*

fi sau chiar a fost instrumentalizată de politicienii populiști sau de dreapta și deschide calea către o periculoasă „politică a sentimentelor”<sup>13</sup> în locul unei atitudini responsabile și critice față de societate.

### **Folclorism, muzică țărănească și manele în România de astăzi**

În România nu există un corespondent exact al emisiunii Musikantenstadl. În unele privințe, ea se apropie foarte mult de emisiuni de divertisment cu muzică ușoară și slagăre, însă acestea nu conțin și muzică populară. În alte privințe, Musikantenstadl seamănă mai degrabă cu emisiunile de muzică folclorică, totuși acestea sunt mai degrabă ignorate de intelectualii din România decât să deștepte o animozitate la fel de intensă precum Musikantenstadl în țările de limbă germană. În ce privește popularitatea, ce-i drept, interpreții de *Volkstümliche Musik* pot fi comparați cu vedetele manelelor, însă Musikantenstadl este produsă de canale de televiziune de stat (ORF în Austria și ARD în Germania), în timp ce difuzarea manelelor este practic și astăzi censurată din rațiuni estetice pe posturile de televiziune „respectabile” și în mod explicit de TVR.

În România am purtat discuții cu etnomuzicologi, cu oameni de televiziune de la TVR (regizori și producători de muzică populară și divertisment, cu redactori ai emisiunilor în limba germană) și cu reprezentanți ai minorităților maghiare și germane de la București, Sibiu, Cluj-Napoca și Satu Mare, pentru a-i întreba dacă cunosc Musikantenstadl, ce impresie le face emisiunea și dacă pot stabili o paralelă cu situația muzicii populare și pseudo-populare din România<sup>14</sup>. Concluziile cercetărilor au fost că emisiunea este cunoscută cel mult de minoritatea germană; de asemenea, reacțiile la vizionarea casetelor video au fost covârșitor negative. Intervievații erau la început curioși și se așteptau să li se prezinte un spectacol model, care să le placă sau de la care să învețe, însă erau rapid dezamăgiți sau chiar consternați. Când li s-a solicitat să explice de ce resping emisiunea, a apărut o anume iritare și deconcertare, întrucât nu știau cum s-o critice, rămânând totodată în limitele unui discurs academic și competent. Într-o asemenea situație, constatăm că ne lipsește în genere o anumită cultură a invectivelor: suntem mult mai obișnuiți să apreciem decât să criticăm – îndeosebi când ceva vine din Vest și devine obiectul de studiu al unei instituții academice de prestigiu.

În ce privește genurile muzicii populare, este dificil de făcut o paralelă între țările de limbă germană și România, unde se face distincție între muzica populară, folclorul, muzica țărănească, numită adesea și tradițională, și, în fine, manelele. În timp ce în anii socialismului a fost sprijinit activ un anumit folclorism idilic, la ora actuală factorul-cheie al producției muzicale a devenit liberalismul „apolitic”, în care domnește legea cererii și a ofertei. Ca atare, muzica populară a ajuns să fie concurată tot mai mult în ultimii ani de așa-numitele manele. Astfel, pe de o parte, posturile de televiziune de calitate se străduiesc să contrapună emisiunilor folcloristice, suspecte de kitsch, emisiuni sobre de etnografie științifică, care să redescopere muzica țărănească. Pe de altă parte, odată cu explozia posturilor de televiziune, au fost înființate în ultimii trei-patru ani

– *zu Volkskultur und Volksmusik*, ed. de Österreichisches Volksliedwerk, Österreichisches Volksliedwerk, Viena, p. 167.

<sup>13</sup> Josef Haslinger, *Politik der Gefühle*, Neuwied, Darmstadt, 1987.

<sup>14</sup> Mădălina Diaconu, *Zwischen volkstümlicher Musik und Manele: Österreich und Rumänien in Vergleich*, în: Binder&Fartacek, *op. cit.*, p. 234–248.

canale private, care transmit exclusiv muzică populară, muzică lăutărească, manele, muzică de fanfară și, uneori, șlagăre<sup>15</sup>.

De câțiva ani un nou cuvânt a (re)intrat în dicționarul limbii române: *manea*, plural *manele*. După etnomuzicologii Speranța Rădulescu și Nicolae Teodoreanu, manelele reprezintă o muzică panbalcanică de metisaj, cu texte și ritmuri simple și de o calitate îndoielnică. Ele sunt cunoscute practic în România încă din anii șaptezeci-optzeci, dar s-au răspândit în toată țara mai ales de la sfârșitul anilor optzeci, și anume – se pare – pornind din Banat; de aceea genul a și fost numit inițial „muzică sârbească”. Nu se cunoaște exact originea manelelor, care prezintă influențe balcanice și „orientale” (ale muzicii sârbești, grecești și turcești – în Turcia un gen asemănător se numește „arabesc”, în Croația „narodnjaci”). Se pare, însă, că fenomene similare sunt cunoscute nu numai în toată regiunea balcanică, ci până în Polonia. În particular, în cazul României și al Republicii Moldova<sup>16</sup>, manelele sunt curent interpretate de publicul larg drept o „țigănizare” a muzicii populare românești, chiar dacă interviurile realizate de Speranța Rădulescu cu lăutari rromi au demonstrat că o astfel de judecată nu poate fi în nici un caz generalizată<sup>17</sup>.

Manelele sunt îndrăgite îndeosebi de generația tânără și relativ tânără de la sate sau de la periferia orașelor. Estetica lor, inclusiv în videoclipurile muzicale, amestecă motive ale culturii *backstreet* cu cultura de mahala, uneori cu rap-ul afroamerican, cu „muzica țigănească” și cu sentimentalismul șlagărelor clasice. După ce multă vreme au fost interzise la televiziune, popularitatea lor i-a constrâns pe producătorii de televiziune să invite interpreții de manele în show-uri de divertisment, unde, de pildă, intră în competiție împotriva cântăreților de muzică populară. Rezistența împotriva manelelor a luat uneori forme virulente în ultimii ani, când studenții din Cluj-Napoca au reușit să contramandeze printr-o demonstrație un spectacol de manele de la Casa Studenților. De asemenea, s-a lansat prin e-mail strângerea de semnături pentru un apel anti-manele etc.

Alți muzicieni interpretează, deopotrivă, muzică populară tradițională, combinații originale de rap și hip-hop, jazz și manele cu rezonanțe sârbești. La aceasta se adaugă genul genul etno sau etno-pop, cu priză la tineri, ca și prelucrările unor teme folclorice de interpreți de jazz. În fine, o categorie aparte o constituie formațiile de muzică populară de joc, precum Tariful din Clejani (în apropiere de București) sau Fanfara Ciocârlia din satul Zece Prăjini din județul Bacău, orchestre ce reputează succese fulminante în străinătate, unde și înregistrează, în timp ce discurile lor lipsesc de pe piața românească. Toate aceste variante nu constituie însă obiectul analizei de față, care se limitează la genul cunoscut drept muzică populară și la manele.

După cum am văzut, disputa în mediile austriece cu privire la acceptanța emisiunilor de tip Musikantenstadl pleacă de la antiteza dintre muzica populară autentică (*Volksmusik*) și falsificarea acesteia de către *Volkstümliche Musik*. Și în România etnomuzicologii au distins în anii șaptezeci și optzeci între muzica populară „autentică” și cea „lăutărească”. Astăzi, unii dintre ei evită termenul de autenticitate, întrucât acesta ar fi fost compromis în deceniile trecute, când folclorismul era prezentat

---

<sup>15</sup> Le mulțumesc pentru explicații și interpretări lui Florin Iordan, Speranța Rădulescu, Elise Stan și Nicolae Teodoreanu.

<sup>16</sup> Într-o discuție cu Vasile Chisăliță și Victor Ghilaș, în septembrie 2006, la Chișinău.

<sup>17</sup> Speranța Rădulescu, *Taifasuri despre muzica țigănească. Chats about gypsy music*, București, Editura Paideia, 2004.

și promovat drept muzică populară autentică. În locul autenticității estetice, se preferă, în parte, conceptul unei autenticități existențiale: autentic este ceea ce este viu, chiar dacă eventual nesatisfăcător estetic – or acesta este tocmai cazul manelelor. Prin urmare, etnomuzicologii au uneori disensiuni cu producătorii de televiziune, care continuă să difuzeze așa-zisa muzică populară în vechiul stil idilizant și festivistic: Pe de o parte, etnomuzicologii consideră că această stilizare cultă și înfrumusețare a muzicii populare falsifică de fapt viața reală a țăranilor de astăzi. Pe de altă parte, televiziunea de stat dorește să educe publicul, iar nu să-i pună în față oglinda realistă a vieții cotidiene: criteriile estetice trec aici înaintea argumentului verosimilității. Exemplul cel mai clar pentru această deosebire de vederi poate fi găsit în scrisoarea deschisă adresată în 2000 de Horia Bernea, directorul de atunci al Muzeului Țăranului Român din București, lui Cristian Hadji-Culea, directorul Televiziunii Române<sup>18</sup>. Unul din punctele principale ale diatribei lui Bernea se referă la indiferența producătorilor de televiziune față de adevărul istoric: filmările de la Muzeul Satului din București au drept fundal case din secolul al XVIII-lea; vestimentația interpreților constă din costume festive sau de nuntă din secolul al XIX-lea, iar machiajul, coafura și alte accesorii sunt tipice pentru timpurile noastre. Epocile și straturile sociale sunt astfel amestecate într-un stil „popular“ ce se pretinde a fi etern precum un tip ideal.

În altă ordine de idei, spre deosebire de Germania și Austria, unde muzicii populare și pseudo-populare li se atribuie o funcție identitară, identitatea națională nu constituie o problemă în România de astăzi, afirma Speranța Rădulescu. O dispută similară celei din Austria cu privire la caracterul comercial sau ideologic al emisiunilor de muzică populară poate fi regăsită și în România, cu deosebirea că muzica populară nu mai este asociată cu o politică de dreapta, adeseori populistă, ca în Austria, ci cu una naționalistă. Accentele cele mai radicale pot fi găsite în aceeași scrisoare deschisă a lui Horia Bernea:

Prin emisiunile sale de folclor, televiziunea română se arată încă, după 1989, în întregime tributară ideologiei național-comuniste și criteriilor estetice care decurg din ea. Aceste emisiuni sunt false în raport cu cultura muzicală țărănească pe care pretind a o prezenta, nule sub raport educativ și lamentabile sub raport artistic<sup>19</sup>.

Astfel de emisiuni se bazează, după el, pe o „profundă neînțelegere“ a culturii românești și „pe gusturi pervertite până la patologic“. În aceeași direcție merge și astăzi Speranța Rădulescu de la Muzeul Țăranului Român, care ajunge chiar să contrapună manelele emisiunilor „folcloristice“: în timp ce publicul emisiunilor de muzică folclorică ar fi deja estetic „pervertit“, pentru că și-a însușit gustul producătorilor de televiziune, publicul iubitor de manele reacționează spontan, iar obiectul gustului lor ar fi, așadar, dovada libertății de expresie într-o societate democratică. Pe scurt, publicul muzicii populare ar fi obedient, cel al manelelor rebel și liber. O asemenea opinie este, evident, discutabilă; în orice caz, producătorii de televiziune afirmă că ei își educă, iar nu deformează publicul.

În ansamblu, contextul social în care s-au răspândit *die volkstümliche Musik* în Austria, respectiv manelele în România, rămân incomparabile. În anii optzeci Austria

<sup>18</sup> Horia Bernea, *Imaginea mediatică a muzicii populare românești*, în „22“, anul XI (550), 12–18. 9. 2000, p. 15–16.

<sup>19</sup> *Ibidem*, p. 15.

era o țară mică, dar cu o economie prosperă și cu un nivel de viață ridicat, în care o mare parte din populație privea cu rezervă aderarea la Uniunea Europeană. Atmosfera de atunci se caracteriza, după Andre Gingrich, prin „pesimism cultural“ și „șovinism economic“<sup>20</sup>. Dimpotrivă, întrecerea pentru popularitate dintre muzica populară și manele în România a început pe fundalul unui regim dictatorial și a continuat în condițiile transformărilor substanțiale din perioada de tranziție.

În ce privește tipul de emisiune, Musikantenstadl poate fi comparat, pe de o parte, cu mixtura de muzică populară și de fanfară, manele și șlagăre de pe canale particulare precum *Etno*, pe de altă parte, o emisiune la fel de longevivă și tot la o televiziune de stat este *Tezaur folcloric* de la TVR<sup>21</sup>. Ca și Musikantenstadl, și *Tezaur folcloric* a cunoscut în cele peste două decenii de existență o singură moderatoare (Marioara Murărescu). Deși este cea mai veche emisiune de muzică populară de la TVR, ea a rămas și acum foarte populară: cu un rating de 2,5–6 % și un share de 15 % în 2005, *Tezaur folcloric* este lider de piață la ora sa de difuzare (duminică după-amiaza). Cei doi moderatori, Murărescu și Moik, seamănă în ce privește folosirea unei limbi de lemn specifice (de exemplu, prin repetatele laude la adresa frumuseții muzicii populare și a comorilor folclorice), însă tonul este diferit (jovial-exuberant la Moik, prețios-solemn la Murărescu). De asemenea, dramaturgia emisiunilor este diferită: *Tezaur folcloric* difuzează cel mai adesea înregistrări din concerte sau filmări în aer liber la Muzeul Satului. Legătura dintre momente o mediază scurtele prezentări ale moderatoarei, transmise din studio. Dialogul cu publicul lipsește, iar moderatoarea are o atitudine statică și rigidă. Publicul este absent sau retras pasiv în întunericul sălilor de concert și intervine numai pentru a aplauda. Numerele solo alternează cu interpretările ansamblurilor folclorice, iar modul de prezentare a solistului vocal, întotdeauna îmbrăcat în costum popular, trebuie să sugereze că acesta este exponentul unui grup. Dimpotrivă, Musikantenstadl este o emisiune dinamică, deseori de o veselie artificială, cu aerul persoanelor în vârstă care țin să demonstreze că nu și-au pierdut tinerețea. Moderatorul este instruit de regizor să se miște pe întreaga scenă, iar fanfarele defilează în jurul sălii de spectacol. În *Tezaur folcloric* cântăreții interpretează deseori muzică de joc, însă numerele de dans sunt reduse la câteva mișcări stilizate ale soliștilor. Numerele de dans sunt lăsate în Musikantenstadl în seama unui grup profesionist și au un caracter internațional, iar nu popular. Nicolae Teodoreanu atrăgea de altfel atenția că, în procesul de stilizare folclorică a muzicii populare, muzica vocală a devenit prioritară față de cea instrumentală, astfel încât s-a ajuns la interpretarea vocală chiar și a pieselor care erau la origine pur instrumentale etc.

Comparația între stilul emisiunilor de muzică populară, pseudo-populară și manele pe posturile de televiziune din România și din Austria ar putea evident continua. Un asemenea studiu intercultural ni se pare oportun ca o reflecție asupra identității naționale în condițiile procesului de integrare europeană. Difuzarea muzicii populare la televiziune este un exemplu paradigmatic pentru difuzarea globală (mediatică) a unor tradiții local-regionale (folclorice).

---

<sup>20</sup> Andre Gingrich, *Urban Crowds Manipulated: Assessing the Austrian Case as an Example in Wider European Tendencies*, in *Racism in Metropolitan Areas*, ed. de Rik Pinxten și Ellen Preckler, Berghahn, London, New York (în curs de apariție).

<sup>21</sup> Colegii de la Chișinău mi-au sugerat un posibil corespondent și pentru Republica Moldova: „Evantai folcloric”.

**Comparație între *Volkstümliche Musik* din Austria și muzica populară din România la emisiunile de televiziune**

	<b>Austria</b>	<b>România</b>
Genuri Terminologie	Volksmusik, Volkstümliche Musik, Neue Volksmusik, Schrammeln, „deutsche Schlager“	Muzică populară (folclorică),muzică țărănească / tradițională, muzică lăutărească, manele, etno (Ethno-Pop, Turbo-Folk, Ethno-Folk) + Jazz, Hip-Hop, Rap
Interpretare	Autenticitate, identitatea austriacă, „pesimism cultural“ și „șovinism economic“ vs. cultură de consum	Falsificarea vieții țărănești, naționalism, ideologie național- comunistă, interiorizarea gustului și a obedienței vs. democrație, libertate, înnoire
Canale	ORF2 și ARD	TVR 2, <i>Etno, Favorit, Taraf</i>
Receptare în presă	Critica etnografilor și a jurnaliștilor	Critica etnografilor, numere tematice ale revistelor de cultură, concursuri între muzica populară și manele în emisiuni de divertisment, demonstrații anti- manele etc.
Structura publicului (vârstă, studii de Sinus- Milieu®, cote de audiență)	Oamenii de la țară (62 %), Centrul burghez (41 %), Tradiționaliștii (39 %), Conservatorii (28 %) Diaspora	Rating 2,5–6 %; Share 15 %
Publicul de televiziune	Ascultare pasivă	„Muzică de la robinet“
Minorități prezente în emisiune	Minorități tradiționale, dar nu imigranți	Emisiuni separate pentru români și minoritățile naționale
Ecou în străinătate Imagine de sine Sprijin de la stat	Emisiuni realizate în străinătate cu sprijinul statului austriac, cultura populară are caracter reprezentativ pentru imaginea de sine a Austriei	„muzică țigănească“ cu succes în străinătate; animozitatea românilor față de confundarea în străinătate a muzicii populare românești cu cea „țigănească“ Absența oricărui sprijin din partea statului
Stil de moderare	Karl Moik (Musikantenstadl): jovialitate comunicativă	Marioara Murărescu (Tezaur folcloric): prețiozitate solemnă

Text Tematică Atmosferă	Limbaaj simplu, erotism pudic, kitsch sentimental, misticism al naturii alpine, absența referirilor la actualitate, umor	(Manele) vulgaritate și patetism, iubire, bucurie de viață, dor, absența criticii sociale
Muzică	Amestec de stiluri (folclor, șlagăre, operetă), instrumente moderne, calitatea interpretării variază, lipsesc dansurile populare, ritmuri simple, muzică vocală	Instrumente moderne, interpretare de calitate, educație muzicală, lipsesc dansurile populare, ritmuri simple, muzică vocală
Dramaturgie Scenografie Costume Publicul din sală	Varierea scenografiei, marșuri, „gimnastica“ publicului (legănare: <i>Schunkeln</i> ), stimularea interacțiunii cu publicul în emisiuni live, publicul poartă deseori costume populare	Soliști + orchestre mari ideologie de grup (TVR); emisiune frontală; filmări în Muzeul Satului sau la festivaluri; publicul este absent sau pasiv, în umbră
Kitsch estetic	Idilă, sărbătoare, sinestezie	Idilă, sărbătoare, purism

### **Volksmusik und volkstümliche Musik im Fernsehen: Unterhaltung oder Ausdruck der Nationalidentität? Ein Vergleich zwischen Rumänien und Österreich**

Der Aufsatz zieht eine Parallele zwischen der volkstümlichen Musik in den deutschsprachigen Ländern am Beispiel der Sendung „Musikantenstadl“ (ORF, ARD) einerseits und dem Phänomen der „Folklorisierung“ als *fakelore*, d. h. als idyllische Verfälschung der Volksmusik („Tezaur folcloric“, TVR 2), und den Manele als umstrittene panbalkanische Métissage-Musik in Rumänien andererseits. Eine ästhetische und musikwissenschaftliche Untersuchung dient zum Verständnis der Auseinandersetzung zwischen dem Publikum und den Fachleuten bzw. Intellektuellen in Bezug auf diese Sendungen und Musikgattungen. Außerdem stellen solche Fernsehsendungen ein gutes Beispiel für die paradoxe Interaktion zwischen Regionalismus und Globalisierung im Kontext der EU-Osterweiterung dar.