



MISIJA CECILIE BARTOLI

Ana Kuštrak Korper

Društveni mediji prouzročili su nepovratne promjene brojnih aspekata života, od onih ekonomskih, društvenih pa do političkih. Podložnost njihovom utjecaju ne mjeri se time je li netko "prisutan" na nekoj od društvenih mreža, već je ona neminovno određena našim, bilo aktivnim sudjelovanjem, bilo pasivnim primanjem informacija njihovim posredstvom.

Društvene je medije od njihove same pojave iskorištavala prvenstveno popularna glazba, što je otvorilo put brojnim talentiranim bendovima za proboj iz "alternative" u *mainstream*, a MySpace i Youtube su tu odradili veliku ulogu. Odjednom su producenti svoju pažnju usmjerili na ono što se nudi, tj. ono što je posredstvom medija postalo dostupno, umjesto metoda istraživanja i otkrivanja izvođača po koncertima uživo, kako je do tada bilo pravilo. Instant-uspjeh putem društvenih medija je dobio novu dimenziju i, u slučaju "izvođača koji obećavaju", postao neodvojivi atribut njihovog pozicioniranja na glazbenoj sceni, gotovo poput nečega što im daje legitimitet. Osim same popularizacije izvođača, društveni mediji su zasigurno promijenili i način na koji se glazba sluša. Klikom miša dostupno je gotovo bilo što, a kvaliteta zvuka ili integralnost nekog djela nije nužno u prvom planu. Auditivni zapis najčešće prati video, a "skida" se ono što se nekom sviđa, najčešće ne i cijeli album. Ta nova konstelacija odnosa, gdje je dostupnost ključna, a vidljivost i "lajkovi" (bez obzira koliko razinu uključenosti oni stvarno znače) najvažniji rezultat mjerenja uspjeha, utječe ne samo na proizvodnju glazbe već i na proizvodnju izvođača. A činjenica da se društveni mediji kao alat uzimaju zdravo za gotovo, iako je njihov utjecaj mnogo širi, govori samo o tome koliko je glazbeno-diskografska industrija toga svjesna.

"Proizvodnja" izvođača u popularnoj glazbi nije ništa novo, ali u kontekstu ozbiljne glazbe ta riječ i dalje zvuči oporo.

Međutim, i ozbiljna glazba je u mnogočemu vrlo dobro definirana i razvijena industrija, pa se sukladno tome ulaže i u proizvodnju izvođača. To se radi ne samo tako što ih se na sceni pozicionira kroz repertoar ili neke druge kvalitativne posebnosti, već i kroz njihov imidž, na način koji bismo prvenstveno povezali s *crossover* interpretima, dakle način ponovno imanentan popularnoj glazbi, točnije ciljnom tržištu željnom zabave. A riječ zabava je na mala vrata zapravo već ušla u ozbiljnu glazbu, poglavito u diskografiju. Albumi i izdanja sve su češće vizualno nametljivi, kreirajući imidž koji se pokušava jednostavno referirati na sadržaj izdanja ili "priču" iza njega, fizičku kvalitetu interpreta ili "ugodaj" kojeg bi glazba na albumu trebala komunicirati. Cijelo pakiranje postaje proizvod, to više nije samo kvaliteta izvedbe i snimljeni materijal, a dodatne materijale koji se uz izdanje mogu naći netko bi zasigurno objasnio kao dodanu vrijednost za kupca (slušatelja). Uza sve probleme koje diskografska industrija trpi, reklo bi se da takvi, isključivo promotivni potezi imaju smisla i daju rezultate. Međutim, čini mi se da, kad se uz glazbu počnu pojavljivati termini iz poslovnih rječnika, gubi se nit onoga čemu ona služi. Naći granicu između informativne i inovativne prezentacije sadržaja na nekom izdanju od određenog interpreta i prelaska u jednu vrstu kiča vrlo visoke produkcije, zasigurno ovisi i o samom interpretu, a ne samo izdavačkoj markici.

MISSION

Bartoli, Jaroussky, I Barocchisti, Diego Fasolis

Universal Music © DECCA 4784732

Cecilia Bartoli jedan je od najpoznatijih ženskih opernih glasova. *Mezzosopran* s posebnom bojom glasa, kako su je mnogi okarakterizirali. Cecilia Bartoli ima uistinu promišljen repertoar, koji se kreće od opernih klasika do ranog baroka, a osim što svojim glasom osvaja publiku, osvaja ju i vrlo dobrim "njuhom" za projekte. Bartoli u tim projektima više nije "samo" izvođač, nego gotovo postaje apologet određene teme. Jedan takav projekt bio je album "Sacrificium" iz 2009. godine, u kojem je oživljeno razdoblje kastrata, ali ne samo kroz repertoar koji se na albumu nalazio već i kroz pozadinsku priču koju je programska knjižica sadržavala, od tekstova i načina na koji su pisani, do svojevrsnog rječnika pojmova značajnih za kastrate. Posljednji takav projekt Cecilie Bartoli je album "Mission" iz 2012. godine, koji je otišao najdalje u iskorištavanju neglazbenog materijala da bi stvorio priču. "Mission" je album u potpunosti posvećen talijanskom baroknom skladatelju Agostinu Steffaniju (1854.-1728.). Steffani nije bio samo skladatelj već i uspješan diplomat i crkvena ličnost, što djelomično objašnjava njegovu relativnu nepoznatost. Iako rođen u Italiji, veći dio svojeg života Steffani je proveo u Njemačkoj, prvo u Münchenu, potom u Hannoveru, gdje je služio kao dvorski

skladatelj, a zatim u Bruxellesu i Düsseldorfu gdje je obavljao visoke diplomatske poslove. Ipak, Steffani je za svojeg vremena bio prepoznat kao skladatelj, a njegove su se opere, u kojima se sjedinjuje talijanski, francuski i njemački utjecaj, često izvodile. Iako se danas Steffani rijetko izvodi, njegov utjecaj vidljiv je kod ranih Händelovih djela, s kojim je Steffani i prijateljevao.

Album "Mission" zapravo se sastoji od arija iz pojedinih Steffanijevih opera ("Alarico il Baltha", "Servio Tullio", "Niobe, regina di Tebe", "Tassilone, I trionfi del fato", "Armino", "La superba d'Alessandro", "La liberta contenta", "La lotta d'hercole con Acheloo", "Le rivali concord"i, "Henrico Leone", "Marco Aurelio") koje Bartoli izvodi uz, kao i uvijek, vrhunski ansambl. Ovaj put tu su I Barocchisti i Diego Fasolis, a na nekim arijama joj se pridružuje i francuski kontratenor Philippe Jaroussky. Bartoli je i ovoga puta iznimno angažirana u svakoj svojoj izvedbi i jako dobro polarizira različitu dinamiku i intenzitet glazbe koju izvodi. Izrazito je srčana, ponekad čak i malo agresivna kao u "Schiere invitte, non tardate", a s druge strane vrlo glasovno suzdržana, ali topla u "T'abbraccio, mia Diva" gdje se sjajno nadopunjuje s Jarousskyjem. A upravo su njihovi dueti jedni od najljepših dijelova ovog albuma, jer osim što pokazuju da Bartoli ima osjećaj za mjeru, što se možda uvijek ne vidi u njezinim solo dionicama, pokazuju suptilnost Steffanijeve glazbe koja bi se inače mogla protumačiti mlakom. Osamdesetak minuta, koliko traje album, i

više je nego dovoljno da se dobije dojam o Steffaniju kao opernom skladatelju i uživa u vrhunskoj izvedbi. Ipak, već samo ime albuma otkriva da se tu radi o nekoj većoj misiji...

Misija Cecilije Bartoli i suradnika je dati sveobuhvatni prikaz Steffanija kako bi se razumio i njegov povijesno-skladateljski kontekst. Album sadrži čak 45 stranica teksta na svakom od jezika (engleski, francuski i njemački), koji je tematski razdijeljen u nekoliko segmenata, s naslovima kojima je cilj zaintrigirati, pa odskoču od onih standardno informativnih. Tekstovi obrađuju Steffanijev život općenito, zatim daju uvid u europsku povijest između 1648. i 1720. godine, upoznaju čitatelja s povijesnim prilikama i ličnostima na dvoru u Hannoveru kao jednom od središta Steffanijevog djelovanja, pokušavaju definirati Stefanija kao diplomata (špijuna) i misionara u pitanjima katoličanstva u Njemačkoj, daju kartografski pregled mjesta na kojima je živio i gdje je putovao, dovode ga u središte tragičnog skandala princeze Sofije Dorotee i grofa Königsmarcka, polemiziraju o nekim aspektima njegovog života i djelovanja koja se i ne mogu do kraja dokazati - npr. da je Steffani bio kastrat, te objašnjavaju njegov utjecaj na Händela. Iako su tekstovi načelno informativni, pisani su vrlo često u stilu kakvog kriminalističkog romana, a kao ekstenziju albuma napisala je američka spisateljica Donna Leonn pravi kriminalistički roman naziva "The Jewels of Paradise". "Mission" je i vizualno opremljen na način da intrigira.

Grafička oprema unutar albuma evocira misterije i zagonetke, a Cecilia Bartoli si je dala truda da sama portretira Steffanija, pa je tako i na naslovnici njezina fotografija u kojoj je maskirana u svećenika (Steffanija), ćelave glave, s križem u ruci. Kao što je i sama priznala, željela se odmaknuti od toga da ju se prikaže kao divu, a ovaj vizualni moment trebao je poslužiti tome da se priča zaokruži.

A priča je uistinu zaokružena jednom kad se "Mission" primi u ruke, uz uvjet da materijale pročitamo prije nego stisnemo *play*. "Mission" je album gotovo nepoznatih djela gotovo nepoznatog skladatelja, s vizualnim odmakom od onoga što standardna izdanja ozbiljne (pogotovo barokne) glazbe nude, urednički i konceptualno osmišljen kao svojevrsna potraga za blagom. Međutim, za razliku od prethodnih projekata, ovdje se otišlo još korak dalje, vodeći se "ali ni to nije sve" koncepcijom, pa se uz album može kupiti spomenutu i krimić, zatim "kinematografsku viziju" (DVD i Blue Ray), pa čak i aplikaciju za iPad i iPhone u obliku igrice. Sama promotivna kampanja albuma započela je prije njegova lansiranja na društvenim medijima kroz seriju *teasera* na YouTubeu. Pitanje koje se nameće je što je zapravo misija ovog albuma? Upoznati Steffanija kroz njegova djela i nesumnjivo dobru izvedbu. Ili iskoristiti nesumnjivo dobru izvedbu da bi se slušatelje kroz popratne sadržaje uvjerilo kako je značaj ovakvog otkrivanja Steffanija važniji nego što uistinu jest i "natjeralo" ih se da ipak kupe ovaj album.