

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Koren

**Slovenska glasba na prepihu:
kvote, nacionalna identiteta in denar**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Jernej Koren

Mentor: izr. prof. dr. Peter Stanković

**Slovenska glasba na prepihu:
kvote, nacionalna identiteta in denar**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2012

Slovenska glasba na prepihu: kvote, nacionalna identiteta in denar

Pritoževanje nad slabim stanjem na področju slovenske glasbe ima dolgo zgodovino v slovenski umetnosti, saj so bolj kot skladatelji bili privilegirani pisatelji. Abstraktnemu jeziku resne glasbe se je težje pripisovalo pomen »narodotvornosti«, kar še manj velja za popularno slovensko glasbo. A vendar so se stvari v zadnjem času spremenile: s samostojno državo se je oblikoval nov konstrukt slovenske identitete, hkrati pa občutek ogroženosti le-te in elementov, ki jo vzdržujejo. Izmed teh je »slovenska pesem« postala cenjena in redka dobrina, ki jo je na vsak način treba zaščititi pred vdorom tuje glasbe, kar se je zgodilo s kvotnim sistemom predvajanja slovenske glasbe v medijih. Drezanje v to področje je z Osnutkom zakona o medijih leta 2010 povzročilo vstajo slovenskih glasbenikov, ki so razglasili da »brez slovenske pesmi ni slovenske identitete« in zahtevali 50-odstotno kvoto slovenske glasbe v medijih. Debata, ki je sledila temu manifestu je izpostavila širši vidik boja za slovensko glasbo – nacionalizem, vprašanje izvornosti slovenske glasbe, boj za dobičkonosna radijska predvajanja, netransparentno razdeljevanje denarja avtorjem, komercializacijo slovenskega glasbenega prostora, itd. V pričujoči diplomski nalogi kritično reflektiram odnos med slovensko glasbo in nacionalno identiteto, ter se sprašujem kakšen je prispevek kvotnega sistema k ustvarjalni klimi na slovenski glasbeni sceni.

Ključne besede: popularna glasba, nacionalna identiteta, množični mediji, ustvarjalnost.

Slovenian Music on the Crossroads: Quotas, National Identity and Money

Complaining about the bad state in the field of Slovenian music has quite a long history in Slovenian art, since writers have always been more privileged than composers. It was more difficult to give the meaning of "that something which contributes to the identity of the nation" to the abstract language of classical music which is even more true of the popular Slovenian music. But recently the things have changed: a new construction of the Slovenian identity was formed together with our independence and at the same there occurred threats to it and elements that maintain it. The latter is clearly shown in the fact that the »Slovenian song« became respected and a rare good which has to be protected against the invasion of foreign music. This was done with the quota system valid for giving the Slovenian music air time and space in the media. Poking in this area with the Draft of the Media Act led to the unrest among the Slovenian musicians who proclaimed that »there cannot be the Slovenian identity without the Slovenian songs« and demanded the 50% quota for the presence of Slovenian music in media. The debate which followed this manifesto exposed the wider aspect of the fight for Slovenian music – nationalism, the question of the originality of Slovenian music, fight for profitable radio broadcasts, non-transparent distribution of the money among authors, commercialization of the Slovenian music space, etc. In this diploma paper I through critical reflexion look for answers to the question of the relationship between the Slovenian music, national identity and the contribution of the quota system to the climate of creativity on the Slovenian music scene.

Key words: popular music, national identity, mass media, creativity.

KAZALO

1 UVOD	5
1.1 Raziskovalna vprašanja	6
2 TEORETSKI OKVIR	7
2.1 POPULARNA KULTURA	8
2.1.1 Britanske kulturne študije	10
2.1.2 Marksizem	14
2.1.3 Frankfurtska šola in kritična teorija družbe	16
2.2 IDENTITETA	21
2.2.1 Osebna identiteta	21
2.2.2 Skupinska identiteta	23
2.2.3 Narod, etnična skupnost in nacionalna identiteta	24
3 ANALIZA	28
3.1 Metodologija	28
3.2 Vprašanje glasbe in nacionalne identitete	29
3.2.1 Kratek zgodovinski pregled	29
3.2.2 Slovenska popularna in rock glasba	31
3.2.3 Slovenska »glasbena zavest«	34
3.2.4 Kulturna politika	36
3.2.5 Kaj je slovenska glasba?	37
3.2.6 Ugotovitve	40
3.3 Vprašanje glasbe kot sistema ustvarjalnosti	42
3.3.1 Krogotok proizvodnje in potrošnje glasbe	42
3.3.2 Proizvodnja glasbe	42
3.3.3 Vratarji	45
3.3.4 Mediji	48
3.3.5 Radio	50
3.3.6 Potrošnja glasbe	53
3.3.7 Ugotovitve	54
3.4 Obravnava polemik ob Osnutku medijskega zakona 2010	56
3.4.1 Zgodovina kvotnega urejanja slovenskega medijskega prostora	56
3.4.2 Glasbeni forum	61
3.4.3 Aktiv poslušalcev in poslušalk glasb	64
3.4.4 Alternative in primeri iz tujine	66
3.4.5 Ugotovitve	68
3.5 Končne ugotovitve	69
4 ZAKLJUČEK	71
5 LITERATURA	73

1 UVOD

»Novosti v glasbi se je treba varovati, sicer je ogrožen celotni red v državi. Nikjer ne spreminjajo zakonov v glasbi, ne da bi hkrati omajali tudi najpomembnejše politične zakone« (Platon, Država).

»Vrtijo nam staro ploščo. S predpisanimi deleži predvajane glasbe vnovič kupčkajo predlagatelj zakona o medijih (Ministrstvo za kulturo), glasbeniške interesne skupine, ki kanijo družno zapeti "visoki C" ogroženosti "slovenske glasbe", različne medijske interesne skupine, od zasebnih komercialnih radijskih postaj do javne RTV, tu so vpleteni še založniki, tako majhni neodvisni kot lokalne podružnice multinacionalk« (Vidmar 2010, 1. pogl.).

Vse se je začelo z osnutkom novega medijskega zakona, ki ga je predstavilo ministrstvo za kulturo na čelu z Majdo Širca julija 2010. Pozornost glasbenikov je najbolj pritegnil 70. člen zakona, ki uvaja novo, 15-odstotno kvoto slovenske glasbe na radijskih postajah in sicer v dnevnem času, od šeste do dvajsete ure. Trenutno veljavni medijski zakon za komercialne radije določa 20-odstotno, za nacionalne pa 40-odstotno kvoto predvajanja slovenske glasbe čez cel dan, kar pa rezultira v »izpolnjevanju« kvote v nočnih terminih, ko radio posluša najmanj ljudi. Nov medijski zakon bi naj zato zaščitil slovenske avtorje, katerih radijsko predvajanje je bilo krivično potisnjeno v neposlušane nočne termine.

Vendar pa z osnutkom kljub temu niso bili zadovoljni nekateri slovenski glasbeniki, ki so hoteli iztržiti še več in se pod okriljem društva *Glasbeni forum* zbrali v Cankarjevem domu na »Prvem slovenskem glasbenem kongresu«, kjer so zahtevali vrnitev televizijskih popularno glasbenih oddaj, brezpogojno zaščito za avtorsko pravico, ter 50-odstotno dnevno predvajanje slovenske glasbe na vseh radijskih postajah, vse skupaj pod krilatico o *zaščiti nacionalne identitete*. Namen Glasbenega foruma je bil prenos njihovih stališč in zahtev na vse slovenske glasbenike, a jim to ni v celoti uspelo, saj se je takoj po njihovem srečanju razplamtela burna debata o upravičenosti in iskrenosti njihovih zahtev. Kmalu po zboru Glasbenega foruma je na svojem blogu *polnkurac.blogspot.com* Marko Godnjavec – Jizah objavil kritičen zapis z naslovom *Fašizem slovenskih estradnikov oziroma 1. slovenski glasbeni kongres v Cankarjevem domu*, na podlagi katerega se je čez slab mesec kot odgovor na stališča Glasbenega foruma zbrala skupina glasbenih publicistov, kritikov, predavateljev in glasbenikov, združenih v taboru *Aktiv poslušalk in poslušalcev glasb*. Ta je Glasbeni forum obtožil fašizma, glasbenega elitizma ter profitne naravnosti pod krinko boja za nacionalno identiteto. S tem se je izkazalo, da celotna debata okoli kvot sploh ni tako nedolžna, saj je za

sabo potegnila veliko število glasbenikov in delavcev v kulturni industriji, ki so se kar naenkrat znašli med dvema ognjema. Očitki iz javnih debat so leteli predvsem na glasbene urednike radijskih postaj, ki da niso dovolj glasbeno razgledani in zato ne predvajajo kvalitetne glasbe, po drugi strani pa tudi na širše družbeno okolje, ki ji vlada logika prostega trga, kar vodi v vse večji boj za obstanek in posledično komercializacijo radijskih postaj. Glasbenikom se je očitala neizvirnost, kopiranje, zanašanje na stare hite in lenarjenje, najbolj pa se zakomplicira seveda pri denarju, ki ga glasbeniki dobijo od zaščite avtorskih pravic in ga v Sloveniji razdeljuje združenje SAZAS. Kot poziv na zbor Glasbenega foruma se je pojavila parola »*Brez slovenske pesmi ni slovenske identitete*«, pod sponzorstvom SAZAS-a, ki je hkrati tudi podpornik Glasbenega foruma in njihovi zahtevi po 50-odstotni kvoti slovenske glasbe na radiih. Z večjim predvajanjem slovenskih avtorjev bi se v SAZAS stekalo tudi več denarja, ki bi ga le-ta naj enakopravno razdelil med glasbenike. SAZAS-u pa se že nekaj časa očita, da je ta enakopravnost zgolj navidezna in da gre večina denarja od avtorskih pravic že uveljavljenim glasbenikom, mladi in neznani avtorji pa imajo zaradi tega še manj možnosti za uveljavitev.

Debata o kvotah je sčasoma preseгла pogajanja o deležu slovenske glasbe v medijih in odprla mnogo bolj abstraktne teme o tem kaj je sploh slovenska glasba, kakšne so lokalne in globalne razmere v glasbeni industriji, kaj je nacionalna identiteta in katera glasba jo podpira ter nenazadnje kakšna je slovenska glasbena ustvarjalnost. Končno se poraja tudi vprašanje ali je nacionalna politika v obliki obveznih medijskih kvot slovenske glasbe rešitev, ki vzpodbuja kreativnost slovenskih glasbenikov ali pa vodi v »teroriziranje« poslušalcev s slabo in preposlušano glasbo uveljavljenih slovenskih muzikantov, kjer zaradi neizobraženih glasbenih urednikov, tržne logike radijev in nepravilne podpore glasbenikov s strani SAZAS-a do svojih pet minut ne pridejo marginalni avtorji.

1.1 Raziskovalna vprašanja

Raziskovalna vprašanja, na katera bom skušal odgovoriti v analizi naloge sem razdelil na dva dela:

a) Slovenska glasba in identiteta

Kakšen je odnos med slovensko glasbo in nacionalno identiteto? Ali je res da »*brez slovenske pesmi ni slovenske identitete*« kot trdita Društvo glasbeni forum in SAZAS?

b) Slovenska glasba in ustvarjalnost

Kako sistem kvot slovenske glasbe vpliva na ustvarjalnost glasbenikov? Ali lahko zaščita slovenskih avtorjev z zakonsko določenim deležem predvajanja slovenske glasbe v medijih privede do večje in kakovostnejše domače glasbene produkcije?

2 TEORETSKI OKVIR

Potek diplomske naloge sem si zamislil kot pot od abstraktnega h konkretnemu, torej od teorije in vpeljave širšega socialno-kulturnega konteksta do analize kvotnega uravnavanja glasbe pri nas in odzivov stroke, javnosti in glasbenikov, ki jih je le-to prineslo. Glasba je neločljivi del človeške kulture in igra pomembno vlogo pri socialnih funkcijah vsakdanjega življenja, tako prosta, ljudska, kot institucionalizirana in etablirana umetna, resna glasba; tista profitno naravnana, kot tista estetska, družbenokritična, zabavljaska in še kako drugače uporabljana, vsa najde svoje mesto v *popularni kulturi*. Zato se najprej osredotočim na pojem *kulture* in izberem nekaj pogledov na ta pojem v sociološko-kulturološki teoriji s fokusom na glasbi. Izpostavim zapise literarnih kritikov Leavisove paradigme, Birminghamskih kulturalistov, marksistov ter Frankurtske šole, kjer pride do konkretnejšega soočenja z glasbo pri Adornovi Sociologiji glasbe in Benjaminovi demokratični viziji reprodukcije umetnin. Nato prekinem glasbeni tok z opredelitvijo drugega pomembnega elementa pričujoče raziskave – *identiteto*. Prek osebne, skupinske in etnične pridemo do nacionalne identitete, ki jo kasneje raziskujem na primeru Slovenije. Odgovore na raziskovalna vprašanja iščem v analizi preko treh medsebojno povezanih raziskovalnih sklopov – *vprašanje glasbe in nacionalne identitete; vprašanje glasbe kot sistema ustvarjalnosti in obravnava polemik ob Osnutku medijskega zakona 2010*, kar me bo privedlo do končnih ugotovitev.

2.1 POPULARNA KULTURA

Na kaj pomislimo ko slišimo besedi popularno in kultura? Glede popularnega bi se verjetno hitreje našel konsenz, saj nas večina pomisli na nekaj kar je množičnega, ljudem dobro znanega in uporabljane. John Fiske je kot predavatelj na različnih fakultetah opazil da je najbolj skupna stvar vseh njegovih študentov nošenje *jeans* hlač. »Od 125 mojih študentov jih je na dan ko sem jih vprašal, 118 nosilo jeans hlače. Deviantnih 7 je bilo prav tako lastnikov jeans hlač, le da jih niso imeli takrat oblečenih. Spraševal sem se če bi lahko bil tudi kakšen drug kulturni produkt – film, TV program, glasbena plošča, šminka – tako *popularen?*« (Fiske 2001, 1). Jeans hlače, tako kot film, televizija, CD-plošča, šminka, računalnik, I-pod, T-shirt majca, rolka, mobitel in še marsikaj drugega so vse kulturni produkti, ki se gibljejo v polju popularnega, vsaj v zahodnih kapitalističnih družbah. Popularni pa niso samo predmeti, ampak tudi ljudje sami in njihove najrazličnejše oblike družbenega delovanja in produciranja nematerialnih kulturnih dobrin, kot je recimo glasba. K pojmu popularnega se bomo še vrnili kasneje, v nadaljevanju pa bom skušal opredeliti pojem, ki zgodovinsko nosi breme mnogih pomenov in stalno dobiva še nove. Gre za pojem, brez katerega ne gre v kulturnih študijah – *kultura*.

Kultura je zelo izmuzljiv pojem, zato bo pot do njegove definicije ovinkasta, ob tem pa ne smemo pozabiti na osrednji fokus pričujoče naloge – *glasbo*. Za razumevanje glasbe in problematike v zvezi z glasbenim življenjem, glasbeno zavestjo in nenazadnje kvotami slovenske glasbe moramo le-to postaviti v širši družbeni okvir v katerem se giblje.

Glasba je za nekoga lahko ptičje petje, šum deroče reke ali pa preprosto spokojna tišina globoko v gozdu, za potrebe te naloge pa me zanima od človeka producirana glasba. Človek razvija svoj primarni instrument – glas že od pradavnine, zelo hitro pa je za proizvodnjo zvokov začel uporabljati roke, od preprostega ploskanja do tolčenja po akustičnem (votlem) lesu, kamnu, kosti. Nato je začel izumljati preprosta glasbila, kot je v Sloveniji dobro znana paleolitska piščal¹, tolkala, do kompleksnejših trobil, strunskih instrumentov in tako dalje. Vsi ti glasbeni instrumenti so produkt človekovega dela in njegove *kultivacije* narave za svojo korist. S tem se približamo definiciji kulture v njenem najstarejšem pomenu – latinska *culture* se primarno nanaša na kultiviranje, »bodisi zemljišča in užitnih

¹ Ta bi naj bila najstarejša do zdaj odkrita piščal, stara okoli 55.000 let (Muzikologi bi z veseljem ugotavljali da so že prehodniki Slovencev morali biti izvrstni glasbeniki).

rastlin bodisi reje živali, ohranja pa se tudi v današnjih pojmi, kot sta agrikultura in hortikultura« (Bulc 2004, 15). Pri kultivaciji gre predvsem za pridelavo hrane, ki je seveda bolj pomembno sredstvo preživetja kot glasba. Takšen pomen besede kultura je prevladoval do zgodnjega 16. stoletja, da pa postane kultura – in glasba – (tudi) umetnost pa je pomemben nadaljni razvoj pojma kultura. Raymond Williams pravi, da se je prvotno kultiviranje zemlje in živali sčasoma razširilo na kultiviranje (dejavno gojenje) človeškega *duha*, kar je v poznem osemnajstem stoletju predvsem v nemščini in angleščini postal samostalni *konfiguracije* ali *generalizacije* »duha«, ki je označeval »celosten način življenja« posamičnega ljudstva (Williams 1998, 44). Definicija kulture kot »gojenja duha« posameznika in nato še ljudstev izhaja iz razsvetljenjskega pojmovanja kulture kot univerzalnega procesa družbenega razvoja, ki predpostavlja, da obstaja linearni zgodovinski razvoj človeštva, skozi katerega morajo iti vse družbe, da bi dosegle ideal (ki ga je predstavljala Evropa). Zato takšno pojmovanje vodi v pokroviteljstvo in vzvišenost »zahodnega sveta« proti ostalemu, kar se v mnogih pogledih kaže še danes. Eden izmed prvih, ki uporabijo kulturo v množini – kulture – je bil Herder, ki je s tem poudaril specifičnosti posameznih družbenih in ekonomskih skupin znotraj enega naroda in med različnimi narodi in ljudstvi, ter tako kulturo ločil od njenega edinskega in enosmernega pomena (ibid.). To je pomembno vplivalo na *antropološki* pogled na kulturo, ki dojema kulturo kot celosten in poseben način življenja, skupek vrednot in pomenov, značilnih za določeno družbeno skupino – narod, razred, mladino, itd. in je dosti bolj demokratičen pristop v primerjavi z razsvetljenskim, saj predpostavlja da imajo posamezne družbene skupine v različnih okoliščinah različen, lasten razvoj, od katerih nobeden ni boljši ali slabši od drugega.

Dojemanje kulture kot *umetnosti* korenini predvsem v kultivaciji človeškega duha, saj takšen pogled predpostavlja da obstajajo na eni strani kultivirani, poduhovljeni, razsvetljeni ljudje, ki so jim zaradi svojega (družbenega in ekonomskega) položaja dostopna znanja, literatura in umetniška dela, ki kultivirajo njihovega »duha« (in te elite so tudi »sposobne« recepcije teh dobrin), na drugi strani pa so nevedne, neizobražene množice, ki niso udeležene v tem procesu kultiviranja. Skozi sedemnajsto, osemnajsto in devetnajsto stoletje je beseda kultura postajala tudi čedalje bolj abstraktni samostalni, ki opisuje *stvaritve in prakse*, nastajajoče s pomočjo posameznikov, ki so udeleženi v tem procesu. »Opisovala je torej *dela* in delovanja, ki so plod intelektualnega in še zlasti umetniškega udejstvovanja 'kultiviranih' oseb« (Bulc 2004, 16). Pisateljska, likovna, kiparska, dramska, glasbena in še kakšna dela tako postanejo *umetnine*. To je vodilo do zaničljivega pogleda »kultiviranih« elit na »nižje« družbene sloje, katerih prakse, dejavnosti in kultura so bila dojeta kot manjvredna. Razkol je

širše gledano povzročil tudi ločnico med evropsko kulturo in »primitivnimi« kulturami ostalega sveta, ter med *visoko* – dvorno in *ljudsko* kulturo podrejenih slojev. Z nadaljnjim tehnološkim razvojem zahodne družbe, industrijsko revolucijo v devetnajstem stoletju in povečanjem sekundarnega delavskega sektorja, se pojavijo nove oblike kulturne produkcije in nove ločnice med »pravo« in »nepravo« kulturo. To je čas ko svoje moralistične poglede na kulturo na papir zlivajo angleški literarni kritiki, kot je Matthew Arnold. V svojem vplivnem delu *Culture and Anarchy* kot kulturo razume »tisto najboljše, kar je bilo kdaj koli zamišljeno ali rečeno na tem svetu« (Arnold v Storey 2006, 3). To najboljše seveda prihaja zgolj iz sveta visoke umetnosti, nasproti temu pa stoji anarhična kultura delavskih množic, ki povzroča razkroj vrednot visoke kulture. Delo »mož in žena v kulturi« je poznavanje tega najboljšega in prizadevanje za vzpostavitev želje po najboljšem tudi pri nižjih slojih. Arnold med prvimi uporablja termine kot so surove, nekultivirane, nekontrolirane *množice*. V zgodnjem dvajsetem stoletju pride do popularizacije fotografije, filma, kabareja, radia in glasbe, kar hitro postane del množično konzumirane zabave. Kritiki zato začnejo govoriti o *množični kulturi* (mass culture), kulturi množične potrošnje, ki jo lahko razumemo kot prvotno obravnavo *popularne kulture* v literarno kritiški teoriji. To pa označuje tudi začetek razvoja *britanskih kulturnih študij*, teoretske struje, ki je fenomene popularne kulture začela obravnavati še kako drugače kot zgolj »aristokratsko zmrdovanje nad banalnostjo sodobne množične kulture« (Stankovič v Debeljak in drugi 2002, 17).

2.1.1 Britanske kulturne študije

Leavisovci

Tradicijo že omenjenega Arnolda v britanski literarni kritiki je nadaljeval krog piscev zbranih okoli revije *Scrutiny*, katerih najvidnejši predstavnik je bil F.R. Leavis, zato so po njem dobili tudi ime *leavisovci*. Ti so objavili eno izmed prvih sistematičnih kritik množične kulture, ki so jo razumeli kot industrijsko proizvedeno, vsebinsko trivialno, nezahtevno in banalno; neavtentično, ker ne izraža resničnega izkustva posameznika ali skupine (narejena za denar, želi zgolj ugajati) (Stankovič v Debeljak in drugi 2002, 15). Predpostavljajo tudi da imajo množice na splošno slab okus, zato je takšen tudi okus množične kulture, ki v nobenem pogledu ne povzdiguje njihovega duha. Leavis podobno kot Arnold trdi, da visoka kultura ne pripada množicam, ampak mora »manjšina, ne samo ceniti Danteja, Shakespearja, Donne-a, Baudelairja, Hardy-ja (vzeto le največje primere), ampak mora biti sposobna prepoznavati

njihove sodobne naslednike, ki konstituirajo zavest rase (ali vsaj del nje) v vsakem možnem času« (Leavis v Storey 2006, 13). Od teh elitnih manjšin je nato odvisen uspeh poduhovljanja množic z najboljšo kulturo. Pri Leavisu je viden predvsem strah pred stroji, ki na začetku dvajsetega stoletja čedalje bolj začnejo obvladovati družbeno življenje. »Stroj na prvem mestu nam je prinesel spremembo navade in življenjskih okoliščin na nivoju za katerega nimamo vzporednic ... [v študiji Middletowna] ... lahko detajlno vidimo kako je avtomobil (vzeto za primer) v nekaj letih radikalno vplival na religijo, razbil družino in revolucioniral družbeni običaj« (Leavis v Storey 2006, 13). Ta strah pred tehnološkim napredkom je posplošen tudi na dobrine množične kulture, kot je film: » ... [filmi] so danes glavna oblika rekreacije v civiliziranem svetu, in vključujejo predajo, pod pogoji hipnotične recepcije najcenenejših apelov, ki so zahrbtni zaradi prepričljivo živih iluzij resničnega življenja. Težko bi se bilo prepirati da mora rezultat tega biti resna škoda do standardov življenja« (Leavis v Storey 2006, 14). Arnoldu in Leavisu je skupno to da obema »gre v nos« množična kultura, ki zavaja predvsem delavski razred, leavisovci pa poleg visoke umetnosti »velikih piscev« kot pozitivno priznavajo tudi *ljudsko kulturo* sedemnajstega stoletja. Leavisu predstavlja stara večinoma kmečka Anglija ideal *pristine* kulture, v kateri so ljudje »organsko« povezani, družina še opravlja vse svoje funkcije in nova »mehanizirana vulgarnost« še ni najedla literature in ostalih umetnosti. Vsa umetnost (tudi ljudska glasba), ki nastaja v takšnih organskih skupnostih je za Leavisa *čista*, ustvarjena od nepokvarjenih ljudi in služi prav tako visokim namenom kot poduhovljajoča visoka umetnost. Branje zgodnjih teorij o kulturi daje slutiti, da je večina teoretikov branila nek ideal iz preteklosti, ki je lahko odražal le idealizirano predstavo določene skupnosti, ki naj bi nekoč obstajala, a vendar v resnici nobena človeška skupnost v zgodovini ni bila brez nepravilnih družbenih razmerij, ki jih ustvarja takšen ali drugačen ekonomski sistem. S tem se v večji meri ukvarjajo marksisti, ki so tudi največji kritiki leavisoveskega pogleda na kulturo, njihov pristop pa predstavljam v nadaljevanju.

Poskus opredelitve popularne kulture

Vmes pa se moramo vrniti k popularni kulturi. Strinati pravi da »vsak poskus definicije popularne kulture neizbežno vključuje njeno analizo in evalvacijo. Zato se zdi težavno definirati popularno kulturo neodvisno od teorije, namenjene njeni razlagi« (Strinati 1995, 17). Začetna dihotomija *visoka* kultura proti *ljudski* kulturi se je razširila na *visoko* in

avtentično ljudsko kulturo proti industrijsko proizvedeni *množični* ali *zabavni* kulturi. Ker je večina množičnih kulturnih dobrin prihajala iz Amerike, se je na Otoku začelo govoriti tudi o *amerikanizaciji* britanske kulture in slabemu vplivu množične kulture na angleško mladino. Hoggart okrog leta 1950 recimo kritizira t.i. »juke-box Boys«, mlade angleške fante, ki se dolge ure brezdelno zadržujejo v »milk barih« v ameriškem stilu. »Večina njih si ne more privoščiti več 'milk shakeov' zapored, zato si naročajo skodelice čaja za uro ali dve, medtem ko – in to je njihov glavni razlog zakaj prihajajo – mečejo kovanec za kovancem v mehanični predvajalnik plošč« (Hoggart v Storey 2006, 30). Hoggart kot zagovornik delavskega razreda iz katerega tudi sam izhaja, trendu ameriških popularno-kulturnih dobrin pravi »svetleči barbarizem«, kar po njegovem kviri delavsko gibanje.

Ob pojavu kritike množične kulture pa se je le-ta začela razbijati na več podzvrsti. Bulc loči med:

a) množično kulturo, ki je izključno namenjena trgu – *komercialno* kulturo in množično kulturo, ki je neodvisna od trga in namenjena izbrani manjšini »kultiviranih« odjemalcev – *nekomercialno avtonomno kulturo*, pri čemer se kultiviranost v tem primeru razume v enakem smislu kot v obdobju modernizma, le da je hermetično zaprt obseg pomena pojma visoka kultura (umetnost) razširjen še na določena področja množične kulture (avtorski film, jazz, video umetnost itd.);

b) množično kulturo, ki je proizvod in izraz ideoloških interesov dominantnih družbenih razredov – *mainstream kulturo*, in množično kulturo, ki je avtentičen proizvod in izraz odpora nižjih družbenih razredov do dominantnih ideologij – *subkulturo* (Bulc 2004, 18).

Izraz **popularna kultura** naj bi poskušal zakrpati te delitve znotraj množične kulture in se predstavil kot krovni pojem novodobne kulturne produkcije. Po prevladujočem mnenju zajema bodisi vse oblike ljudske *in* množične kulture, bodisi zgolj vse oblike množične kulture. Z Bulcem se strinjam v trditvi da je dajanje ljudske in množične kulture pod eno streho napačno, saj je pojem »*ljudska kultura* nadvse primeren za opisovanje tako izdelkov in praks nižjih družbenih slojev, ki so nastali pred pojavom množične kulture, kot tistih izdelkov in praks nižjih družbenih slojev, ki so nastali po vzniku množične kulture, a sami vseeno niso množično producirani, reproducirani ali desiminirani« (Bulc 2004, 18). Hebdige-u popularna kultura pomeni »zbor splošno dostopnih artefaktov: filmov, plošč, oblačil, TV programov, oblik transporta ipd.« (Hebdige v Strinati 1995, 17). Različne družbene skupine pa imajo v različnih zgodovinskih epohah svojo lastno popularno kulturo.

S pojmom *popularna kultura* bom torej v tej nalogi označeval vse oblike množične kulture (komercialno, nekomercialno-avtonomno; mainstream in subkulturo), kot zbor splošno dostopnih artefaktov, ki so množično producirani, reproducirani, »razsejani« in uporabljeni v sodobni potrošniški družbi.

Birminghamska šola in kulturalizem

Da je bila med britanskimi teoretiki kulture možna obravnava *popularne kulture* na univerzitetni ravni, se je moral temeljito spremeniti odnos do prej tako omadeževane množične kulture. Obrat proti leavisovcem so poleg Hoggarta izvedli tudi E.P. Thompson, Stuart Hall in Raymond Williams, pripadniki t.i. *Birminghamske šole*, oziroma leta 1964 institucinaliziranega *Centra za sodobne kulturne študije* na Birminghamski univerzi, ki ga je ustanovil Hoggart. Ti pisci so predstavljali strujo »nove levice«, gibanja za vzpostavitev novega »socialističnega humanizma« saj je stara komunistična levica v petdesetih izgubila vso suverenost z zadušitvijo madžarske ljudske vstaje v Budimpešti in drugimi pritiski Sovjetske zveze na njene »evropske kolonije«. Prav tako se je navezanost tradicionalne britanske levice na Indijo izkazala za slabo verzijo britanskega »civilizacijskega« evropocentričnega poslanstva, izvirajoč še iz obdobja kolonij (Debeljak in drugi 2002, 78). Odpor v teoriji se kaže z obratom k aktivnim »množicam« oziroma posameznikom, ki niso samo pasivni sprejemniki kulturnih dobrin, ki so jim servirane »od zgoraj«, preko trga, medijev ipd., ampak sami prispevajo k oblikovanju kulture in »od spodaj« navzgor vplivajo na družbene spremembe. Birminghamski kritiki razširijo analizo kulture onkraj meja elitistične in ljudske kulture na popularno kulturo, kot je prej omenjena Hoggartova analiza »juke box boys-ov«. Pod vplivom marksizma je teorija posameznih avtorjev družbeno in politično angažirana, kar se odraža tudi v aktivnem strankarskem delovanju. Hoggart se z analizo »amerikanizirane mladine« že približa urbanemu antropološkemu pristopu h kulturi kot vsakdanjemu življenju, a se temu temeljiteje posveti Williams, ki ga mnogi štejejo za utemeljitelja *kulturalizma*. Williams v svojem tekstu *The Analysis of Culture* razlikuje med tremi pogledi razmišljanja o kulturi. Po prvem je kultura dojeta kot *ideal*, v smislu absolutnih in univerzalnih vrednot, drugi pogled je *dokumentarističen*, ki zajema vse kulturne tekste in prakse, ki so bile tako ali drugače zabeležene. Tretji pogled pa dojema kulturo s »socialno« definicijo, kjer je kultura dojeta kot celostni načina življenja, kar je tudi temeljni pogled kulturalizma. Kultura po Williamsu izraža določene pomene in vrednote, zato je naloga

analitika kulture »razjasnjevanje teh pomenov in vrednot, ki se implicitno in eksplicitno kažejo v določenem načinu življenja, določeni kulturi« (Williams v Storey 2006, 32). Vedno je treba *razumeti* kaj kultura sporoča – dejanske izkušnje skozi katere je kultura doživeta in njene pomembne skupne elemente. Williams se s takim pogledom izogne moralističnemu in elitističnemu pogledu na kulturo saj pravi da je *kultura navadna*, torej smo vsi ljudje - ne samo določeni »izbrani« posamezniki - s svojimi vsakodnevnimi življenjskimi praksami soustvarjalci kulture. Prav takšno demokratično gledanje na kulturo končno privede k legitimizaciji popularne kulture, ki lahko s tem postane predmet analize. Williams je v svojih začetnih delih zadržan tako do pogledov leavisovcev kot do marksistov, a v poznejših delih na novo odkrije marksizem predvsem zaradi porasta novih marksističnih teorij.

2.1.2 Marksizem

Teorija, ki izhaja iz del Karla Marxa in Friedricha Engelsa iz druge polovice devetnajstega stoletja, je imela in še ima ogromen vpliv na socialno, politično, ekonomsko in kulturno življenje. Temu je tako predvsem zaradi »akcijske« narave teorije, saj je znana njena motiviranost za temeljite spremembe v družbenem življenju. Najbolj izpostavljena adaptacija marksizma kot teorije v politično prakso je komunizem, ki pa ga je zgodovina v obliki kakršnega smo poznali še ne toliko časa nazaj v Jugoslaviji že v dobršnji meri pospravila v omaro in tudi naše dežele so »imele čast« pridružiti se koritu kapitalizma in nove demokracije, ki se jima v času ekonomske krize že majo krhki temelji. Seveda je vprašanje če bi se sam Marx strinjal z verzijo komunizma, kot je prevladoval v vzhodni Evropi v dvajsetem stoletju, nenazadnje je napovedal vstajo delavskega gibanja najprej v Angliji, zgodila pa se je pri dosti manj »razvitem« ruskem proletariatu, znano pa je tudi, da se je Engels kot njegova desna roka po »učiteljevi« smrti že moral ubadati z napačnimi interpretacijami Marxove teorije iz strani samooklicanih »marksistov«. Kaj torej pravi sam Marx o družbi?

Za razumevanje družbe v katerem koli zgodovinskem obdobju je ključno razumevanje *produkcijskih odnosov*, ki v njej potekajo. Vsako obdobje ima svoje tipične produkcijske načine kako proizvesti življenjsko pomembne dobrine, to pa pomeni tudi organizacijo produkcijskih odnosov, ki jih tvorijo na eni strani lastniki proizvodjalnih sredstev na drugi pa delavske množice. Marksova teorija je teorija razredov, ki se osredotoča predvsem na delavski ali proletarski razred, ki je zaradi svoje družbene danosti kot ne-lastnik produkcijskih

sredstev primoran v zameno za materialno korist »prodajati« svoje delo v običajno izkoriščevalskih produkcijskih odnosih. Delavski razred bi naj zato ob doseženju zadostne »razredne zavesti« uvidel to izkoriščanje in se uprl vladajočemu buržujskemu razredu, ter ga spodnesel z revolucijo in ustvaril pošteno - komunistično družbo, kjer bo lastnina nad proizvodnimi sredstvi enakomerno porazdeljena med vse ljudi. Za analizo kulture pa je pri Marxu najpomembnejša trditev, da način na katerega družba proizvaja dobrine določa tudi politično, ideološko in *kulturno* obliko te družbe ter njen nadaljni razvoj. Takšno pojmovanje predpostavlja, da v družbi obstaja ekonomska *baza* ali struktura, ki določa družbeno *nadstavbo* ali superstrukturo. Kot pravi Marx: »totaliteta produkcijskih odnosov konstituira ekonomsko strukturo družbe, pravi temelj nad katerim se vzpne pravna in politična superstruktura, kateri ustrezajo končne oblike družbene zavesti. Način produkcije materialnega življenja pogojuje družbene, politične in intelektualne življenjske procese na splošno. Ni človeška zavest tista, ki določa njihov obstoj, ampak obratno – njihov družbeni obstoj določa njihovo zavest« (Marx v Storey 2006, 70). Takšna trditev vodi v ekonomski determinizem, ki mu ga očitajo mnogi teoretiki, saj je po Marxovi teoriji analiza kulture obsojena zgolj na historično analizo ekonomsko-produkcijskih odnosov. Ker ekonomsko bazo določajo produkcijski odnosi, ki so konstruirani po merilih vladajočega razreda lastnikov kapitala, je dominantni idejni svet tudi le preslikava teh ekonomskih odnosov. »Ideje vladajočega razreda so v vsaki epohi vladajoče ideje, tj. razred, ki je vladajoča *materialna* sila družbe, v istem času vlada njeni *intelektualni* sili« (Marx v Storey 2006, 68). Delitev dela v produkcijskem procesu povzroči tudi delitev na materialno in mentalno delo kar uvede frakcijo »mislecev«, ki producirajo vladajoče ideje. Vsak nov vladajoči razred pa tvori čedalje bolj abstraktne vladajoče ideje, ki hkrati dobivajo formo univerzalnosti – predstavljene so kot skupne ideje vseh članov družbe, ki so edine racionalne in univerzalno veljavne, kar je tudi glavna značilnost pojma *ideologija*, kot ga razume Marx. Na takšen, ideološki način vladajoči razred ohranja delavski razred v podrejenem položaju in preprečuje njegov upor.

Ponazoritev Marxove teorije v popularno-kulturni praksi sta prikazala Murdock in Golding z analizo množičnih medijev. Ti v kapitalistični družbi opravljajo funkcijo reproduciranja razrednih neenakosti, saj so v lasti vladajočega razreda. Ta majhna skupina ljudi z ekonomsko in finančno močjo ustvari monopol nad mediji in jih spremeni v »glasilo« vladajoče ideologije, ki obvladuje množice skozi produkte popularne kulture. Z analizo ekonomske podstat se pokaže da popularna kultura poudarja potrošništvo, kar »zamaskira« realnost produkcije in razrednih neenakosti. Zakonitosti trga ki je usmerjen v potrošništvo, najprej zmanjšajo razpoložljivost »materiala« za popularno kulturo, saj se izločijo vse stvari,

ki niso komercialno uspešne, torej takšne, ki se ne prodajajo. Tako se bo profit postopoma zbiral pri najbolj komercialnih, nekritičnih medijih, ki bodo s tem svojo pozicijo lahko samo še utrdili, vse ostale, alternativne, kritične variante pa bodo spregledane zaradi slabega ekonomskega položaja medijev. To pomeni da je »...v splošnem kontekst, ki determinira produkcijo zmeraj tudi tisti, ki določi trg ... Potreba po lahko razumljivih, popularnih, izoblikovanih, nemotečih, prilagodljivih domišljjskih vsebinah je naenkrat komercialni imperativ in recept za estetiko« (Murdock in Golding v Strinati 1995, 142). Ekonomska baza torej določi kulturo, ki je komercialna, enoumna, estetsko šibka, vsebuje pa najširše sprejete vrednote in prepričanja brez kančka kritične misli, kar v končni fazi ohranja status quo nepravilnih družbenih razmerij. Takšen pogled na popularno kulturo je po svoje zelo omejen, saj se osredotoča samo na proizvodnjo popularne kulture in njen končni produkt, ki bi naj pri vseh ljudeh dosegal enak učinek. Predpostavlja, da so množice pasivne in preprosto sprejemajo kar jim popularna kultura ponuja, s tem pa zanemarijo aktivno izbiro posameznika kot potrošnika in spregledajo množični spekter pomenov, ki jih kulturne dobrine lahko nosijo in ki se s časom tudi spreminjajo.

2.1.3 Frankfurtska šola in kritična teorija družbe

Če smo že s prej omenjenim marksizmom napravili korak iz Anglije v Nemčijo, se bomo tukaj še malo pomudili in sicer pri predstavnikih *Frankfurtske šole kritične teorije družbe*, ki je svoj »kritični« pridavek pridobila z uporabo in predelavo marksistične misli. *Institut za družbene raziskave* je bil ustanovljen leta 1923 v Frankfurtu v Weimarski Nemčiji, kot privatna ustanova, s čimer je ohranil večjo neodvisnost kot njegov sodobnik, Birminghamski *Center za sodobne kulturne študije*. Ker so bili vsi člani »trdega jedra« inštituta pripadniki judovske skupnosti, so bili z vzponom nacizma v Nemčiji leta 1933 primorani center inštituta preseliti v New York. Njegovi najbolj prepoznavni predstavniki so Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Walter Benjamin, Jürgen Habermas in drugi. Tudi frankfurtovci se ukvarjajo s kritiko množične kulture in podobno konservativnim britanskim kritikom je njihovo stališče do le-te odklonilno, le da z drugačne perspektive. »Za razliko od leavisovcev, ki jih skrbi uničevanje moralne substance obstoječe družbe, misleci kritične teorije družbe opozarjajo, da je ključna funkcija množične kulture ravno *ohranjanje* (za njih, prepričane levičarje, nepravilnih) obstoječih družbenih razmerij« (Stankovič v Debeljak in drugi 2002, 16). Adorno in Horkheimer skujeta izraz *kulturna industrija*, saj so

produkti množične kulture industrijsko proizvedeni (tudi glasba), le-ti pa na atomizirane posameznike delujejo poneumljajoče in jih zavajajo da je s svetom kot ga poznamo »vse v redu«. Svet glasbe je skozi svojevrstno kritično teorijo najbolj podrobno razčlenil eden najpomembnejših avtorjev frankfurtske šole **Theodor Adorno**, v zbirki predavanj s pomenljivim naslovom *Uvod v sociologijo glasbe*.

Adorno in sociologija glasbe

Sociologija glasbe bi se po Adornu »morala orientirati po strukturah družbe, ki se odtiskujejo v glasbi, in po tem, čemur v najbolj občem pomenu pravimo glasbeno življenje« (Adorno 1986, 278). V skladu z marksistično paradigmo je treba uporabiti vprašanje o razmerju med produktivnimi silami (produkcija, komponiranje, živo umetniško izvajanje, sposobnost izvajalcev za igranje, postopki mehanske reprodukcije) in produkcijskimi razmerji (gospodarski in ideološki pogoji, v katere je vpet vsak ton in reakcija nanj; glasbena mentaliteta in okus poslušalcev). Takšna materialistična perspektiva pa dovoljuje da produkcijske sile oblikujejo produkcijska razmerja in obratno – okus poslušalcev je lahko določen s strani komponirane glasbe, ali pa sam okus poslušalcev narekuje komponiranje glasbe. Produkcijska razmerja kot je glasbeni trg lahko vklenejo produktivne sile; »v novem času je to pravilo« (Adorno 1986, 279). Trg lahko s svojimi zakonitostmi prisili avtorje k prilagajanju in zmanjša avtonomno kreativno substanco. Spet drugač lahko produkcijska razmerja stopnjujejo produktivne sile: »Richarda Straussa si ne bi mogli zamisliti brez vzpona nemškega visokega meščanstva in njegovega vpliva na institucije in okus« (Adorno 1986, 280). Ker je glasbena produkcija vselej tako ali drugače vpeta v družbeno (in je njena najožja produktivna sila lahko samo spontanost), nas Adorno poziva da raziskujemo *ekonomsko bazo glasbe*. V času ko je tehnologija v čedalje večji meri začela obvladovati sfero glasbe, čuti Adorno strah pred tem da »...lahko postane celotna gornja glasbena sfera, z izjemo najbolj trdovratnih avantgardističnih del Z [zabavna] – glasba« (Adorno 1986, 282). Če pa v glasbi dobijo primat produkcijska razmerja, postane le-ta ideološka glasba ali ideologija sama. Prav ukvarjanje sociologije glasbe z ideologijo v glasbi in ideološkim učinkom glasbe pa pomeni iskanje resnice v glasbi.

Adorno skupaj s Horkheimerjem razvije koncept *kulturne industrije*, ki po vzoru Marxovega *blagovnega fetišizma*², razume množično ali zabavno glasbo kot kulturno dobrino, proizvedeno za trg, množični mediji in popularna kultura pa s temi dobrinami izvajajo obliko družbene kontrole. »Poblagovljenje kulture je dojeno kot proces izgube avtonomnosti posameznika in uporabne vrednosti produktov množične kulture, po katerem se uporabna vrednost predmeta absorbira v proces produkcije. Tako kulturna industrija z uporabo oglaševanja in množičnih medijev bolj kot posamezne kulturne produkte promovira kapitalistični način življenja« (Debeljak in drugi 2002, 104). Učinkovanje kulturne industrije Adorno razlaga s pojmi *standardizacije* in *psevdoindividualizacije* v glasbi in njenih učinkih. Adornovo pisanje o glasbi daje vtis konservativnosti, predvsem zaradi ločevanja na resno (umetno) glasbo in zabavno (lahko glasbo), opazno je sicer preferiranje resne glasbe, vendar je avtor kritičen do obeh. Najboljši reprezentant »lahke« ali zabavne glasbe je po njegovem mnenju *šlager*³, na podlagi katerega razloži koncept *standardizacije*. Pesmi zabavne glasbe se morajo striktno držati vnaprej določene sheme, standarda, ki znova in znova producira eno in isto obliko, za razliko od »proste« oblike resne glasbe, ki komponistu dovoljuje svobodo. »V ameriški praksi, ki je odločilna za celotno produkcijo, je temeljno pravilo, da ima refren 32 taktov, z bridge, delom v sredini, ki vodi k ponovitvi. Standardizirani so tudi različni tipi šlagerja, ne zgolj tipi plesov, ... taki, ki celebrirajo radosti domačega življenja, nesmiselni ali *novelty-songs*, psevdootroške pesmi in tožbe zaradi izgube prijateljice, morda med vsemi najbolj razširjeni tip, za katerega se je v Ameriki udomačilo ime *ballad*« (Adorno 1986, 43).

Šlagerji po Adornu apelirajo na atomizirane posameznike in zapolnjujejo njihovo hrepenenje po čustvih, ki si jih ne upajo izraziti oz. »oskrbujejo vse, ki so vpeti med zaposlenost in reprodukcijo delovne sile, z nadomestkom za čustva nasploh, za katera jim času primerno revidirani ideal jaza pravi, da bi jih morali imeti« (Adorno 1986, 44). Z identifikacijo s šlagerjem in navidezno odpravo čustvene deprivacije se njegovi poslušalci lahko čutijo povezane v skupnost in si »blažijo rane« napornega delovnega vsakdana. Preprostost šlagerjev apelira na »preproste ljudi«, ki so realno odrezani od možnosti

² Blagovni fetišizem po Marxu pomeni da ima blago v kapitalističnih družbah dve vrednosti: menjalno in uporabno. Prva je zaradi načinov proizvodnje in trženjskih strategij večja od druge, njen učinek pa zato dominira resnične potrebe posameznikov. Marx je zato v blagovni menjavi videl način ekonomske, politične in ideološke dominacije kapitala v družbi, ki s tem legitimira obstoječe stanje.

³ Nemški *Schlager*, v prevodu pomeni 'udarec' ali bolj popularno 'hit'. Tukaj gre za pesem, čigar melodija je hitro 'na prepad' znala osvojiti ljubitelje zabavne glasbe in ustvarila velik komercialni uspeh. Dostopno na: <http://bs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0lager> (3. maj 2012).

povzdignjenja zavesti, zato jih nervira vsaka umetnost, ki jih sili v razmislek o samih sebi. Šlagerji gredo z roko v roki s konformizmom in ponižanjem, za ohranjanje privlačnosti pa morajo vseeno stalno ponujati inovativen pristop, ki pa je le navidezen. Ta proces Adorno imenuje *psevdoindividualizacija*: »poslušalcu je skrita vseobvladujoča standardizacija, konfekcioniranost oblike in čustva, ki se mora nenehno počutiti tako [poslušalec], kot da je množični izdelek namenjen njemu osebno« (Adorno 1986, 49). Zakrinkana standardizacija glasbe in instantno razveseljevanje zabavne glasbe po Adornu opravlja *ideološko* vlogo odvrčanja od premišljevanja o samem sebi in daje vtis, da je s svetom v katerem živimo vse v redu, hkrati lahko tolaži, blaži trpljenje (dekorira mučni »prazni čas«, vsak moment je treba zapolniti z vsebino), kar nenazadnje rezultira prav v *reprodukciji delovne sile*. Glasba (in ples) bi naj posamezniku vračala del telesnih funkcij, ki jih je realno izgubil, a vendar so »telesne funkcije, ki jih posnema ritem, same v mehanski togosti svojega ponavljanja identične s funkcijami produkcijskega procesa, ki so individuum oropale za telesne funkcije« (Adorno 1986, 74). Skrita ideologija za standardizirano strukturo šlagerjev je po Adornu ta, da le-ti dajejo sproščujoči občutek preživljanja časa izven delovnega procesa (kar bi oponiralo kapitalistični logiki), vendar pa smo pri tem nezavedno podvrženi poneumljanju, podreditvi in »polnjenju baterij« za vnovični delovni proces v službi izkoriščajočega kapitala.

Walter Benjamin in glasba v dobi tehnične reprodukcije

Adornovi pesimistični viziji kulturne industrije, ki vseobsegajoče obvladuje množice, se je na svoj način zoperstavil njegov starejši kolega Walter Benjamin s teorijo o demokratičnih potencialih *reproduciranih kulturnih dobrin*. Njegov osrednji koncept je pojem *aure*, ki ga lahko razumemo kot skrivnostni pogled, ki nam ga vračajo stvari, kot »enkratni obris daljave, pa naj bo še tako bližnja« (Benjamin v Debeljak in drugi 2002, 107). Aura kot poseben odsev umetniškega dela je veljala predvsem za stvaritve v obdobju pred-moderne in predstavlja skoraj religiozni ali mitični edinstveni značaj umetnine v prostoru in času, ki nas presune ob pogledu nanjo. Ta edinstvenost se je razblinila z nastopom modernih sredstev tehnološkega reproduciranja, kar na primeru predvsem filma in fotografije (pa tudi glasbe) Benjamin opiše v svojem znanem eseju *Umetnina v času, ko jo je mogoče tehnično reproducirati* (1936). Tehnična reprodukcija vpelje spremembe v recepciji umetnine: sprva se sekularizira religijski ritual, s katerim se je častilo *kultno* vrednost umetnine, ki jo nadomesti *pristnost (avtentičnost)* umetnine, nato pa le-to zamenja *razstavna* vrednost. Umetniško delo

je v novi dobi podvrženo neskončni ponovljivosti in grožnji po njeni zamenljivosti, a to Benjaminu hkrati pomeni tudi tradicionalno izgubo omejitve dostopnosti množic do umetnine, kar je pozitivna lastnost. Poleg tega je Benjamin v postopkih tehnične reprodukcije videl potencial za spremembo umetnostne sfere, ki bi po novem omogočala gledalčevo participacijo in demokratizacijo družbenih vlog v polju umetnosti – s postopki kot je *montaža*, postaja proces oblikovanja umetnine vse bolj kolektiven proces in ne individualno ustvarjanje posameznega genija. Transparentnost novih tehnik umetnosti privede k temu da lahko vsak gledalec (ali poslušalec) prevzame vlogo eksperta. S pomočjo vživljanja v pogled kamere pod snemalčevim vodstvom naj bi se krepila gledalčeva kritična naravnost, ki pred celoto daje prednost *analitični* fragmentaciji in razstavljanju prikazanega. Benjamin z zagovorom novih tehnologij vidi demokratični potencial predvsem v *radikalni politizaciji umetnosti* kot odgovor na fašistično *estetizacijo politike*, ki se je v njegovi rodni Nemčiji odvijala z nacističnim propagandnim aparatom (film, radio). Ta je skozi estetsko dovršeno propagando legitimiral fizično nasilje in »spremenil uničevanje v groteskno slavnostno parado« (Debeljak in drugi 2002, 108). Proti temu se je v bistvu boril Benjamin, razbitje kulta in avre je potrebno, da se ljudje ne bi več distancirali od umetnin in jih dojemali kot »svete«, ampak da bi jih razumeli in jih znali uporabiti za zmago nad fašizmom in proletarizacijo množic.

Adorno Benjaminu odgovarja v eseju *O fetišističnem značaju glasbe in nazadovanju poslušanja* (1938), v katerem razkriva »kako se domnevno odpravljena kulturna funkcija umetniških del *maščevalno vrača* v sodobni obliki poblagovljenega kulta glasbenih, estradnih in pop zvezd« (Debeljak in drugi 2002, 111), kar v določeni meri priznava tudi sam Benjamin. Kljub tehnološki reprodukciji se v nekaterih momentih popularne kulture vseeno ohranjajo *kulti*, ki jih kulturna industrija s pridom izkorišča v komercialne namene, a vendar lahko Benjaminovo teorijo beremo kot napreden tekst svojega časa, ki se je zoperstavil kritiki novih tehnologij in bil zato plodna podlaga študij o aktivnem občinstvu in kulturnem populizmu. Adornovo konservativno stališče za »osvoboditev« množic za razliko od Benjaminina ni v napredku in reprodukciji, ampak v avtorski umetnosti, ki vsebuje vitalno estetsko avtentičnost, s katero se lahko upre standardizaciji kulturne industrija, skratka – »avratična« umetnost, kateri se je v glasbi po Adornovem mnenju najbolj približal avantgardni skladatelj Schönberg. Paradoks pri tem pa je, da je takšna glasba prej elitne narave, ki jo večinoma »konzumirajo« višji sloji in s svojo »zavestjo o stiski«, ki po Adornu nosi to glasbo, ne dosega množic, ki bi jih lahko na ta način osvobajala. S tem se Adorno približa Leavisovcem, ki bi za dvigovanje zavesti množic uporabljali elitne kulturne produkte visoke umetnosti.

2.2 IDENTITETA

2.2.1 Osebna identiteta

Vsak človek ob rojstvu dobi ime, po starših mu pripada tudi priimek, kar tvori osnovo naše »osebne izkaznice«. Od drugih ljudi se ločimo tudi po spolu, starosti, višini, teži, barvi kože, las, oči itd. in kombinacija teh lastnosti dela vsakega posameznika posebnega. Takšne zunanje ali fizične lastnosti pa nas še ne opišejo v celoti, saj ima vsak človek tudi lasten karakter in način razmišljanja, torej psihološko podstat, ki usmerja naše obnašanje in dejanja ter tvori našo *osebnost*. Razvoj osebnosti je odvisen od procesov *socializacije*⁴ in *inkulturacije*⁵, pri čemer gre za usklajevanje posameznika z družbenim okoljem, ki priskrbi bistvene sestavine posameznikove identitete. Za razumevanje skupinske in nacionalne identitete moramo najprej spoznati razvoj osebne identitete.

Posameznik postane z rojstvom odvisen od pomembnih Drugih, najpogosteje sta to njegova oče in mati, ki z vzgojo prenašata lastne družbene vzorce na svojega otroka. Poleg staršev pa nad posameznikovo identiteto nenehno bdi družba, ki jo lahko potrjuje, vrednoti, zanika in pogosto spreminja. (Južnič 1993, 101–120). Mirjana Nastran Ule pravi da je »identiteta sistem, po katerem je oseba poznana sebi in drugim. Identiteta je posameznikova percepcija in kognicija sebstva. Sebstvo je aktualno, identiteta je mentalno stanje... Občutek identitete se nanaša na subjektivno izkušnjo take istosti med lastnim telesom in duševnostjo, ter med vsakdanjimi pričakovanji, spoznanji in izmenjavami z okoljem, ki ga nekdo občuti/definira kot svoje« (Nastran Ule 2000, 86). Posameznikov jaz pa je vedno zaznamovan z drugimi, saj je umeščen v družbo, ki mu predstavlja nek pomenljiv red, svoje delovanje pa artikulira tako, da se izraža s sredstvi in termini kulture, ki ji pripada in sebe razlaga v skladu z delovanjem drugih.

Da se posameznikova identiteta konstruira v procesu interakcij z drugimi trdijo tudi *simbolni interakcionisti*, ki izhajajo iz teze o identiteti kot ravnotežju med socialno in osebno

⁴ Socializacija – proces, ki teče vse življenje in prek katerega se posameznikovi vedenjski vzorci, vrednote, standardi, veščine, stališča, motivi izoblikujejo skladno s tistimi, ki so v določenem socialnem okolju zaželeni (Kompare, Stražišar in drugi 2002, 413).

⁵ Pojem inkulturacija pomeni, da mehanizmi vključevanja posameznika v družbo delujejo preko kulture. Poudarja torej, da vključevanje posameznika v družbo poteka tako, da posameznik sprejema kulturo družbe. Dostopno na: <http://www.lung.si/gradiva/SOCIOLOGIJA.pdf> (3. maj 2012).

identiteto. Proces oblikovanja identitete poteka z vsakdanjim »prisvajanjem sveta«, ki ga gradimo s svojimi dejanji in interpretacijami. Posameznik mora v vsaki novo nastali situaciji sprejeti svoje mesto tako da se vidi z očmi drugih, oziroma sprejme vloge drugih, s čimer svoj vsakdanji svet zmeraj znova potrjuje in si ga prisvaja, ter na ta način ohranja svojo identiteto nasproti drugim ljudem. Thomas Luckmann in Peter Berger v delu *Družbena konstrukcija realnosti* izpeljeta teorijo identitete kot družbene konstrukcije subjekta. Proces družbene konstrukcije realnosti poteka tako da se objektivni družbeni svet in subjektivna narava posameznika oblikujeta vzporedno. Preko interakcij med dvema posameznikoma se oblikuje objektivni družbeni svet, ki se nato razširi na referenčne skupine in vpliva na oblikovanje institucij, ki posameznikom posredujejo vzorce obnašanj. V fazi primarne in nato v fazi sekundarne socializacije se identiteta posameznika oblikuje s ponotranjenjem teh vzorcev kot socialnih smislov, bistveno pri tem pa je ohranjanje ravnotežja med objektivno nakazano in subjektivno prisvojeno identiteto (Nastran Ule 2000, 173–174). Posameznik se v družbo rodi s preddispozicijo družbenosti, preko procesa internalizacije pa začne sodelovati v družbeni dialektiki. V procesu internalizacije si posameznik neposredno razlaga objektivni dogodek kot manifestacijo subjektivnega procesa neke druge osebe, dogodek tako dobi pomen tudi zanj. Internalizacija poteka skupaj z identifikacijo, s katero otrok prevzema vloge pomembnih drugih, ter si tako pridobi lastno identiteto, postane to za kar ga imajo pomembni Drugi (Berger in Luckmann 1988, 121–124).

Identiteta posameznika je socialna institucija in je zato vezana k *diskurzom*⁶ in ideologijam, ki obvladujejo te diskurze. V pozni moderni identiteta ni poenotena, konstruirana je iz nasprotujočih se diskurzov, se neprestano spreminja in transformira. Identiteta ni le dosežek posameznika, ampak je tudi mesto v strukturi družbenih konstrukcij, ki ga posameznik zasede, ko se prepozna kot član določene skupnosti (Nastran Ule 2000, 187–193). Zato posameznik poseduje ne le individualno ampak tudi skupinske identitete, ki so zanj prav tako konstitutivne.

⁶ Diskurz: Veriga označevalcev, ki jo v določenem trenutku uporabljamo pri govoru o določenem fenomenu (nekaj primerov: šoferski, akademski, praktični, pravniški itd. diskurz). Tu je bistveno, da diskurzi niso zgolj različni jezikovni slogi, kajti z njimi ne le opisujemo, temveč tudi konstruiramo konkretne fenomene, praviloma na način, ki odraža razmerja moči (Debeljak in drugi 2002, 345).

2.2.2 Skupinska identiteta

Z vpetostjo v različne družbene odnose sprejemamo tudi različne skupinske identifikacije, ki pa niso nujno povsem usklajene z našo osebno identiteto. Skupina od posameznika zahteva, da se podredi določenim značilnostim skupinskega, saj želi med svojimi pripadniki doseči enakost ali vsaj podobnost (Južnič 1993, 140–141). Pripadnost posameznika neki skupnosti se potrjuje in utrjuje skozi lojalnost, ki nastaja preko čustvenih vezi med posamezniki. Ob predpostavki, da človek razmišlja na kategorialni način in osmišlja svet na podlagi *binarnih opozicij*, ki se vzpostavljajo tako na dejanskih kot na domnevnih razlikah, si najpogosteje pomagamo s *stereotipi*⁷. Stereotipe najpogosteje širijo ideološki aparati države s skrajnimi poenostavitvami predstav o drugih in so vezani na doživljanje tujosti, ki pri posamezniku vzbuja nelagodnost. S tem so stereotipi lahko vir zavračanja ali celo sovražnosti. Skupnosti prepoznavajo sebe skozi druge, o katerih si ustvarijo odklonilno mnenje in do njih zavzemajo distanco (Južnič 1993, 167–175). Nasprotje med enakostjo in drugačnostjo je bistvo vsake identitete. Konstitucija identitete vedno temelji na izključevanju nečesa in vzpostavljanju nasilne hierarhije med dvema iz tega izhajajočima poloma (Praprotnik 1999, 56).

Skupinske identitete se v družbah atomiziranih posameznikov oblikujejo zaradi potrebe po vzpostavljanju družbene kohezije s pomočjo različnih mitologij, ki posameznikom omogočajo zamišljati si skupnost. Ohranjanje identitete se izvaja s pomočjo simbolov, ki so napolnjeni z miti in legendami in se ohranjajo skozi obrede in rituale. Preko teh se posamezniki v skupni simboliki stapljajo s skupnostjo, ki ji pripadajo in si zagotovijo identifikacijsko varnost. Med identifikacijsko simboliko prištevamo državne himne, parole, gesla, zastave, ikone, obrede, maše, proslave, parade, posege v telo kot so barvanje telesa, njegovo oblačenje, okraševanje itd. Obleka, ki ima poseben sporočilni namen, služi za označevanje družbenih razlik ter vzpostavlja posebne distance med posamezniki, še posebej če gre za uniformo, ki poudarja moč ali narodno nošo, ki kaže na nacionalno identiteto. Simbolično vrednost imajo tudi posamezniki, kot so »očetje narodov«, državni voditelji, preroki, ustanovitelji religij in drugi, ki jim skupnost pripisuje posebne zasluge (Južnič 1993, 230–254).

⁷ Stereotip – posplošena in poenostavljena sodba o drugih ljudeh oz. družbenih skupinah (Kompere, Stražišar in drugi 2002)

2.2.3 Narod, etnična skupnost in nacionalna identiteta

Pojem *narod* izhaja iz latinskega preteklega deležnika glagola *nasci*, ki pomeni roditi se, oziroma iz latinskega *nationen*, *natio*, ki pomeni vrsto, raso, rod. Pojem *nationem* se je konec 13. stoletja pojavil v angleščini in je označeval skupino, ki jo povezujejo krvne vezi oz. skupni izvor, na katerega se sklicujejo tudi sodobni narodi. Ko narod doseže popolno avtonomijo in nedvoumno ločenost v samostojni državi, postane *nacija*. Te so praviloma sinteze različnih etničnih skupnosti. Pojem narod moramo razločiti od pojma *etnične skupnosti*, ki jo prav tako prištevamo h kolektivnim kulturnim identitetam, vendar etnična skupnost nima politične oznake, ne vključuje javne kulture in ozemeljske razsežnosti tako kot narod. Etnije so vselej že potencialni narodi, le da pri njih ne moremo govoriti o razvitih političnih in ideoloških občutkih pripadanja, ti so značilni šele za narod (Južnič 1993, 265).

Etnična identiteta je oblika skupinske identitete, ki nastane med skupnostjo ljudi, ki si delijo skupni jezik, kulturo, poreklo in teritorij. Glavno vlogo igra *jezik*, kot glavni simbolni svet neke skupine, preko katerega se povečuje razlikovanje pripadnikov skupnosti navzven in zmanjšuje njihovo razlikovanje navznoter. Na ta način se izoblikuje komunikacijska skupnost, ki predstavlja temelj etnične pripadnosti. To lahko okrepi še določena religijska identiteta, ki deluje na podlagi podreditve subjektivne identitete zunajčloveški skozi *dogmo*⁸, ter zgodovinski spomin v obliki zgodovinskega *mita*, ki priskrbi pripadnikom etnične skupine integracijske in mobilizacijsko učinkovite predstave o kontinuiteti ter jasni in razpoznavni znak nepretrganosti etnične skupnosti (Južnič 1993, 268–304). Etnične skupnosti obstajajo kot simbolne skupine, saj elemente svoje identitete črpajo iz resursov kot so kolektivno ime, miti in povesti o skupnosti, običaji, religija, jezik idr. Poimenovanje etnične skupnosti z enotnim imenom predstavlja njen prvi simbol in jo označi z besedo *mi*, ki v sebi vsebuje izključevanje *drugih* (Škiljan 2002, 150). Pri konsolidiranju skupnosti se pojavi problem jasne določitve etnične meje. Najpomembnejša meja je spet na podlagi primerjave s tujci, odnosi med *nami in onimi*, kar vodi v izključevanje Drugih in potrditev lastne superiornosti (Armstrong 1991, 41). Ker je etnična skupnost tako velika, da se vsi njeni člani ne morejo neposredno poznati, se ti kot člani skupnosti prepoznavajo preko skupnih simbolov - nosilci simbolične mobilizacije etnij pa so elite. Posamezni simboli so podvrženi tako

⁸ Dogma je etabliirano prepričanje ali verovanje neke religije, skupnosti ali organizacije. Je avtoritativna, verniki o njej ne diskutirajo, dvomijo ali se od nje oddaljujejo.

reinterpretacijam kot transformacijam v skladu z interesi elit, kar kaže na njihov ideološki pritisk. Ta se manifestira kot zahteva po sprejetju pravil kolektivnega obnašanja in sprejemanja določene interpretacije simbolov. Simbolne skupnosti postavljajo identiteto skupnosti nad identiteto posameznika, kar pomeni da je pomembneje ščititi interese skupnosti kot interese posameznika, saj bodo le tako zaščiteni tudi slednji.

V 17. stoletju dobi pojem *nacije* znak kolektivne suverenosti celotnega ljudstva (ne le vladarja), enotenje koncepta nacije z državo pa doseže francoska revolucija. S tem se uveljavi nacija kot država, nacionalnost pa postane razpoznavni znak pripadnosti določeni državi. (Južnič 1993, 320–321). Za Maxa Webra je narod skupina ljudi od katerih lahko »...pričakujemo specifično izražanje solidarnosti pred drugimi skupinami« (Weber v Alter 1991, 227). Znaki nacionalne identitete (in dejavniki solidarnosti) po Weberu so jezik, kultura, zgodovinska zavest, običaji, družbene komunikacije, religija in politični cilji. Za razvoj nacionalne identitete je najpomembnejša *država*, ki bistveno prispeva k homogenizaciji kulturnih vzorcev preko ideoloških aparatov, ki skrbijo za uravnavanje zgodovinskega spomina naroda. Ključna identiteta, ki jo država priskrbi posamezniku, je državljanstvo (Južnič 1993, 322–325).

Nacionalna identiteta se oblikuje skozi nacionalistični diskurz, ki posameznike interpelira v državljane in jim pomaga zamišljati si celoto, ki ji pripadajo. Nacionalizem je socialno naučen, sam diskurz pa je bistvenega pomena v procesu njegove ideološke produkcije in reprodukcije (Van Dijk v Praprotnik 1999, 61). Vsak narod ustvari svojo mejo, katera ga loči od drugih narodov. Pripadniki nobenega naroda ne razmišljajo o tem, da bi vsi pripadniki človeške rase pristopili k njihovemu narodu, saj bi s tem razpadla mistična vsebina posameznega naroda, ki je prav tista vez, ki drži skupaj nacionalno identiteto. Nacionalna identiteta se lahko ohranja le toliko časa, dokler obstaja anonimni tujec, od katerega smo ločeni z mejo, ki predstavlja pogoj za obstoj njene vsebine. V kolikor se meje naroda spremenijo, je potrebno nove meje in vsebine opredeliti tudi nacionalni identiteti (Praprotnik 1999, 73). Pomembno vezivo nacionalne identitete predstavljajo miti o dolgem in nepretrganem obstoju določenega naroda. Mit spremeni »zgodovino v naravo«, ukinja kompleksnost vsakdanjega življenja, omogoča enostavnost resnic, ukinja vsakršno dialektiko in organizira svet, v katerem ni protislovnosti (Praprotnik 1999, 76). Preko mitske zgodbe posameznik prevzame nase določene poteze naroda, v katerem se je prepoznal. Lastnosti značilne za nacionalno identiteto pa ne ostanejo na ravni značajskih lastnosti posamezne osebe, ampak postanejo izpričevanja nečesa globljega, transcendentnega (Praprotnik 1999, 78). Poleg tega da mit povezuje tiste, ki jih naslavlja, in jim razlaga realnost, daje tudi

preproste odgovore na bistvena politična, družbena, kot tudi osebna in eksistencialistična vprašanja (Velikonja 2003, 9).

Drugačen pa je antropološki pogled **Benedicta Andersona**, ki predlaga naslednjo definicijo naroda: »Narod je zamišljena politična skupnost – zamišljen je hkrati kot notranje omejen in kot suveren ... niti pripadniki najmanjšega naroda nikdar ne spoznajo vseh svojih sočlanov, ne srečajo vseh niti ne slišijo zanje – in vendar vsak izmed njih v mislih nosi predstavo o povezanosti v skupnost« (Anderson 1998, 14). S tem nas Anderson prestavi v drugačno perspektivo, katere namen je relativizacija pojma naroda in nacionalnih skupnosti kot posledice »naravnega« razvoja človeških družb. Anderson zato išče *kulturne* korenine ideje nacionalizma, med katerimi po njegovem najpomembnejšo vlogo igra jezik in tehnološki razvoj »tiskarskega kapitalizma«. Veliki družbeni sistemi, ki so bili predhodniki zamišljanja nacij so bile mnogoetnične svetovne religije in dinastični imperiji, ki so skupnost ustvarjali preko svetih spisov v liturgičnih »svetih« jezikih, nedostopnih širšim množicam, ideja nacije pa pride kot kontrast temu in se utemelji na tiskarskem kapitalizmu, ki je omogočil množično dostopnost knjig in časopisov, kar je omogočilo tudi državno uradništvo v »domačem« jeziku. Da si je bilo mogoče »zamisliti« narod, se je najprej moralo spremeniti dojemanje časa: » ... srednjeveški krščanski um [si] ni zmožal predstavljati zgodovine kot neskončne verige vzrokov in posledic, niti ni znal sedanjost videti ločeno od preteklosti« (ibid., 32), kar pomeni da je obstajala predstava o hkratnosti preteklosti in sedanjosti, ali t.i. »mesijanski čas«. To idejo časa je nadomestil »homogeni, prazni čas«, ki je merjen z uro in koledarjem, v katerem si je možno zamišljati skupnost, ki deluje enotno v točno določenem času. Razvoj romana in časopisa v Evropi 18. stoletja vidi Anderson kot »tehnični sredstvi za re-rezentacijo tiste vrste zamišljene skupnosti, ki jo imenujemo narod« (ibid., 34). Dogodki, ki se v romanu ali časopisu zgodijo v istem z uro in koledarjem merjenem času in ki jih sočasno lahko bere več stotine, tisoče ali milijonov bralcev, ki si hkrati zamišljajo ta čas je osnovna metoda zamišljanja naroda kot skupnosti, ki se enakomerno giblje skozi zgodovino. To predpostavlja nenehno, anonimno in hkratno delovanje neke skupnosti, ki si jo lahko zamislimo kot trdno entiteto. Na veljavi pa je naoto moral pridobiti lokalno govorjeni jezik, kar se je zgodilo v času reformacije, ko so si protestantski duhovniki začeli prizadevati za tisk v »nacionalnem« jeziku. To je zblížalo stotisoče ali več ljudi enakega jezika, hkrati pa jim dalo vedeti tudi, da njihovi jezikovni skupini pripada *samo* sto tisoč ali več ljudi. Narod se tako lahko konstituira na podlagi hkratnosti rituala branja v svojem jeziku, skozi katerega se zamišlja skupnost istomislečih in si tudi določi meje z dosegom le-tega.

Anderson pojmuje narod kot zgodovinsko specifično vrsto zamišljene skupnosti, ki ni ne prva ne zadnja družbeno prevladujoča oblika zamišljanja skupnosti v zgodovini, saj se je razvila iz prejšnjih oblik in se bo preoblikovala v nove. Poseben poudarek daje avtor tvorbi skupnosti s pomočjo komunikacije preko tiskanih medijev, ta komunikacija je zanj »skupnost-tvorna«. To seveda ni edini pogoj za nastanek naroda, vendar pa predstavlja pomemben element njegove formacije. Načini zamišljanja skupnosti so zgodovinsko spremenljivi, tako kot je spremenljiva komunikacijska tehnologija od katere so odvisne komunikacijske prakse. Vendar pa to ne pomeni da bodo novi mediji kot je radio, televizija ali internet v manjši meri prispevali k »narodotvornosti«, prav tako ne pluralizacija medijskega prostora s heterogenim in nenacionalnim programom. Radio in televizija z nagovarjanjem nacije v nacionalnem jeziku skozi vrsto oddaj nenehno obnavlja skupnostne vezi in s tem vzdržuje medsebojno prepoznavanje v njem. A tudi »redno množično 'so-gledanje' nekega niza oddaj [Jože Vogrinc daje za primer popularno serijo Santa Barbara, ki je pred leti 'mobilizirala' množice Slovencev pred TV-ekrane ob pol osmih zvečer], ... dela iz tega niza dejansko – se pravi, popularno – 'nacionalno kulturo'. Nič zato, če je nadaljevanka narejena v ZDA, saj je perspektiva simbolne prisvojitve 'slovenska'« (Vogrinc v Anderson 1998, 194–195).

3 ANALIZA

3.1 Metodologija

O glasbi in njenem jeziku bi lahko rekli da je zahtevnejši od simbolnega, a vendar je glasba tudi univerzalno sredstvo komunikacije v katerem se lahko sporazumevajo različne kulture. Pri pisanju o glasbi redko kdo ohrani objektivni pristop, teme kot sta glasbena ustvarjalnost in identiteta pa slonijo na abstraktnih pojmih, ki jih težko analiziramo z zbiranjem podatkov in »trdimi« empiričnimi metodami raziskovanja. Metodološki okvir, ki ga uporabljam v analizi diplomske naloge bo zato *kritična refleksija* medsebojno prekrivajočih se tem, ki sem jih razdelil v tri raziskovalne sklope:

1) Vprašanje glasbe in nacionalne identitete

V tem sklopu raziščem konstrukt slovenske nacionalne identitete, ki bi naj bila utemeljena na kulturi, tj. literarnem in (zapostavljenem) glasbenem ustvarjanju, kar imenujemo tudi »slovenski kulturni sindrom«; nadalje obravnavam razvoj klasične in popularne glasbe v Sloveniji, kulturno politiko ter slovensko »glasbeno zavest«, na koncu pa ob bok neesencialističnemu pojmovanju identitete predložim temu sorodno pojmovanje glasbe kot sistema, ki si ga različni ideološki aparati države lahko prisvajajo, vendar je slovenska glasba tista, ki jo kot takšno prepoznajo njeni poslušalci. Na ta način skušam demistificirati »usodno« povezanost med slovensko glasbo in slovensko nacionalno identiteto.

2) Vprašanje glasbe kot sistema ustvarjalnosti

Ustvarjanje glasbe je kreativno početje, ki je stalno predmet subjektivnih kritik na podlagi osebnih preferenc, to pa vodi do konsenza večjih skupin ljudi o tem kaj je dobra ali slaba glasba. S samimi sodbami o kvaliteti glasbe se v tem sklopu posebej ne ukvarjam, bolj se osredotočam na to kaj vse razen avtorjevega genija glasbi stoji na poti do poslušalcev, kakšno vlogo pri tem igrajo mediji in kako vpetost le-teh v širše družbeno-ekonomske silnice vpliva na njihov glasbeni izbor. Na ta način želim osvetliti ozadje, ki ga zaščitniški kvotni sistem zanemarja in je zato vprašljiv njegov dejanski doprinos k večji in kvalitetnejši slovenski glasbeni produkciji.

3) Obravnava polemik ob Osnutku medijskega zakona iz leta 2010

Rezultat izrabljanja glasbe v »kulturnem boju« za slovensko nacionalno identiteto in »kupčkanja« z glasbenimi kvotami, ki bi naj zaščitile slovenske avtorje je ob Osnutku medijskega zakona leta 2010 privedel do burnih medijskih polemik in dogodkov kot je »Prvi slovenski glasbeni kongres« društva Glasbeni forum in njihovih podpornikov na eni strani, ter »Vaši poslušalci godejo in razpravljajo« Aktiva poslušalk in poslušalcev glasb na drugi. V tretjem sklopu bom predstavil zgodovino kvotnega urejanja slovenskega medijskega prostora do predlaganega Osnutka in analiziral argumente »borcev za višjo kvoto«, ter tistih, ki le-tem očitajo »fašizem« in profitni motiv, navedel pa bom tudi primere iz tujine. Te polemike se kažejo kot manifestacija esencialističnega pojmovanja identitete in občutka ogroženosti, ki privede do zaščitništva slovenske glasbe s kvotnim sistemom, kar pa stoji na poti kreativnosti in razvoju v glasbi ter služi profitnim interesom. S križanjem ugotovitev iz prejšnjih sklopov in analize polemik bom na ta način poiskal odgovore na zastavljena raziskovalna vprašanja.

3.2 Vprašanje glasbe in nacionalne identitete

3.2.1 Kratek zgodovinski pregled

Za razumevanje konstrukta slovenske nacionalne identitete ter glasbe, ki velja za etabliirano slovensko umetnost si bomo pogledali nekaj odlomkov iz »kulturne zgodovine Slovencev«. Matjaž Kmecl piše da je teritorialno področje Slovenije 6. stoletja našega štetja »izpraznjeno križišče poti med barbarskim vzhodom in kulturnim mediteranom, med staro Helado in evropskim severozahodom ... kdor je takrat na njem za hip zastal je tvegalo, da ga lahko vsak hip povozi kakšna preseljevalska, polnomadska, bolj ali manj barbarsko zdrava in nasilna kolona.« (Kmecl v Kuret 1992, 25–33). To bi naj botrovalo že zgodnjemu razvoju »ogroženega« pogleda na svet, zato so zgodnji prebivalci območja današnje Slovenije živeli »mimikrijsko in prevodniško ... niso oblikovali nobenega sredotežnega središča, prilagajali so se močnejšim« (ibid.). Za Slovence bi naj bilo značilno miroljubno sožitje s sosedi, če pa se pokažejo sledovi agresije, se to raje obrača navznoter, kot so medsebojni obračuni v politiki ali družbi, kulturnem boju ali na osebni ravni (samomori, depresije ipd.).

Z meščanskim 18. stoletjem in evropskimi mladonacionalnimi gibanji postane prizadevanje za nacionalno državo vrednota tudi pri tedanjih prebivalcih Slovenije. Ker pa

majhni kot smo bili, s svojo »izjemno drugačno kulturo«, od drugih slovanskih narodov in nacionalno neenotnim meščanstvom, nismo imeli možnosti formacije države z vojsko, gospodarstvom, dinastijo ali politiko, ampak je bila »edina možnost za nacionalno konsolidacijo in strnitev moralna kampanja in kulturna krepitev – literatura, glasba, gledališče, postopoma tudi slikarstvo« (ibid.). Takšno prevladujočo interpretacijo razvoja slovenske nacionalne države teoretiki imenujejo tudi slovenski *kulturni sindrom*, kar v bistvu pomeni, da bi naj bil nekakšen *melting pot*⁹ slovenstva ravno kultura, s poudarkom na jeziku, ki smo ga kot posebnost nasproti dolgoletni nemški oblasti ohranjali in gojili kot razločevalni element, na podlagi katerega smo tvorili nacionalno zavest. Ker je jezik bolj konkreten in oprijemljiv kot glasba, je aparat selekcije »uradne« in »državotvorne« kulture zmeraj preferiral literaturo pred glasbo, iz česar izhaja že prastari manjvrednostni kompleks slovenskih skladateljev in glasbenih kritikov, ki pišejo dolgo zgodovino neenakovredne podpore glasbeni umetnosti.

Slovenski glasbeniki so v nasprotju s privilegiranimi književniki ponavadi »nastopali kot okras predstavam, v javnem življenju z redkimi izjemami njihovega glasu ni bilo pomembneje slišati« (Kuret 1992, 46). Kljub temu Kuret pravi da je težko govoriti o popolni nenaklonjenosti do glasbe v slovenskem prostoru, saj je že leta 1701 kot edina v srednjeevropskem prostoru nastala Academia philharmonicorum, leta 1780 prva slovenska opera, l. 1794 še Filharmonična družba in tako naprej. V času narodno buditeljske romantike so nastajali številni zbori in samospevi, začela je nastajati *splošna zavest* o glasbi, »vendar o glasbi za vsakdanjo rabo in porabo« (ibid. 48). Z branjem tovrstne glasbene zgodovine treščimo ob dejstvo da je glasba, ki je v resnici kaj veljala (in se o njej zato tudi piše) v bistvu *resna* ali *visoka glasba* skladateljev in akademikov, glasba ki ni za »vsakdanjo rabo in porabo«. Pri tem je največ ukvarjanja s problemom kompeticije naših skladateljev z evropskimi, predvsem nemškimi, za katerimi smo stalno zaostajali. Za *pionirsko dobo* slovenske glasbe Kuret šteje obdobje po letu 1872, ko se je ustanovila Glasbena matica, s katero smo dobili »končno tudi ustrezno institucijo za razvoj domače glasbene ustvarjalnosti in poustvarjalnosti« (ibid. 48) Med skladatelje, ki so »orali ledino slovenske glasbe« pa Kuret šteje Gerbiča, Ipavce in Savina. Florjanc s pogledom na slovensko ljudsko izročilo izpostavi pomembnost večglasnega petja na prostem, predvsem fantovskih skupin. Fantje pri petju

⁹ Termin *melting pot* ali »talilni lonec« se uporablja kot metafora za heterogeno družbo, ki postaja čedalje bolj homogena. Različni elementi se stapljajo skupaj v harmonično celoto s skupno kulturo. Termin je najpogosteje uporabljan za asimilacijski proces imigrantov v Združenih državah Amerike. Dostopno na: http://en.wikipedia.org/wiki/Melting_pot (3. maj 2012).

stojijo v krogu, kot da bi peli sami sebi, iz notranje nuje in veselja, ker jim tako petje pomeni »kozmično doživetje in sprostitvev« (Florjanc v Kuret 2008, 27). Takšna bi naj bila po svoji *naravi* slovenska pesem – sama sebi namen, in šele pred kratkim namenjena poslušalcem in glasbenemu nastopanju. V slovenski tradiciji se pojavlja tudi *godčevstvo*, kot instrumentalna različica ljudske glasbe in plesa, vendar je njegova pomembnost »v ljudski duši daleč za petjem« (ibid.). Florjanc o fantovskem petju piše kot o najbolj *pristnem* slovenskem glasbenem izročilu, ki ga v svojem komponiranju upoštevajo tudi skladatelji resne glasbe. S takšnimi zapisi o glasbi, ki preferirajo resno in »pristno« ljudsko glasbo, smo se srečali že pri Leavisovcih. Obojim je skupen prezir do množične popularne glasbe, kar potiska resno in ljudsko glasbo v elitno in folkloristično sfero, kateri se tradicionalno pripisuje nacionalno pomembnost.

»Obujena nacionalna zavest« igra v glasbi pomembno vlogo tudi v času prve svetovne vojne, ko lahko zabeležimo prvo protekcionistično glasbeno politiko na Slovenskem. Ideološki vodja glasbenega življenja v Ljubljani po prvi svetovni vojni je bil Anton Lajovic. Posebnost njegovega delovanja je v tem da je postavil model nacionalnega v glasbi z upiranjem nemški Filharmonični družbi in ocenjevanjem novonastalih skladb in koncertnih programov. Na ta način pa je tudi zapiral slovensko glasbo pred spremembami v Evropi. Kot je Lajovic s svojim vplivom onemogočal tiste, ki se z njegovimi pogledi niso strinjali, je po vojni to počela komunistična partija, le znotraj drugačne ideologije in z drugimi ideologi (Barbo 1994, 30). Medvojna kulturna politika je postavljala načela, ki se zrcalijo v izjavi urednika Naših zborov leta 1949: »Nov duh in nov ritem življenja zahteva tudi novega glasbenega izraza in nove orientacije ... Potrebna so zdrava, vitalna in optimistična, ker le na njih je mogoče zasnovati kleno, času primerno skladbo« (ibid.). Takšni in drugačni predpisi, omejitve in priporočila glede ustvarjanja slovenske glasbe se pojavljajo tudi danes, v kvotah slovenske glasbe, selektivnih finančnih sredstvih za glasbene festivale in glasbene institucije ali v televizijskih spotih kot so »nekaj minut za slovensko glasbo« na RTV Slovenija.

3.2.2 Slovenska popularna in rock glasba

Alenka Barber-Keršovan v tekstu *Na sledi kulturni identiteti – Kaj je »slovenskega« v slovenski rock glasbi?* opiše osebno identiteto kot skupek pojmov, ki implicirajo, da določeno osebo ali stvar zaznavamo kot nekaj, kar ima specifične, prepoznavne in le malo spremenljive lastnosti. *Kulturna identiteta* se analogno temu nanaša na tiste pojavne oblike neke določene

kulture, ki ostajajo več ali manj nespremenjene in tvorijo neke vrste topološko konstanto, ki nam omogoča da dekodiramo določeno kulturo kot celoto, kljub njeni stalno spreminjajoči se naravi.

Težko rečemo, da obstaja *slovenska kulturna identiteta* kot nespremenljiva konstanta, saj smo bili kot narod stalno »na prepihu« zgodovinskega dogajanja, ideja o skupinski povezanosti in skupni kulturi pa je izhajala iz »pasivnega upora« našim vladajočim, predvsem preko literarnega ustvarjanja. Tudi poenostavitev mnogovrstne kulture posameznih manjših družbenih skupin ali prebivalcev regij kot so Štajerska, Gorenjska, Primorska, Dolenjska, Koroška, Prekmurje, ki so bile zgodovinsko izpostavljene zelo različnim dominantnim kulturnim vzorcem, v enotno nacionalno kulturo je preveč površno dejanje v katerem se izgubijo posameznosti. A kljub temu smo prebivalci znotraj meja današnje Slovenije že nekaj časa izpostavljeni »nacionalizacijskim« procesom poenotenja slovenske kulture predvsem preko šolskega sistema in vpliva množičnih medijev. V tem procesu je bila udeležena tudi glasba, ki je nastajala na slovenskih tleh, za razliko od zgoraj opisane »resne« glasbe pa nas v tem poglavju zanima širše konzumirana *popularna glasba*. Ta se je nasproti »resni« glasbi, ki se je zgledovala predvsem po nemškem, češkem ali drugem centralno-evropskem prostoru, ozirala bolj »preko luže« in na »Otok«, torej v ZDA in Veliko Britanijo.

Ena prvih drugačnih glasbenih zvrsti, ki prekinjejo tradicijo operete in klasike pri nas je bil *jazz*. Prve jazzovske skupine se v Sloveniji pojavijo že v dvajsetih in tridesetih letih prejšnjega stoletja, pod vplivom redkih ameriških plošč in radijskih postaj, ki so bile takrat dosegljive. Pred vojnama jazz še ni predstavljal problema, se pa z zaostrovanjem ideološke razmejitve med vzhodnim in zahodnim blokom začenjajo pojavljati oblastniške prepovedi jazza, kot glasbe »zahodnjaške dekadence« (Gabrič v Čepič 1999, 155).

Slovenska popularna glasba se je pod vplivom predvsem ameriške glasbe razvijala naprej v petdesetih in šestdesetih letih 20. stoletja, ko so slovenski ljubitelji spoznavali tujo glasbo preko radijskih postaj kot so bile »Radio Luxembourg«, »American Forces«, »Österreich III« in »RAI«. Jugoslovanske gramofonske hiše so takrat izdale tudi nekaj malih plošč z uspešnicami tujih zvezd kot so bile Pat Boone, Elvis Presley, Perry Como, Harry Belafonte, Paul Anka, Fats Domino and Catharina Valente (Barber-Keršovan 1999, 5). Konzum tovrstne popularne glasbe je potekal v bolj zaprtih krogih, odvijali so se t.i. *hausbali* ali domače zabave, na katerih se je zbirala mladina.

V šestdesetih letih pride tudi v Sloveniji do razmaha »*beatlomanije*«, množične popularnosti glasbe angleške skupine The Beatles. Ta čas je v Jugoslaviji vladala dokaj liberalna klima, ki je do neke mere dopuščala pretok kulturnih dobrin z zahoda in tudi

elektronski mediji so v svoje programe uvrstili več anglo-ameriške glasbe, industrija plošč pa je razširila svojo licenčno produkcijo (Barber-Keršovan 1999, 5). Odprejo se prve diskoteke, na šolah pa prirejajo plese z beat in rock glasbo. Takšne razmere vplivajo na nastanek prvih slovenskih rokovskih skupin, kot so »Mladi levi«, »Bele vrane«, in primorski »Faraoni«, »Kalamari« ter »Kameleoni«, ki s svojo glasbo v glavnem posnemajo tuje vzornike. Začetek šestdesetih je za slovensko zabavno glasbo zanimivo obdobje tudi zaradi prvega festivala »Slovenska popevka«, ki je nastal pod vplivom sorodnih tujih festivalov, kot je italijanski »San Remo«.

V sedemdesetih letih se množična produkcija in potrošnja anglo-ameriške glasbe še razširi, na glasbenih festivalih začnejo nastopati tudi tuji gosti kot so »Weather Report«, »Blood, Sweat & Tears«, Ike in Tina Turner, Frank Zappa in »The Rolling Stones«, ki so leta 1976 gostovali v Zagrebu (ibid.). S skupinami kot so »Bijelo dugme« se pojavi nov glasbeni slog imenovan »jugorock«, ki postane bolj popularen od glasbe mednarodnih zvezd, zato lahko že govorimo o razvoju jugoslovanske in tudi slovenske popularno-glasbene identitete, ki začne razvijati svojevrsten glasbeni slog. Rock in pop glasba se oddaljita od zgolj posnemanja tuje glasbe in začneta dobivati določene nacionalne elemente.

Veliko pesmi slovenskih popularno-glasbenih skupin je v tem času napisanih še v srbohrvaščini kot skupnemu jeziku jugoslovanskega prostora, kar je bilo iz marketinškega vidika bolj praktično, saj so skupine s tem lahko s svojo glasbo ciljale na širše občinstvo. Konec sedemdesetih pa postaja kulturna identiteta, ki se je do sedaj nanašala na celotno Jugoslavijo, vedno pogosteje razumljena kot nacionalna identiteta, saj se je »v evforiji narodnega prebujenja pričela – podobno kot v vseh drugih delih javnega življenja – tudi popularna glasba zapirati v svoje nacionalne oziroma republiške meje« (Barber-Keršovan 1999, 6). Punk poznih sedemdesetih in zgodnjih osemdesetih let začne uporabljati izključno slovenska besedila, kar nasprotuje tako »transnacionalni« angleščini, kot »federativni« srbohrvaščini. V času politične krize Jugoslavije, ki se je začela s Titovo smrtjo leta 1980, se vlekla skozi cela osemdeseta leta in kočno rezultirala v propad enotne države in osamosvojitve njenih republik od katerih sta takšno pot prvi ubrali Slovenija in Hrvaška, se takšna družbeno-politična situacija odraža tudi v popularni glasbi. Le-ta je v kriznem ali pozneje tudi vojnem stanju uporabljena za vzpodbujanje nacionalnih čustev, dostikrat pa skladno s politično propagando tudi sovražno nastrojena proti vsem ne-našim, ne-Slovincem, ne-Srbom, ne-Hrvatom... »Na hrvaškem so se med domovinsko vojno v popularni glasbi povelečevale hrvaške čete in hrvaška zmaga nad Srbi, glasba pa je postala tudi glasbena podlaga za stare ustaške pesmi iz druge svetovne vojne« (Plazar 2002, 175). Marko Perković

– Thompson, eden najpopularnejših hrvaških glasbenikov je v tem času zaslovel ravno na račun pesmi z izrazito nacionalistično vsebino, ki opevajo vrednote hrvaške nacionalne identitete kot so družina, domovina in Bog. V Sloveniji v tem času na podoben način zaslovi skupina Agropop, ki ga nekateri kritiki stilsko uvrščajo med »novi primitivizem« ali »novo komponirani narodni pop«, ki se pojavi kot reakcija na »nihilistični trušč punka, novega vala in industrijskega rocka« (Barber-Keršovan 1999, 6). Leta 1988 Agropop izda kaseto »*Za domovino – z Agropopom naprej*«, na kateri se na eni strani nahaja kolaž bolj šaljivih slovenskih tradicionalnih napevov in pivskih pesmi v pop-rockovskem aranžmaju, »slovenskost« glasbe pa dodatno podkrepi uporaba harmonike. Na drugi »resni« strani te kasete pa najdemo pesmi kot so »Samo milijon«, ki podobno kot literatura izpostavlja občutke ogroženosti dobrega slovenskega naroda¹⁰, »Prašičem popuščajo živci« in »Na juriš«, ki z vrsticami kot so »*Hej tovariši, ni nam žal krvi za svobodno Slovenijo*« in »*Na slovenskem smo mi gospodar*« kažejo na očiten nacionalistični diskurz, naperjen proti tedanjemu srbskemu unitarizmu. To dejstvo podkrepi še ovitek kasete na katerem je podoba do zob oboroženega prašička, ki so ga Agropop uporabljali za svojo maskoto, prašiči v prej omenjeni pesmi pa lahko predstavljajo tudi prebivalce Slovenije.

Če je nacionalizem pri resni slovenski glasbi izražen s postavljanjem skladateljev na »vrh slovenske umetnosti«, podeljevanjem nagrad in finančnih sredstev s strani države, je v popularni glasbi lahko le-ta izražen dosti bolj eksplicitno – v besedilih, nastopih in javnem agitiranju, oboje pa služi kot element unifikacije slovenske kulture. S tem se le-ta zapira pred tujimi elementi, čeprav se mora večina resnih kot tudi popularnoglasbenih avtorjev za svoje ideje zahvaliti predvsem vplivom tuje glasbe.

3.2.3 Slovenska »glasbena zavest«

Peter Kus je sredi devetdesetih let prejšnjega stoletja analiziral Noč slovenskih skladateljev, vsakoletno srečanje slovenskih glasbenikov, večinoma skladateljev resne glasbe in ocenil da se slovenska glasbena *ustvarjalnost*, ki bi na tovrstni prireditvi morala biti jasno vidna, množično obiskana in medijsko podprta, v resnici skriva pred javnostjo in je

¹⁰ Samo milijon nas še živi

na svoji zemljici.

Samo milijon nas dobro ve,

da dobri smo ljudje.

namenjena bolj za samozadostno elitno publiko glasbenikov samih. V svojem tekstu *Slovenski glasbeni nacionalizem* skuša Kus izluščiti temeljne značilnosti slovenskega glasbenega življenja, katerega simptom je tudi zgoraj omenjena prireditev. Kus v slovenski glasbi opaža znamenja *avtoritarnosti*, saj se v slovenskem glasbenem življenju nenehno izpostavlja osebnosti, za katere se trdi da so (ali so bile) nosilke slovenskega glasbenega razvoja in bi naj dale slovenski glasbi pravo *identiteto*. To poraja nestrpnost do alternativnih glasbenih praks, ki se razvijajo na obrobju glasbenega establišmenta. Naslednja značilnost glasbenega življenja je *ustvarjanje izrednih razmer*, saj se v javnosti pogosto pojavljajo svarila o nizki stopnji slovenske glasbene kulture in **razkrajajoči glasbeni zavesti** (Kus 2010, 1. pogl.) Na to se navezuje še ogroženost obstoja slovenskega naroda, ker mu manjka pomemben del »duhovne celovitosti«, torej glasbe. Enako trdi Kuret, ki pravi da bi naj spremljevalec slovenske glasbe in debat okoli nje vedel da se kot rdeča nit vseskozi vleče tožba nad stanjem glasbe. »Če prelistavamo kritične zapise o glasbi izpred petdesetih ali šestdesetih let nazaj, najdemo prav tako velikokrat izraz *kriza, krizno stanje naše glasbe*« (Kuret 1992, 46). Avtorji glasbe so tako kot danes že dolgo nazaj tarnali tudi nad nezanimanjem za njihovo glasbo ali kot je rekel skladatelj Fran Gerbič (1840-1917), ki je tožil da bi bilo »pri nas lahko marsikaj bolje, ako bi bilo zanimanje za našo glasbeno umetnost prodrlo globokeje v vse merodajne kroge, od koder bi prihajala redilna moč in večja požrtvovalnost« (Gerbič v Kuret 1992, 48).

Kus kot naslednjo značilnost slovenskega glasbenega življenja izpostavi *nacionalistične ideologije kot podlage slovenski glasbeni kulturi*, kar pomeni, da se, kot že prej omenjeno, slovensko glasbo in slovenske glasbenike postavlja na tron nacionalne kulture in se jih dojema kot služabnike nacionalnim interesom. Vse te značilnosti končno rezultirajo v *enoličnosti* slovenske glasbe, »obstaja zgolj samo ena slovenska glasba in to je tista, ki se razvija znotraj etabliranih glasbenih inštitucij (Akademija za glasbo, Društvo slovenskih skladateljev, Slovenska filharmonija) in tista, ki do poslušalstva prihaja na 'uradnih' glasbenih manifestacijah, kot sta Noč slovenskih skladateljev in Slovenski glasbeni dnevi (zadnje leto združeni v eno prireditev)« (Kus 2010, 2.pogl.). Da pa takšen glasbeni establišment lahko vzdrži, rabi svoj antipod na podlagi katerega se lahko sploh konstituirata. Kus pravi, da se kulturniška elita vzpostavlja preko opozicije, z njenim nasprotovanjem *alternativni* glasbeni produkciji, ki nastaja v tem prostoru zunaj uradnih glasbenih institucij. Da je elitna glasbena kultura prav takšna, se mora obdržati v opoziciji z ostalim glasbenim življenjem na Slovenskem, »to pa jo nujno potiska v osamo in odtujitev« (Kus 2010, 2. pogl.).

Vsakršna elitna kultura že s svojim imenom govori da je namenjena ožjemu krogu odjemalcev, zato tudi ne čudi da se lahko slovensko etablirano glasbeno kulturo dojema kot

nedostopno in odtujeno. A vendar bi morala takšna, »državotvorna« kultura biti dostopna vsem Slovencem, če hoče doseči svoj homogenizirajoči efekt, to pa je že področje popularne, množične kulture. Kar zaznavam iz te analize je dejstvo da je mentaliteta samozadostnosti, nacionalne pomembnosti, jadikovanja nad slabo glasbeno zavestjo naroda in posledični zahtevi po nacionalni zaščiti glasbe značilna ne samo za etabrirano »visoko« umetnost, ampak se seli tudi na področje popularne glasbe, ki bi naj bila v funkciji lahkotnosti, neobremenjenosti, zabave, skratka vsega drugega kot boja za nacionalno identiteto, kar bomo videli na primeru analize polemik ob Osnutku medijskega zakona 2010. Se nam bo s tem tudi popularna glasba v Sloveniji odtujila?

3.2.4 Kulturna politika

Kulturna politika naj bi predstavljala način usmerjanja kulture, izhajajoč iz idealnih trdnih vodil (kakšna so le-ta je odvisno od ideološke naravnosti predpisodajalca - Ministrstva za kulturo in njenega predsedujočega, ministra), pri tem pa je potrebna previdnost, da politika, ki omogoča obstoj kulture ne postane nadzor nad kulturo in s tem njeno omejevanje. Ti dve sferi se stalno prepletata. Tako kot vsako drugo področje politike, mora tudi kulturna politika imeti jasen program, le ta pa je kot nacionalni kulturni program politično hegemonski, upoštevati hoče »dobrobit naroda«, dostikrat pa se ga tolmači tudi kot »nujen člen poleg zagotavljanja gospodarske rasti in razvoja« (Barbo 1994, 40). Kultura ima v tej luči posebno *funkcijo*, biti mora državotvorna, ohranjati mora slovenskost, pripisuje se ji skratka vzvišena funkcija dvigovanja duha množic ali tudi njihove vzgoje v »pravega« duha. Kot pravijo modreci tega področja bi si »kulturna politika ... naj torej prizadevala spodbuditi kulturno rast družbe, spremljati in usmerjati delovanje kulturnih institucij ... založnikov, množičnih medijev, šolstva, muzealstva, skrbeti za pokritost celega prostora ... uravnati razmerje med *amaterizmom* in profesionalno dejavnostjo itd.« (ibid). To pa se mora dosežati že s pravilno vzgojo, ali kot vse skupaj poveže Lojze Lebič: »Vloga glasbe je v posamezni kulturi in življenju odvisna od pomena, ki ji ga pripisujemo – pomen od izkušenosti posameznika – izkušnost od *vzgoje*. Vzgoja za glasbo danes od množičnih sporočil, ki jim zahteve in smotre usmerja kulturna politika« (Lebič v Barbo 1994, 42). Lebič vidi množične medije kot vzgojno nevtralne in posploši da »akumulirana zvočna ravnodušnost vodi tudi v politično, socialno in vsakršno drugačno otopelost« (ibid.).

Takšna kulturna politika, navdahnjena s slovenskim kulturnim sindromom, napolnjena z jadikovanjem nad slabim stanjem slovenskega duha, prestrašena od »tujega vpliva« in

podkrepljena z zdravo domačijsko logiko lobistov iz glasbenega področja je sposobna v dobrobit »ohranjanja slovenske identitete« domačo glasbo zaščiti z obveznimi kvotami medijskega predvajanja. Glasbeniki, prav tako navdahnjeni s kulturniškim duhom pa se kaj hitro počutijo poklicane v misijo in si nemudoma nadenejo embleme prvoborcev za slovensko kulturo in spremenijo svoje glasbeno delo v poslanstvo, ne zgolj zabavo za rajo, kot da se to od njih že od nekdaj pričakuje. Pri tem pa se nobeden izmed glasbenikov ne vpraša če dela kvalitetno glasbo, oz. ali je njegova »slovenska« glasba pri slovenskih poslušalcih sploh sprejeta za svojo in kot taka upoštevana za tisto dobro glasbo, ki bo bogatila slovensko identiteto. V naslednjem poglavju se zato sprašujem ali se glasbeniki sploh zavedajo s kakšnim neenotnim sredstvom (slovensko glasbo) se sploh borijo za prav tako neenotno slovensko identiteto in kakšne sklepe lahko iz tega potegnemo.

3.2.5 Kaj je slovenska glasba?

Tine Hribar v tekstu *Ali obstaja slovenska glasba?* citira slovenskega skladatelja Primoža Ramovža, ki na vprašanje ali bi lahko navedel kakšno potezo v svoji glasbi, ki jo sam pri sebi sliši kot nedvoumno slovensko, odgovarja »Nič oprijemljivega ne morem povedati. Slovenec sem, torej je moje ustvarjanje slovensko« (Hribar v Kuret 1992, 39). Je Ramovševa opredelitev zadosten pogoj za opredelitev slovenske glasbe? Je slovenska glasba vezana na slovenski nacionalni teritorij, je vezana na ljudi, ki se »čutijo Slovence«, ali na ljudi s slovenskim državljanstvom? Je 'prava' slovenska glasba ljudska, popularna ali resna glasba? Ali tista, ki posnema popularne tuje smernice? Na kakšen način dobi neka glasba oznako *slovenska*?

Na Ministrstvu za kulturo pravijo, da »za slovensko glasbo štejejo glasbena dela, ki so v *slovenskem* jeziku (slovenska glasba) in glasbena dela, katerih avtorji so *Slovinci* (glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev)« (Caharijas 2010, 1. pogl.). Osnutek medijskega zakona (2010) se pri določitvi, kaj je slovenska glasba, sklicuje na uredbo o merilih oziroma pogojih za določitev slovenskih avdiovizualnih del. K slovenski glasbi tako štejejo tudi glasbena dela, ki so producirana v *madžarskem* in *italijanskem* jeziku, če so namenjena madžarski ali italijanski narodni skupnosti, ter »vsa glasbena dela *slovenskega kulturnega izvora*, s čimer se tudi izognemo dilemi, ali za slovenske avtorje štejejo le državljane Republike Slovenije ali tudi osebe, ki kulturno delujejo v Sloveniji« (Caharijas 2010, 1. pogl.).

Uradna definicija slovenske glasbe je po zgoraj napisanem zelo široka, primarno označuje glasbena dela v slovenščini, proizvedena s strani državljanov Republike Slovenije, sekundarno pa v to kategorijo spadajo še dela v manjšinskem jeziku in najmanj jasno definirana dela slovenskega kulturnega izvora. Romi recimo živijo na področju Slovenije že dobrih 500 let, a ne vemo če njihovo glasbo Ministrstvo šteje pod slovenski kulturni izvor, prav tako kot v nadaljevanju opozarja Vogrinc, ko govori o slovenskosti prekmurske glasbe, katerega ozemlje je še ne tako dolgo nazaj spadalo pod Madžarsko. Kaj je slovensko glasbeno delo se dodatno zaplete še pri pravnoformalnem pogledu ali kot pravi Marko Godnjavec – Jizah: »Navsezadnje je zakonsko slovenska glasba tudi glasba, ki jo izdajajo domači založniki pa četudi gre za Michaela Jacksona. Celo glasba ustvarjena v kateremkoli jeziku, pri kateri je sodeloval le en Slovenec tudi, če je ta le producent, je slovenska. Plavi orkestar so torej slovenski izvajalci pa se v bran slovenskemu bendu očitno ni postavil nihče, saj je Loša slovenski državljani« (Godnjavec 2010, 2. pogl.).

Slovenska glasba po Hribarju nastaja v kolikor imamo slovenske skladatelje, ki so zmožni (po sintagmi Lojzeta Lebiča) »*avtohtonega komponiranja*«, torej duhovne prostosti. Hribar meni da kljub nekaterim znamenjem, da se zgodovinski razvoj slovenske glasbe prekinja, takšne skladatelje vseeno imamo, bistvenega pomena pa je »glasbenikova odprtost do samega sebe kot eksistence, do svoje biti v svetu« (Hribar v Kuret 1992, 44). »Skladatelj se kot umetnik dviga k univerzalnemu tedaj ko se spušča k svoji neponovljivi edinstvenosti. In v tem spuščanju sestopanja, ki je hkrati dviganje, se partikularno, se slovenskost nastajajoče slovenske glasbe oblikuje sama po sebi« (ibid.). Tako, dokaj nejasno in »filozofsko« o slovenski glasbi Hribar, drug pogled na slovensko glasbo pa poda Jože Vogrinc v članku »*Kako neka godba postane slovenska?*«. Vogrinc trdi da bi morali imeti glavno besedo pri usodi glasbe poslušalci, ne samo glasbeniki. »...ali ni vsako človeško bitje, po rojstvu in po logiki najprej poslušalka ali poslušalec glasbe, šele potem nekateri postanejo glasbenice in godci?« In nadaljuje: »Jasno povejmo: naše so tiste godbe, ki jih poslušamo, jih vzamemo za svoje in jih imamo radi. To velja ne glede na to, od kod so, kdo jih je naredil in za kakšno vrsto glasbe gre. Uho presoja, katera godba je slovenska. Če ne priznamo prvenstva ušesu, se znajdemo v pravni godlji, ki ima z muziko opravka samo toliko, da vsak zainteresirani zastopa tako definicijo slovenskosti, ki se mu najbolj splača« (Vogrinc 2010, 2. pogl.). Ob tem se lahko vprašamo če bi si Jakob Petelin Gallus, veliki *slovenski* skladatelj, katerega podoba je do nedavnega krasila bankovec za 200 slovenskih tolarjev in čigar glasbo so ponovno »odkrili« pred nekaj desetletji, sploh želel biti imenovan za *slovenskega* skladatelja, glede na to da je ustvarjal na Dunaju in v Pragi ter za povrh še v latinskem jeziku.

Isto velja za narodne skladbe iz ljudskega izročila, ki so bile zapisane v 19. stoletju in prej. Verjetno njihovi avtorji niso nikoli pričakovali da se bodo znašle v »zakladnici« slovenske ljudske glasbe, saj je zmeraj tako, da je *slovenskost* »štampelj«, ki ga določenemu kulturnemu proizvodu pritisne aktualna kulturno-politično-ekonomska oblast.

Po sami zvočnosti ni nobena godba sama na sebi, vnaprej »slovenska«. »Vsaka mora to šele postati. To postane tako, da jo poslušalci vzamemo za svojo« (Vogrinc 2010, 3. pogl.). Proces »nabiranja slovenskega blaga« skozi zgodovino ni jemal iz celotnega področja Slovenije, ampak so bile pri tem na delu zmeraj ideološke preference in potrebe po takšni ali drugačni »narodni« glasbi. Vprašanje zakaj velja harmonika za najbolj tipičen slovenski instrument, pa čeprav igra pri nas cela vrsta tamburaških, kitarskih, cimbalaških in drugih orkestrov ali band, gre razumeti tudi v relaciji do naših južnih sosedov ali »balkancev«, ki jim v procesu nove slovenske »evropske« poti nočemo več biti podobni. Harmonika je instrument, ki je različen od recimo srbskih gusel, dalmatinske tamburice, bosanskega saza itd., si pa hkrati deli »oberkrainer« tradicijo z avstrijsko harmoniko, a zaradi tega ni nič manj »naša«. Kako arbitraren je izbor slovenske glasbe nam kaže tudi primer prekmurskih band, ki jih je populariziral Vlado Kreslin. »Mestno prebivalstvo je šele nedavno vzelo za slovensko glasbo (namesto le za etnografsko značilnost lokalnih veselic) npr. Beltinsko bando« (Vogrinc 2010, 3. pogl.). Ne moremo pa trditi da gre pri Beltinski bandi za »avtohtono« prekmursko, kaj šele slovensko glasbo, saj se je Prekmurje priključilo Sloveniji komaj leta 1919, prej pa je spadalo pod Madžarsko državo in se je zato prekmurska glasba oblikovala predvsem pod madžarskim tradicionalno-ljudskim kulturnim vplivom. Vsak nov rod pa »uvaža nove godbe in jih sčasoma predela v svoje« (Vogrinc 2010, 4. pogl.). Vogrinc to trditev podkrepi s primerom skladbe See See Rider ameriške skupine Animals, ki so jo posnemali Kameleoni in jo s tem prenesli v nov - slovenski družbeni kontekst poslušanja. Leta 1967, ko pri nas ni bilo mogoče slišati Animalsov v živo so Kameleoni na ta način poslovenili »beat glasbo«, poslušalci pa so jo s svojim odzivom izoblikovali naprej. »Skratka, godba postaja slovenska z obdelavo, skozi proces produkcije, potrošnje, reprodukcije, variacije, improvizacije« (Vogrinc 2010, 5. pogl.). Nasprotno pa lahko neka glasba, ki se že od začetka deklarira za slovensko glasbo z dolgotrajno tradicijo, slovenskimi besedili, naslovi in imenom, med slovensko publiko ni sprejeta, jim ne sporoča ničesar, kar bi se dotaknilo njihovih občutij. Takšna glasba je formalno lahko slovenska, glasbeno pa je »motnja, ki si ne zasluži nobenega pridevnika, tudi ne 'slovenska'« (Vogrinc 2010, 5. pogl.). Vogrinc se kot pravi sam zavzema za čimvečjo zvočno raznovrstnost ali *fonodiverzitet*, od katere bi imeli koristi vsi poslušalci Slovenije ne

pa zgolj glasbeniki in njihovi zastopniki, ki jim po arbitrarni označbi *kvalitetne slovenske glasbe*, pripada predvajanje na radijih in tantieme od avtorskih pravic.

O nesmiselnosti vztrajanja na tem kaj je naše, slovensko, nacionalno, piše tudi Marjan Ogrinc: »...Sicer pa: če bi vztrajali na 'našosti', potem bi se morali odpovedati ravno tisti tradicionalni nacionalni kulturi, na katero se največkrat prisega, saj je nastajala pod izrazitim vplivom takratnega razvitega kulturnega dogajanja v tujini (predvsem na Dunaju), pa kljub tem značilnostim ni nič manj 'naša'« (Ogrinc v Frith 1986, 294). Problem je predvsem v omejenosti in dojemanju glasbe kot sredstva v polju kulturnega boja med »nami« in »njimi«, postavljanje ovir, nesmiselno zaščitništvo in domačijskost, ki izvira iz strahu pred tujostjo. »Strah pred tujostjo je strah pred premajhno lastno identiteto in ideološko 'onesnaženostjo', skratka strah pred vsebinskimi in kvalitativnimi soočenji različnih kulturnih obrazcev« (Ogrinc v Frith 1986, 294). To je problem, ki pri nas lahko izvira iz dolge zgodovine »ogroženosti slovenskega ljudstva« ali rajši stalne ideološke promocije le-tega konstrukta in posledičnega boja proti navideznemu tujemu gospodarju, ki je bolj značilen za področje politike, a očitno nanj ni imuna niti glasbena sfera, ki nam pridiga da »brez slovenske pesmi ni slovenske identitete«.

3.2.6 Ugotovitve

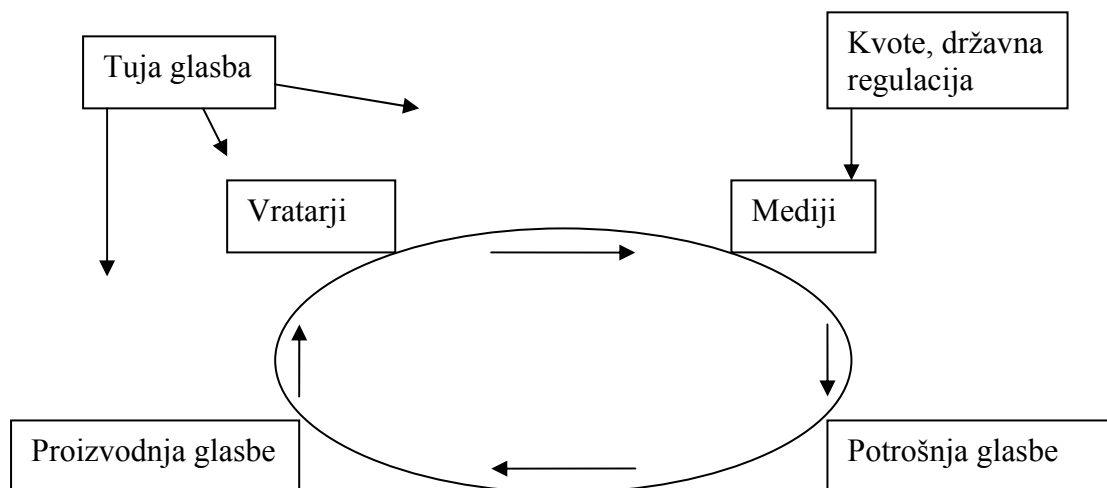
Kot smo videli v poglavju o identiteti je posameznikova identiteta najprej določena z njegovim imenom, priimkom, spolom, rojstnimi podatki, ki so vpisani v krstnih, matičnih ali druge vrste »fiksirnih« listih. Tej osebni identiteti se nato pripisuje še druge, skupinske identitete, ki si jih posameznik pridobi na podlagi tega kje je rojen – državljanstvo, narodnost; skozi odraščanje in vključevanje v širšo družbo pa se posameznik ujema v mrežo različnih diskurzov, ki ga interpelirajo v mnoštvo identitet kot so vaška, mestna, pokrajinska, religijska, nacionalna, rasna, spolna, subkulturna, glasbena in tako naprej, nobena pa ni neodvisna od druge, zamišljanja različnih skupnosti se med seboj nalagajo, ignorirajo, zlepijo, izrivajo. Nacionalna zavest Slovenca je produkt zamišljanja mnoštva skupinskih identitet in hegemonskih diskurzov, ki so zgodovinsko variirali ali kot pravi Vogrinc: »Zaveden Slovenec danes morda verjame, da je tisoč let sanjal o neodvisni Sloveniji, pred sto leti pa je bil mirne duše poleg zavednega Slovenca obenem pošten K.u.K. rodoljub, pred petdesetimi pa Jugoslovan (ali Argentinec?)« (Vogrinc v Anderson 1998, 189).

Če to prenesemo na glasbeno področje bi lahko rekli da obstaja množstvo različnih slovenskih glasb, od katerih pa se le nekaterih prime oznaka »slovenska«, a to še ne pomeni da so ostale glasbe, ki jih poslušamo manj slovenske. V kolikor vzamemo glasbo kot enega od konstituentov identitete, prav tako ni možno govoriti o enotni slovenski identiteti, saj glede na to da obstaja množstvo različnih slovenskih glasb, lahko obstaja tudi množstvo različnih identitet, v katere nas te »naslavlajo« ali s pomočjo katerih si zamišljamo slovensko identiteto. Če slovenska narodnozabavna glasba govori o domu, družini, lepotah domovine, materi, ipd., potem producira tradicionalistično, konservativno, domačijsko identiteto; slovenska turbo-folk glasba govori o »skakanju čez plot«, popivanju ipd., torej prispeva k hedonistični, k alkoholizmu naravnani osebni nagnjenosti; če slovenska alternativna glasba poziva k družbeni kritičnosti, uporju proti staršem, revoluciji ipd. bo spet podpirala takšno identiteto in tako dalje. Poleg vse slovenske glasbene produkcije pa identiteto slovenskega poslušalca tvori tudi tuja glasba (brez katere bi v »slovenski glasbi« obstajalo dosti manj žanrov in pestrosti kot je zdaj), saj (zaenkrat še) ne živimo v zaprti nacionalno-glasbeni skupnosti. Vsa ta glasba se spaja v popularno kulturo, katere množična konzumacija posameznikom omogoča identifikacijo glede na osebne preference, hkratnost tega »obreda« pa tvori nacionalno popularno kulturo, ki je pestra in mnogovrstna a vseeno še slovenska.

3.3 Vprašanje glasbe kot sistema ustvarjalnosti

3.3.1 Krogotok proizvodnje in potrošnje glasbe

V tem poglavju bom predstavil množico dejavnikov, ki vplivajo na glasbeno delo na njegovi poti od nastanka pri avtorjih glasbe, preko uvrstitve v medijsko predvajanje, do konzumacije s strani poslušalcev glasbe. Ker vidim to pot ciklično, saj so vsi avtorji glasbe tudi njeni poslušalci in ker je polje popularne glasbe neizbežno del tržne ekonomije sem si zamislil model nekakšnega krogotoka glasbe od *proizvodnje* do *potrošnje*¹¹, s čimer bo lažje razumevanje situacije na slovenski glasbeni sceni in umestitev glasbenih kvot v ta proces. V tem sklopu bom iskal odgovor na vprašanje kako sistem kvot vpliva na glasbeno ustvarjalnost in razvoj kvalitetne glasbe v Sloveniji.



3.3.2 Proizvodnja glasbe

Vse se začne s proizvodnjo glasbe ali avtorskim skladanjem glasbenega dela. S tem kako glasbenik išče navdih, kaj vse vpliva na njegovo percepcijo glasbe itd. se ne bom preveč podrobno ukvarjal, je pa važno imeti v mislih, da na slovenskega avtorja vpliva slovenska in

¹¹ Po navdihu koncepta *kulturnega krogotoka* Stuarta Halla, ki je analiziral primer Sony-jevega Walkmana, vendar poudarek tukaj ni na spreminjanju pomena kulturne dobrine, ampak na cikličnem procesu ustvarjanja glasbe in temu kako nanj vplivajo vrtarji, mediji, potrošnja glasbe in glasbene kvote.

tuja popularna glasba, ki jo sliši iz medijev ali v živo, kakšna glasba se predvaja pa je odvisno od medijskih politik, uredniškega izbora, državnih predpisov (kvote), dostopnosti koncertnih prizorišč, urbanega/ruralnega okolja in še marsičesa. Glasba tako kot vsaka druga umetnost ni ustvarjena iz nič, redki so »genialni umi«, ki so sposobni komponiranja glasbe, brez da bi pred tem poslušali glasbo, zato menim, da se vsako konzumiranje glasbe na nek način pozna v avtorskem delu. Najbolj preprost kriterij za ločevanje med *izvirnim* avtorskim delom in *neizvirnim* bi bil ta, da je prvo kolaž preposlušanih glasbenih elementov, ki so v novem avtorskem delu kombinirani na netradicionalen, inovativen, nekonvencionalen način, neizvirna dela pa pač uporabljajo ustaljene glasbene vzorce in v ničemer ne presenečajo.

Situacija z avtorstvom v Sloveniji je v luči debat o kvalitetni slovenski glasbi, ki si zasluži več medijskega predvajanja dobila nove dimenzije, predvsem na področju zabavne popularne glasbe. Naj začnem z mnenjem staroste slovenske popularne pesmi, Mojmirjem Sepetom, ki je v enem izmed intervjujev dejal: »Sploh se mi zdi, da je – kar je manko v današnji muziki – je *manko avtorstva*. Izvajalce kar imamo. Avtorji so pa kar hitro zadovoljni s tistim, kar naredijo« (Kopina 2010a, 5. pogl.). Marko Godnjavec – Jizah gre v svojem razvpitem blogovskem zapisu »*polnkurac.blogspot.com*« še korak dlje in zapiše:

Še več, slovenski glasbeniki se sploh ne zavedajo, da Slovenci svoje glasbe sploh nimamo, tudi narodnozabavna glasba ni slovenska, temveč malce bolj zahodna kot si mnogi mislijo. Glasbene zvrsti in glasba, ki jo igrajo, so svojo podstat dobile v tujini, tam utemeljile žanr in se razširile po zemeljski obli, odvečno jokanje o avtorskih pravicah in patentih pa bi bilo na tej strani potrebno na novo definirati (Godnjavec 2010, 3. pogl.).

Jizah meni da je večina ali kar vsa slovenska glasba kopija tuje, slovenske popularne glasbenike pa vidi kot mojstre kraje in rearanžiranja tujih hitov, ki si zato tudi ne zaslužijo tantiem od avtorskih pravic. Tekst je nastal kot buren odziv na srečanje Glasbeni forum v Cankarjevem domu.

Nasproti takšnemu kritičnemu mnenju o avtorjih popularne slovenske glasbe bom za primerjavo navrgel izsek iz utemeljitve strokovne komisije, ki je podelila Župančičevo nagrado za življenjsko delo akademiku prof. Lojzetu Lebiču, »*eminentnemu*« slovenskemu skladatelju resne glasbe, objavljeno v občinskem glasilu Ljubljana:

Mestna občina Ljubljana s ponosom in počaščena podeljuje Župančičevo nagrado za življenjsko delo akademiku prof. Lojzetu Lebiču, *vodilnemu sodobnemu slovenskemu*

skladateljju, glasbenemu teoretiku, visoko cenjenemu glasbenemu pedagogu in piscu, katerega filozofska misel, poetična literarna beseda in *aristokratska duhovna karizma* ustvarja *vrh slovenske umetnosti in kulture*. Njegova glasba, zvesta poveljnemu modernizmu, ki jo poznavalci imenujejo *zveneča metafizika*, prestreza zvenenje tišine narave s kontemplativno osebno in družbeno občutljivostjo, in skuša seči, kot pravi umetnik sam, »v nekakšno genetsko osnovo evropskega in širšega glasbenega spomina«, raziskuje sozvočja z moderno slovensko pa tudi svetovno poezijo in svojo umetniško poklicanost usmerja v raziskovanje resnice s spoštovanjem »stvarstva, Stvarnika in skrivnosti bivanja«, s hvalnico stvarjenju, svetu in veselju (Glasilo mestne občine Ljubljana 2011, 4).

Težko je na podlagi teh zapisov karkoli posploševati, a nam lahko vseeno služijo kot prikaz dojetja slovenskih avtorjev, ki se jim po eni strani očita neizvirnost in kopiranje, po drugi pa se jih kuje v zvezde in pripisuje zasluge za celotno človeštvo. Seveda je napačno dajati stvari v en koš, posebej ker gre za dve popolnoma drugačni sferi glasbe, vendar je postala ta nezdržljivost zanimiva, ko so avtorji iz obeh področij združili svoje vrste v boju za višjo kvoto predvajanja v medijih na Kongresu slovenskih glasbenikov v Cankarjevem domu.

Če smo že pri avtorstvu in glasbeni produkciji si pogledajmo še način kako nekatere komercialne radijske postaje iščejo pravo skladbo, ki bo sigurno postala hit. Leo Oblak, direktor radijske mreže Infonet opisuje kako poteka njihova produkcija radijskih hitov:

To pomeni, da imamo v produkcijo vključenih recimo štiristo ljudi, ki nam pomagajo pri orientaciji, da naredimo boljšo skladbo. Sproti vse dajemo na testiranje: kitico, refren, tekst, vse. Pesem ne gre ven, če publika prej ne da potrditve. Zato je bilo vseh devet skladb, ki so nastale v produkciji našega glasbenega uredništva, uspešnic. Ljudem se zasvetijo oči, ko jih slišijo (Alič, Mehle 2011, 3. pogl.).

Takšen način »proizvodnje« glasbe nas spomni na Adorna in njegov koncept standardizacije, ki pravi da so radijske skladbe za svoj čim večji učinek pri publiku zapakirane kot hiti s standardiziranimi deli skladb (kitica, refren, kitica), ki so lahko zamenljivi in narejeni po vedno isti formuli. Glasbenikova ideja je v primeru komercialno-radijske produkcije spolirana do te mere da ustreza standardu radijskega hita, s katerim bi naj bil zagotovljen uspeh in tako pridemo do tega da celoten radijski program neke postaje zapolnjujejo več ali manj skladbe, ki so samo variacije na »predpisani« standard. Publiku, ki daje potrditev kitici, refrenu, tekstu, je že vnaprej ponujena omejena izbira, saj se v le-to sigurno ne uvrsti skladba kakšnega alternativnega izvajalca, ki odstopa od forme kitica-refren,

uporablja trši zvok, ima skladbe daljše od treh minut in podobno. Tako je že izbira med tistim kar se na koncu sploh uvrsti v predvajanje omejena in nima veze s pestrostjo celotne glasbene ponudbe na slovenskem.

O tem, da na takšno omejeno glasbeno ustvarjanje, kolažiranje in ustvarjanje po standardu ni imuna niti alternativna glasbena srenja, kateri se pripisuje odkrivanje novih zvokov in bolj pristno ustvarjanje glasbe, priča zapis Jana Kozla, kritičnega misleca in kitarista alter-rockovske zasedbe Carnival, ki primerja ustvarjanje glasbe s kupovanjem v supermarketu:

Večina jih glasbo ustvarja, kot da bi se sprehajali po supermarketu, kupijo malo tega, malo onega, doma vse skupaj zmešajo in na koncu tesnobno ugotovijo, da bi lahko skupaj zbrkljali čisto nekaj drugačnega, tako da se morajo nujno vrniti v supermarket in tako naprej v neskončnost, da se na koncu njihovo ustvarjanje zreducira na pohajkovanje po supermarketu, nenehno ubadanje z neskončno izbiro, s stopnjevanjem tesnobe, ker je možnosti preveč in ker jih niso zmožni dohajati. Temu pravijo breme resnične ustvarjalnosti. Temu pravijo iskrenost. Temu pravijo odprtost. Temu pravijo odgovornost. Temu pravijo pogum. Temu pravijo svoboda. Temu pravijo alternativa (Kozel 2010, 2.pogl.).

Glasbene ponudbe je v današnjem času zelo veliko, zasičenost z zvoki in glasbo je praktično tako velika da lahko govorimo tudi o zvočnem onesnaženju. Ta množica zvoka hočeš ali nočeš vpliva na ustvarjalni proces in sugerira potencialno uspešne melodije, riffe, strukture, na katere se opirajo glasbeniki pri svojem ustvarjanju. Popularni hiti in izvajalci se menjajo po tekočem traku in tako ni mogoče slediti vsem novim trendom, določen zvok v popularni glasbi hitro zastara in glasbeniki, ki hočejo biti na tekočem morajo ponovno v »supermarket« po nov zvok. Je to tista ustvarjalnost, ki dela kvalitetno slovensko glasbo?

3.3.3 Vratarji

Vratar ali »gatekeeper« je izraz, ki se v teoriji o glasbeni produkciji pojavlja za ljudi, skupine ali organizacije, ki s svojim delovanjem omejujejo ali selekcionirajo glasbo za predvajanje v medijih, nastope v živo itd. Sem bi lahko šteli zgoraj omenjenega Lea Oblaka in njegov način izbora skladb, radijske urednike, ki uvrstijo skladbe v program predvajanja, koncertne organizatorje, založniške hiše, novinarje, kolumniste, recenzente, kritike, menedžerje itd. Gregor Bulc pravi ljudem s temi funkcijami tudi *kulturni posredniki* in jim

pripisuje temeljno vlogo pri vplivu na obliko, vsebino in pomen kulturnih produktov (Bulc 2004). Frith na drugem mestu zapiše »Čuvarji sprejemajo odločilne odločitve, z njimi pa je omejena lastna svobodna izbira publike - vse kar lahko ljudje »hočejo«, je, kar lahko dobijo« (Frith, 1986, 97).

Pri selekciji glasbe so v novejši zgodovini pomembno vlogo odigrali t.i. **diskjockey**-i ali DJ-i, ki so sprva svojo funkcijo opravljali na radijskih postajah, danes pa je ta glasbeni izbor prepuščen glasbenim urednikom, DJ-i pa so že postali samostojni performerji v živo. Včasih je bil diskjockey središčna oseba na radijski postaji, ki je skrbela za izbor popularne glasbe, njegova funkcija je bila v tem da vsakdo na množičnem tržišču sliši ploščo, ki mu je všeč, da je vsak okus, ki je zastopan na paradi uspešnic, zastopan na radiu. Na britanskem BBC-ju, (Radio 1) se je trudil prodati tudi svojo osebnost, kramljal s publiko – pomagal poslušalcem prisluhniti ploščam, ki le-tem niso bile všeč. Posledica tega pa je, da s tem pristane tudi na *srednji meri* – predvaja najlažje poslušljive zvoke punka, rocka, popa ipd.

Radijske DJ-e so nadomestili **glasbeni uredniki**, ki bi naj skrbeli za predstavljanja širokega spektra glasbe poslušalcem, z razvojem tehnologije pa je človeka že zamenjal računalnik in vnaprej določeni sezname pesmi brez posebej vloženega truda. Kar nekaj slovenskih glasbenikov je mnenja da v Sloveniji primanjkuje kvalitetnih glasbenih urednikov. »Glasbeni urednik nima več prostih rok, kaj vrteti. Včasih je promoviral glasbo. Če pa se skladba ne vrtil, ne more postati hit. Včasih so glasbeni uredniki delali hite, skladbe slovenskih izvajalcev so se tolikokrat vrtele, da so postale zimzelene«, pravi Adi Smolar, Iztok Mlakar pa dodaja: »Radio je velik idiotizator, ker lahko vrtil, kar hočeš. Tisti, ki izbirajo glasbo, niso več oblikovalci glasbene podobe nekega radia. So naključni sestavljalci vrstnega reda, ki nima ne repa ne glave. Tak način dela je najlažji in najbolj poceni, zaradi česar radijske postaje niti ne potrebujejo ljudi z znanjem« (Petkovič 2010, 4. pogl.). »To je problem tudi radijskih postaj, ki jim je – izjeme seveda obstajajo – programsko urednikovanje balast in nekaj nepotrebne. Funkcionirajo po principu: predvajajmo že ničkolikokrat slišano in bodimo čim manj moteča in zato čim bolj prijetna zvočna kulisa« (ibid.), pa dopolnjuje Boštjan Narat, kantavtor in kitarist skupine Katalena. Da imajo glasbeni uredniki v Sloveniji rajši tujo glasbo pa meni Saša Lendero: »Poglaviti problem v tem trenutku pa predstavlja izrinjanje slovenskih pesmi na sam rob radijskega in televizijskega etra ter dejstvo, da v naši državi glasbeni uredniki preprosto nimajo preveč radi tistega, kar proizvedemo sami. In to je zelo žalostno« (Kopina 2010b, 3. pogl.). Eden bolj priljubljenih radijskih urednikov Andrej Karoli, ki deluje na drugem nacionalnem programu, je v nekem intervjuju na vprašanje ali je za dobrega glasbenega urednika pomembna glasbena ali celo muzikološka izobrazba, izkušnje z

igranjem glasbe, obiskovanje koncertov ali velike količine preposlušane glasbe odgovoril: »Če govorim o moji lestvici, je to zadnje prvo. Treba je imeti čim bolj odprta ušesa. Kakor koli obrneš, je to služba. In kot se morajo izobraževati, recimo, zdravniki, se morajo tudi glasbeni uredniki« (Tišler 2010, 10. pogl.).

Naslednji pomemben posredniški poklic v glasbeni industriji je **glasbeni producent**, katerega vloga je zgodovinsko variirala – od tega da samo natančno posnema zvok skupine, do tega da je tudi sam ustvarjalec zvoka in tisti, ki zna zvok skupine dobro zapakirati v radijsko primerne skladbe. Glasbeni producent si lahko s kvalitetnim delom ali uspešnimi projekti ustvari ime in pogosto se dogaja da se kvaliteta glasbe meri ne samo po imenu glasbenega izvajalca, ampak tudi po tem kdo je produciral njihovo ploščo. Veleuspešnega albuma Nirvane, Nevermind, ne bi bilo brez producerske roke Butcha Viga, ime Steve Albini takoj asociira na skupine kot so The Stooges, Pixies, PJ Harvey, Shellac itd. V Sloveniji je k uspehu skupin kot so Big Foot Mama, Siddharta, Gušti in Polona, Srečna mladina in drugim mnogo pripomogel glasbeni snemalec in producent Žare Pak. Umetnost zapakiranja zvoka se odraža v jasnosti slišanja posameznih instrumentov, vokala, izboru instrumentov, uporabe efektov in pravilnega razmerja med zvoki, kar da končno podobo skladbe, ki mora zveneti dobro tako na »cenenih« prenosnih radijskih sprejemnikih kot na profesionalnih hi-fi sistemih.

Glasbene založbe so v dobi interneta drastično izgubile na pomenu, predvsem zaradi t.i. internetnega piratstva ali zastonjskega pretakanja glasbe iz interneta. Glasbena založba je organizacija, ki »založi« izdajo plošče, torej denarno ali materialno omogoči da se glasba določenega izvajalca posname, producira, zapakira, izda, distribuira, spravi v glasbene prodajalne, svoje izvajalce promovira in jim omogoča koncertne nastope, za vse skupaj pa si odreže svoj delež prihodka od materialnih avtorskih pravic, kot so pravica reproduciranja, javnega predvajanja s fonogrami itd. Naštete funkcije glasbenih založb variirajo in so odvisne od pogodbe, ki jo avtor glasbe sklene z založbo (tovrstne pogodbe so bolj značilne za t.i. *major* ali velike založbe, ki so utrpeli tudi največ škode zaradi »piratstva«) ali drugačnim načinom dogovora med glasbenikom in založbo. Manjše, *independent* ali neodvisne glasbene založbe se pojavljajo na alternativni glasbeni sceni, kjer praviloma veljajo ustni dogovori o vlogi založbe pri izdaji plošče, največkrat gre za denarno pomoč, organizacijo koncertov in promocijo plošče, distribucija plošč pa poteka izven uradnih glasbenih prodajaln, torej na koncertih v živo in preko interneta. Vse več glasbenikov se odloča tudi za samozaložništvo, saj so se pogodbe *major* založb v večini primerov izkazale za oderuške in izkoriščevalske, ker so si založbe začele prisvajati čedalje večji delež denarja od prodaje glasbe, avtorji pa so

dobili znatno manj. Internetno »piratstvo« je zmanjšalo prihodke velikih založb tudi za več kot 50%, zato se je v zadnjem času pojavilo kar nekaj medijsko odmevnih tožb proti spletnim portalom za izmenjevanje datotek, kot je npr. Napster, The Pirate Bay, razne »torrent« strani ipd. Nekateri računalniški inovatorji kot je Steve Jobs in njegova korporacija Apple pa so znali situacijo izkoristiti sebi v prid in razvili sistem spletne prodaje glasbenih albumov ali posameznih skladb imenovano iTunes, katere uspeh pa je bil odvisen predvsem od popularizacije novih oblik poslušanja glasbe preko računalnika, mp3-playerja, iPod-a, mobilnega telefona, torej novih medijev na glasbeni sceni, ki so se jim morale prilagoditi tudi založbe.

3.3.4 Mediji

O medijih je bilo govora že pri predstavitvi marksistične misli, Adornovi sociologije glasbe in Benjaminovi umetnini v dobi tehnične reprodukcije. Z mislijo o tem da tehnologija določa medij in posledično tudi njegovo vsebino se lahko vrnemo prav tja.

Z mediji mislim na eni strani na *nosilce zvoka*, kot so vinilna plošča, magnetofonski trak, CD in digitalne oblike glasbe; ter na drugi strani na *množične medije*¹², sredstva prenašanja sporočil ali glasbe javnosti kot so časopis, radio, televizija, internet, mobilna telefonija ipd. Razvoj množičnih medijev je omogočil zelo široko distribucijo medijskih sporočil med množico ljudi, s čimer je povezan tudi koncept *množične* in *informacijske družbe* v kateri so posamezniki informacijsko povezani z množičnimi občili, a razpršeni v prostoru in nepovezani v skupnost v tradicionalnem pomenu besede. Adorno in marksisti so pozivali k temu da se osredotočamo na *ekonomsko bazo* kulturne sfere, saj le-ta določa njeno *nadstavbo*, kamor spada tudi glasba, njeni pomeni in ideologija, ki je »zapakirana« v teh pomenih. Seveda je vpliv tudi obraten, glasba, njena uporaba in pomeni vplivajo povratno na razvoj tehnologije.

¹² Množična občila, množični mediji oz. sredstva množičnega obveščanja so občila, posebej namenjena doseganju široke javnosti. Izraz je nastal v 1920. letih na zahodu s pojavom velikih radijskih omrežij in časopisov ter revij z veliko naklado. Danes se izraz najpogosteje uporablja za opis množičnih elektronskih občil, kot so radio, televizija in internet. Slednji se razlikuje od preostalih množičnih občil predvsem v tem, da imajo na internetu praktično vsi posamezniki možnost produkcije in širjenja informacij, pri ostalih pa imajo to možnost le ozke skupine z dostopom do ustrezne tehnologije za distribucijo (Lang K. & Lang G.E., 2009. Dostopno tudi na: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/597/407>, 29.2.2012)

Tehnologija je vseskozi določala način poslušanja glasbe in tudi samo obliko skladb, od prvih posnetkov na fonografske valje, vinilne plošče, magnetofonski trak do digitalnega zapisa zvoka. Do razvoja »long play« (LP) vinilne plošče je bil uporabljan material *šelak*, ki je bil slabše kvalitete in hreščeč, snemalna tehnologija pa je omogočala samo pet minut glasbe na eno stran plošče, kar je pomenilo tudi krajše skladbe. LP plošče so podaljšale dolžino ene strani na 20 minut, razvoj stereofonskega¹³ zvoka pa je z ločenim levim in desnim kanalom snemanja omogočil prostorsko dožemanje zvoka, ki je bližje tistemu kot ga slišimo v živo. Stereofonsko snemanje in predvajanje je glasbenike in producente spodbudilo k uporabi novih zvočnih pristopov kot so »stereo delay«, ločevanje ritem in solo kitare in podobno. Uporaba čedalje bolj zapletene snemalne tehnologije je proizvedla specializirane poklice kot je že prej omenjeni glasbeni producent, ki je poskrbel za kvaliteto zvoka, ki je bila ključna tudi pri tržnem uspehu določene glasbene skupine. Eksperimentiranje z zvoki, *sampling*¹⁴ je z inovativno rabo snemalne tehnologije rodilo nove tehnologije – sintetizatorje zvoka, ki so rodili nove elektronske glasbene zvrsti, od pionirskega minimalističnega zvoka bendov tipa Kraftwerk do sodobne disko, techno, dubstep ipd. scene.

Tehnologija ne samo oblikuje dolžino in obliko glasbe, z medijem na katerega je glasba posneta (in predvajalnikom, ki lahko ta medij predvaja) je v veliki meri določen tudi način poslušanja glasbe. V času ko so bili gramofoni, radijski sprejemniki ali televizorji redkost se je za poslušanje glasbe zbrala skupina ljudi pri imetniku predvajalnika, torej je bila izkušnja poslušanja skupinska, kar je popolnoma drugače kot danes ko je poslušanje glasbe preko mp3-predvajalnika postala intimna izkušnja posameznika. Digitalizacija je omogočila da je kopija glasbenega posnetka praktično enaka izvorniku, mp3 format, ki je velikost glasbene datoteke zmanjšal na 1/11 standardnega audio formata je skupaj z zmogljivejšimi računalniki in razvojem interneta privedel do spletnega piratstva, poslušanje glasbe pa se v zadnjem času seli prav na internet, kjer je glasba popularnih izvajalcev preko portalov kot je Youtube praktično dostopna z nekaj kliki.

¹³ stereofonija -e ž (i) elektr. snemanje ali predvajanje zvoka, ki omogoča prostorsko dožemanje (SSKJ, dostopno na: http://bos.zrc-sazu.si/cgi/a03.exe?name=sskj_testa&expression=stereofonija&hs=1, 29.2.2012)

¹⁴ Sampling ('vzorčenje') se v glasbi nanaša na zajemanje dela, 'sampla' že posnetega zvoka ali skladbe in njegovo ponovno uporabo, kot instrument ali zvočni posentek v drugi skladbi.

3.3.5 Radio

Za nalogo najbolj relevanten množični medij in tisti, ki je prvi pripeljal glasbo v »vsako gospodinjstvo« je radio¹⁵. Oče slovenskega radia je inženir Mario Osana, pod katerega vodstvom je bila leta 1926 v Domžalah zgrajena prva radiooddajna postaja. Radio Ljubljana je začel oddajati redni program 28. oktobra leta 1928, vendar so ga takoj po začetku II. svetovne vojne zasedli okupatorji. Med okupacijo je bilo po celotni Jugoslaviji ustanovljenih nekaj »ilegalnih« radijskih postaj, ki so obveščale ljudi in jim »dvigale narodno zavest«, kot so bili Kričač, Radio Osvobodilna fronta ipd. Po koncu vojne je nova oblast prevzela nazaj Radio Ljubljana, kateremu se je kmalu pridružil novoustanovljeni Radio svobodni Maribor. Na Primorskem je bil v Ajdovščini ustanovljen Radio Ajdovščina. Leta 1949 je bil ustanovljen Radio jugoslovanske cone Trsta, ki je bil leta 1954 preimenovan v Radio Koper, ki se je prav tako združil z Radiem Ljubljana (Brojan 1999).

Povojni predpis o organizaciji radiodifuzne službe v Jugoslaviji iz leta 1946 je uvedel izrazito centralistično etatistični režim, država je postala lastnik in je imela izključno pravico do uporabe vseh radijskih oddajnih postaj na svojem ozemlju. Leta 1956 je slovenska vlada ustanovila Direkcijo radijskih postaj Slovenije, do takrat pa je organizacija radiodifuzije morala slediti zveznim odredbam. Z začetkom delovanja televizije se je leta 1959 naziv Radia Ljubljana spremenil v Radiotelevizija (RTV) Ljubljana. Čas razpada Jugoslavije konec 80-ih in v začetku 90-ih je bilo najbolj burno povojno obdobje za slovenski medijski prostor. To je bil čas največje gospodarske in družbene krize, radio pa se je skušal otresti ideološkega in političnega nadzora, vendar so vse tovrstne pobude bile hitro zatrte. Jugoslovanska radiotelevizija je želela delovati nad republiškimi in radiodifuznimi centri¹⁶. Leta 1990 je republiška skupščina sprejela zakon, s katerim je preimenovala RTV Ljubljana v RTV Slovenija in hkrati prevzela ustanoviteljstvo nad njo. Leto kasneje pa se je delovna organizacija RTV Slovenija preoblikovala v javni zavod. Javni zavod RTV Slovenija oddaja in ustvarja osem javnih radijskih programov, s katerimi naj bi zagotavljal javni radijski servis za celotno slovensko družbo, med drugim tudi za narodni manjšini in deloma za tujce, ki

¹⁵ Radio (latinsko *radius* – žarek) je tehnologija, ki omogoča prenos signalov s prilagajanjem (modulacijo) elektromagnetnih valov, ki imajo manjše frekvence kot svetloba. Dostopno na: <http://sl.wikipedia.org/wiki/Radio> (29.2.2012).

¹⁶ Več v 'Kratka zgodovina Radia Slovenija', dostopno na <http://www.rtvlo.si/razgodovina/index1.htm#> (29.2.2012).

bivajo v Sloveniji. Med javnimi radijskimi programi so štirje regionalni in trije nacionalni, slednji pokrivajo več kot 90 odstotkov slovenskega ozemlja (Oseli 2001, 40-43).

Z osamosvojitvijo Slovenije je nastopila t.i. težnja po »demokratizaciji« medijskega prostora, kar je pomenilo tudi, da se je državni RTV servis preoblikoval v javni servis z namenom preprečitve vmešavanja politike v medije, kar pa je zaradi dolge zgodovine RTV Ljubljana kot glasila vladajoče opcije bil zapleten proces, ki traja še danes. Obdobje tranzicije, v katerem se je preoblikoval RTV Slovenija je bilo tudi obdobje *privatizacije* medijev, ki bi naj s tem iz državnih jasli prešli v zasebni sektor. B. Hrvatinova navaja, da »tranzicijske države Srednje in Vzhodne Evrope niso imele nikakršne strategije in še manj politične volje, da bi definirale, kakšna naj bi bila medijska politika v prihodnosti« (Hrvatin B. in Kučić J. 2001, 9). Prevladovalo je mnenje da bo privatizacija medijev zagotovilo za nevmešavanje države v delovanje medijev, kar pa v Sloveniji zaradi njene majhnosti ni vzdržalo. »Posledica te majhnosti je da je mogoče s sorazmerno majhnimi finančnimi sredstvi (posebno če primerjamo prevzeme in nakupe v drugih evropskih državah) nadzorovati omejen medijski trg« (ibid. 7). Pričakovan je bil vdor velikih evropskih in ameriških medijskih korporacij, vendar se to ni zgodilo, nasprotno pa se je na domačem trgu pokazalo da vlada veliko zanimanje za medije, predvsem za frekvence, ki so pokrivalo celotno ozemlje. Zaradi mnenja da se pridobljena svoboda izražanja ne sme nadomestiti z omejevalno medijsko zakonodajo, vse do leta 1994, ko sta bila sprejeta Zakon o javnih glasilih (ZJG) in Zakon o RTV Slovenija (ZRTVS) ni bilo primerne zakonske podlage, ki bi nadzorovala podeljevanje frekvenčnih licenc. Radijska dovoljenja so bila uporabnikom podeljena brezplačno, kar je edinstven evropski primer, pod masko demokratizacije in pritiska javnosti pa so se marca leta 1993 začele podeljevati frekvence predvsem komercialnim medijem. Do 22. aprila 1994 (dan pred sprejetjem ZJG) so bile razdeljene vse pomembne frekvence – tiste, ki segajo na najširše območje.

ZRTVS je bil sprejet leta 1994, njegova naloga pa je bilo razrešiti vprašanje lastništva, odnosa med politiko in uredniki/novinarji, vpliva javnosti, posebnih programskih zahtev in stabilnih virov financiranja, neodvisnih od države in trga. Najpomembnejše spremembe, ki jih uvede ZRTVS so ustanovitev Sveta RTV Slovenije (ki bi naj bil neodvisni organ upravljanja, vendar v njem vseeno sedijo predstavniki oblasti), nadzorni odbor in večinsko financiranje iz davkoplačevalskega plačila naročnine. Stanje na področju medijev na splošno je urejal ZJG, prav tako sprejet leta 1994, ki je razlikoval naslednje radiodifuzne medije:

- nacionalni RTV program;
- lokalni nekomercialni RTV program;

- študentski nekomercialni RTV program;
- komercialni RTV program.

ZJG je ustanovil tudi Svet za radiofuzijo (SRD), kot neodvisno strokovno telo, ki naj bi skrbelo za podeljevanje frekvenc a je v času, ko je bil sprejet, bilo že več kot 90 odstotkov pomembnejših razpoložljivih frekvenc razdeljenih. »V bistvu je bilo ustanovljeno regulacijsko telo, ki na oblikovanje razvoja radiodifuzije v Sloveniji ni več moglo vplivati« (ibid. 14). ZJG je določal, da je lahko izdajatelj javnega glasila tudi posameznik, podjetje, gospodarska družba, zavod ali fizična oseba, kar je še dodatno pospešilo komercializacijo medijev – komercialne radijske postaje so po letu 1994 zrasle kot »gobe po dežju«.

Komercialne radijske postaje so odvisne od financiranja oglaševalcev, zato je pozornost bolj kot v kvaliteto programa pogosto usmerjena v to kako oglaševalcem zagotoviti najširše možno občinstvo z najnižjimi možnimi stroški. Temeljna razlika med komercialnim in javnim medijem je v tem da »občinstvo rabi komercialnim medijem za privabljanje čim večjega števila oglaševalcev, javni mediji pa služijo svojemu občinstvu tako da mu zagotavljajo programske vsebine, ki so v javnem interesu« (ibid.). Komercialni program zapolnjujejo »hiti 90-ih, 80-ih«, izbori domnevno najbolj »popularne glasbe doma in po svetu«, torej takšne, ki je zapolnjevala »top 20« hitov radijskih, televizijskih ali drugih popularnih lestvic; za privabljanje občinstva organizirajo najrazličnejše telefonske nagradne igre »za 1000€«, informativni program je kratek in lokalno usmerjen, promovirajo »manj govora, več glasbe«, a se je do te glasbe treba prebijati skozi dolge minutaže oglasnih blokov. Zaradi naravnosti na najbolj povprečni okus, glasbe primerne za ozadje ob delu, lahkotnih in nekritičnih dialogih in široke frekvenčne pokritosti so komercialne radijske postaje tudi najbolj poslušane. Program komercialnih postaj je zelo podoben, pogosto pa je tudi avtomatiziran na način 'džuboksa', kjer na podlagi raznih zbranih statistik poslušnosti skladb le-te izbira računalnik, zato je vloga glabenega urednika minimalna ali pa je sploh ni. Vse to pripomore k minimalizaciji stroškov in ustvarjanju še večjega dobička, saj kot pravi Sašo F. Papp, nekdanji programski direktor radijske mreže Infonet se uspešnost komercialnega radia »meri po tem, koliko denarja prinaša lastniku« (ibid. 15).

Razvoj komercialnih radiev na zahodu daje nekoliko drugačen vpogled v to področje. V šestdesetih (1964-67) je na angleškem območju obstajalo veliko število t.i. piratskih radijskih postaj, ki so oddajale z ladij, zasidranih izven angleških ozemeljskih voda, da so se izogibale angleškemu zakonu o radijskem oddajanju. Po svojem ustroju so bile to *komercialno* naravnane radijske postaje, ki so večino svojega prihodka dobile iz ameriških virov in so tako ideološko (programsko) kot materialno predstavljale ameriško kulturo, ki se

je v zelo omejenem obsegu predvajala na nacionalnem radiu BBC. »Angleški ljubitelji rocka so doživljali te komercialne postaje kakor vidik kulturne svobode, ki je označevala rojevanje angleškega rocka« (Frith 1986, 127). Vendar pa tudi Frith pravi da oblikovalcev programov komercialnega radia glasba kot taka nikoli ni posebej zanimala. »Trgovski dejavniki so vedno določali glasbeno politiko. 'Uspešnost' radijske postaje se meri po njenih dohodkih in eden najočitnejših vidikov racionalizacije rocka v sedemdesetih letih je bila racionalizacija rock radia« (ibid. 129). Še več, do leta 1960 je bilo legalno plačati radijskim postajam predvajanje glasbe, kar so založbe s pridom izkoriščale in si s tem zakupile glasbeni prostor, podobno kot se zakupi reklamni prostor na radijih. Založbe imajo zaposlene svoje agente, ki spodbujajo predvajanje njihove glasbe na radijskih postajah, kar pomeni da je (predvsem pri komercialnih radiih) predvajanje glasbe lahko donosen posel. »Plačano predvajanje so v ZDA prepovedali z Zveznim zakonom o podkupovanju (Federal Bribery Act) leta 1960 po obširni preiskavi senata (vsaj delno zastavljeni tako, da bi pokazala, kako je rock'n'roll kvaril mladino), ki ga je razkrinkala. Zato se je radio začel po glasbeni plati zapirati in standardizirati« (Frith 1986, 122). Po ukinitvi piratskih radijev BBC sam sproži radijsko postajo v stilu popularnih 40, katerih »popularnost« se določi glede na prodajo v glasbenih trgovinah. Nadaljna standardizacija radia teži k skrčenju lestvice popularnih 40 na »top 20«, s čimer bi se v še večji meri nadzorovalo program na takšen način, da poslušalec ne bi preklopil ali ugasnil radia. Domneva se, da mladina poslušala radio kot ploščo – čaka samo na svojo uspešnico, če se vmes pojavi kaj drugega, bodo preklopili. To je jasen primer kako nuja po pridobivanju čim večjega števila poslušalcev, ki ga zahteva finančna odvisnost komercialnega radia od oglaševalcev pripelje k predvajanju enih in istih »preverjenih« hitov in na ta način oskubi program za vsakršno manj znano, a vseeno kvalitetno glasbo.

3.3.6 Potrošnja glasbe

Če smo to poglavje začeli s proizvodnjo glasbe in njeno potjo preko vratarjev in medijev, ga bomo končali pri publiku do katere glasba pride in ki je njen potrošnik, v smislu da kupi glasbeno ploščo, CD, mp3, ipd., gre na koncert žive glasbe ali pa glasbo poslušala preko radia, televizije, Youtube-a. Najprej se moramo vprašati na kakšen način se danes sploh poslušala popularno glasbo. Kot sem omenil že prej je poslušanje glasbe (razen v živo) postalo individualna izkušnja in celo neke vrste zvočna kulisa, ki nas loči od zunanjega sveta. Kovačič pravi da ljudje XXI. stoletja ne iščejo v glasbi sporočila, prav tako se več ne

identificirajo z žanri in stili ali socialnimi sporočili glasbe, ampak gre za paradoks: »Ljudje se s slušalkami ščitijo, da ne bi kaj slišali. Vsem tem kokonom vise žnore z glave, večina preglasno govori žici intimne stvari, ki jih hočeš nočeš moramo slišati. Glasba dela minevanje znosno ali še bolje: v stanju aktivne nezbranosti se nam zdi, da v teh hipih čas ne teče, in napolnimo lastno praznino s frekvencami. Stalno ponavljanje pa napravi iz minevanja recikliranje« (Kovačič 2010, 1. pogl.) Če je danes funkcija glasbe »recikliranje minevanja« sledi da so »vsa umetniška dela izgubila svojo avro, postala so le množični produkti permanentnega ponavljanja, kjer šteje za uspeh le število ponovitev. In sem sodita glavna vira – radio in TV« (ibid.). Medijska vsebina je postala tako enolična v stalnem ponavljanju, da leta za kontrolo nad posameznikom ni več pomembna. »Zavzeti je treba medij – ki te lahko do onemoglosti reciklira, kajti posameznika zaradi gneče ponudbe ni mogoče tako zlahka kontrolirati, a zato je treba z njim manipulirati. Prav vseeno je, kdo in v kakšnem jeziku, kajti ne manipuliramo z vsebino, ampak z dostopi do nje. Te dostope imenujemo mediji« (ibid.). Zahteva za večje predvajanje slovenske glasbe ob tem dobi nov pomen in se ob dejstvu da je prodaja glasbe na nosilcih zvoka drastično upadla, kaže predvsem kot pobuda za obvladovanje medija radia, kjer se naj predvaja več, da se posledično tudi zasluži več, niti približno pa pri tem ne šteje kvaliteta, ampak samo kvantiteta, neskončno ponavljanje enega in istega.

3.3.7 Ugotovitve

Če povzamemo celotno poglavje o krogotoku glasbene proizvodnje in potrošnje ter si dovolimo nekoliko posplošitve za primer Slovenije lahko ugotovimo da:

- so avtorji glasbe v Sloveniji neenakomerno obravnavani, glasbeni prostor se polarizira na popularno-glasbene zvrsti in resno glasbo; po mnenju nekaterih pa so oboji avtorsko šibki in nagnjeni h kopiranju tujih vzorov;
- glasbeno založništvo izgublja velik del prihodka, zato čedalje manj investira v mlade avtorje in novo glasbo, kar pomeni da so ti še bolj prepuščeni samim sebi. Glasbeni uredniki so slabo izobraženi in zaradi konkurenčne borbe za poslušalce v program uvrščajo čim bolj prepoznavne in že uveljavljene hite;
- slovenski medijski prostor postaja čedalje bolj komercialno naravnani, množijo se komercialne radijske postaje, ki zapolnjujejo večino frekvenčnega prostora. Te

izbirajo glasbo za svoj program po standardiziranem vzorcu hitov, kar vodi v ponavljanje ene in iste glasbe;

- popularna glasba je z dobo interneta postala hitro dostopna, kar povzroča zasičenost z glasbeno ponudbo, zato je poslušanje glasbe nezainteresirano, hitro menjajoče in uporabljano kot reciklirajoča se potrošna dobrina.

Takšna prevladujoča glasbeno-potrošniška klima povratno vpliva na glasbeno ustvarjanje. Če je v popularno glasbeni sceni poslušanje glasbe »obred«, ki se mora čimbolj približati »easy-listening« procesu, ki ni moteč, ne sili k razmišljanju, ne izstopa v nobenem oziru in preprosto zabava ali zapolnjuje mučno tišino ob katerem drugem opravilu, potem bo ta princip – kljub temu da so dostopi do kompleksnejše glasbe odprti – prevladal tudi pri glasbenem ustvarjanju. Nova glasba bo sledila poslušanemu vzorcu in krogotok je s tem sklenjen.

Po tej strani je zato paradoksalno od slovenskih glasbenikov stalno pričakovati kvalitetno avtorsko glasbo, vendar to še ne pomeni da ta ne obstaja. Slovenskih avtorjev in mladih bendov je ogromno, vendar tisti, ki so najbolj zagriženi borci za večjo kvoto pozabljajo da s tem delajo največjo škodo prav »malim« avtorjem. Večja kvota slovenske glasbe pri radijskih programih zaradi slabih uredniških politik in komercializacije radiev ne bo vodila v »odkrivanje« kvalitetne slovenske glasbe, ampak je najverjetnejša poteza (kot se je do zdaj izkazalo v neposlušanih nočnih terminih) še večja koncentracija že stokrat prežvečenih hitov uveljavljenih slovenskih avtorjev, ki jih poslušamo že 10 in več let. Po drugi strani pa si neuveljavljeni mladi glasbeniki niti ne prizadevajo več priti na radijski program komercialnih radiev, prvič zato, ker nočejo imeti nič skupnega s popularnimi slovenskimi avtorji (ki so jim svojo glasbo priskutili s kvotami?) in drugič, ker ubirajo nove poti za promocijo svoje glasbe (internet), zato je že za iskanje takšne glasbe potreben določen stik s »sceno«, ki deluje na popolnoma drugačen način kot tista izpred 10, 20 ali več leti. Kreativna in inovativna glasbena produkcija je zmeraj na strani novih, mladih izvajalcev, saj se uveljavljeni glasbeniki prej ali slej zasidrajo v svojem zvoku iz katerega potem delajo le rahle variacije na »uspešen recept«. Če bo državna politika s kvotami slovenske glasbe zgolj predpisovala delež glasbe v medijih in ne upoštevale razmere, ki trenutno vladajo v medijskem prostoru to nikakor ne bo pripomoglo k razvoju kvalitetne slovenske glasbe.

3.4 Obravnava polemik ob Osnutku medijskega zakona 2010

3.4.1 Zgodovina kvotnega urejanja slovenskega medijskega prostora

V Biltenu Kulturne skupnosti Slovenije iz leta 1983 najdemo zavzemanje za to, da bi »naj načeloma vsak koncertni program vseboval slovensko glasbeno delo«, sicer da Kulturna skupnost Slovenije ne bo podpirala programov, pri katerih to izhodišče ne bo upoštevano (Barbo 1994, 31). Tovrstno prizadevanje Kulturne skupnosti Slovenije navajam kot enega izmed zgodnejših ukrepov za zaščito in promocijo slovenske glasbe, ne vem pa koliko je dejansko bilo upoštevano. Alenka Barber-Keršovan pravi, da v primerjavi z drugimi državami nekdanje vzhodne politične hemisfere v Sloveniji tuje glasbene zvrsti, kot so beat, rock, folk, pop, rap ali techno sicer niso bile eksplicitno prepovedane oziroma podvržene resnejši represiji – z izjemo jazza v poznih štiridesetih letih in punka v zgodnjih osemdesetih letih. »Toda hkrati je obstajala tudi vrsta (ideološko obarvanih) predsodkov, ki sicer niso mogli ustaviti presaditve teh 'negativnih izrastkov zahodne dekadence' v dolino Šentflorjansko, so pa pomembno zavirali resnejši razvoj domače glasbene scene« (Barber-Keršovan 1999, 5). Predsodki do vpliva tuje popularne glasbe so torej že od nekdanj obstajali, najsi na politični ali osebni ravni, moraliziralo se je tako z rock'n'roll-om kot z rave kulturo 90-ih, ki naj bi kvarila mladino. Strah pred vdorom tuje glasbe med glasbeniki in njihovimi založbami pomeni strah pred »boljšo« ali bolj popularizirano in promovirano tujo glasbo, s katero radijske postaje na lažji način pridobijo publiko in jo zato vrtijo v večji meri kot domačo glasbo. To domačim avtorjem povzroča predvsem manj finančnega priliva od avtorskih pravic. Zaščita slovenskih avtorjev s kvotnim sistemom se zato več ali manj začne in konča pri *denarju*. V tem sklopu bom reflektiral polemike, ki jih je sprožil Osnutek zakona o medijih iz leta 2010 zaradi predloga o znižanju obstoječe kvote slovenske glasbe v medijih in izpostavil profitni motiv, ki se skriva v ozadju.

Osnutek zakona o medijih, ki ga je objavilo Ministrstvo za kulturo 28. julija leta 2010, ni prvi zakon, ki bi vseboval določitev deleža slovenske glasbe na radijskih in televizijskih programih. Takšen, kvotni sistem »zaščite« slovenske glasbe v medijskih programih sega že desetletje nazaj k predhodniku današnjega osnutka, **Zakonu o medijih** iz leta 2001 (Zmed). Slednji v pododdelku *Programski deleži* v dveh členih določa delež lastne produkcije medija in delež slovenske glasbe v radijskih programih:

Delež lastne produkcije

85. člen

(1) Delež lastne produkcije, mora obsegati najmanj dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa vsakega televizijskega programa, od tega najmanj šestdeset (60) minut med 18. in 22. uro, razen če je s tem zakonom določeno drugače.

(2) Ponovitev radijske ali televizijske oddaje mora biti jasno označena. V delež iz prejšnjega odstavka se lahko všteva samo še prva ponovitev oddaje, razen ponovitev televizijskih pogovornih programov.

(3) Najmanj trideset (30) odstotkov dnevnega oddajnega časa vsakega radijskega programa morajo obsegati vsebine lastne produkcije, razen če je s tem zakonom določeno drugače.

Delež slovenske glasbe v radijskih programih

86. člen

(1) Najmanj deset (10) odstotkov dnevnega oddajnega časa vsakega radijskega programa mora obsegati slovenska glasba.

(2) V delež iz tretjega odstavka prejšnjega člena se lahko všteva največ dvajset (20) odstotkov dnevnega oddajnega časa, v katerem se predvaja slovenska glasba.

(3) Določbe tega člena ne veljajo za radijske programe madžarske in italijanske narodne skupnosti (Zakon o medijih [Zmed], 2001).

V 86. členu Zakona o medijih je tako prvič določena kvota, ki določa 10 odstotkov slovenske glasbe v 24 urah radijskega programa. Po mojih izračunih to pomeni:

$$10\% \text{ delež slovenske glasbe/dan} = (0,1 \times 24\text{h}) = 2,4\text{h} (144\text{min})/\text{dan}$$

Če povprečna radijska skladba traja 3 minute, se mora dnevno odvrteti 48 slovenskih skladb. Drugi odstavek 86. člena določa, da mora v 30 odstotkih lastne radijske produkcije biti všteti največ 20 odstotkov dnevne kvote slovenske glasbe:

$$30\% \text{ lastne produkcije/dan} = (0,3 \times 24\text{h}) = 7,2\text{h} (432\text{min})$$

$$20\% \text{ dnevne kvote slovenske glasbe} = (0,2 \times 2,4\text{h}) = 0,48\text{h} (28,8\text{min})/\text{lastna produkcija}$$

V 432 minutah lastne radijske produkcije mora biti 28,8 minut slovenske glasbe, kar je slabih 10 skladb. Za preostali dnevni program ostane še 38 skladb. Vsak dan najti 10 radijsko »primernih« skladb slovenske glasbe za oddaje lastne produkcije in 38 za ostali program, je bil zakonski predpis iz leta 2001, ki bi naj dvignil preslabo poslušanost slovenskih avtorjev.

Po štirih letih nove kvote se je izkazalo da slovenski glasbeniki še zmeraj niso zadovoljni s količino predvajanja svoje glasbe, zato se je marca leta 2005 pojavila pobuda Igorja Misdarisa in Janeza Križaja iz Sindikata glasbenikov Slovenije za spremembo člena, ki se nanaša na odstotek obveznega dela slovenske glasbene produkcije v programih medijev. »Na predlog Sindikata glasbenikov Slovenije je bil vnesen predlog, da se minimalni delež slovenske glasbe v radijskih programih zviša s sedanjih 10 odstotkov na 30 odstotkov« (Cerar 2005, 1. pogl.). Ta pobuda je bila delno upoštevana s strani Ministrstva za kulturo, ki je nato v prečiščenem besedilu Zakona o medijih leta 2006 objavilo:

Delež slovenske glasbe v radijskih in televizijskih programih

86. člen

(1) Najmanj 20 odstotkov vse dnevno predvajane glasbe vsakega radijskega in televizijskega programa mora biti slovenska glasba oziroma glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev.

(2) Delež vse dnevno predvajane glasbe iz prejšnjega odstavka znaša najmanj 40 odstotkov, ko gre za vsak posamezni program Radiotelevizije Slovenija. Delež vse dnevno predvajane glasbe znaša najmanj 25 odstotkov, ko gre za radijske in televizijske programe posebnega pomena.

(3) Določbe tega člena ne veljajo za radijske in televizijske programe, ki so namenjeni madžarski in italijanski narodni skupnosti (Zakon o medijih, uradno prečiščeno besedilo [ZMed-UPB1], 2006).

Kvota se je iz 10 dvignila na 20 odstotkov dnevnega predvajanja za vse radijske in televizijske programe, za nacionalne programe (RTV Slovenija) pa se določi najmanj 40 odstotno kvoto, ter 25 odstotno za programe posebnega pomena (Lokalni, regionalni, študentski in nepridobitni radijski in televizijski programi). Po novem to pomeni 4,8 ure ali 288 minut, kar je 96 slovenskih skladb na dan. V eni uri programa je to 12 minut, torej 4 skladbe. Za *nacionalne* radijske postaje pa s 40 odstotki kar 9,6 ur ali 576 minut, kar je 192 slovenskih skladb na dan ali 24 minut – 8 skladb na uro. Radijski programi posebnega pomena so z 25 odstotki nekje vmes in so dolžni predvajati 6 ur ali 360 minut kar je 120 slovenskih skladb na dan, oziroma 15 minut – 5 skladb na uro. Ministrstvo za kulturo razloži da so kvote dvignili:

...zaradi dolgoletnega opozarjanja slovenskih glasbenih ustvarjalcev; ti v javnosti že dolgo poudarjajo težave, s katerimi se spoprijemajo pri svojem delu. Deleži slovenske glasbe na komercialnih radijskih postajah pogosto komaj dosegajo ali pa le malenkostno presegajo sedanjo zakonsko obvezno mejo 10 odstotkov oddajnega časa, kolikor ga je namenjenega

slovenski glasbi. Namesto programske raznolikosti in široke predstavitve vseh glasbenih zvrsti domače glasbe v okviru teh odstotkov poslušamo ponavljanje istih glasbenih uspešnic, namenjenih najširšemu krogu poslušalcev. Po zatrjevanju Sindikata glasbenikov Slovenije sta se tudi zaradi tega slovenska glasbena ustvarjalnost in diskografija znašli v resni krizi - tako vsebinski kot materialni (Cerar 2005, 1. pogl.).

Vendar pa mednarodna raziskava »Sound or silence« iz leta 2005 o odstotku predvajanja domače glasbe v državah Evropske unije kljub trditvam o zapostavljanju slovenske glasbe na radiih pravi drugače. Slovenija je po tej raziskavi namreč na prvem mestu po povečanju celotnega predvajanega domačega glasbenega repertoarja.

Količina predvajane slovenske glasbe se je v štirih letih povečala kar za 23 odstotkov, s 23 odstotkov leta 1998 na zavidanja vrednih 46 odstotkov do leta 2005. To Slovenijo uvršča v sam evropski vrh, skupaj s Francijo, Grčijo, Litvo, Veliko Britanijo, Finsko in celo pred Nemčijo in Italijo. Najslabše se godi glasbenim izvajalcem v sosednji Avstriji, kjer prevladuje glasbeni repertoar iz enako govoreče Nemčije. Domačega je le 10 odstotkov (Cerar 2005, 1. pogl.).

Na SAZAS-u pa so takrat trdili popolnoma drugače:

Sporočamo Vam, da s spremljanjem oddajanja glasbenega repertoarja prek slovenskih medijev v letu 2004 Združenje SAZAS ugotavlja, da je odstotek slovenskega glasbenega repertoarja v slovenskih medijih zelo različen in odvisen od ciljne publike posamezne radijske postaje. Odstotek variira od 3% do 50%. *Združenje SAZAS opaža, da se delež slovenskega glasbenega repertoarja v slovenskih medijih z leti zmanjšuje* (Cerar 2005, 1. pogl.).

Kdo ima torej bolj prav? Ali je res da se je slovenske glasbe leta 2005 na radiih predvajalo manj kot 10 odstotkov in je bilo zato potrebno dvigniti kvoto ali pa s predvajanjem niso bili zadovoljni le določeni glasbeniki, tisti najbližje SAZAS-u, ki so z dvigom kvote tudi najbolj profitirali? Polemike o tem so se poleg vse do **Osnutka zakona o medijih**, ki ga je julija leta 2010 predlagala Majda Širca iz Ministrstva za kulturo. Naj že na začetku povem da predlagani Osnutek zakona o medijih ni dobil zadostne podpore v parlamentu in zato ni bil sprejet. Koliko je k temu pripomogla burna razprava o kvotah, zborovanje v Cankarjevem domu ipd. je snov za drugo raziskavo, tukaj pa bom predstavil kakšne novosti je Osnutek sploh uvajal.

Poleg osredotočanja na omejevanje koncentracij in lastniških povezav med mediji in oglaševalci, predpisovanja strožjih pogojev za samostojne novinarje, ukinjanja programov posebnega pomena itd., je v 70. členu, ki opredeljuje delež slovenske glasbe v radijskih in televizijskih programih zapisano:

70. člen

(1) Najmanj 15 odstotkov vse predvajane glasbe v času med 6. in 20. uro vsakega radijskega ali televizijskega programa mora biti slovenska glasba oziroma glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev.

(2) Določbe tega člena ne veljajo za radijske in televizijske programe, ki so namenjeni madžarski in italijanski narodni skupnosti, ter za tretji radijski program Radiotelevizije Slovenija (Ministrstvo za kulturo RS, 2010).

To spreminja prejšnjo zakonsko kvoto iz leta 2006 na dva načina:

- delež slovenske glasbe se mora izpolnjevati v dnevem terminu (med 6 in 20 uro), ne več kadarkoli v 24 urah, kar je dovoljeval prejšnji zakon, dejansko pa so radii vrteli slovensko glasbo večinoma ponoči;
- določba o 15 odstotkih slovenske glasbe velja tako za komercialne kot za nacionalne programe in ne obvezuje posebej RTV Slovenije k 40-odstotni kvoti.

Ministrica za kulturo Majda Širca je kot glavni argument za spremembo kvotnega režima slovenske glasbe navedla ravno dejstvo, »da se je kvote, ki so vključene v trenutno veljavni zakon, pogosto izrabljalo, saj se je slovenska glasba predvajala predvsem v nočnem času« (L.Š. 2010, 2. pogl.). Z določitvijo obveznega dnevnega predvajanja bi naj »slovenskim glasbenikom dali možnost, da jih poslušalci slišijo v večji meri kot do zdaj, je poudarila Širca« (ibid.). Sicer pa si ministrica želi družbene klime, kjer tovrstne kvote sploh ne bi bile potrebne in meni da bi do zdaj uredniška politika na radiih in televiziji že mogla biti dovolj zrela, da tovrstnega normiranja ne bi potrebovala več in bi bilo predvajanje slovenske glasbe samo po sebi umevno. Lepa želja, bi lahko dodal. Če se spet spopademo z izračuni dobimo:

15% slovenske glasbe v 14-ih urah (med 6 in 20 uro):

14 ur = 840 min

840 min x 0,15 = 126min obveznega dnevnega predvajanja = ca. 42 skladb v 14 urah

42 skladb v 14 urah = ca. 3 skladbe na uro

V enem dnevu bi od 6. do 20. ure po predlagani 15-odstotni dnevni kvoti morali predvajati 42 skladb, kar je približno 3 slovenske skladbe na uro. To je na prvi pogled bolj podobno predpisu iz leta 2001, ki je določal 48 slovenskih skladb na dan (2 na uro), kot trenutno še vedno aktualnemu zakonu iz leta 2006, ki določa 96 oz. 192 slovenskih skladb na dan (4 oz. 8 na uro), vendar se moramo vprašati, kaj je za slovenske glasbenike boljše – da se njihova glasba vrtil več, vendar večinoma ponoči, zaradi politik radijev in televizij, ki si občinstvo najlažje pridobivajo z dosti bolj popularizirano tujo glasbo; ali pa se njihova glasba predvaja manj, vendar v dosti bolj poslušanih dnevnik terminih. Če se obvezni odstotek slovenske glasbe čez dan zanemarja, pomeni da ga ostane še veliko za nočni termin, kar vodi do tega, da obstajajo nočni radijski programi z izključno slovensko glasbo, ki pa zaradi premajhnih glasbenih baz večine slovenskih radijev izpadejo zelo monotoni in tako je poslušalec prepuščen na »hit parad« enih in istih slovenskih avtorjev, kar je slabo tako za radio, kot tudi za poslušalce in slovensko glasbeno sceno nasploh.

3.4.2 Glasbeni forum

Osnutek zakona o medijih, ki je predlagal »znižanje« kvote slovenske glasbe je hitro sprožil reakcijo nekaterih slovenskih glasbenikov, ki so se organizirali v društvo Glasbeni forum in pozvali slovenske glasbenike k »ustavitvi genocida nad slovensko glasbo« (Društvo glasbeni forum 2010, 3. pogl.). V ta namen je Glasbeni forum organiziral »Prvi slovenski glasbeni kongres« v Cankarjevem domu, akcijo proti uveljavitvi novega medijskega zakona. Člani društva Glasbeni forum so na svoji spletni strani zapisali:

Cilj kongresa je, da se zaradi nastale kulturno-medijsko-politične situacije zberemo SLOVENSKI GLASBENIKI VSEH ŽANROV POD ENO STREHO in javno manifestiramo svoja stališča o stanju slovenske glasbe v medijskem prostoru, katere prihodnost, jezik, kvantiteta in kvaliteta so (tudi) zaradi predloga novega zakona o medijih pod vprašajem. Hkrati pa je to lepa priložnost, da skupaj opozorimo na slabo programsko politiko RTV Slovenija in na velike glasbene luknje, ki so tekom zadnjih let nastale v programski shemi. Naše zborovanje ni zasnovano na dolgovezenju ali politiziranju, temveč je usmerjeno izključno v to, da se s svojo prisotnostjo skupaj pred javnostjo izrečemo v prid trem zahtevam/predlogom, ki so nam vsem (tako glasbenikom kot podpornikom slovenske glasbe) skupne. Kongres želimo ohraniti na kar se da visokem nivoju, kot se za kulturnike spodobi, brez zdrah, prepiranja ali odpiranja drugih perečih tem in vprašanj (za njih bo čas na naših

prihodnjih srečanjih). Naše načelo je samo eno: složnost (Društvo glasbeni forum 2010, 1. pogl.).

Zahteve, ki so jih izpostavili kot problematične in tiste s katerimi bi se naj strinjali vsi slovenski glasbeniki pa so:

ZAHTEVA 1: RTV SLO naj v svojo programsko shemo nemudoma vrne **oddaje**, ki spodbujajo razvoj in kvaliteto slovenske glasbene produkcije. Zahtevamo oddaje, ki vsebujejo mlado aktualno produkcijo, žive koncerte (ne glede na žanr), produkcijo videospotov, urbano popularno in rock glasbo, alternativne glasbene žanre, domačo klasično glasbo, slovenski jazz, zabavno in narodno-zabavno glasbo in druge zvrsti, ki niso zastopani v komercialno usmerjenih medijih. RTV SLO naj zopet vzpostavi objektivni vpogled v žanrsko pestrost domače glasbene produkcije.

ZAHTEVA 2: Želimo **brezpogojno zaščito za avtorsko pravico in sorodne pravice**. Iz predloga novega zakona je namreč izvržen člen, ki zavezuje medije (radije, televizije), da morajo ob vpisu v razvid medijev predložiti tudi pogodbe, ki jih imajo sklenjene s kolektivnimi organizacijami (avtorsko in njej sorodne pravice morajo po zakonu namreč ščititi kolektivne organizacije).

ZAHTEVA 3: Najmanj 50 odstotkov vse predvajane glasbe v času med 6. in 20. uro vsakega radijskega ali televizijskega programa mora zasedati **slovenska glasba** oz. avtorska glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev (Društvo glasbeni forum 2010, 2. pogl.)

Prva zahteva o vrnitvi glasbenih oddaj na RTV Slovenija je bila napisana v času ko so res iz televizijskega sporeda izginile skoraj vse glasbene oddaje, ostala je zgolj oddaja z narodnozabavno glasbo, vendar je kmalu po tem predlogu nastala inflacija novih glasbenih oddaj kot so Glasborola, Effe's Inferno, vrnila se je oddaja Aritmija in še kopica drugih glasbenih oddaj na komercialnih televizijah, od tega pa jih je polovica dosegala tako skromno gledanost da so jih do danes že ukinili.

Zahteva o brezpogojni zaščiti za avtorsko in sorodne pravice je precej zgovorna ob dejstvu da je eden glavnih pokroviteljev »Kongresa slovenskih glasbenikov« bil prav SAZAS, kolektivna organizacija slovenskih avtorjev, ki skrbi za pobiranje in razdeljevanje sredstev od avtorskih in sorodnih pravic v Sloveniji, o čemer bo več govora kasneje.

Najbolj v oči bodeča in odmevna pa je zahteva po **50-ih odstotkih dnevnega predvajanja slovenske glasbe v medijih**, ki se nanaša na 70. člen osnutka novega medijskega zakonika, kjer je predlagana 15 odstotna dnevna kvota o kateri sem pisal zgoraj. Matevž Šalehar – Hamo, eden glavnih pobudnikov za višjo kvoto pravi da je »kakovostne glasbe dovolj, le poiskati jo je treba, pokukati pod površino, ki jo poslušalcem skuša postreči kapital« (Caharijas 2010, 2. pogl.). Pri tem je ironično dejstvo da je Hamo sam glasbenik na slovenski pop sceni, ki deluje po isti kapitalski logiki proti kateri bi se naj s kvotno zaščito Glasbeni forum boril. Le da je ta kapitalska logika seveda slovenska in ne tuja.

Prizadevanje društva Glasbeni forum so med drugim podprli Društvo slovenskih pisateljev, Društvo slovenskih skladateljev, Slovenska unija glasbenih ustvarjalcev, Društvo slovenskih filmskih ustvarjalcev, fotografsko združenje Enooki ter preko 400 članov glasbenih skupin, orkestrov in solistov različnih žanrov. Obsežna medijska kampanja in promocija Kongresa slovenskih glasbenikov je najbolj odmevala s plakatno akcijo in televizijskim spotom »Brez slovenske pesmi ni slovenske identitete. Spoštujmo avtorsko pravico«. V tem spotu nastopajo ptički iz različnih evropskih držav (kar kažejo z odetostjo v prepoznavno narodno nošo), vsak med njimi ponosno zapoje melodijo, tipično za državo iz katere izhaja, slovenski ptiček pa se zmeden trudi, a ne more iz sebe spraviti glasu, zato ga drugi samo debelo pogledajo in tako osramočen ostane »brez identitete«. Ta oglas, ki izkorišča nacionalna čustva za doseganje poenotenja slovenskega glasbenega prostora v profitno naravnano borbo za avtorske pravice in več medijskega predvajanja glasbe tistih, ki so že tako ali tako pri koritu dojemam kot najbolj problematični pokazatelj stanja na slovenski glasbeni sceni.

»Prvi kongres slovenskih glasbenikov« v Linhartovi dvorani Cankarjevega doma se je zgodil 13. septembra 2010, kjer so glasbeniki za uvod vstali in družno zapeli slovensko himno. »Zdaj bomo pa eno zapeli. Ker smo Slovenci nagnjeni k fovšariji, bomo zapeli Zdravljico, da ne bo zamer. Vstanite, prosim, in zapojmo. Upam, da jo vsi znate« (Steblovnik 2010, 1. pogl.), je povedal voditelj in že so se grla slovenskih glasbenikov združila v patriotski pesmi, ki je odprla pohod na nepravilni vladni osnutek medijskega zakona. Nato sta prej omenjene zahteve predstavila Severa Gjurin in Matevž Šalehar – Hamo, ki so jih prekinjale salve bučnega aplavdiranja zbranega cvetobera glasbenikov. Dogodek pa ni ostal niti brez incidenta, ki se je zgodil, ko je v času namenjenem novinarskim vprašanjem do besede prišel raper Nikolovski, katerega komentar je prekinil voditelj Hamo, z argumentom da kongres ni namenjen diskusiji, ampak izključno podpori in strinjanju z

izpostavljenimi zahtevami. Nikolovski je odgovoril z dvignjeno desnico, ki je napeljevala na pozdrav Hitlerju in zapustil dvorano, kongres pa je tako ostal nedotaknjen.

Mediji so ta dogodek večinoma obravnavali kot pozitivno združitev slovenskih glasbenikov iz vseh koncev, ki so izrazili svoje nezadovoljstvo nad nezadostno državno podporo njihovi glasbi, ter samo povzemali stališča Glasbenega foruma. Prvi kritični odziv pa je prišel z objavo bloga *polnkurac.blogspot.com*, ki ga je spisal Marko Godnjavec – Jizah. V tem je glasbeni kongres ocenil kot fašistično zborovanje, ki ne dovoljuje diskusije (kot se je to zgodilo Nikolovskemu), slovenske glasbenike pa označil za neizvirne in lakomne, ker bi naj z višjo kvoto hoteli samo profitirati. Kmalu so se v odgovor novemu zakonu in Glasbenemu forumu zbrali še glasbeni kritiki in publicisti iz revije Nova Muska in Radia Študent, ter ustanovili »Aktiv poslušalcev in poslušalk glasb«.

3.4.3 Aktiv poslušalcev in poslušalk glasb

Čez slab mesec po »dogodku« v Cankarjevem domu so le-tega, (sicer v manjšem prostoru) zasedli glasbeni kritiki, publicisti, aktivisti in predavatelji združeni v iniciativo »Aktiv poslušalcev in poslušalk glasb« (v nadaljevanju Aktiv). V Aktivu menijo da je »dosedanja razprava zabredla v interesno kupčkanje s predpisanimi kvotami in v izbruh glasbenega nacionalizma, pri tem pa je obšla poslušalke in poslušalce« (Nova muska 2010, 1. pogl.). Dogodek poimenovan »Vaši poslušalci godejo in razpravljajo«, v soorganizaciji spletne revije Nova Muska je moderiral Miha Zadnikar, kot gosti pa so svoje poglede predstavili še Igor Bašin, Marko Godnjavec – Jizah, Jože Vogrinc in Ičo Vidmar. Za razliko od Kongresa slovenskih glasbenikov, kjer so uvodoma zapeli slovensko himno, so prisotni na dogodku Aktiva najprej poslušali skladbo 4'33" avantgardnega komponista Johna Cage-a, ki jo je odigral skladatelj in komponist Marjan Peternel. Kontroverznost te skladbe je v tem, da gre v bistvu za štiri in pol minute tišine, ki pa je bila po svoje zelo glasna in zgovorna.

Jože Vogrinc, katerega prispevek sem obravnaval že v poglavju »Kaj je slovenska glasba« je izpostavil problem slovenskosti določene glasbe in pravi da je vsak glasbenik najprej poslušalec, zato morajo pri usodi glasbe imeti glavno besedo poslušalci. »Uho presoja, katera glasba je slovenska! Če ne priznamo prvenstva ušesu, se namreč znajdemo v pravni zmedi, kjer vsakdo zastopa takšno pravno definicijo slovenskosti, ki se mu najbolj spleča« (Vogrinc v Gombač 2010, 2. pogl.). Prav tako se mu zdi sporno SAZAS-ovo razdeljevanje denarja od avtorskih pravic: »Ali SAZAS denar deli dovolj transparentno in demokratično, da od tega nimajo koristi zgolj zastopniki glasbenikov in pa tisti glasbeniki, ki najmanj

potrebujejo pomoč, ker so bodisi pokojni bodisi bogati? Podporo potrebujejo taki, ki s svojo glasbo vzpostavljajo zvočno raznovrstnost« (Vogrinc v Gombač 2010, 3. pogl.).

Na problem SAZASA je opozoril tudi **Marko Godnjavec – Jizah**, pisec kontroverznega bloga *polnukurac.blogspot.com* in sicer z opazko da v klubih, ki morajo plačevati obvezen prispevek od koncerta SAZAS-u, največ koncertirajo manjši alternativni bendi, ki pobranega denarja nikoli ne dobijo nazaj. »Sazasovo malho s svojimi nastopi najbolj polnijo alternativni, mali ali kakor jih že hočemo imenovati glasbeniki, neprisotni v veliki večini medijev. Za primer naj povem tudi, da sem naštel vsaj sedemnajst bendov, ki jim je Sazas poslal izpisek z 29 evri nakazila, pri čemer je treba vedeti, da zneske dejansko začne izplačevati šele pri 30 evrih« (Godnjavec v Gombač 2010, 4. pogl.). Jizah je še izpostavil »fašistične« elemente Kongresa slovenskih glasbenikov: »Nedavni manifest estradnikov se mi je zdel precej fašističen: s tistim vstajanjem, himno, ploskanjem samemu sebi, govorjenjem zoper tuje glasbenike ... Oziroma avto-antisemitski: glasbeniki se obnašajo kot Židi, ki ne marajo drugih Židov« (ibid.).

Ičo Vidmar je na Kongresu glasbenikov pogrešal razpravo o kakovosti slovenske glasbe in o tem zakaj sploh slovenska glasba potrebuje podporo. O višjih kvotah slovenske glasbe ironično razmišlja kot o socialnem ukrepu s katerim bi se poskrbelo za glasbenike, »da ne bodo ostali lačni na cesti«, a temu vendar ni tako, zato se moramo vprašati »ali domačo glasbo podpirati, da bo lažje in enakovredno nastopala na mednarodnem glasbenem trgu, ali pa zgolj zato, da lahko mednarodni trg povsem zanemarimo in doma posnemamo globalne zvoke?« (Vidmar v Gombač 2010, 5. pogl.).

Igor Bašin je na dan izvlekel analizo glasila Mladina, posebej pripravljeno za 54. zaprto sejo CK ZKS 12. marca 1984. »Ena od zapisanih opazk je, da je kar 22,6 odstotka vsebine namenjene – glasbi! Pisce poročila je zmotilo tudi, da veliko prostora v Mladini dobijo šport, rock, punk ... Torej nič nenavadnega, da se nekaterim kolca po starih časih« (Bašin v Gombač 2010, 6. pogl.). Danes ni več časopisov, ki bi se v tako veliki meri kritično ukvarjali z glasbo, medijski prostor namenjen glasbi pa se izrablja izključno za njeno promocijo. Kvalitetna glasbena kritika je izginila, glasbeni uredniki ne poznajo mlade in nekomercialne glasbene scene, kar pa zakonsko določena kvota predvajanja glasbe ne spreminja. Pri tem za primer dobre prakse navaja legendarnega Johna Peela in njegovo radijsko oddajo Peel Sessions, v kateri je promoviral kopico uspešnih mladih glasbenikov.

3.4.4 Alternative in primeri iz tujine

Želja predlagateljice Osnutka zakona o medijih Majde Širca o tem da bi morala v Sloveniji vladati klima, kjer kvote sploh ne bi bile potrebne, ponekod ni tako nerealna. Andrej Karoli pravi: »Kar zadeva kvote, ne želim o njih niti razmišljati, ker se mi zdi, da je na Valu 202 stanje duha že desetletja tako, da ni vprašanje, ali bo domača glasba ali ne. In ne glede na to, koliko je bila kvota, je bil dejanski odstotek predvajanja dejansko višji« (Karoli v Caharijas 2010, 3. pogl.). O visokih kvotah pa Karoli meni: »Visoka kvota je v nasprotju s kakovostjo, ker to zagotavljaš z ozko nišo – torej *nizko kvoto* – za katero se potem glasbeniki bojujejo in delajo dobro glasbo. Če pa daste visoko kvoto, lahko vsak, ki piše glasbo – takšno ali drugačno – sedi križem rok in čaka, saj ve, da bo prej ali slej prišel na radio zaradi kvote« (Ibid.). Ta izjava ima dosti več teže kot marsikateri umotvor predlagateljev višje kvote, saj obstaja vse več indicev da se slovenska glasba publiki odtujaše ravno zaradi vsiljenega predvajanja avtorsko šibke domače produkcije, ki ni šla skozi nek kritični izbor, ali kot pravi Jizah: »Jasno dejstvo, ki ga kažejo ankete, ki jih radii redno opravljajo, je namreč, da ljudje hočejo slišati več tuje in manj domače glasbe, domača produkcija pa se s tujo ne more kosati« (Godnjavec 2010, 5. pogl.). Sprijazniti se je treba s tem da nismo v nekem zaprtem političnem in medijskem sistemu in da je danes tekmovanje v kvaliteti glasbe globalizirano, saj noben slovenski poslušalec ne posluša samo slovenske glasbe, prav tako pa ne gre podcenjevati poslušalcev kot pasivne množice, ki sprejme vse kar ji je ponujeno. Predvsem pa ne moremo metati poslušalce vse v isti koš, saj se glasbo posluša žanrsko, vsak izmed nas ima neke lastne glasbene preference, kar v tujini s pridom izkoriščajo zvrstno profilirane radijske postaje. V Sloveniji takšnih radijskih postaj nimamo, tudi zato ker premajhna žanrska produkcija slovenske glasbe težko zapolni visoko kvoto. Takšne glasbene postaje bi lahko obstajale edino pri majhni kvoti, ki bi glasbenikom bila izziv in selektivni aparat za kvalitetnejšo produkcijo.

Edini primer kjer visoka kvota domače glasbe funkcionira v tujini je Francija, ki pa ima spet svoje posebnosti:

V Franciji so kvote za domačo glasbo uvedli leta 1996 in jih določili pri 40 odstotkih, pri čemer je morala 20 odstotkov zasedati nova francoska glasba. Šlo je za povsem protekcionistični ukrep, ki naj bi zaščitil francosko kulturo pred vdorom angloameriškega popa. Leta 2000 so zakon nekoliko spremenili in kvote določili glede na profil radijske postaje. Tako morajo danes radijske postaje za odrasle vrteti 60 odstotkov francoske glasbe in 10 odstotkov nove francoske glasbe, radijske postaje za mlade pa 35 odstotkov francoske

glasbe in 25 odstotkov novih skladb. Čeprav so se radijske postaje sprva upirale kvotam, predvsem ker so menile, da ne nastaja dovolj nove francoske glasbe, ki bi zadovoljila kvote in kvalitetne standarde, je statistika pokazala, da so v prvih štirih letih veljavnosti zakona dosegale 38 odstotkov, torej le dva odstotka pod predpisano kvoto. *Zato pa se je izjemno dobro odzvala francoska glasbena industrija: založbe so potrojile investicije v nove talente, prodaja francoske glasbe pa se je z 49 odstotkov leta 1995 dvignila na zavidljivih 60 odstotkov leta 2002 (2,3 milijona več singlov in 1,8 milijona več albumov).* Corinne Micaelli, predstavnica Francoskega glasbenega biroja, pravi, da so kvote zelo pripomogle k večjim vlaganjem v francosko glasbo, saj so založbe videle, da imajo na radijskih postajah zagotovljeno programsko nišo za nove, mlade avtorje, radijske postaje pa so svojo priložnost poiskale v glasbenih nišah mimo popularne glasbe. Še najbolj tipičen primer je radijska postaja Skyrock, usmerjena predvsem v mladinsko glasbo, ki se je, da bi zadovoljila precej visoke kvote, usmerila v francoski hiphop, njena poslušanost pa se je dvignila za nekajkrat. Francoski trg hiphopa je danes drugi največji za ZDA ... Še bolj zanimivi so podatki o uvrstitvah domačih avtorjev na lestvico najbolj popularnih skladb. Medtem ko na radijskih postajah po zadnjih podatkih dosegajo domače skladbe že 60-odstotni delež, je na lestvici med prvimi desetimi le 5,5 odstotka domačih avtorjev. *Čas, ki jim ga nameni radijski medij, torej ni nujno povezan z njihovo dejansko priljubljenostjo* (Caharijas 2010, 4. pogl.).

Primer je zanimiv predvsem zato ker je dvig kvote dejansko povečal investicije založb v nove talente, dvignila se je tudi prodaja francoske glasbe, a lestvico najpopularnejših še vseeno večinoma zasedajo tuji avtorji. Ta podatek nam bolj kot o kvaliteti govori da je domača glasba v Franciji postala »dober biznis«, ki ga je na tako velikem trgu (»francoski trg hiphopa je danes drugi največji za ZDA«) tudi možno izvajati. Če se slovenski zagovorniki visoke kvote zgledujejo po francoskem primeru, naj razmislijo koliko so pri nas založbe vlagale v mlade glasbenike, v času odkar se je pojavila kvota slovenske glasbe – razen parih »talent-šovov«, ki so bolj kot iskanju talentov služili zabavi in reklamam medijskih korporacij, iz katerih je izšlo nekaj omembe nevrednih enodnevnih izvajalcev, nič. Sistem kvot je v slovenskem primeru prej pasiviziral glasbeno produkcijo, saj je premaknil interes iz ustvarjanja nove glasbe v tekmo za radijska predvajanja. Kot pravi Ičo Vidmar, **danes v glasbeni industriji ne gre več za prodajo plošč, ampak za predvajanja.**

Ne lokalna ne globalna glasbena industrija od osemdesetih let prejšnjega stoletja nista več le proizvodnja komadov, izdelovanje in prodajanje plošč. To ve vsak mladi uporabnik glasbe prek interneta. Služenje denarja z glasbo se prenaša na industrijo avtorskih in sorodnih pravic,

iz katerih avtorji, izvajalci, založniki, proizvajalci fonogramov dobivajo deleže iz javnih predvajanj in drugih uporab zaščitene glasbe (Vidmar 2010, 3. pogl.).

Iz tega izhaja »privatistična kruhoborba« (ibid.), ki jo vodijo avtorji preko SAZAS-a, izvajalci in proizvajalci fonogramov pa pod okriljem Zavoda IPF.

Jizah pravi da so Nemci pred leti kvote ukinili in sedaj se na njihovih radijih vrti več nemške glasbe kot v času kvot, tako v komercialni kot v alternativni sferi. »Do tega je prišlo iz preprostega razloga, ker so se glasbeniki razdelili na dva pola. Na *komercialnega*, ki snema komercialno glasbo, sledi sodobnim glasbenim tokovom, napaja airplay hite, ki jih imajo Nemci in bi jih, če bi jih imeli kaj dosti Slovenci, vsekakor rada poslušala tudi velika večina Slovencev; ter na *alternativno* srenjo, ki dela muziko iz srca« (Godnjavec 2010, 6. pogl.). Da je v alternativni srenji glasba dosti bolj pristna, ekspresivna in nosi voljo ter svobodo glasbenega izražanja, dokazuje tudi dejstvo da so povečini to glasbeniki, ki dopoldne delajo v službah s katerimi se preživljajo, popoldne pa se imajo lepo in ustvarjajo glasbo. »Koncerti, kjer jih publika dojame, nosi po rokah, čeravno gre za malo število ljudi, jim prinašajo potrditev svojega dela in srečo, v kolikor pa jim uspe kaj še zaslužiti pa so toliko bolj veseli. To je bistvo, izraznost in duša glasbenega ustvarjanja, ne pa laganje samemu sebi in iskanje denarnih sredstev ter prilaganj« (ibid.). Pri nas je logika komercialnega in delanja glasbe za dušo več ali manj pomešana, saj bi večina slovenskih izvajalcev rada delala sredinsko glasbo na način, »da ohrani del sebe in pametuje, kako je to v redu, z drugim delom glave pa razmišljajo komercialno« (ibid.).

3.4.5 Ugotovitve

Zgodovina kvotnega urejanja slovenske glasbe se je začela leta 2001 z Medijskim zakonom, ki je uvedel 10-odstotno kvoto, ta pa se je dvignila na 20 odstotkov za komercialne postaje in 40 odstotkov za nacionalne postaje s spremembo zakona leta 2006. Spremembno je izglasoval Sindikat glasbenikov Slovenije, kljub dejstvu da so tuje raziskave pokazale povečanje predvajanja domače glasbe iz 23 na 46 odstotkov. SAZAS je trdil nasprotno, in kot takrat je tudi leta 2010 odigral pomembno vlogo pri »ustaviti genocida nad slovensko glasbo«, ki bi se naj vršil z zmanjšanjem kvote. Logika nam pove da se je z dosedanjim neposlušanim nočnim predvajanjem slovenske radijsko primerne glasbe, s hiti izpred 10 in več let, avtorjev, ki niti približno ne ustvarjajo in koncertirajo toliko kot mladi glabeniki, v

SAZAS-ovo »malho« stekalo ogromno denarja od avtorskih pravic, zato obstaja strah da bo dnevna publika, ki se je takšne glasbe naposlušala, zahtevala nekaj drugega, kar ugotavljajo komercialne radijske postaje s svojimi anketami. To za tiste, ki so svojo »kruhoborbo« usmerili v moljenje sredstev iz naslova avtorskih pravic lahko pomeni velik upad, zato so panično nastopili z zahtevo po 50-odstotni kvoti. Ker pa visoka kvota ni zagotovilo za to da bo ponudba slovenske glasbe pestrejša, ampak prej nasprotno – pasivizacija avtorjev, saj ima njihov »produkt« v vsakem primeru zagotovljen radijski prostor, je takšen pristop le nadaljevanje povprečnosti v slovenski glasbi, od katere imajo koristi le nekateri, slovenska glasba pa bo pri poslušalcih še na slabšem glasu.

3.5 Končne ugotovitve

Pod ugotovitvami iz treh raziskovalnih sklopov lahko zdaj potegnemo črto in pridemo do odgovorov na zastavljena raziskovalna vprašanja.

3.5.1 Slovenska glasba in identiteta

Kakšen je odnos med slovensko glasbo in nacionalno identiteto? Ali je res da »brez slovenske pesmi ni slovenske identitete« kot trdita Društvo glasbeni forum in SAZAS?

V poglavju o identiteti sem prišel do sklepa da je treba na nacionalno identiteto gledati kot družbeni konstrukt ali način zamišljanja določene skupnosti, ki se s tem poveže in hkrati določi mejo z drugimi skupnostmi. To pomeni da nacionalna identiteta ni nič na sebi danega, naravnega ali od vedno prisotnega, ampak je posledica razpada starih religijskih in monarhičnih sistemov in vse večje pomembnosti lokalnega jezika, ki mu je botroval razvoj tiskarskega kapitalizma. Takšen, neesencialistični pogled na nacionalno identiteto pomeni da lahko vidimo čustveno nabit boj za njeno ohranjanje kot simptom politike zapiranja za navidezne geografske, jezikovne, kulturne in še kakšne meje, iz česar izhaja težnja po unifikaciji samo ene pravilne nacionalne kulture in s tem tudi glasbe. Kot je skupnost ljudi živečih na nekem geografskem območju nastala iz mešanja različnih kultur, so tudi glasbe, ki jih ti ljudje poslušajo ali igrajo nastale (danes še posebej) pod različnimi svetovnimi vplivi, od teh glasb pa vladajoči aparat neke nacionalne države arbitrarno določi kaj je nacionalna glasba – v našem primeru slovenska glasba. Dejstvo je, da konstrukt slovenske nacionalne identitete ne tvori zgolj samo uradna slovenska glasba, ali od slovenskih avtorjev komponirana glasba,

temveč tudi vsa ostala glasba, ki jo poslušamo in jo vzamemo za svojo. Ne glede na izvor glasbe je naša simbolna prisvojitelj le-te slovenska. Slovenska identiteta je skozi zgodovino stalno dobivala (in bo tudi v prihodnosti) nove pomene, je dinamična in spremenljiva, mnogovrstna in pestra, prav tako tudi glasba ki jo Slovenci poslušamo. Dejstvo da brez tiste slovenske pesmi, ki ji je to oznako prilepil ta in ta ideološki aparat, ne bo slovenske identitete še zdaleč ne drži ali bolje - še dobro da ne, kajti drugače bi bila slovenska identiteta res omejena.

3.5.2 Slovenska glasba in ustvarjalnost

Kako sistem kvot slovenske glasbe vpliva na ustvarjalnost glasbenikov? Ali lahko zaščita slovenskih avtorjev z zakonsko določenim deležem predvajanja slovenske glasbe v medijih privede do večje in kakovostnejše domače glasbene produkcije?

S krogotokom proizvodnje in potrošnje glasbe sem hotel osvetliti več segmentov vpliva na glasbeno delo na njegovi poti do poslušalca, hkrati pa tudi opozoriti na dejstvo da je ustvarjanje glasbe najprej njeno poslušanje – in če smo v pogojih čedalje večje komercializacije medijev izpostavljeni več standardizirani in neizvirni glasbi se to kaže tudi v njenem ustvarjanju. Seveda to rodi tudi odpor in glasbo, ki hoče nasprotovati standardu, vendar takšna glasba ne dosega množic ljudi, ker se je ne vrti na radiih. Posebej komercialni radii se vse prej kot trudijo izobraževati poslušalce z novo, nestandardno glasbo, saj delujejo po principu da morajo v vsakem trenutku ugajati, razveseljivati in izpolnjevati zahtevo po povprečnem okusu poslušalcev, katerih število je njihov adut za mecene iz oglaševanja. Linija najmanjšega odpora pri selekciji glasbe se nadaljuje tudi pri uredniških politikah za izbor slovenske glasbe, ki jo radijskim postajam nalaga obvezna kvota, kar rezultira v omejen izbor preverjenih hitov, katerih se je slovenska publika v desetletju obstoja kvote že naveličala, zato so jih radijske postaje povrh tega potisnile še v nočni termin. Iz analize polemik smo izvedeli da več predvajanja pomeni več denarja, vendar samo za določen del glasbenikov, ki so zato tudi največji podporniki višje kvote, v resnici pa bi k ustvarjalnemu boju za glasbeni eter obratno pripomogla ravno nižja kvota, kar bi omogočilo tudi razvoj žanrsko profiliranih radijskih postaj, kjer bi svoj prostor našli tudi manj znani glasbeniki ali ustvarjalci bolj specifičnih glasbenih žanrov. Ustvarjalnost, izvirnost in kvaliteto se ne dosega s pasivizacijo, ki jo prinaša višja kvota, temveč s pozitivno konkurenco manjše kvote, začne pa se s tem da se glasbeniki nehajo pritoževati in se obračati na državno pomoč, temveč usmerijo svojo energijo v tisto kar znajo delati najbolje – glasbo samo.

4 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi sem želel reflektirati stanje na slovenski glasbeni sceni, k čemur me je vzpodbudila čustveno nabita debata okrog kvot slovenske glasbe in promocija 'mita' o ogroženosti slovenske identitete. Ker sem tudi sam glasbenik mi je tema blizu, a ugotavljam da sem tekom pisanja izvedel še marsikatero podrobnost iz slovenskega glasbenega življenja. Prevelikokrat se zgodi da glasbeniki v Sloveniji svoje ustvarjanje vidijo kot »biznis«, s katerim se da zaslužiti, ne pa kot umetnost ustvarjanja glasbe zaradi glasbe same in uživanja v igranju ali poslušanju, prav to pa pripelje do izkoriščanja glasbe kot »političnega« sredstva v kvazi-boju za slovensko nacionalno identiteto ali kot pravi Zgaga: »Nenazadnje gre za uporabo političnega žargona tam, kjer politika nima kaj iskati. Govoriti o uravnoveženosti, skrbi za nacionalno bit in kulturo ter prispevku h krepitvi slovenskega ponosa in patriotizma je bolno na kvadrat. Je priljubljen diskurz vseh tistih, ki vidijo sovražnike pri sosedih, na Balkanu ali vsej Evropi. Je priljubljena tema vsakega, ki se rad ukvarja z zarotami in aferami« (Zgaga 2010, 5. pogl.). Nenazadnje pa Slovenci nismo Slovenci samo zaradi slovenske glasbe, ali kot ugotavlja Igor Vidmar: »..."brez slovenske glasbe ni slovenske identitete". V redu, a če naj bo ta "identiteta" - karkoli to že je - pluralna, sodobna in odprta, da ne rečem "evropska", ne sme ostati pri tem, ampak mora veljati, da je ni niti brez dobre angloameriške, francoske, afriške, balkanske ... glasbe. Da ne bo ta "nacionalni interes" tudi novo eno-glasje in zloraba v zasebno ali skupinsko korist« (Vidmar, Igor 2010 1.pogl.).

Glasbeno ustvarjanje v Sloveniji vseeno ni tako na psu kot se zdi. O tem govori dejstvo da se vsako leto na Klubski maraton Radia Študent, razpis za mlade neuveljavljene skupine, prijavi preko 80 zasedb, od katerih je šestim izbranim omogočena turneja po slovenskih klubih in finalni nastop v Ljubljani. Radio Študent je poleg presihajočega mariborskega brata Radia Marš edini slovenski radio, ki v svoj program uvršča največ neznane a kvalitetne slovenske glasbe, vendar pa avtorji od predvajanja na Radiu Študent dobivajo po 20 evrov letno ali še to ne, ker SAZAS noče upoštevati njihovih programskih evidenc. Ti glasbeniki so tudi med najbolj aktivnimi živo nastopajočimi izvajalci, za katere klubi plačujejo obvezni pavšal za izvedbo koncertov. Ta denar se zopet izgubi nekje na poti do avtorjev in samo vprašamo se lahko, kje pristane na koncu. Ta dejstva so tista, ki delajo osnovni razdor na slovenski glasbeni sceni, saj so nekateri glasbeniki zmeraj bolj enakovredni od ostalih, tega pa ne spremeni niti kvotni sistem, oziroma ga lahko samo še poslabša, saj v razmerah vse večje komercializacije radijskih postaj na račun kvot služijo le pop izvajalci. Komercialna logika delovanja glasbenikov se kaže v boju za radijsko predvajanje,

nekomercialni izvajalci pa se borijo za glasbene prostore, v katerih se lahko izrazijo v živo in kjer ne rabiš posnetka za predstavitev svojega dela. Posneta glasba ni nikoli vsa glasba, ki obstaja, je pa tista, ki jo lahko medij kot je radio reproducira (razen če prenaša koncert v živo, a se to čedalje manj prakticira), v hipu ko pa glasba pristane na mediju, ki ga je možno reproducirati, se z njim lahko manipulira, uporablja kot potrošno dobrino, prodaja, služi. Sistem kvot je sistem promocije glasbenih posnetkov s katerimi se da prekupčevati, zaščita slovenskosti pri tem pa služi kot zadovoljitev umetno vzpodbujenega nacionalističnega čuta, ki nima veze z glasbo samo. Glasba živi ne samo na radiu, televiziji, internetu, nosilcih zvoka, ampak tudi in predvsem zunaj, na ulici, v garaži, v klubih, v mislih vseh potencialnih novih muzičistov, ki dajejo vsak mesec na stran da si bodo lahko nekoč kupili kitaro ali pojejo pod tušem in sanjajo o velikem odru. Kaj je torej alternativa kvotnemu sistemu in pomoč slovenski glasbi?

V majhnem nemškem mestecu Ilmenau obstaja zgradba po imenu Baracke 5, ki stoji sredi lično urejenega mestnega parka in na prvi pogled daje vtis nove pridobitve upokojenskega balinarskega društva, a ko vstopiš v notranjost je slika radikalno drugačna: devet sob za vaje lokalnih bendov, dvorana z odrom, ozvočenje, šank, wc-ji, vse skupaj novo, staro komaj par let. Max, organizator koncertov in glasbenik, ki ustvarja v eni izmed sob za vaje mi razloži, da jim je mestna oblast najprej porušila staro zgradbo, v kateri so se zbirali glasbeniki, nato pa po nekem manjšem protestu mladih investirala pol milijona evrov v omenjeno novogradnjo in jo predala v upravljanje glasbenikom, ki lahko na ta način mirno ustvarjajo naprej. Prostor za vaje je za glasbo poleg talenta najpomembnejši dejavnik, saj se velikokrat zgodi, da glasbeniki hočejo ustvarjati a ne najdejo primerne prostora za razvoj svoje glasbe, zato odnehajo že preden so sploh začeli. Prostor, ki živi od glasbe, ki omogoča druženje glasbenikov in izmenjevanje idej brez motenja sosedov ali čakanja na obisk policije deluje kot eksperimentalni laboratorij in učilnica, v kateri lahko dobre glasbene ideje dobijo plodna tla. Če se oblast sprašuje kako podpreti slovensko glasbo, bo morala pred uveljavitvijo kvotnega sistema najprej poskrbeti za pogoje v katerih glasba nastaja in tu je ključen neodvisen prostor po vzoru Baracke 5 iz Ilmenau-a. Zelo prav bi prišla nato še prevetritev institucionaliziranega pouka glasbe na glasbenih akademijah, kjer se je komaj pred kratkim začela poučevati kitaro, o kakšnih bolj 'eksotičnih' instrumentih kot so bobni pa niti ni govora, kar spet povzroča imigracijo talentov v tujino. Šele z zagotovilom pravih pogojev za razvoj glasbe bo slovenska produkcija večja in kvalitetnejša, tako da bomo na koncu res lahko rekli, da so kvote nepotrebne, ob tem pa lahko samo upamo da bo to pomirilo tudi borce za nacionalno identiteto.

5 LITERATURA

- Adorno, Theodor W. 1986. *Uvod v sociologijo glasbe*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Nova muska. 2011. *Aktiv poslušalcev in poslušalk: Vaši poslušalci godejo in razpravljajo*. Dostopno prek: <http://novamuska.org/?p=1320> (10. april 2012).
- Alič, Vanja in Borut Mehle. 2011. Slovencem ne moreš podtakniti česarkoli. *Dnevnik*, 19. marec. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/objektiv/vec_vsebin/1042431818 (3. maj 2012).
- Alter, Peter. 1991. Kaj je nacionalizem? V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rudi Rizman, 221–237. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
- Anderson, Benedict. 1998. *Zamišljene skupnosti: o izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Armstrong, John A. 1991. Pristop k nastanku narodov. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rudi Rizman, 39-50. Ljubljana: Knjižna zbirka Krt.
- Barber-Keršovan, Alenka. 1999. Na sledi kulturni identiteti – kaj je »slovenskega« v slovenski rock glasbi? *Glasnik Slovenskega etnološkega društva* 39 (1): 4–9.
- Barbo, Matjaž. 1994. *Slovenska glasbena zavest*. Ljubljana: Zveza kulturnih organizacij Slovenije: Znanstveni inštitut Filozofske fakultete.
- Berger, Peter in Thomas Luckmann. 1988. *Družbena konstrukcija realnosti: razprava iz sociologije znanja*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Brojan, Matjaž. 1999. *Začetki radia na Slovenskem*. Ljubljana: Modrijan.
- Bulc, Gregor. 2004. *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.
- Caharijas, Domen. 2010. Nov medijski zakon: Slovenska produkcija prešibka za kvote. *Dnevnik*, 13. september. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/1042387185 (10. april 2012).
- Cerar, Gregor. 2005. Pouk iz slovenske glasbe. *Mladina* 31. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/96829/pouk-iz-slovenske-glasbe/> (10. april 2012).

Čepič, Zdenko, ur. 1999. *Preteklost sodobnosti : izbrana poglavja slovenske novejšje zgodovine*. Pijava Gorica: Aristoteles Žlahič.

Debeljak, Aleš, Peter Stankovič, Gregor Tomc, Mitja Velikonja, ur. 2002. *Cooltura: uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Študentska založba.

Društvo glasbeni forum. Dostopno prek: <http://www.glasbeniforum.si/> (10. april 2012).

Fiske, John. 2001. *Understanding popular culture*. London; New York: Routledge.

Frith, Simon. 1996. *Zvočni učinki : mladina, brezdolje in politika rock and rolla*. Ljubljana: Univerzitetna konferenca ZSMS.

Glasilo mestne občine Ljubljana. 2011. *Slavje umetnosti v središču slovenstva*, 4 (1. julij).

Godnjavec, Marko. 2010. *Fašizem slovenskih estradnikov, oziroma 1. slovenski glasbeni kongres v Cankarjevem domu*. Dostopno prek: http://polnukurac.blogspot.com/2010_09_12_archive.html (3. maj 2012).

Gombač, Andraž. 2010. Koliko promilov slovenske krvi ima »naš« glasbenik? *Primorske novice*, 7. oktober. Dostopno prek: <http://www.primorske.si/Priloge/7--Val/Koliko-promilov-slovenske-krvi-ima-nas-glasbenik-.aspx> (10. april 2012).

Hrvatini B., Sandra in Lenart J. Kučić. 2001. *Medijska politika v Sloveniji v devetdesetih*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Južnič, Stane. 1993. *Identiteta*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kompare, Alenka, Mihaela Stražišar, Irena Dogša, Tomaž Vec, Norbert Jaušovec in Janina Curk, ur. 2002. *Psihologija: spoznanja in dileme*. Ljubljana: DZS.

Lavrenčič, Amina. 2008. *Sociologija, 3. letnik*. Dostopno prek: <http://www.lung.si/gradiva/SOCIOLOGIJA.pdf> (10. april 2012).

Kopina, Klavdija. 2010a. *Mojmir Sepe: V današnji muziki je manko avtorstva*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/kultura/glasba/mojmir-sepe-v-danasnji-muziki-je-manko-avtorstva/232273> (3. maj 2012).

--- 2010b. *Koliko petja je danes za dušo, koliko za denar?* Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/zabava/glasba/koliko-petja-je-danes-za-duso-koliko-za-denar/242075> (3. maj 2012).

Kovačič, Jani. 2010. Paberkovanje ob druženju nezdržljivih. *Mladina* 37. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/51770/paberkovanje-ob-druzenju-nezdruzljivih/> (3. maj 2012).

Kozel, Jan. 2010. *Baraka (mani)fest*. Dostopno prek: <http://novamuska.org/?p=790> (3. maj 2012).

Kuret, Primož, ur. 1992. *Slovenska glasba v preteklosti in sedanjosti: zbornik predavanj / Slovenski glasbeni dnevi 1988*. Ljubljana: Kres.

--- 2008. *Osebnost, nacionalna identiteta v glasbi v obdobju globalizacije: koncerti, mednarodni muzikološki simpozij / 22. slovenski glasbeni dnevi 2007*. Ljubljana: Festival.

Kus, Peter. 2010. *Slovenski glasbeni nacionalizem*. Dostopno prek: <http://novamuska.org/?p=1594> (3. maj 2012).

L.Š. 2010. *Majda Širca: Kvote v novem zakonu o medijih so potrebne*. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/kultura/glasba/majda-sirca-kvota-v-novem-zakonu-o-medijih-so-potrebne/239455> (10. april 2012).

Ministrstvo za kulturo Republike Slovenije. 2010. *Zakon o medijih – I (osnutek)*. Dostopno prek: http://www.mk.gov.si/fileadmin/mk.gov.si/pageuploads/Ministrstvo/Zakonodaja/Predlogi_zakonov/ZAKON_O_MEDIJIH-1_osnutek_-objava.pdf (10. april 2012).

Nastran Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Oseli, Petra. 2001. Ima tretji radijski sektor v Sloveniji prihodnost? *Medijska preža: bilten za opazovanje medijev* 12: 40–43.

Petkovič, Blaž. 2010. Koliko slovenske glasbe na radio in televizijo? *Dnevnik*, 28. avgust. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/objektiv/1042383575> (3. maj 2012).

Platon. 1995. *Država*. Ljubljana: Ljudska pravica.

Praprotnik, Tadej. 1999. *Ideološki mehanizmi produkcije identitet: od identitete k identifikaciji*. Ljubljana: ŠOU – Študentska založba.

Ramet, Sabrina Petra. 2002. *Balkan babel : the disintergration of Yugoslavia from the death of Tito to the fall of Milošević*. Oxford: Westview.

Steblovnik, Sergej. 2010. *Zborovanje fantov muzikantov*. Dostopno prek: <http://novamuska.org/?p=983> (10. april 2012).

Storey, John. 2006. *Cultural theory and popular culture: a reader*. Harlow (England) [etc.]: Pearson/Prentice Hall.

Strinati, Dominic. 1995. *An introduction to theories of popular culture*. London; New York: Routledge.

Škiljan, Dubrovko. 2002. *Govor nacije: jezik, nacija, Hrvati*. Zagreb: Golden marketing.

Tišler, Blaž. 2010. *Andrej Karoli: Hudič je, ker je toliko glasbe, pa tako malo časa!* Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/kultura/glasba/andrej-karoli-hudic-je-ker-je-toliko-glasbe-pa-tako-malo-casa/243277> (3. maj 2012).

Velikonja, Mitja. 2003. *Mitografije sedanjosti: študije primerov sodobnih političnih mitologij*. Ljubljana: Študentska založba.

Vidmar, Ičo. 2010. Lažne glasbene dileme. *Dnevnik*, 13. september. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/1042387238 (9. april 2012).

Vidmar, Igor. 2010. "Slovenec sem" ali "Allons enfants de la Patrie"? *Dnevnik*, 18. september. Dostopno prek: http://www.dnevnik.si/objektiv/odprta_stran/1042388701 (3. maj 2012).

Vogrinc, Jože. 2010. Kako neka godba postane slovenska? *Mladina* 40. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/51970/clanek/> (3. maj 2012).

Williams, Raymond. 1998. *Navadna kultura: izbrani spisi*. Ljubljana: ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij: Studia humanitatis.

Zakon o medijih (Zmed). Ur. l. RS 35/2001. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200135&stevilka=2043> (10. april 2012).

Zakon o medijih (uradno prečiščeno besedilo) (ZMed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=2006110&stevilka=4666> (10. april 2012).

Zgaga, T. 2010. Dobre novice niso del kvote. *Dnevnik*, 18. september. Dostopno prek: <http://www.dnevnik.si/debate/kolumne/1042388706> (3. maj 2012).