

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tanja Artnak

Kultura in glasba:

spolna neenakost in seksizem v (alternativni) glasbi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tanja Artnak

Mentor: Izr. prof. dr. Gregor TOMC

Kultura in glasba:

spolna neenakost in seksizem v (alternativni) glasbi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2011

Kultura in glasba:

Spolna neenakost in seksizem v (alternativni) glasbi

Invazija množičnih medijev, tudi na področju glasbene industrije, je povzročila v glasbenem svetu nastanek subkultur z izrazito političnim, socialnim in ekonomskim pridihom. Spolna neenakost, kot odraz stanja družbene realnosti, se zrcali tudi v množični glasbeni industriji, ki želi v odnosu med spoloma zadržati obstoječe tradicionalno stanje. Ženski spol je neenakopravno in premalo zastopan na vseh ravneh glasbene industrije, glasbenice pa so predstavljale objekt – produkt glasbenih založb.

Z alternativno glasbo so se resno zamajali tradicionalni mehanizmi. Bolj kot ženska enakost jo povezuje etika, tj. odnos do glasbene industrije in družbenih norm. Posebnost alternativne glasbene scene je ravno v njeni neodvisnosti od globalnih tržnih zakonitosti, ki jih narekuje kapital. Pomembna karakteristika alternativne glasbe je deseksualizacija rock glasbe, ki jo je vpeljal punk, katerega ideologija do ženske identitete je zelo emancipatorna.

Ključne besede: kultura in subkultura, identitete, (alternativna) glasba, spolna neenakost, seksizem.

Culture and music:

Gender inequality and sexism in (alternative) music

Invasion of mass-media, also in the field of music industry, has caused a formation of a subculture in music world, loaded with highly political, social and economic scent. Gender inequality, as indicator of social reality, shows its reflection also in mass-music industry, which is trying to retain the existing traditional situation between genders. Feminine gender is at all levels of music industry unequally and under-represented, feminine musicians are “there” as an object, as product of music publishers.

Through alternative music have been traditional mechanisms seriously shaken. More than feminine inequality is alternative music linked through ethics, so called relation to music industry and social norms. Particularity of alternative music scene is precisely its independence from global market “policy”, which is dictated by the capital(ism). One of the major characteristics of alternative music is desexualization of rock music, introduced by punk music, which ideology toward feminine identity has been extremely emancipating.

Key terms: culture and subculture, identities, (alternative) music, gender inequality, sexism.

KAZALO

1	UVOD	6
2	METODOLOŠKO - HIPOTETIČNI OKVIR	8
2.1	Cilji in pomen	8
2.2	Hipoteze in uporabljena metodologija	8
2.3	Struktura	9
3	KULTURA	10
3.1	Subkultura	11
3.2	Identitete	12
3.3	Spol	14
3.4	Slog	15
4	SPLOŠNO O GLASBI	17
4.1	Splošno o žanrih	18
4.2	Glasba v povezavi s kulturo in subkulturo	19
4.3	Množični mediji	21
4.4	Glasbena industrija	21
5	GLASBA, SPOL IN SPOLNA NEENAKOST	23
5.1	Glasbena industrija in spol	23
5.2	Glasbena industrija in občinstvo	24
5.3	Glasbenice in žanri	25
5.4	Seksizem	26
5.5	Spolna neenakost	27
6	ALTERNATIVNA GLASBA	28
6.1	Glasbena industrija in žanri	28
6.2	Glasbena industrija in spolna neenakost	31
6.3	Seksualnost in vizualnost	32
6.4	Ženska kot objekt / subjekt v glasbi	34
6.5	Rock, punk in ženske	38

7	EMPIRIČNI DEL	40
7.1	Izhodišča	40
7.2	Hipoteze	40
7.3	Metodologije	41
7.4	Sestava in struktura vprašalnika	42
7.5	Rezultati raziskave	42
8	ZAKLJUČEK	46
9	LITERATURA	49
	Priloga A: Vprašalnik	53
	Priloga B: Ocenjevanje dimenzij	54

1 UVOD

Na svetovni ravni je z geografskim imperializmom postopoma prihajalo do soočanja različnih **kultur**, kar pa je porajalo tudi kulturni imperializem. Človek je namreč ustvarjalec kulture. »Človekovo obnašanje lahko torej opazujemo na osebnotnem nivoju kot produkt individualne predelave družbenega, na socialnem nivoju kot interakcijo individualnega in družbenega, na kulturnem nivoju pa kot delovanje konteksta na posameznika« (Tomc 1989, 137). Namreč, »pod mirnim licem civilizirane družbe spi vulkan, ki lahko izbruhne kadarkoli« (Godina 1998, 99).

Vrednote, prepričanja in kulturni pomeni niso več samoumevni. Pogosto je posameznik vključen v zavestno primerjanje, pogajanje in deljenje le-teh z drugimi. In še več, posameznik si prizadeva urediti te komponente v nekakšno logično konsekventno razmerje, s tem pa **subkultura** postaja ekspliciten in pomemben sistem delovanja (Irwin v Thornton in Gelder 1997, 69). Material, ki ga nudijo subkulture, je lahko uporabljen, da zgradi **identiteto**, toda identiteta, način delovanja na svet je revolucionarna samo, kadar napada kontekst in ideologije, ki vsebujejo tradicionalne vloge (Brake 1984, 154).

Invazija **množičnih medijev**, tudi na področju **glasbene industrije**, je povzročila v glasbenem svetu nastanek subkultur, z izrazito političnim, socialnim ali drugačnim poudarkom. **Glasba** kot ideologija je izražena skozi svoj zapis ali pa je izražena na čustveni ravni. Je takšna oblika komunikacije, ki lahko izraža strinjanje ali pa nestrinjanje s trenutno politično ideologijo. Tako nastaja osnova za rojevanje pluralizma **slogov**.

V sodobni družbi je **seksizem** v medijih samo eden od segmentov seksizma nasploh. Lahko rečemo, da je seksizem v medijih samo odraz stanja v neki družbi, čeprav so zagovorniki seksizma pogosto izrabljali ravno medije za predstavitev svojih seksističnih stališč. Ženske in moške postavlja v tradicionalne značajske kalupe obnašanja, zmanjšuje pomen žensk in stalno zanika človekove vrednote individualnosti ter seveda svobode. Seksizem **popularne** kulture in še posebej **glasbe**, ima svoj temelj v industriji, ki jo najbolje označuje naziv show business. Njen cilj je služenje denarja, ne pa kritičen pogled nase in na družbo. Masovna proizvedena popularna kultura je pomembna, saj obsega velik del publike, v njej pa so prevladujoča elementa zunanji izgled in

proizvodnja, ki sta podvržena komercializaciji in podkupljivi manipulaciji (Brake 1984, 102). Eden od ključnih razlogov za seksizem v medijih je tudi struktura zaposlenih, ki je tudi odločilno merilo za ocenjevanje vloge spolov v medijih. V medijih je sicer zaposlenih vse več žensk, vendar njihovo število še ne pomeni enakopravno obravnavo spolov. Odločilen vpliv na oblikovanje medijskih vsebin prihaja namreč iz najvišjih vodstvenih struktur, v katerih pa so moški še vedno v prevladi.

Ker je v kapitalizmu glavni motiv dobiček, se v skladu z moškimi estetskimi merili, žensko telo izkorišča za doseganje tega cilja. Kot instrumentu (objektu) je v večjem delu komuniciranja z javnostmi ženski dodeljena že znana vloga »kraljice«, ki prispeva k širjenju androcentrizma in izrivanju žensk iz pomembnih področij javnega delovanja v samo po sebi razumljive »prave« vloge (Jogan 2001, 41).

Določeni **žanri alternativne glasbe** so v 80-ih in 90-ih letih zavrgli tradicionalna romantična pravila, predvsem pa niso dovolili, da se spolnost obravnava kot produkt. Punk je bil prvi glasbeni stil mladih, ki ni temeljil na ljubezenskih tekstih, romantika je namreč bila glavna tema rock pesmi v vseh 60-ih letih. Rocku je omogočil, da se je lahko postavil proti seksizmu. Dejstvo je, da ženske v rocku prvokrat niso bile **objekt**, marveč **subjekt** glasbene scene.

Z **alternativno glasbo** so se resno zamajali tradicionalni mehanizmi. Tako je punk nastal kot reakcija na trenutne družbene odnose in kot odraz želje po spremembi znotraj medijske scene in ne celotne družbe. Pri tem pa niso samo zaostriili odnosov do družbenih nasprotij, ampak so resnično demokratizirali odnose v medijski industriji.

2 METODOLOŠKO - HIPOTETIČNI OKVIR

2.1 Cilji in pomen

S preučevanjem glasbe je potrebno preučiti tudi druge, z njo povezane elemente družbe, v katerih se nahajajo situacije, ki jih nekateri ne želijo izpostavljati in se med njimi znajde tudi spolna neenakost. Vloga ženske kot subjekt v glasbi oz. vloga ženske kot objekt v glasbi, torej spolne neenakosti, se kot problem vedno negativno dotakne predvsem žensk. Tako je seksizem v medijih samo preslikava trenutnega stanja družbe. Z njimi pa se rušijo dominantne kulturne, socialne meje in meje vrednot.

Na področju glasbene industrije se je zgodila invazija množičnih medijev. Dobičkonosnost v glasbi postaja dominantno merilo, ki vodi v proces seksizma in neenakosti spolov. Ženske v popularni glasbi potiska v rigidne kalupe obnašanja, v konstantno negiranje človeške individualnosti in svobode. **Ali je v vseh žanrih enako?**

2.2 Hipoteze in uporabljena metodologija

V svojem delu sem postavila naslednje hipoteze:

H1: Spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi sta prisotna, a delno prikrita

H2: Spolna neenakost v alternativni glasbi je manj prisotna kot v popularni glasbi

H3: Ne glede na spol respondentov, je stališče do ženske identitete v alternativni glasbi podobno

Na podlagi predelane domače in tuje literature, teoretičnih ugotovitev s področja kulture, subkulture, identitet, spolov, glasbe in glasbene industrije ter neenakosti spolov sem sestavila vprašalnik, ki se osredotoča na spolno neenakost v alternativni glasbi.

Analiza ni in ne more biti splošna, ker je že sama alternativna glasba kontradiktorna, saj po eni strani sledi etiki enakopravnosti med spoloma, po drugi strani pa sledi manj enakopravnim konvencijam rock glasbe, ki vključuje ekspresijo moške seksualnosti ali celo dominacije. Tako skromni prispevek rezultira v analizi mikro problema, na numerično omejeni skupini.

Uporabljene bodo naslednje med seboj se prepletajoče metode:

- Pregled in analiza primarnih in sekundarnih virov domače in tuje literature
- Metoda klasifikacije
- Metoda kompilacije
- Metoda deskripcije
- Metoda komparacije.

2.3 Struktura

Naloga je razdeljena v sedem poglavij. V nadaljevanju je v prvi vrsti podan teoretični okvir, kjer je pozornost namenjena konceptu kulture, subkulture in identitete s politološkega, sociološkega, antropološkega in psihološkega vidika. Sledi obravnava glasbe in slogov s poudarkom na povezavi glasbe s kulturo in subkulturo, ki se seveda odraža skozi množične medije in glasbeno industrijo nasploh. Nato se začne poglavje o prepletanju glasbene industrije s seksizmom in spolni neenakosti. Kot ključni element sem podrobneje preučila področje alternativne glasbe v odnosu do vloge ženske kot objekta/subjekta v omenjeni subkulturi. Na izbranem primeru bom torej ugotavljala pomen in vlogo spolne ne-enakosti in vlogo ženske v alternativni glasbi. Ob zaključku naloge bo sledil povzetek ugotovitev in ovrednotenje zastavljenih hipotez.

3 KULTURA

Beseda kultura izhaja iz latinščine in izvorno pomeni naseljevanje (colonus), kultiviranje (cultura animi) oziroma čaščenje (cultus). »Šele od 18. stoletja dalje se pojem uporablja kot abstrakten samostalnik, ki označuje splošne procese intelektualnega, duhovnega in estetskega razvoja; pa tudi poseben način življenja neke skupine ljudi.« (Tomc 2002, 122).

Kulturna antropologija, socialna psihologija, politologija in sociologija se vsaka s svojimi poudarki ukvarjajo s preučevanjem vraščanja človeka v okolje in načini prenašanja kulture iz generacije v generacijo. V središču antropološkega razumevanja kulture je način življenja njenih članov, še zlasti, če za osnovno definicijo kulture vzamemo eno prvih definicij kulture sploh, tj. Tylorjevo definicijo iz leta 1871. Pravi, da je kultura »kompleksna celota, ki zajema znanje, verovanja, umetnost, moralo, pravila, običaje, ter druge sposobnosti in navade, ki jih človek pridobi kot pripadnik neke družbe. Različne oblike posameznih kultur je možno opazovati prav na podlagi vsebin človeškega razmišljanja in obnašanja, ki so od kulture do kulture lahko dokaj različni. Pravila kot taka lahko postanejo skupni predmet raziskovanja zato, ker jih v splošnem razvijajo in poznajo prav vse kulture« (Harris 1989, 1).

O tem, kaj je kultura, ni enotnega mnenja. Kultura kot sistem verovanj, vrednot in celo ideologij po mnenju Thorntonove ne more biti ločena od akcij in socialnih organizacij, saj »sta tako družba kot tudi kultura način življenja« (Thornton v Naterer 2010, 119).

V splošnem govorimo o dveh poteh razlag pojma kulture. Prva je značilna v veliki meri za ameriški krog znanstvenikov, ki ločijo kulturni fenomen od družbenega oz. socialnega (gre za dejansko in ne zgolj za teoretično ločevanje dveh konceptov). Tako razumevanje je nadalje pogojevalo še nekatere tipične delitve raziskovalnih področij znotraj same antropologije. Tako naj bi se kulturna antropologija ukvarjala zgolj s kulturo in socialna antropologija s fenomenom socialnega oz. družbenega (Goodenough 1979 v Harris 1989, 20). Pojem družbe pa se v antropologiji nanaša na »totaliteto socialnih odnosov med posamezniki in njihovimi različnimi statusi in vlogami, znotraj danih geografskih meja oziroma znotraj človeštva kot celote« (Barfield v Naterer 2010, 120). Tako pri avtorjih, kot sta npr. Parsons in Greetz, zasledimo pojmovanje kulture kot sistema simbolov, pomenov, verovanj, vrednot, terminov, s katerimi ljudje

definirajo svoja občutja in odnos do sveta; oznako socialno oz. družbeno pa za opredelitev tistega, kar se nanaša na povezave med posameznimi skupinami v neki družbi (Goody 1993, 9-32).

Druga smer, ki jo za razliko od ameriških zastopajo številni evropski raziskovalci, govori o kulturi in družbi kot o sinonimih. Številni avtorji (Durkheim, Frazer, Douglas in drugi) zagovarjajo razlago, ki razume kulturo kot običajen del socialne akcije, ki je v polnem soglasju s socialnimi odnosi, tj. z družbo in ne kot ločeno entiteto – taka je lahko samo v teoriji (Goody 1993, 9-32). Parsonsov sistem socialne akcije vključuje oba elementa: družbo in kulturo, zraven pa še dva druga: behavioralni organizem in osebnost. Psihologija proučuje osebnost kot sistem, sociologija socialni sistem, kulturna antropologija kulturo. Vsi pa tvorijo celoto znanstvenega preučevanja stvarnosti (Goody 1993, 9-32).

Pomen kulture, ki ga danes poznajo zlasti družboslovne in humanistične vede, prav tako meri na skupne pomene znotraj družbenih skupin, omenjene v antropološki definiciji. Razlikuje se po kasnejšem osredotočanju na simbolno dimenzijo, kar pomeni, da se ukvarja bolj s tem, kaj kultura počne, kot s tem, kaj kultura je.

Znanstvenikom še ni uspelo vzpostaviti splošno sprejete definicije kultura. Vendar pa se definicije kljub različnim opredelitvam ujemajo v dejstvih, da kultura ni biološko dana in da je kultura skupno dejanje.

3.1 Subkultura

Termin subkultura je oblikoval Milton M. Gordon v članku »The concept of the subculture and its application« (1947). Koncept je Gordon v omenjenem delu vpeljal v obliki sub-kultura in ta je bil prvotno v uporabi za opis pod-skupine znotraj nacionalne skupine, ki je sestavljena iz različnih socialnih elementov, kot so etnično ozadje, družbeni razred in veroizpoved, ki v kombinaciji tvorijo enoto in imajo vpliv na posameznika. »To je svet znotraj sveta, tako rečeno JE svet«. Zdi se, da je avtorjeva uporaba oblike sub-kultura povsem na mestu; uteleša namreč partikularnost subkulture kot subjekta proučevanja, vendar hkrati izpostavlja tudi nujno umeščenost subkulture v kulturni in družbeni kontekst (Gordon v Naterer 2010, 118-119).

Dejstvo je, da ne obstaja samo ena kultura, ampak množica kultur, ki so pod vplivom številnih različnih dejavnikov, kot so razred, spol in starost. Izražene so skozi umetnost, institucije, obnašanje ljudi... Tako lahko subkulturne skupine, ki se nahajajo na depriviligiranih razrednih položajih skozi svojstvene stile in prakse razvijejo takšna sredstva, s katerimi se upirajo dominantnim sistemom vrednot.

Subkultur seveda ne moremo enačiti s kontrakulturami. Obstajajo pa vzporednice med tema dvema konstruktoma, zlasti ko se znotraj subkulture vzpostavijo vrednote, ki zaradi svoje kontra pozicije nasproti dominantnim sistemom vrednot, subkulturo postavijo v konflikt z »normalnim« družbenim okoljem.

3.2 Identitete

Ljudje se do določene mere povezujemo na podlagi identitet, kot so narodnostna identiteta, lokalna identiteta, rasna identiteta... Četudi je identiteta kot koncept izhodišče mnogih teoretskih in političnih razprav, pa si zaradi pluralnosti pojmov, ki jih ta koncept vsebuje, avtorji niso edini o definiciji samega koncepta.

Na podlagi delovanja specifične identitete je mogoče v skupini opazovati dve vrsti orientacije:

1. kolektivna identiteta je usmerjena izključno proti skupini: center skupine je oblikovan okrog skupnih kodov in subkulturnih norm ter vrednot in je torej bolj simbolne kot materialne narave;
2. serija individualnih identitet, ki so usmerjene včasih proti skupini, včasih od skupine, odvisno od tipa identitete in posameznikove motivacije, ki v določeni situaciji deluje (Naterer 2010, 312).

Šele ko posameznik ponotranji splošno sprejete obrazce neke družbe in kulture, ko doseže določeno stopnjo internalizacije, postane njen član. Ontogenetski proces, s katerim je mogoče doseči to stopnjo, se imenuje socializacija, ki jo potemtakem lahko definiramo kot vsestransko in dosledno posameznikovo uvajanje v objektivni družbeni svet ali v enega od njegovih področij, t.i. podsvetov. Gre za prevzem sveta, v katerem že živijo drugi. Ta prevzem v nekem smislu sam po sebi predstavlja za vsak človeški organizem prvotni proces in ko svet enkrat prevzamemo, ga lahko ustvarjalno spreminjamo ali, kar je manj verjetno, celo poustvarimo. Tako je primarna socializacija

tista, ki ji je posameznik izpostavljen v otroštvu in s pomočjo katere postane član družbe. Sekundarna socializacija pa je vsak nadaljni proces, ki že socializirane posameznike uvede v nova področja družbe, v kateri živi (Berger, Luckmann 1988, 122). Tako enega ključnih procesov, skozi katerega kulturna transmisija kot prenos poteka, označujemo prav socializacijo. Lahko jo opazujemo z dveh vidikov: osebnotnega, ko gre za označitev vsakokratnega posameznikovega učlovečenja; in družbenega, ko gre za ohranjanje pogojev reprodukcije človeške družbe. Omejitev na zorni kot posameznika je diferenta specifična socialno psihološkega pristopa (Godina 1990, 20-28). Na drugega pa najpogosteje naletimo v socioloških obravnavah, npr. Durkheimovih, Parsonsovih in drugi (Godina 1990, 34-38).

Osebnost se veže na primarno gensko neponovljivost posameznika kot biološkega bitja, ki se v procesu samospoznavanja sekundarno družbeno in kulturno oblikuje. Individualna identiteta je tako na eni strani preplet človekove zasebne telesnosti, ki je vir zasebnosti in življenjske ločenosti, na drugi strani pa človekove družbenosti, ki ga močno pogojuje in brez katere človek ne more obstajati (Južnič 1993, 101). Potemtakem osebna identiteta, ki je sicer individualnega značaja, ni popolnoma odvisna le od osebnih zaznav posameznika, temveč tudi od zaznav soljudi.

Identiteta je socialna institucija, ki človeka opredeljuje kot kompetentnega socialnega akterja. Tako je identiteta človeka vse bolj nestabilna in spremenljiva, kar pa je v skladu z današnjimi turbolentnimi in nejasnimi razmerami v družbi. Posameznik gradi svojo identiteto skozi mreže globalnih socialnih povezav med ljudmi s podobnimi potrebami, nazori in življenjskimi izkušnjami. Množičnost sodobnih identitet tako ne pomeni, da je človek nestabilen, ampak gre za odgovor na pluralnost življenjskih realnosti sodobne družbe. Ker so sodobne identitete pluralne in človek lahko izbira med množico identitet, ki jih izpostavi glede na situacijo, v kateri se nahaja, pa sama izbira ni čisto svobodna.

Se pravi, da je identiteta nestabilna in se objektivizira v odnosih, perspektivah in možnostih, ki jim človek prilagaja svojo identiteto. Identiteta ni le dosežek človeka, ampak predstavlja mesto v strukturi družbenih konstrukcij, ki ga ima človek v družbi in v kulturi. Je stičišče družbenega in zasebnega. Je proces oblikovanja, na katerega vplivajo različni družbeni procesi in posamezne osebnostne poteze. Lahko rečemo, da je posameznik zaradi svoje »družbenosti« izgubil velik del svoje »primarne« biološke

narave in kot tak mora biti v družbenem kontekstu. Tako se osebna kot skupinska identiteta posameznika oblikujeta v odnosu do samega sebe in do drugih. (Lukšič-Hacin 1995, 94-95).

Skupinska identiteta ali občutek pripadnosti neki skupini je izraz interakcije med subjektivnim občutkom identitete, privrženostjo skupini in pripravljenostjo te skupine, da individualno identiteto prepozna in sprejme, pri čemer ji pripiše tudi določen status. Posameznik ima lahko različne skupinske identifikacije (se lahko identificira z različnimi skupinami), ki se med seboj usklajujejo in posamezniku določajo status. V tradicionalnih družbah je bil status v celoti kulturno in družbeno določen in podedovan. Z družbeno in kulturno diferenciacijo pa so se poleg »podedovanih« skupinskih identifikacij (narod, etnija, spol, rasa, religija, starost) razvile tudi »neobvezne alternative«, ki so predvsem vezane na izobrazbo, poklic, šport in glasbo. Tako je danes posameznik nosilec večih skupinskih pripadnosti, med katerimi prihaja do situacijskega uravnovešanja (Lukšič-Hacin 1995, 94-95).

Etnična identiteta je ena od najpomembnejših skupinskih identitet, ki je bila v tradicionalnih družbah zelo določujoča, hkrati pa je zagotavljala stabilnost osebnosti. Podrobneje se bom s problemom etnične identitete ukvarjala v naslednjih poglavjih, zato naj tu problem le nakažem. S pojavom že prej omenjenih alternativnih identifikacij in s tem lojalnosti (po S. Južničju je to način, kako se pripoznava pripadnost kaki skupnosti), ki lahko sekajo bazične skupinske identitete, je postopno prišlo do preobremenjenosti človeka. Stabilnost posameznikove identitete se je zamajala, kar je pripeljalo do zbeganosti človeka. V tem smislu je prišlo v postindustrijskih družbah do krize identitete, v družinah, kjer so se zlomile ideološke identitete nasploh (Lukšič-Hacin 1995, 96).

3.3 Spol

V družbi je ena od očitnih delitev prav delitev po spolu. Družbeni spol kot sestavni del kulture je pomemben dejavnik, ki vpliva na konstrukcijo identitete. V svetu se človek samoumešča v subjektivni svet, za kar sta podlaga spol in (heteroseksualna) spolnost. To razlikovanje med spoloma pomaga ohranjati družbeno neenakost in dominantno ideologijo.

Družbeni spol lahko opredelimo tudi kot konstrukt s prekrivajočimi in nasprotujočimi si kulturnimi opisi, ki se nanašajo na spolne razlike znotraj različnih družbenih, ekonomskih, političnih in ostalih kontekstov. Družbeni spol ne določa identitete v celoti, ampak je le del človekove identitete, ki je razdrobljena in dinamična, saj je vsak človek vpet v različne družbene prakse.

Diferenciacija po spolu pa je za človeka ena od osnovnih ločnic, ki vplivajo na oblikovanje posameznikove identitete. Tako ravno spolna neenakost vzdržuje delitev vlog med spoloma in v patriarhalni družbi tako ohranja hierarhijo med spoloma.

V najširšem smislu je pravzaprav spolna neenakost dejavnik, oblikovanja odnosov med spoloma. Večina družb različna človeška dela označujejo kot moško oziroma kot žensko delo, To sicer v izhodišču ni problem. Problem nastane in se izkristalizira takrat, ko postanejo moška dela bolj pomembna in družbeno bolj vrednotena kot ženska dela. To pa lahko vodi v nižje vrednoteno žensko kot tako.

3.4 Slog

Pomemben element subkulture sta tudi sistem vrednot in življenjski slog. V širšem smislu je slog tista notranja sila, ki daje življenju zunanji izraz. Odraža se v govorjenju, v kretnjah, v načinu obnašanja... V slogu se odraža človekov značaj, njegova vzgoja, okolje, njegovo doživljanje notranjega in zunanjega sveta.

Schoene (1994, 485) definira narodni karakter kot celoto psihičnih lastnosti, ki jih razumemo pod besedo karakter, katere so skupne večini pripadnikov nekega naroda in po katerih se ta razlikuje od ostalih narodov. Ker je pojem tako časovno kot prostorsko težko natančno določljiv, gledamo nanj kot na stereotip.

V sodobnih družbah pa se mora posameznik, če se hoče vključiti v družbo, poistovetiti s svojim delom in delovanjem. Gre za nenehno potrjevanje skozi individualni, osebni življenjski slog. To vpliva na celoten način mišljenja, na strukture identitet, na medsebojne odnose in na družbena razmerja. Ta ne temeljijo več na vnaprej zastavljenih razrednih, slojnih, kulturnih ali spolnih identitetah, ampak na bolj pluralno, individualno določenih, začasno zastavljenih življenjskih slogih. Vendar pa individualizacija ne pomeni neskončne možnosti izbire, ki jo ima človek. Gre za izbiro določene dimenzije, s pomočjo katerih ustvarja življenjski slog pri tem pa je hkrati odvisen od

socialnopravnih uredb, potrošnje, izobrazbe... Individualizacija tako ne pomeni naraščanja dejanske avtonomije človeka, ampak drugačno vrsto družbene hegemonije. Raznolikost izbir, kot rezultat tržne ekonomije, ne pomeni zgolj večje človekove svobode izbire, marveč tudi nov način obvladovanja človeka. Podvrženost omejitvam resursov in pritiskom mikro/makro okolja, omejitvam v izobrazbi in tudi osebnemu značaju, vse to vpliva na izbiro vsakega človeka. Individualizacija, ki temelji na medijsko eksploatiranih življenjskih vzorcih in produktih potrošniške proizvodnje ustvarja tako iluzorni vtis emancipatornega procesa, ki mu je človek podvržen. izdelki potrošniške proizvodnje služijo zgolj zunanjemu ločevanju človeka od človeka. V bistvu služijo demonstraciji posebnega življenjskega sloga, kar pa le prikriva standardizacijo identitet oziroma kopiranje tržno uveljavljenih identitet (Ule 2000, 48-60). Tako procesa individualizacije in deindividualizacije potekata z roko v roki. Posameznik se trudi izoblikovati čim bolj specifičen življenjski slog, ki se ne ozira k tradicionalnemu redu navad, ampak k različnim izbiram. Gojenje življenjskega sloga oziroma stila tako postaja osnova identitete sodobnega človeka.

Izhajajoč iz do sedaj navedenega, je ugotoviti, da gre za številne medsebojno delujoče dejavnike, od ekonomskih, kulturnih, socialnih, političnih, okoljskih, družinskih do individualno-psiholoških, ki vplivajo na človeka.

4 SPLOŠNO O GLASBI

Adorno je bil prvi, ki je sistematično pisal o popularni glasbi. Čeprav je bil njegov odnos do tega žanra negativen, pa je njegovo pisanje pomembno zaradi sistematičnosti in filozofskega diskurza, kar je njegove argumente naredilo relevantne. O popularni glasbi in z njo v zvezi govori o standardizaciji, psevdoindividualizaciji in njeni funkciji kot družbenem cementu. Adorno je želel utemeljiti objektivne razloge za nedvomno superiornost klasične glasbe. Nasprotno pa je smatral popularno glasbo manjvredno in banalno. Tipe poslušalcev je ločeval glede na načine poslušanja, ki po njegovem obstajajo. Poslušalce je razvrstil vse od ekspertov, ki glasbo poslušajo zavestno, do glasbenih ravnodušnežev, kot posledica pomanjkljive glasbene izobrazbe.

Adorno je bil do popularne glasbe zelo skeptičen. Popularna glasba naj bi namreč spodbujala pasivno poslušanje zaradi svoje fiskne sheme. »Spontanosti in koncentracije poslušalca lahka glasba, ki za svojo normo razglaša potrebo po sprostitvi po napornih delovnih procesih, ne zahteva, skoraj ne trpi« (Adorno 1986, 48). Nasprotno pa resna glasba zaradi kompleksne notranje strukture angažira domišljijo. V tem smislu deluje kot družbeni cement.

Kriterij, s katerim je Theodor Adorno klasično glasbo označil za edino estetsko vredno glasbo, saj naj bi bila kompleksna, univerzalna in predvsem originalna ter avtonomna, ima odločilno vlogo v preučevanju popularne glasbe. Namreč, klasična glasba naj bi nastala pod naravnimi pogoji, v duhu časa, brez teženj po zaslužku ali popularnosti, tako naj bi bila avtonomna, in izvzeta iz pritiskov socialnih faktorjev. Popularna glasba pa ima temelje prav v socialnih dejavnikih, ki določajo njeno produkcijo in potrošnjo in je zato neavtonomna. To, po Adornovem mnenju, pripelje do eksploatacije glasbe s strani glasbene industrije. Zato je popularna glasba standardizirana, kar naj bi dokazovalo dejstvo, da lahko dele popularnih skladb med seboj menjamo, ne da bi s tem kakorkoli škodovali izdelku. Hkrati pa zbuja lažen občutek drugačnosti, kar je možno zaradi procesa psevdoindividualizacije, ustvarjanja majhnih sprememb v stilu. Tako opisuje razliko med klasično glasbo in takoimenovano lahko glasbo, to je popularno glasbo.

Je pa Adorno kljub temu ta empirična dejstva preveč poenostavil. Frankfurtski šoli na splošno gre očitati preveč generalizacij, ki izhajajo iz analize enega samega historičnega okolja, to je Nemčije v 30-ih letih 20. stoletja.

Teorijo o kulturni industriji je moč problematizirati z razmišljanji Walterja Benjamina, ki je v vzponu tehnične reprodukcije in množične distribucije različnih umetniških oblik uzrl mnogo več kot zgolj standardizacijo in pasivizacijo potrošnikov. Za razliko od Adorna je pozdravljal preplet umetniške in družbene sfere, saj je ta proces razumel kot vzpostavljanje novih oblik komuniciranja med umetnostjo in občinstvi, ki bi lahko imele emancipatoren potencial v smislu duhovne samorealizacije množic. Zavračal je vztrajanje visoke umetnosti v izolirani sferi, izvzeti in odmaknjeni od družbenih nasprotij. Pozdravljal je napore tistih ustvarjalcev, ki so z uporabo množičnih medijev omogočali širšim občinstvom bolj demokratično sodelovati v procesu ustvarjanja kulture.

Družbeni pogoji v poznem kapitalizmu naj bi morali pospeševati mehanizme simbolne legitimacije in psihološkega motiviranja publike, saj to jamči kontinuiteto delovanja sistema. V 30-ih letih 20. stoletja je takšna kritična pozicija našla teoretsko utemeljitev v tradiciji frankfurtske šole, ki trdi - še posebej to velja za Theodorja Adorna, najbolj gorečega kritika popularne glasbe - da vsi kulturni produkti, ki ne zavzamejo celotne pozornosti svojega občinstva predstavljajo kapitalistična sredstva distrakcije, ki v potrošnikih spodbujajo pasivnost in s tem omogočajo ohranjanje statusa quo. Ta drža pogosto implicira to, da je sodobni potrošnik množične kulture nemočen v sistemu, ki obvladuje njegove izbire in je na milost in nemilost prepuščen mašineriji kulturne industrije. Uvrščajo ga v piramidalno strukturo z odtujenimi potrošniki množične kulture na dnu, ogroženimi potrošniki ljudske kulture delavcev na sredini in redkimi potrošniki visoke elitne umetnosti na vrhu. Toda ta pogled ne upošteva dejstva, da iste skupine in posamezniki lahko hkrati posegajo po različnih oblikah popularne pa tudi visoke kulture (Tomc 2002, 140). Podrejenost kulturne industrije ekonomski bazi in kulturnih potrošnikov razrednemu okusu se torej izkažeta kot manj zavezujoči, kot so si to predstavljali pripadniki Frankfurtske šole in njihovi nasledniki.

4.1 Splošno o žanrih

Žanre identificiramo glede na:

- prisotnost stilskih karakteristik,
- glasbene karakteristike in
- določen zvok, ki nastane na podlagi kompozicije, instrumentacije in nastopa (Weinstein v Shuker 2001, 150).

Vsak žanr se deli še na podžanre. Fleksibilnost določene zvrsti dopušča prepletanje različnih elementov, ki posledično ponudijo nov podžanr. Vloga glasbenega trga je zelo močna in ima velik vpliv na njihov razvoj. Za vsak žanr obstajajo določene karakteristike, s katerimi je le ta opredeljen.

Englis (Martin in McCracken 2001, 428) je analiziral videospote na MTV-ju o pomenu in uporabi videza na Švedskem in v Severni Ameriki. Proučeval je plesno glasbo, heavy metal, klasični rock, 40 takrat najpopularnejših pesmi, rap in novi val glasbe. Rezultate je razvrstil po šestih faktorjih, ki predstavljajo pomen izdelkov v samih videospotih:

1. moda (oblačila, pričeske, ličenje, nakit),
2. vozila (avtomobili, tovornjaki, motorna kolesa),
3. temačne stvari (alkohol, droge, orožje),
4. skupina (inštrumenti, tetovaže),
5. hrana (prigrizki, tobak, pijača),
6. "igračke".

Navedene kategorije predstavljajo značilnosti žanrov in predstavljajo njihov zaščitni znak. Kategorije se med seboj prepletajo in niso eksplicitno značilne samo za določen žanr. Prav tako ima vsak svojo stilsko podobo, ki ga na vizualni ravni že takoj loči od ostalih. Stil velikokrat igra pomembno vlogo pri občinstvu, saj se posamezniki z njim poistovetijo in ga posnemajo. S tem želijo pokazati, kateremu žanru pripadajo (Shuker 2001, 151).

Osredotočiti se je potrebno tudi na njih, saj so sestavni del popularne glasbe. Tako kot se med seboj razlikujejo izvajalci, se razlikuje tudi glasba, ki jo izvajajo. Sestavljena je iz različnih žanrov in vsak posamezno predstavlja unikatni glasbeni okus. Predstavlja namreč njeno tipizacijo.

4.2 Glasba v povezavi s kulturo in subkulturo

Številni avtorji glasbo opredeljujejo kot simbolno sredstvo, a se njihove definicije pojma simbolnega precej razlikujejo. Razpon definicij je velik, kjer je glasba lahko

pomenska oblika. Glasba namreč s svojo strukturo izrazi življenjsko pomembne izkušnje, ki jih drugače ni moč artikulirati. Drugi pa glasbo definirajo kot igro, ker simulira s podobami, ki postanejo tako žive, da jih ni moč doživeti kot resnične.

V širšem družbenem in kulturnem kontekstu glasbi pripisujejo simbolne vloge, skozi katere reflektirajo vrednote določene družbe. Skozi historična obdobja je velikokrat prihajalo do moralnih panik, ki so jih ustvarjali mediji. »Panika« prejšnjega stoletja je bil razmah jazza v obdobju med 20-imi in 40-imi leti v ZDA. Tedaj so jazzu kot žanru pripisovali vlogo zla, ki naj bi vplivala na celotno družbo. Ali pa punk v 70-ih letih, v katerem so videli več kot mladostniški upor oziroma simbolno zavračanje dominantnih ideologij. Podobno pa se je v 80-ih in 90-ih zgodilo tudi z alternativno glasbo kot subkulturo.

Predvsem za mlade, pa množična kultura predstavlja prostor kulturne avtonomije. Znotraj množične kulture obstajajo hierarhično organizirane diference, ki omogočajo in vplivajo na oblikovanje identitet, na posameznikovo razumevanje samega sebe in na samouvrščanje v širši družbeni kontekst. Tako popularna glasba predstavlja izrazit segment množične kulture, kjer se oblikujejo sodobne identitete. »Množična kultura je po mnenju njenih zagovornikov produkt demokratičnosti modernih družb in dejstva, da je vse več ljudi kulturno dejavnih, bodisi kot proizvajalcev, bodisi kot potrošnikov. Poudarek se torej premakne na posameznika, ki ima aktivno vlogo v ustvarjanju, posredovanju in recepciji kulture. V moderni skupnosti postane množična kultura na ravni vsakdanjega življenja hegemonika. S pomočjo medijev postane središčnega pomena za doživljanje modernosti« (Tomc 2002, 139).

Kompleksnost glasbe vpliva na oblikovanje subkulturnih skupin, ki tudi na ta način želijo izraziti svojo drugačnost in poiskati ter oblikovati svoje identitete. Ključna elementa, s katerima poudarjajo svojo pripadnost določeni subkulturi sta videz in način življenja. Brake je mnenja, da je subkultura privlačna zaradi upornišva, hedonizma in pobega od raznih omejitev v okolju. Ponuja zatočišče, kjer se prepletajo zabava, heteroseksualnost, moškost in ženskost. Ustvari se identiteta, ki je popolnoma drugačna od preostale družbe in je s strani pripadnikov pojmovana kot prostor ugodja (Shuker 2001, 206-209). To je pravzaprav odgovor na tradicionalno kulturo in njena načela.

4.3 Množični mediji

Kot navaja Bulc (2004, 2-3) sta za nadaljnje pisanje pomembni dve ugotovitvi: a) da se je obravnavanju kulture kot visoke umetnosti, ki izvira iz razsvetljenstva, v devetnajstem in dvajsetem stoletju pridružilo pojmovanje kulture kot načina življenja posamezne družbene skupine – naroda, razreda ipd. – ter b) da se je z razvojem tehničnih sredstev reprodukcije in z vznikom množičnih medijev visoka kultura začela konstituirati v nasprotju do popularne kulture, ki so jo kulturne elite obravnavale kot kulturo neukih množic, množično kulturo, utemeljeno na zakonih trga in ne na avtonomnih estetskih vrednotah.

To pomeni, da imajo množični mediji pomembne politične, socialne in ekonomske funkcije. Nosilci družbene moči preko medijev uresničujejo svoje interese in tako ohranjajo obstoječo hierarhijo družbene in politične moči. Mediji ne le posredujejo informacije, ampak so tudi element, ki je vpet v sistem družbenih odnosov in imajo moč razlagati in sooblikovati stvarnost (Verša 1996, uvod). Zaradi vpetosti medijev v družbene sisteme posredovanje informacij ne poteka na nevtralen način. Tako potrošniki medijskih vsebin konzumirajo medijsko realnost oziroma predelane dejanske dogodke.

Raziskave množičnih medijev seveda pripeljejo do raziskav potrošnikov medijskih vsebin tj. občinstva, ki so od začetnih behaviorističnih modelov napredovale do teorij, ki vse bolj relativizirajo vpliv medijev. Kulturne teorije občinstvo obravnavajo kot aktivni dejavnik. Pri tem medijski vpliv upošteva tudi ostale družbene vplive kot so okolje, izobrazba, že izoblikovan vrednostni sistem ...

4.4 Glasbena industrija

Glasbena industrija poseduje veliko moč pri produkciji in distribuciji glasbe. Gledano z zornega kota ekonomije pa to še ne pomeni, da so potrošniki popolnoma odvisni od nje. Tovrstna potrošnja je odvisna tudi od širšega družbenega konteksta, saj je potrošnik podvržen vplivom mikro okolice, ki delno uravnava njegov okus in posledično samo potrošnjo.

Nekateri avtorji menijo, da je glasbena industrija izkoristila kakor glasbo, tako seveda tudi občinstvo, a vendarle ni mogla nadzorovati pomenov glasbe in njenega vpliva na konstrukcijo identitet.

Čeprav se glasbeni industriji lahko zdi, da kontrolira potrošnike, vendar le ni zmožna oblikovati okusov in izničiti svobodno izbiro potrošnikov. Res je, da ima večina mlajših potrošnikov nediskriminatoren okus in sprejema, kar jim glasbena industrija ponuja, pa vendar še vedno manjšina ceni bolj nekomercialno glasbo.

Kulturo v širšem smislu, to je tekste in prakse vsakdanjika, je potrebno razumeti kot polje boja za definiranje skupnih in individualnih pomenov, o katerih govori Williams. V tem kontekstu se je potrebno strinjati s Hallom (Storey 1996, 2), ki je pozornost kulturnih študij preusmeril od samega procesa produkcije kulturnih tekstov k njihovi diseminaciji in potrošnji in opozoril na pomen kreativnih akterjev, ki niso nujno pasivni prejemniki različnih hegemonskih vsebin. Kultura je ključno prizorišče, na katerem se odvija borba za ustvarjanje in poustvarjanje družbenih odnosov v vsakdanjem življenju. Sledi, da tudi na glasbenem področju potrošniki aktivno posegajo v svoje okolje, ga dojemajo na različne načine, in v skladu s tem delujejo avtonomno. Tako različne kulturne medijske tekste berejo na različne načine, kritično ali reflektivno ali pasivno.

Ker so medijski teksti odsev nasprotij, ki izhajajo iz njihove produkcije, ne določajo ideološkega sistema. Zato so prenašalci številnih pomen in so odprti različnim modelom interpretacij. Medijski teksti so polisemični, to se pravi, da občinstvo z dekodiranjem ustvarja obraten proces kodiranja.

Po Hallovem modelu branja medijskih tekstov je le to odvisno od različnih družbenih vplivov in je lahko dominantno ali opozicijsko. Model daje možnost, da pomeni tekstov nastajajo na ravni produkcije, kar prispeva k ohranjanju obstoječe hierarhije moči znotraj družbe, ali da so sporočila ideološko konformna, vendar pa občinstvo ta sporočila še vedno lahko razume na njim lasten način. Koncept aktivnega občinstva pojmuje ljudi kot aktivna bitja, ki nasprotujejo ali polemizirajo sporočilnosti tekstov.

5 GLASBA, SPOL IN SPOLNA NEENAKOST

Popularna glasba deluje na ambivalenten način, se pravi, da deluje kot oblika spolne ekspresije, in kot oblika spolne represije. Glede na spol so razlike znotraj subkultur očitne kot v dominantni kulturi. McRobbiejeva piše, da so subkulture v mnogih pogledih odsev dominantne kulture, čeprav so lahko v določenih pogledih subverzivne, v drugih pogledih pa le reproducirajo obstoječe stanje v dominantni kulturi.

Obstaja različna definicija med biološkim; sex in družbenim; gender spolom. Po biološki definiciji je ločeno človeštvo na ženske in moške, po družbeni pa na ženskost oziroma moškost. Prvi, ki je začel s tem ločevanjem, je bil ameriški psihoanalitik Robert Stoller leta 1968. »Gre za razlike na področju feminilnosti in maskulinosti, torej kaj se razume kot obnašanje primerno za ženske in moške. Biološki spol pa je posledica bioloških dejavnikov ter loči moškega in žensko glede na fizične razlike. Navidezno ni tako spremenljiv kot družbeni, vendar se ga vseeno da vizualno spremeniti« (Butler 2001, 18). Beauvoirjeva pa (v Butler 2001, 20) navaja, da se ženska ne rodi, ampak to postane. Po njenem mnenju je družbeni spol konstruiran in ne določen. Ženska postane s kulturno prisilo, ki ne izhaja iz biološkega spola, ampak iz družbe same. Po drugi strani pa so mnogi lingvisti znotraj družbenih znanosti zatrjevali, da družbeni spol ni homogena kategorija. Predstavlja le kombinacijo statusa, identitete in predstavitev posameznika, ki je prisotna v različnih skupinah moških in žensk, ki so ločeni glede na biološki spol (Lorber v Hogg in Garrow 2003, 161).

Rock se postavlja s tem, da predstavlja liberaliziran žanr, toda njegov liberalizem se skriva globoko v konzervatizmu. Spolno razlikovanje je očitno tudi v razmišljanju. Jimi Hendrix je izjavil: »Mesta se spominjam samo po njegovih frajlah.«, Janis Joplin pa: »Na odru se ljubim s petindvajset tisoč različnimi ljudmi, potem pa grem domov sama.« Če primerjamo njuni izjavi, vidimo da je moška fantazija biti obkrožen s številnimi oboževalkami, medtem ko ženske ne potrebujejo obdelave svojega ega na tak način (Raphael v Lukšič 1997, 64, 65).

5.1 Glasbena industrija in spol

Negus v knjigi *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry* že v uvodu zapiše, da popularna glasba nastaja v nenehnem dialogu med produkcijo in

potrošnjo (Negus 1992, uvod). Zato glasbena industrija, kljub določevanju žanrov, ne more v celoti vplivati na potrošnikove izbire izdelkov, ker je potrošnikom glasbe jasno, kaj je komercialno in kaj ne.

V glasbeni industriji so managerji pretežno moški, producenti pesmi ali producenti videospotov v glasbeni industriji so pretežno moški, tudi lastniki založb so pretežno moški. Vloga ženske je lahko tako omejena na moško videnje ženske oziroma na moško razumevanje ženske ustvarjalnosti. Moč je zaključiti, da sta opisana vloga in pomen moškega spola v glasbeni industriji odgovorna za nastanek in za razširitev popularne glasbe. Tako glasbena industrija deluje po načelu spolne strukture.

Evidentno je, da je v ospredju glasbene industrije vedno ekonomski motiv, ki žene vse akterje do čim večjega uspeha. Ker pa v celotni glasbeni industriji prevladujejo moški, imajo le-ti večjo možnost postavljati pogoje za uspeh glasbenih izvajalcev in ostale glasbene srenje. Po mnenju Fritha in McRobbiejeve (Frith in Goodwin 1990, 342) ženske v glasbi izrablja glasbena industrija, ki je pretežno v domeni moških. Ker so z večjega dela procesa izločene in pogosto nimajo pomembnejše vloge, kljub temu da v njej sodelujejo so potisnjene s svojo aktersko vlogo na rob managerskega dela v glasbeni industriji. Tako se ločita področji maskulinnosti in feminilnosti. Prvo je predstavljeno kot agresivnejše in naprednejše, medtem ko je feminilnost v samem procesu ustvarjanja predstavljena bolj zavirajoča.

Znano je, da so bile ženske v preteklosti pogosto izključene iz raznih dejavnosti, zato tudi glasbena industrija ni nobena izjema. Njihova vloga je na nek način omejena skozi moške. Definicije o tem, kaj sploh je žensko delo, niso jasne. Največkrat je bilo definirano kot vse dejavnosti, ki niso primerne za moške. Vendar se tako pojmovanje nikoli ni prekrivalo z deli, ki so jih dejansko opravljale, saj so skoraj vedno opravljala tudi moška dela (Makarovič 2002, 65).

5.2 Glasbena industrija in občinstvo

Občinstvo predstavlja družbeno skupino ljudi, ki svoj način življenja izraža skozi glasbo, ki jo posluša. S strani glasbene industrije je naslovljena preko množičnih medijev (Frith, Goodwin in Grossberg 1993, 72). Občinstvo sestavljata oba spola. Prisotna sta v vseh žanrih, a tudi tu obstajajo razlike v manjšini in večini določenega

spola v posamezni zvrsti glasbe. Občinstvo sestavljajo skupina ali skupine ljudi, ki imajo enake ali podobne interese v neki dejavnosti oziroma umetnosti. Globalna razširjenost določene umetnosti pa nas vodi do nastanka množičnega občinstva. »Glasbeno občinstvo le-to sprejema kot:

1. obliko kulturnega kapitala,
2. vir za oblikovanje lastne identitete,
3. vir zadovoljitve potreb« (Shuker 2001, 193).

Neprimerno bi bilo sklepati, da se ženska kot poslušalka razlikuje od moškega. Oba na enak način dojemata glasbo, se z njo poistovetita in v njej uživata. V tem ne obstaja spolno razlikovanje. Teoretično pa obstaja glasba, ki bolj privlači ženske kot moške. Ponavadi gre za zvrst, kjer ima ženskost prevladujočo vlogo. Gre za ideologijo romantike in privlačnosti, ki jo izžareva (Frith in Goodwin 1990, 387).

Vsak žanr ima svoje občinstvo, ki pa je lahko opredeljeno etnično, statusno, spolno, starostno... V glasbi pa obstajajo tudi samo ženski žanri oziroma žanri, ki so bolj značilni za žensko občinstvo in seveda obratno.

5.3 Glasbenice in žanri

Raphaelova (v Lukšič 1997, 55) je mnenja, da se morajo glasbenice držati tradicionalnih konceptov lepote. Morajo biti spolno privlačne in se prilagoditi vizualnim standardom, ki veljajo v glasbeni industriji in medijih, ki pa sta v domeni moških.

Glavni problem narave posameznega žanra je pomen ženskosti in moškosti. Plesni pop je na splošno ženski žanr, medtem ko je heavy metal razumljen kot tipično moški. Prav tako rock že od nekdaj velja za žanr moških, vendar se kljub temu v njem pogosto pojavljajo izvajalke. Vanj vnesejo ženski pridih, zato so v očeh mnogih videti kot stereotipna moška predstava ženske (Shuker 2001, 232).

(Bayton v Bennett 2000, 46) meni, da so se ženske izvajalke najbolj uveljavile v komercialnem popu, ampak njihov položaj v katerem koli svetu žanrov je bil vedno bolj vokalen kot inštrumentalen.

Gottlieb in Wald (v Bennett 2000, 145) sta mnenja, da je občinstvo namreč navajeno na moško izvedbo, brez pridiha feminilnosti, ki ga vnesejo ženske. Nanje začnejo

avtomatično gledati kot na objekt poželjenja in se bolj osredotočijo na njih same, kot pa na glasbo, ki jo izvajajo.

Butler (v McCarthy 2006, 72) navaja, da je ženskim rock izvajalkam težko izvajati to zvrst, ne da bi pri svojem nastopu bile »ženske« izvajalke. Pri pogledu nanje se takoj asociiramo na komercialni pop, ki naj bi bil tipično značilen ženski žanr. Mnoge znajo to tudi izkoristiti in na ta način zasloveti.

Seksizem je v rocku razširjen ravno tako močno kot v drugih zvrsteh. Zajema celotno strukturo glasbene industrije, vključno z besedili pesmi (Chapple in Garofalo v Shuker 2001, 231).

Pred punkom so v glavnem bile lahko le izvajalke, ki so prepevale lahkotne pesmi o ljubezni. Konec 60-ih so celo lahko uspele glasbenice, ki so bile kantavtorice. Toda uspele so na način, ki so ga usmerjali moški producenti, managerji, novinarji in kritiki.

5.4 Seksizem

Konstrukcija seksualnosti je izjemno pomemben ideološki element rock žanra, kjer ne gre za izražanje naravne seksualnosti, ampak gre za ideološki konstrukt. Seksualna izrazitost je tista funkcija rocka, ki je najbolj ciljana za mladinsko kulturo. Psihološke in fizične napetosti, ki so jim odraščajoči mladostniki podvrženi, pa najdejo svoje mesto in možnost artikulacije znotraj rock kulture. Besedila rockovskih pesmi sledijo že preverjenim formulam romantične ljubezni. Zvok in ritem se napajata v seksualnih reprezentacijah. Rock glasba kot ideologija in kulturna oblika ima izjemno močno vlogo v procesu učenja seksualnih vedenj. Skozi svojo zgodovino je postala sinonim za moško seksualnost, kar je tudi razlog, da hkrati deluje kot oblika seksualne ekspresije in represije. Ker rockovska glasba deluje kot oblika seksualnega izražanja in kot oblika seksualne kontrole, je iskati ideološki pomen te glasbe v kulturi potrošnikov in v širšem družbenem in političnem kontekstu.

Po mnenju McRobbiejeve je rock glasba najbolj nedvoumno povezana s seksualno izraznostjo. In ravno ta odnos med rockovsko glasbo in seksualnostjo moramo razumeti tudi zato, ker se skozi potrošnjo rockovske glasbe ljudje učijo seksualnih vlog, kar pomembno prispeva h konstrukciji identitet.

Ženske, ki se odločijo ukvarjati z rock glasbo, se soočajo s podrejenostjo, kot v vseh drugih poklicih, zatirana podoba ženske pa je vgrajena v same temelje rock zgradbe. Tako moška oziroma divja in nekontrolirana seksualnost, kot ženska pasivna in pokorljiva seksualnost sta ideološka konstrukta. Razlika pa je v tem, da je rock neposredno fizično in psihološko izražena seksualnost, medtem ko glasba, ki naj bi jo poslušala dekleta, zanika ali potlači seksualnost (Frith in McRobbie v Frith in Goodwin 1990, 380).

5.5 Spolna neenakost

Spolna neenakost ni samo prisotna, ampak globoko zakoreninjena na vseh področjih družbe. Prisotna je tako v privatnih in v javnih sferah življenja. Značilnosti spolne delitve dela in posledično spolne neenakosti so skozi posamezna historična obdobja nihala glede na razredno, regionalno in etnično pripadnost (Černigoj-Sadar 2000, 32).

Bem (v Hogg in Garrow 2003, 162) je gledal na koncept maskuliniteti in feminilnosti kot na ločeni dimenziji. Toda kljub temu je veliko posameznikov, ki imajo značilnosti obeh dimenzij, ki na različne načine vplivata na delovanje osebe.

Teorija o različnosti spolnih vlog pa pravi, da v večini družb ostaja delitev dela po spolu. Prav tako pravi in presoja o tem, kaj je primerno za moškega in kaj za žensko. Zato obstajajo moške in ženske dejavnosti. Toda moški naj bi izvajal tiste dejavnosti, ki imajo z zornega kota družbe večji pomen in celo manjšo stopnjo nadzora.

6 ALTERNATIVNA GLASBA

Zakaj sploh poslušamo glasbo? Čeprav so motivi različni, je dolgoročno gledano, v ospredju izgradnja identitete, ki se z zornega kota naše obravnave vzpostavlja v kontekstu navidezne izbire.

Namreč, komercializacija popularne glasbe, naj bi bila po Frithu v 50. letih posledica feminizacije in v 60. letih maskulinizacije popularne glasbe. Feminizacijo Frith razlaga s tem, da so v 50. letih navdih za enostavne ljubezenske pesmi iskali v romantičnih konvencijah, maskulinizacijo v 60. letih pa z uveljavitvijo rock oblike kot moške oblike izražanja. Četudi so nekatere ženske izvajalke pokazale, da je spol v bistvu predstava in da je resničnost identitet vprašljiva, pa »pri rocku vznemirja to, da se predstavlja in ponša z liberalizmom, s predrznostjo in subverzivno sposobnostjo. Toda njegov liberalizem skriva globoko zakoreninjen konzervatizem« (Raphael 1994, 64). Pri nadaljnjih zgodovinskih študijah kultur in predvsem samo subkultur, so se v 80-ih, predvsem pa v 90-ih letih v razprave intenzivneje vključevala tudi vprašanja v zvezi z identiteto, raso, seksualnostjo, družbenim spolom..., katerih vloga znotraj kulture se zaradi različnih družbeno zgodovinskih kontekstov ves čas spreminja in ni nikoli fiksna. Po McRobbiejevi so ženske identitete v 80-ih in 90-ih letih dosti bolj fleksibilne kot v poznih 70-ih letih.

Prav (ne)uspešnost vzpostavitve kolektivne identitete je eden temeljnih problemov, s katerimi se sooča alternativna scena. Glasbene preference namreč imajo osrednjo vlogo pri interpretaciji določene subkulturne scene. Pri alternativni glasbi pa je problematična že sama definicija termina. Kot kulturni produkt ima glasbeni žanr več plasti reprezentacij, zato alternativne glasbe ne moremo definirati le skozi muzikološko stališče, kajti pomembni so tudi občinstvo, način produkcije, umetniška ideologija...

6.1 Glasbena industrija in žanr

V splošnem je glasbeno občinstvo podvrženo globalnim trendom, ki jih diktirajo glasbene multinacionalke.

Velike glasbene korporacije pravzaprav nadzorujejo tri ključne dejavnike za svojo produkcijo ter produkcijo tržnih uspešnic:

- a) monopolizacijo vseh oblik distribucije;
- b) sklepanje dolgoročnih pogodb s posamezniki in uveljavitev njihovega imena pri občinstvu in
- c) ohranjanje tesnih vezi z mrežo ustvarjalcev radijskih programov.

Osnoven problem glasbene založbe, kako spremeniti glasbo v blago, se rešuje tako, da se določi njen žanr (Frith 1996, 76). Določanje žanra ima vpliv na vse, kar se z določenim izvajalskim segmentom glasbenega sveta dogaja, saj se od njih pričakuje, da se s trenutkom od podpisa pogodbe z založbo, obnašajo na točno določen način. Žanri so pomembni za prodajalce, radijske postaje, glasbene revije in organizatorje koncertov, torej za ves glasbeni svet. Po Frithu določanje žanrov kaže na to, kako bi glasbena industrija rada videla trg, vendar pa se največkrat izkaže, da potrošniki ne poslušajo le ene zvrsti in da se večina ne strinja, katera glasba spada v določen žanr. Pri definiranju žanrov je pristop delno muzikološki, saj je glasba definirana glede na ritem, obliko in uglasbitev. Gre torej za vsebino glasbe, ne pa za možnosti izbire na glasbenem tržišču.

Sam koncept žanra ni definiran kot literarno estetska kategorija, ampak se v medijskih študijah vpisuje predvsem kot industrijska kategorija (Vidmar 2001, 17). Žanr je rezultat delovanja sistema konvencij, »ki posredujejo med industrijo, tekstom in subjektom v zgodovinsko specifičnih kontekstih« (Vidmar 2001, 19). Z družbenega vidika žanr prenaša določene vrednote in norme, z estetskega vidika pa naj bi potrošniku obljubljal določeno izkustvo. Žanri pa ne opišejo le poslušalcev, ampak povedo tudi kaj jim glasba pomeni, s tem pa se definicija žanrov spremeni v ideološki in družben argument. Kar glasbena industrija dela s tem, ko določa žanre je, da ustvarja »... fantazijskega potrošnika in zato v principu glasbena industrija prej sledi, kot pa ustvarja okuse« (Frith 1996, 85).

Kakšna je specifičnost alternativne glasbe? Po Epsteinu je termin alternativna glasba širok. Pokriva raznolike zvrsti glasbe in glasbene scene. Ima edinstven stil in je narejena v sodelovanju z neodvisnimi založbami ter predvajanja na lokalnih radijskih postajah (Epstein 1998, 20). Alternativno glasbo bolj kot žanrska enakost povezuje etika se pravi njen odnos do glasbene industrije in do družbenih norm. Torej gre v alternativni glasbi za specifičen odnos do etabrirane umetnosti in do dominantne kulture. Če alternativno glasbeno ustvarjalnost tretiramo kot vzporeden svet dominantni kulturi, ki temelji na subkulturniški poziciji, ugotovimo, da se ne ukvarja z lastno legitimnostjo, ampak s

produciranjem glasbenih novosti ali celo inovacij. Tako alternativna glasba svojo avtonomijo doseže s konstantnim preoblikovanjem že obstoječih glasbenih oblik. Tako je pomemben aspekt alternativne glasbe njena kritičnost in njeno redefiniranje dominantne kulture. Alternativna glasba zato obsega več vrst žanrov.

Žanr ima torej smisel le, če obstaja nek mainstream, od katerega se loči. Po Thorntovi pa mainstream ni dejstvo, ampak koncept, stvar različnih meril in sodb (Thornton in Gelder 1997, 97). Če niti mainstream ne obstaja kot enoten koncept, potem težko definiramo tudi žanre, ki so le v opoziciji z njim. Definicija mainstreama in posledično tudi ostalih zvrsti glasbe, je torej odvisna tudi od osebnih pogledov, potreb in prepričanj. Kaže pa tudi na to, da le malo ljudi posluša eno samo zvrst glasbe.

Alternativno glasbo moramo kot vsak drug kulturnoumetniški pojav opazovati znotraj dinamičnega medsebojnega odnosa produkcijskega konteksta, kulturnega teksta in njegovih ustvarjalcev ter občinstva. Tako se neodvisna glasbena produkcija, ki je značilna za alternativno glasbo, kot opozicija dominantni glasbeni produkciji gradi na vsebinski ravni, toda kljub temu je le vpeta v dane tržne mehanizme. Neodvisne glasbene založbe so večinoma majhne. Medtem ko velike glasbene založbe z lansiranjem komercialno uspešnih izdelkov obvladujejo trg, majhne in neodvisne založbe odkrivajo novosti, odkrivajo še neveljavljene lokalne glasbenike ali žanrsko specifične skupine. Ideologija neodvisne produkcije je tako ostala v domeni peščice, ki ni sprejela jasnih in prepoznavnih vzorcev, ampak je na DIY način ustvarila svoje. Posebnost alternativne glasbene scene je ravno v njeni neodvisnosti od globalnih tržnih zakonitosti, ki jih narekuje kapital.

Zgodovina kaže, da je glasbena industrija na specifičen pojav alternativne glasbe odreagirala tako, da je začela kupovati manjše neodvisne založbe in je v svoj repertoar uvrščala t.i. alternativno glasbo. Vendar so se alternativne skupine na to odzvale na različne načine. Ene so v 90-ih letih postale del mainstreama in oblikovale svoja stališča glede glasbene industrije, druge pa so glasbeno industrijo preprosto ignorirale.

Od popularne glasbe se alternativna glasba loči tudi po občinstvu. Večinoma gre za ozek krog poznavalcev in pripadnikov različnih subkultur. Bistvo, ki alternativno glasbo loči od ostalih glasbenih subkultur je, da ne temelji na golem konzumerstvu, saj ni delitve na izvajalce in občinstvo. Razliko med ustvarjalcem kot genijem in ustvarjalcem

sodobne urbane umetnosti dobro ponazori primerjava med levo orientiranimi rockovskimi kritiki in akterji punk rock scene. »Prvi so od punkerjev pričakovali, da bodo spodnesli sam rock'n'roll business, če že ne kar kapitalizma v celoti. Za razliko od njih so punkerji rock'n'roll doživljali najprej kot medij ustvarjalne zabave, medtem ko je bilo zavzemanje za večjo odprtost industrije zabave ter posledično za večjo dostopnost alternativnih rockovskih stilov na trgu sekundarnega pomena« (Tomc 1994, 150).

Strnemo lahko, da alternativna glasba implicira napad na dominantno kulturo in predstavlja »potencialni substitut za hegemonsko organizacijo« (Grossberg 1997, 486). Pri alternativni glasbi v odnosu do popularne kulture, gre predvsem za vsebinsko zavračanje ideologije kapitalizma, ki jo v precejšnji meri reprezentira popularna kultura. Množični mediji, potrošništvo in glasbena industrija so elementi, ki ustvarjajo trg, le - ta pa določa naš okus. Mladina je pod pritiskom vseh teh dejavnikov in v navidezni izbiri pač poiskala tisti izdelek, skozi katerega vladajoči razred »na podlagi identifikacijskih shem množicam vsiljuje svojo lastno ideologijo« (Adorno v Muršič 2000, 193).

6.2 Glasbena industrija in spolna neenakost

Skozi analizo branja medijskih tekstov in razumevanju vpliva na konstrukcije identitet moramo prvo razumeti, kako se družbeni spol izraža skozi potrošnjo medijskih vsebin. Spreminjanje vloge družbenega spola pri konstrukciji identitet pripelje do spreminjanja odnosa posameznika do izdelkov popularne kulture. McRobbieja pravi, da sicer ni jasnih dokazov, da so ženske v 90-ih letih bolj neodvisna kot so bila v 70-ih letih, vendar pa je prav omenjen odnos do izdelkov popularne kulture vplival na to, da so bile ženske bolj vključene tudi v popularno glasbo. Ženske so jemale glasbo kot zabavo in jih popularna kultura ni nagovarjala tako kot jih je včasih. Popularna kultura po McRobbiejevi uporablja "feministični slovar" (McRobbie 1994, 165), ki ženske spodbuja k samospoštovanju, k neodvisnosti, h kreativnosti...

Feminizem, kakor tudi vprašanja glede enakopravnosti spolov sta vplivala na družbo in na družbene institucije in s tem na popularno kulturo. Le- ta je začela feministična vprašanja vključevati ne le v tradicionalno ženske medijske vsebine, temveč tudi v vsebine, kot je rock glasba. S tem, ko so si feministične ideje utrle pot v ideološke strukture družbe in postale del splošne kulture ženskosti (McRobbie 1994, 158) so tudi pokazale, da so ideološke strukture spremenljive. Izrazito glasbeno izražanje žensk se je

začelo z valom feminizma, t.i. neofeminističnih gibanj sredi 70-ih let 20. stoletja. Cilj je bil doseči družbo, kjer je glavno načelo enakost. To je bilo tudi obdobje, ki ga je Kate Millet opredelila kot moško dominacijo in razmerje moči, s katerim moški vladajo ženskam (Jalušič 1992, 128-129). Pojavilo se je mišljenje, da mora ženska delati tisto kar hoče, ne pa kar se od nje pričakuje. In še to le na družbeno sprejemljiv način.

S punkom in z držo DIY je bilo ženskam omogočeno ustvarjati glasbo na njihov način in pod njihovimi pogoji. Punk je z zavračanjem klišejev rock glasbe ponujal ženskam novo glasbeno nišo. Pa vendar je bila scena punka in hard cora v 70-ih in 80-ih letih pretežno moška scena. Glasbena industrija je prvič dala možnost ženskam, da so izrazile svoja stališča, a so se kljub temu uporabljala dvojna merila pri ocenjevanju moških in ženskih glasbenic.

Pomembna karakteristika, ki jo je v rockovsko ustvarjanje vpeljal punk, je deseksualizacija rock glasbe. Le ta je preprečila, da bi spolnost kreirala potrošnjo, kot je to počel rock pred punkom. Začetni punk ni vseboval romantičnih pesmi, ki bi ženske opredeljevale kot objekt ljubezni in s tem spolnosti. Punk ideologija je bila do žensk zelo emancipatorna. Rezultirala je v osamosvajanju žensk in v njihovem vse pogostejšem pojavljanju v punk skupinah kot avtorice ali kot izvajalke. Ženske izvajalke v rock glasbi so se pojavljale že pred pojavom punka, a je rock zelo izrazito konstruiral njihovo vlogo. Medtem ko rock glasba v glavnem ženske obravnava kot objekt seksualnega poželenja, je punk s svojimi DIY stališči ženskam omogočil prostor, kjer so se lahko svobodno izražale brez klišejev, tako značilnih za mainstream kulturo. Tako žensko goloto na odru znotraj punk scene sicer lahko razumemo znotraj konteksta provokacije, ki pa ji je odvzet pridih seksualnosti. Ženske so znotraj punk scene ohranile svoj ustvarjalni položaj in imajo vlogo akterk.

Zmotno je misliti, da sta obe spolni vlogi v punku popolnoma izenačeni, a ženska vloga kot subjekt znotraj punk scene ruši stereotipne predstave žensk v rocku zgolj kot objekt. Ženske imajo položaj aktivnih subjektov, s tem pa se izraža tudi protiseksistična usmerjenost punka, ki je v današnji obliki ena glavnih t.i. punkovskih manifestacij.

6.3 Seksualnost in vizualnost

Glede na to, da rock glasba po eni strani deluje kot oblika seksualnega izražanja, po drugi strani pa kot oblika seksualne kontrole, je ideološki pomen te glasbe treba iskati v

kulturi potrošnikov in v širšem družbenem in političnem kontekstu. »Ekspresija in kontrola sta simultana vidika načina, po katerem deluje rock glasba; problem pa je razložiti, kako rock, skozi ideologijo, oblikuje svoje seksualne reprezentacije« (Frith in Goodwin 1990, 373).

Pametno je ponazoriti Madonno oziroma njeno »pot«. Je tipičen proizvod samozavestne seksualnosti žensk v 90-ih, svoj uspeh pa je začela slaviti sredin 80-ih. Je prva prava sodobna pop zvezda v času videa. Pripomogla je k erotizaciji »imagea« po vsem svetu. Bila je med prvimi, ki se je zavedala, da za uspeh ni potreben dober glas, ampak je treba predstaviti in izkoristiti svojo podobo. Šestdeseta leta so s prevlado mode baby boom generacije, dale impulz uveljavitvi vse večje seksualne svobode. Osemdeseta pa so prinesla še več kontradiktornosti. Na eni strani omejevanje spolne svobode in obnavljanje tradicionalnih vrednot, vsekakor tudi zaradi nevarnosti AIDS-a, na drugi strani pa so se pojavile izvajalke, ki so brez predsodkov uveljavljale ženstvenost in žensko spolnost, povezano s spoznanjem kako pomembna je spolnost v človekovem življenju. Končala se je medijska podoba romantične, lahkomiselne zapeljivke kot tudi senzualnost.

Madonni so bili moški zelo naklonjeni, delovala je erotično, spolno stimulatивно, dekletom v puberteti pa je predstavljala pozitiven vzor spolnosti kot sredstva za aktivno in enakopravno komunikacijo z moškimi. Madonna je mladim ženam pokazala, kako naj bodo popolnoma ženstvene in seksualne in obenem same obvladujejo svoje življenje. Pokazala jim je, kako so lahko istočasno privlačne, senzualne, energične, ambiciozne, agresivne.

Simon Frith in Angela McRobbie pišeta, da je rock kot žanr predvsem mačističen. Med množičnimi mediji je rock glasba, po njunem mnenju, najbolj nedvoumno povezana s seksualno izraznostjo. »To kaže na njegovo funkcijo kot oblike izražanje mladine: rock se ukvarja s problemi pubertete, privlači in izraža psihološke in fizične napetosti odraščanja in spremlja trenutek, ko se fantje in dekleta učijo vlog javnega seksualnega obnašanja« (Frith in Goodwin, 1990, 371). Pomembnost odnosa med rock glasbo in seksualnostjo torej ni le stvar akademskega diskurza, pač pa je pomembno ta odnos razumeti tudi zato, ker se skozi potrošnjo rock glasbe ljudje učijo seksualnih vlog in občutij, kar pomembno prispeva h konstrukciji identitet.

Davies govori o “junaštvu” moškega in o tisti nežnejši ženski vlogi. »Da bi bili dojeti kot uporniki, je izvajalcem v veliko pomoč, če so videti jezni, najsi bodi v političnem smislu ali le posplošeno jezni na svet. Jeza je dojeta kot moška lastnost, tako da tudi, ko si ženske drznejše izraziti jezo, ni videna v teh pogojih: jezna ženska je nerazumna ali celo blazna, surova karikatura brez plemenitosti, intelekta ali etike« (Davies 2001, 307) ... medtem, ko je z drugega vidika mogoče zaznati “dokaz” enakovrednosti spolov v glasbi – gre za ustanovitev prve glasbene ženske založbe leta 1973; Olivia Records. S tem se je vseeno odprla pot mnogim drugim ženskam, ki so si ustvarile kariero na glasbenem področju.

»Rock je konstruiran kot naravno moška sfera, v kateri ženske zaradi spola in seksualnosti nikoli ne morejo biti popolnoma inkorporirane, termin ženske v rocku namiguje na naključnost in nepopolnost ženskih performerk. Pa tudi na njihovo neavtentičnost v primerjavi z moškimi umetniki« (Sukić 2002, 273).

6.4 Ženska kot objekt / subjekt v glasbi

Ženska kot vsestransko ustvarjalna oseba, je v masovnih medijih neopazna, pojavlja se samo kot spolno bitje in kot najboljši način za pritegnitev kupcev različnih proizvodov (Jogan, 1990). V medijih, preko erotiziranih fotografij, se ženska predstavlja kot objekt in kot proizvod, ki ga lahko moški kupijo, tako kot vsak drug proizvod v kapitalizmu. Ženske, ki v medijih pristajajo na takšno vlogo, obenem vplivajo na številne mlade generacije deklet, ki posnemajo njihovo obnašanje in s tem pristajajo na vlogo žensk, kot jo vsiljujejo masovni mediji. Širjenje informacij ni nepristransko, ni nepolitično in ni spolno enakopravno (Jogan 2001, 6).

Sprva je vse podrejeno ustvarjanju določenega simbola ženske, ki z izkoriščanjem in manipulacijo seksualnosti vzpodbuja domišljijo občinstva in se tako predstavlja kot popolni pop izdelek, ki je stalno prisoten v medijih, občinstvo pa od »nje« pravzaprav živi, njej pa so koristni kot brezplačna reklama. Torej, tovrstni model izvajalke kot objekta je vladal na pop sceni vse do pojava punka, ko ženske izvajalke in avtorice postanejo subjekt.

Medijske ekipe in glasbene izvajalke se v cilju za dobičkom poslužujejo izkoriščanja spolnosti, ki podzavestno draži moško domišljijo. Vplivajo pa tudi na ženski del publike, ki se po eni strani identificira z njimi, po drugi strani pa se na žensko publiko vpliva s pritajenim lezbičnim duhom, ki se od 90-ih let pojavlja v vseh medijih. Lezbični »image« je provokacija mnogih glasbenih izvajalk, vse pa se odvija v cilju večje medijske pozornosti in s tem večjega zaslužka. Glasbenica se predstavlja kot telo, okras, objekt, ona je instant spolno bitje (Jogan, 2004), je najboljšo sredstvo za prodajo proizvoda glasbenih založb; ona sama je ta proizvod. Namen je pritegniti pozornost, pridobiti kupca in prodati izdelek.

Ženske izvajalke na okoliški domači sceni so prevzele zakonitosti svetovne pop industrije, jo prilagodile domačim specifičnim pogojem in potrebam in v veliki večini postale del verige glasbene industrije, ki ima za edini cilj dobiček za njih same, za managerje, za producente. Edina razlika od prejšnjih desetletij je, da je v 90-ih letih delež glasbenic daleč največji do takrat, so pa ženske izvajalke ponovno postale objekt. Izvajalke prevzamejo stil, obnašanje in »image«, ki je povsem podrejen vsem pravilom masovnih medijev in tako ponovno prevzamejo vlogo objekta. Zgodovina se je vrnila nazaj v čas pred punkom konec 70-ih.

MTV je pričel z oddajanjem videospotov, 1. avgusta, leta 1981. To je bil nov, neverjetno privlačen medij, ki je ponujal obilico podob iz fantazijskega sveta medijske kulture. Prevlada slike nad besedo se je popolnoma ujela s prevlado spolnosti na svetovni glasbeni sceni, kjer so videospoti postali promotor novega načina prikazovanja telesa in spolnosti. V vsakdanjiku smo lahko –in še lahko- spremljamo ponavljanje seksističnih spotov, v katerih pa prevladujejo »rap kriminalci« z obveznimi vrhunskimi avtomobili, opojnimi substancami, tudi orožjem in velikim številom pomanjkljivo oblečenih (ali tudi slečenih) deklet in žensk, ki vulgarno ali vsaj zapeljivo plešejo na njihovo glasbo in čakajo na moški namig, ko bodo zanj storile vse, kar jim bo »ukazal«. Zanimiv je podatek, ki sega v leto 1984, kjer sta na prvi podelitvi MTV nagrad blesteli Madonna, ki je zaznamovala z »po tleh valjajočo se« izvedbo skladbe »Like A Virgin« in Cyndi Lauper, ki je prejela nagrado za skladbo »Girls Just Want to Have Fun«. Leta 1990 pa je Madonna ponovno nastopila na MTV podelitvi, kjer so ji očitali, da se je obnašala kot pocestnica (ob izvajanju skladbe »Vogue«), saj je bila oblečena kot Marie Antoinette, plesalci pa so ji gledali pod obleko in se dotikali njenih prsi. Če poskočimo

še za naslednjih pet let naprej, v leto 2000, tokrat na odru šokira Britney Spears, ki je bila oblečena v...skoraj nič. Leta 2003 pa so se Madonna, Britney in Christina Aguilera na odru poljubile ter seveda pristale na prvih straneh številnih časopisov, saj so se poslužile preračunljive »lezbične tematike«. V kasnejših letih sledijo šokantni nastopi nenavadne podobe Lady Gaga, katere glavni adut ni glasba, temveč njena ekstravagantnost, številne nagrade pobira temnopolta pevke Rihanne, pred tem pa se pojavlja vokalno še »najprimernejša« ženska izvajalka Alicia Keys (MTV, 2011).

Tako kot desetletja nazaj in tudi danes, neprekinjeno potekajo razni izbori za »najbolj seksi pevko«, »najbolje oblečeno«, »najlepših prsi«, »najbolj drzno ali šokantno«, tovrstnemu kalupiranju žal ni mogoče uiti. Danes je mogoče opaziti namigovanje na spolnost že v zgodnjih najstniških videospotih, najstnice pa danes kažejo najmanj 5 let več, kot jih dejansko štejejo. Videospot, kjer se ne pojavijo žgečkljivi prizori, je že skoraj nezanimiv, ne nazadnje pa je za izvajalce globoko pomembno koliko »klikov« oziroma ogledov ima na portalu, kot je denimo YouTube. Danes se vse bolj prenaša tudi v »virtualno popularnost«, več oboževalcev imaš, več veljaš. Amy Winehouse je znana po svoji razuzdanosti, predvsem predaji alkoholi in drogam, o čemer pa samozavestno pripoveduje tudi v eni svojih prvih skladb, kjer glasno zavrača pojavljanje na rehabilitaciji oz. odvajanju od prepovedanih substanc. Njen videz je zelo nenavaden, kar malce čarovniški, njen nastop je drugačen, njen glas pa sploh ni slab.

»Image« je eden od ključnih elementov za uspeh pop glasbenice, je pomembnejši celo od glasbe same, »image« pa se ustvarja tudi s škandali in provokacijami.

Na podlagi izgleda in seksapila izvajalke želijo hitro zaslužiti čim več denarja, njej in njenim spremljevalnim glasbenikom pa plačati čim manj. Ona je za njih samo proizvod, ki ga želijo čim bolje prodati .

Ženskost se gradi kot proizvod večih, stabilnih ter nastajajočih pozicij subjekta. Ženskost ni več nasprotje feminizma (McRobbie 1994, 175), temveč vključuje različne ravni občutkov, ki pa so nastali v političnem diskurzu feminizma v 70-ih letih. Vsekakor je tudi izdelek visoko razvite potrošniške kulture, ki ženskam preko potrošnje obljublja vlogo subjekta in osebne identitete. Subjekt nove ženskosti ima v družbi in tudi spolnosti drugačno pozicijo skozi leta in dekade. Vedno pa je šlo za nekakšna

nasprotovanja. V pomenu besede »zveza«, sedaj ne gre več »le« za ljubezen, seks in užitek temveč tudi prijateljstvo, enakopravnost in različnost.

Pozitivna je sprememba, ki je zaznamovana zadnje mesece, morda kakšno leto; v svetovni glasbi nasploh. Zaseda prva mesta svetovnih in MTV glasbenih lestvic – zelo »sveža« na sceni je britanska pevka Adele, ki brez »popolnega« telesa resnično pozitivno preseneti z izvrstnim glasom in kot pravi sama: »Če imaš adute, jih pokaži, a le, če gre to skupaj s tvojo glasbo. A jaz si ne morem predstavljati, da bi iz mojih prsi leteli naboji ali špricala stepena smetana. Tudi, če bi imela Rihannino postavo, bi ustvarjala glasbo, ki jo ustvarjam, in to ne gre ravno dobro skupaj« (Adele, 2011). Pri njej gre zgolj za glasbo in vokal, ni nikakršnega prodajanja spolnosti in nekako se zdi, da se dojemanje glasbe kot glasbe vseeno vrača med množice, s tem pa tudi upanje o videnju ženskih izvajalk v tisti drugi, iskrenejši luči. Pred Adele pa velja omeniti tudi malo starejšo žensko izvajalko, Susan Boyle, ki je z »neprivlačnim« videzom osvojila naslov zmagovalke resničnostnega talent show-a »Britain's Got Talent«, zaradi svojega iskrenega nastopa in odličnega glasu pa je o njej govoril (govori) cel svet, saj dokazuje, da knjige ne smemo soditi zgolj po platnicah.

Izpostavimo lahko nekaj najvplivnejših žensk, ki so bile ali pa so še akterke v alternativni glasbi, poleg že omenjenih skozi celotno nalogo:

Shirley Collins, Delia Derbyshire, Patty Waters, Yoko Ono, Nico, Catherine Ribeiro, Brigitte Fontaine, Patti Smith, Poly Styrene, Björk, PJ Harvey, Kate Bush, Janis Joplin, Sonic Youth, Pixies, Le Tigre, The Distillers, The Soviettes, Tsunami Bomb, Be Your Own Pet, I Object, Lemuria, Tilt, Dochky-Matery (Carew v Altmusic, 2011) in (Graves v Amazon, 2011).

Besedila in delovanja teh alternativnih ženskih izvajalk so predvsem historična, politična, sociološko obarvana. Podirale so stereotipe, bile so drzne in drugačne. Dekletom so bila za vzor, kljub temu, da obstaja velik problem »ženskih vzornic«, saj so le-te v precej manjšem številu kot moški vzorniki moškemu občinstvu. Tudi to je razlog zakaj je med ženskami manj (alternativnih) izvajalk.

Riot Grrrl - gre za kratkotrajno, a močno silo v zgodnjih 90-ih letih, v besedilih pa je šlo za izrazit feminizem, žanrsko pa je bila sila pod vplivom punk rocka. Korenine,

predvsem duhovne, segajo že v 70-a leta, k ženski punk skupini The Slits. Gibanje Riot grrrl, ki želi presekati vse vezi in zanke odtujitve, ki ločujejo dekleta od fantov, izvira iz Amerike, pionirski skupini pa sta Bikini Kill iz ZDA in Huggy Bear iz Anglije. Gibanje je skušalo obiti tradicionalen ustroj glasbene bussiness scene, kjer prevladujejo moški, tako da snema pri malih, neodvisnih založbah in izdaja fanzine za ljubiteljsko občinstvo, medtem ko se izogiba medijem in zavrača intervjuje za mainstreamovski glasbeni tisk. Nastopi so bili prijazni do žensk; na koncertih so od občinstva zahtevali, da obiskovalkam prepustijo prve vrste. Nastopajoča dekleta z agresivnimi kitarskimi rifi so vabila ostala dekleta iz občinstva na oder, da bi razpravljala o spolnem nadlegovanju, zlorabi in politiki. Britanski in ameriški mediji so bili zagreti za pisanje zgodb o »riot grrrl«, ker pa dekleta niso sodelovala, tudi vpliva na pisanje v medijih niso imela. Čeprav so imele preračunljiv feministični program, zlasti glede seksizma v glasbeni industriji, je odklonilen odnos do tiska in intervjujev omejil vpliv gibanja, zato glasba omenjenih glasbenih skupin ni mogla doseči množičnega občinstva. Skupini sta se razblinili, nekateri člani so odstopili, drugi so se povezali v nove skupine, vse skupaj pa je precej zamrlo v zadnjih letih 90-ih let (Enciklopedija glasbe, 2004).

6.5 Rock, punk in ženske

Izkušnja rocka je socialna izkušnja, nanaša se na odnose med poslušalci, na spoštovanje drugih glasbenih zvrsti in na drugačna glasbena povezovanja.

»Pop glasba pogosto zagotavlja, da je vse v redu. Rockovska glasba pa pravi, da nikakor ni v redu vendar lahko kaj naredimo za to, da bo v redu« (Bono v Enciklopediji glasbe, 2004, 74).

Dejstvo je, da sta punk in novi val na geografsko nam bližnjem prostoru prinesla nov veter, drugačno razmišljanje o spolnosti in vlogi žensk na rock sceni. Do tedaj so bile ženske le objekt, saj je bil rock, tako kot tudi na svetovni sceni, v glavnem domena moških – moških kot glasbenikov, producentov, snemalcev, managerjev, mesto žensk pa je bilo med občinstvom.

Po obdobju punka in etike DIY konec 70-ih in v začetku 80-ih let (The Clash, The Sex Pistols, Elvis Costello), ko so se prvič v zgodovini rock glasbe pojavile ozaveščene glasbene izvajalke kot subjekt in ne kot do tedaj kot objekt, se je v 90-ih letih pojavilo

na svetovni pop rock sceni veliko ženskih izvajalk, ki so izgubile to ozaveščenost, pogum in radikalnost izvajalk punka novega vala. Za njih ne moremo reči, da so bile v celoti subjekt in tudi ne povsem statični objekt, kot so bile izvajalke pred obdobjem punka. Na nek način združujejo izkušnje večih generacij izvajalk skozi zgodovino pop rock glasbe, z glavnimi značilnostmi takratnega časa, ki ga označuje večja emancipiranost žensk in njihova aktivnejša vloga v družbi, kakor tudi nova zavest izvajalk skozi žensko moč v 90-ih. Po drugi strani pa sprejemajo pravila igre zabavne industrije, skozi desetletja konkretno izgrajen sistem, ki nosi profit, pri tem pa imajo ženske in ženske izvajalke eno od najpomembnejših vlog pri prodaji izdelka na trgu; tako kot vsako drugo blago v kapitalizmu. Torej, ženske izvajalke 90-ih let so mešanica subjekta in objekta, lahko jih imenujemo tudi »subjektivizirani objekt«. Seveda obstajajo posameznice, ki so se uspele dvigniti nad ta prevladujoči trend ter potrjujejo Frithovo tezo o izvajalki kot subjektu, a gre za redke primere, ki pa jih lahko kategoriziramo v dve skupini; prva zajema ženske izvajalke, ki so si svoj neodvisni status izborile s svojo kvaliteto in niso pristale na obstoječa pravila zabavne industrije; tudi na račun manjšega zaslužka. V drugi skupini pa so ženske izvajalke, ki so si svojo umetniško svobodo plačale z zavestnim delom in zaslužkom tudi na drugih področjih in so se s tem lahko izognile prisilnim pravilom zabavne industrije.

Kritiki in sociologi rock kulture trdijo, da se njeni izdelki proizvajajo samo zaradi dobička skozi manipulacijo okusov in izkoriščanja umetnosti. Seveda so izjeme, določeni avtorji, izvajalci na neodvisni / alternativni sceni, ki jim dobiček ni edini cilj, temveč je njihovo delovanje posledica želje po osebostnem izražanju in podajanju umetniških idej.

»Bistvo punka je bilo ustvarjanje nove, pomembne, energične glasbe, v upanju, da bo ogrozila bebavost 70. let. Do onemoglosti se lahko prerekamo, ali se je The Offspring s pristopom k založbi Sony prodal, a to ne bo nahranilo brezdomecev, ki jih imamo pred nosom« (Biafra v Enciklopediji glasbe, 2004, 90).

7 EMPIRIČNI DEL

7.1 Izhodišča

Spolna neenakost je kompleksen družbeni problem. Tako tudi na glasbenem področju, kjer še vedno obstajajo ali prikrite, ali odkrite oblike seksističnega ravnanja in obnašanja.

(Jogan 2001, I) meni, da gre za »ostanke preteklosti«. Poudariti je treba, da ima takšno pojasnjevanje vedno bolj trhle temelje. Če ne bi šlo za celovito družbeno (re)produciranje spolno pristranskih vzorcev obnašanja in pravil delovanja, se »ostanki« ne bi mogli obdržati tako dolgo; če ne bi bila hierarhija med spoloma ključna os organizacije vsega družbenega življenja (povezano z razredno neenakostjo in v mnogih okoljih z rasno), potem bi jo bilo veliko lažje odpravljati.

Gre za dve diametralno nasprotni sferi, ki nosita diametralno nasprotni lastnosti in sicer javnost ter zasebnost. Javna sfera kot domena moških, ko jih oblikujejo posebne lastnosti, kot so moč, aktivnost, agresivnost in tekmovalnost. Na drugi strani je zasebna sfera, ki je v domeni žensk, katerih lastnosti so šibkost, emocionalnost, nežnost, pasivnost in vdanost.

Tako so tudi v množičnih medijih, s tem tudi v glasbeni industriji, napačne predstave o ženskah in moških in njihovi vlogi na glasbeni sceni.

7.2 Hipoteze

H1: Spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi sta prisotna, a delno prikrita

H2: Spolna neenakost v alternativni glasbi je manj prisotna kot v popularni glasbi

H3: Ne glede na spol respondentov, je stališče do ženske identitete v alternativni glasbi podobno.

7.3 Metodologije

V okviru načrta raziskave je potrebno opredeliti: vir podatkov, raziskovalno metodo, raziskovalni inštrument, načrt vzorčenja in obliko komuniciranja (Kotler 1996, 133-139).

Vir podatkov: Odgovori na anketni vprašalnik predstavljajo primarne podatke, ki so bili uporabljeni v raziskavi.

Raziskovalna metoda: Za pridobitev podatkov, ki so osnova za analizo, sem uporabila metodo spraševanja, ker je le ta najprimernejša za pričujoče raziskovanje.

Raziskovalni inštrument: Vprašalnik sem skušala sestaviti tako, da bi bil anketirancem čim lažje razumljiv in omogočil hitro in enostavno odgovarjanje. To je bilo zaradi narave nekaterih vprašanj, ki sem jih želela pridobiti, precej težko zagotoviti. Najlažje je bilo to kljub vsemu doseči s postavljanjem trditev, s katerimi je respondent izrazil svoje strinjanje ali nestrinjanje in sicer na lestvici od 1 do 5.

Želela bi opozoriti na dejstvo, da sem skozi vsebino vprašalnika, ki pokriva tri opredeljene dimenzije spolne neenakosti v glasbi tj. spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi, spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi in ženske identitete v alternativni glasbi, pridobljene ocene trditev respondentov primerjalno analizirala.

Načrt vzorčenja: Za načrt vzorčenja so pomembne naslednje tri postavke:

- vzorčna enota: ciljna populacija vzorčenja so naključneži iz občinstva (pred ali na spodaj navedenih koncertih oziroma glasbenih dogodkih po Ljubljani, anketiranci pa so iz vseh Slovenskih regij):

Debeli Precjednik, Golliwog, Kennybal Smith; Gala hala; Metelkova, 27.2. 2010

The Toasters, Gala hala, Metelkova, 14.5. 2010 + večer spontane glasbe v različnih klubih Metelkove

Misfits, Happy Ol'McWeasel, VPK Cvetličarna, 9.6. 2011

Flogging Molly, Kino Šiška, 16.6. 2011

- velikost vzorca: 45 žensk in 45 moških (zaradi H3 namerno izbrano razmerje 50%-50%)
- postopek vzorčenja: izbran vzorec vključuje takšne enote proučevanja, ki glede na vrsto koncerta omogočajo opredeliti opazovani pojav

Oblika komuniciranja: Strukturiran anketni vprašalnik

7.4 Sestava in struktura vprašalnika

Vprašalnik sestavlja devet trditev, ki so vsebinsko povezane v 3 sklope, ki predstavljajo dimenzije: spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi, spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi in ženske identitete v alternativni glasbi. Vsebinsko zaključene sklope oziroma dimenzije sem poimenovala po postavljenih hipotezah, kar je razvidno iz spodnje preglednice:*

sklop	dimenzija	kazalniki
1	spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi	Sp1, Sp2, Sp3
2	spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi	Sa1, Sa2, Sa3
3	ženske identitete v alternativni glasbi	Ža1, Ža2, Ža3

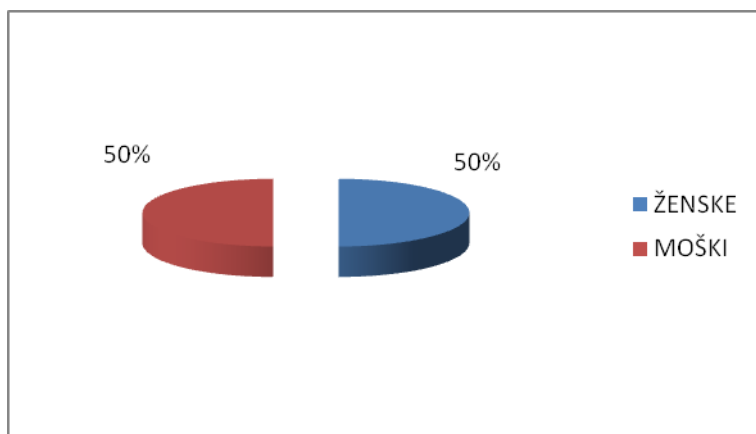
* Razdelano v Prilogi B

7.5 Rezultati raziskave

Anketirala sem 90 naključno izbranih poslušalcev iz občinstva.

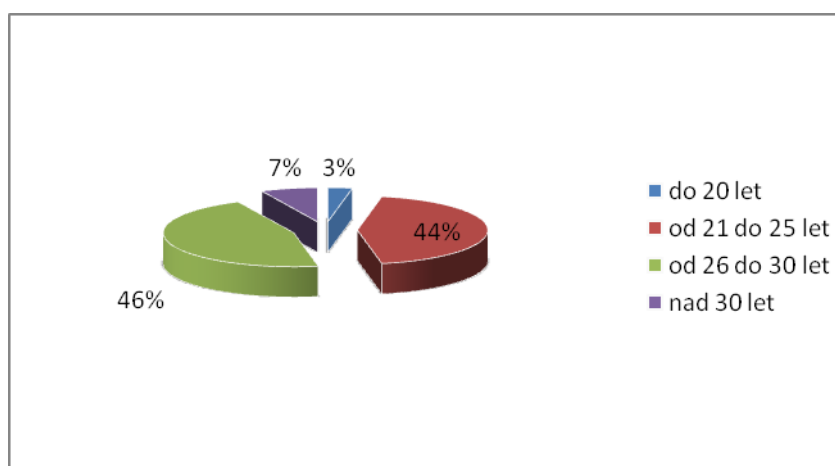
A. V nadaljevanju bom predstavila vzorec glede na demografske spremenljivke.

Slika 7.1: Struktura respondentov glede na spol



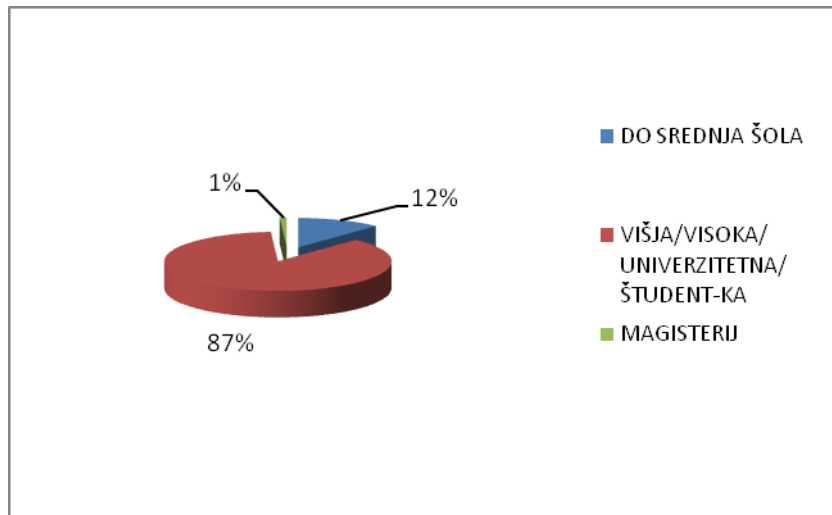
V svojo raziskavo sem vključila 50% žensk in 50 % moških. Vzorec je v tem pogledu skoraj skladen s strukturo prebivalstva Slovenije, ki ga sestavlja 51% žensk in 49% moških.

Slika 7.2: Struktura respondentov glede na starost



V vprašalniku o starosti respondentov sem oblikovala štiri starostne razrede. V razredu do 20 let je bilo v anketi vključenih 3% (3) respondentov, v razredu od 21 do 25 let 44% (40) respondentov, v razredu od 26 do 30 let 46% (41) respondentov in v razredu nad 30 let 7 % (6) respondentov.

Slika 7.3: Struktura anketirancev glede na izobrazbo



Glede na izobrazbo sem respondente razvrstila v tri razrede. V prvem razredu, je zastopanih 12 % (11) respondentov, tj. tistih, ki imajo srednješolsko izobrazbo. Drugi razred, v katerega sodi večina respondentov tj. 87% (78) sestavljajo tisti, ki imajo končano višjo/visoko/univerzitetno izobrazbo, ali pa so študentje/ke. 1% (1) je respondentov z magisterijem.

B. Sledi analiza odgovorov respondentov na trditve strukturiranega anketnega vprašalnika, ki jih bom v nadaljevanju predstavila.

Prva dimenzija, to je **spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi**, je glede na velikost razlike med ocenami obeh spolov na zadnjem, tretjem mestu in sicer s povprečno razliko, ki znaša 0,27. Kakor ženski spol, tako tudi moški spol dokaj enovito gledata na to dimenzijo. Oba spola menita:

- da je v glasbeni industriji odločujoč faktor profit,
- da je zaradi vloge ženske kot objekta spolna neenakost v popularni glasbi izrazita in
- da je ženska vizualna podoba odločujoča v popularni glasbi.

Na podlagi odgovorov respondentov lahko z veliko stopnjo gotovosti potrdim H1, da sta spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi prisotna, a delno prikrita.

Druga dimenzija, to je **spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi**, je glede na velikost razlike med ocenami žensk in moških v anketi na drugem mestu, in sicer s

povprečno razliko, ki znaša 0,77. Razvidni sta večji razliki med stališči respondentov pri trditvah, da ženska vizualna podoba v alternativni glasbi ni odločujoča in nekoliko manjša pri trditvi, da je zaradi vloge ženske kot subjekta spolna neenakost, glede na žanr, manj izrazita. Tako smo dobili izredno dober pokazatelj prikritega obravnavanja spolne neenakosti in seksizma.

Na osnovi analize odgovorov respondentov na trditve vprašalnika lahko le delno potrdim H2, da je spolna neenakost v alternativni glasbi manj prisotna kot v popularni. Diskriminacijo žensk glede vizualne podobe sem pričakovala pri H1. Obravnavanje ženskega spola kot objekt in mačizem sta prevladujoči dimenziji v subkulturi popularne glasbe, vendar se je v tej dimenziji »izkristaliziralo« prikrito obravnavanje spolne neenakosti in seksizma.

Tretja dimenzija, to je **ženske identitete v alternativni glasbi**, je glede na velikost razlike med ocenami ženskih in moških respondentov na tretjem mestu z maksimalno povprečno razliko, ki znaša 1,42. Očitne razlike so pri vseh treh trditvah in sicer:

- da je spolna enakost temelj večine žanrov v alternativni glasbi,
- da ima vloga ženske identitete v alternativni subkulturi viden pomen in
- da ima ženski vokal prednost pred vizualno podobo.

Torej tretja H3, da je ne glede na spol respondentov, stališče do ženske identitete v alternativni glasbi podobno, ni potrjena.

Dejstvo je, da gre za relativno manjši vzorec devetdesetih respondentov. Ugotoviti je, da rezultirajo odstopanja v stališčih izbrane ženske in moške populacije v očitni prikritosti obravnavanja spolne enakosti.

8 ZAKLJUČEK

»Poplava« množičnih medijev in industrije, je v glasbenem svetu povzročila nastanek subkultur, z določenimi socialnimi, političnimi, kulturnimi in ostalimi pridihi. Glasba kot oblika komunikacije pušča na posamezniku prijetne sledove, znotraj glasbe pa se pojavljajo tudi razna nasprotja in polemike.

»Show business«, predvsem v popularni glasbi, ima svoj cilj v profitu in popularnosti, a svojega kritičnega pogleda ne išče v družbi nasploh. Seksizem v množičnih medijih je le eden od segmentov seksizma v široki družbi, intenzivno se rušijo meje vrednot in socialne meje. Dobičkonosnost torej lahko vodi v pojav neenakosti spolov. Vse skupaj pa je potrebno gledati znotraj določene kulture, religije, geografskega predela, identitet (narodnostna, lokalna, rasa), saj kultura ni biološko dana, temveč gre za skupno dejanje; obstaja svet znotraj sveta, tako rečeno »je« svoj svet. Ko posameznik ponotranji splošne obrazce neke družbe in kulture, znotraj tega pa tudi glasbe, postane njen član; takrat pa govorimo o socializaciji, osebnostni ter družbeni in odprtosti v nek svet. Poleg že »podedovanih« skupinskih identifikacij (spol, rasa, religija, starost,...), se razvijejo tudi »neobvezujoče se alternative«, ki pa so vezane na poklic, šport, izobrazbo in seveda tudi glasbo – vse skupaj pa se to odraža v posameznikovem slogu.

Glasbi se pripisuje veliko število simbolnih vlog, skozi katere se reflektirajo vrednote družbe. Znotraj množične kulture obstajajo hierarhično organizirane diference, ki oblikujejo nadaljne poglede na človekovo razumevanje samega sebe in uvrščanje v širši družbeni kontekst. Nosilci družbene moči preko medijev uresničujejo in oblikujejo svoje interese, s tem ohranjajo obstoječo hierarhijo družbene in politične moči. Pomembno vlogo imajo subkulture, ki jih lahko označimo kot privlačna, tudi zaradi nekakšnega uporništva, hedonizma in pobega od družbenih omejitev; gre torej za nekakšna zatočišča.

V globokem svetu glasbe obstaja ogromno žanrov, podžanrov, le-ti pa se ponašajo z večjim številom ženskih ali z večjim številom moških izvajalcev, poslušalec in soustvarjalcev. Po biološki definiciji je človeštvo ločeno na ženske in moške, po družbeni pa na ženskost ter moškost, znotraj glasbe pa obstajajo bolj »žensko-

usmerjeni« ali bolj »moško-usmerjeni« žanri. Nasploh je glasbena industrija pretežno moška industrija (managerji, producenti, lastniki založb,...), vloga ženske pa je tako omejena na moško videnje ženske oziroma moško razumevanje ustvarjalnosti ženske. Kljub temu, da so ženske na glasbenih področjih številčno videne, pa so večinoma tam zgolj »prisotne« in ne zavzemajo večjih vlog; tu se ločita maskulinitet in feminilitet. Tudi v primeru glasbenih občinstev se le-ta ločijo na »ženska« in »moška«, čeprav vsi enako intenzivno uživajo v glasbi.

Ženske v popularni in rock glasbi so dojete bolj kot objekt, morajo biti privlačne, se prilagoditi vizualnim standardom, ki veljajo v glasbeni industriji in medijih, medtem ko je v neodvisnih, alternativnih glasbenih žanrih ženska razumljena bolj kot subjekt. Četudi se izvajalka alternative pojavi »pomanjkljivo oblečena«, se to ne zazna izrazito seksualno, vendar se z takim pristopom apelira bolj na nek upor, spremembe ali odločnost, drznost – to razumemo znotraj konteksta provokacije.

Žanri so pomembni za prodajalce, radijske postaje, glasbene revije, organizatorje koncertov, glasbene analize, osnovni problem glasbene založbe, kako spremeniti glasbo v izdelek pa se rešuje tako, da se določi njen žanr.

Alternativna glasba svojo avtonomijo kaže s konstantnim preoblikovanjem že obstoječih glasbenih oblik. Posebnost alternativne glasbene scene je ravno v njeni neodvisnosti od globalnih tržnih zakonitosti, ki jih narekuje kapital, bistvo, ki pa loči alternativo od ostalih glasbenih žanrov, subkultur pa je v tem, da je neodvisna od globalnih tržnih pritiskov in zakonov. Konkretno glasbeno izražanje žensk se je začelo z valom feminizma t.i. neofeminističnih gibanj sredi 70-ih let 20. stoletja. S punkom in z držo DIY je bilo ženskam omogočeno ustvarjati glasbo na njihov način in pod njihovimi pogoji. Punk, ki je bil do žensk zelo emancipatorjen, je z zavračanjem klišejev rock glasbe ponujal ženskam novo glasbeno nišo in jih s tem iz objekta preusmeril v subjekt.

Ženske izvajalke v rock glasbi so se pojavljale že pred pojavom punka, a je rock zelo izrazito konstruiral njihovo vlogo. Rock glasba kot ideologija in kulturna oblika ima izjemno močno vlogo v procesu učenja seksualnih vedenj, skozi svojo zgodovino pa je postala sinonim za moško seksualnost, kar je tudi razlog, da hkrati deluje kot oblika seksualne ekspresije in represije. Da bi bili moški dojeti kot uporniki in heroji, jim je v

veliko olajšavo, če so videti jezni, medtem ko je ženska jeza na odru, v glasbi, z enakim vedenjem obravnavana malce »čudno«; nerazumljeno, žensko označijo kot neženstveno. Problem delitve glede na spol, je morda tudi v vzornikih oziroma vzornicah / glede na mainstream ali alternativno glasbo, saj je težje prebiti led, kot le slediti že utrjenim potem.

V medijih se preko erotiziranih fotografij in namigov ženska predstavlja kot objekt in kot izdelek, ki ga lahko moški kupijo. Tiste ženske, ki v medijih pristajajo na takšno vlogo, hkrati vplivajo na številne mlade generacije deklet, ki posnemajo njihovo obnašanje in s tem pristajajo na vlogo žensk, kot jo vsiljujejo masovni mediji. Prijetne so spremembe, ko ženska izvajalka ali ženski glasbeni team »zmaga« in stopi v ospredje s svojim glasom, s svojo karizmo in s svojim glasbenih aranžmajem...ter se šele sekundarno (morda) zazna njeno telo.

Predstavnice ženskega spola so si na večjih področjih že pridobile svoje mesto in tam pustile svoj pečat, razlike pa vsekakor še vedno obstajajo. Na primer, pri rock glasbi se tisti moški svet »bori« za obstoj njihove sfere moškosti, misleč naj ženske ostanejo predvsem v vlogi oboževalk, če pa so že vključene v vodilne rock smernice, pa naj ne zasedajo višjih stopničk. So obdobja, ki so enemu spolu bolj naklonjena kot drugemu, so zadržki in je upanje, vsekakor pa se dogajajo spremembe, tudi v vlogi žensk v glasbi.

»Without music life would be a mistake«. ~ Friedrich Wilhelm Nietzsche

9 LITERATURA

Adele. 2011. *Dokaz, da se ženski za glasbeni uspeh le ni treba sleči?* Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/kultura/drugo/adele-dokaz-da-se-zenski-za-glasbeni-uspeh-le-ni-treba-sleci/258700>, (30. maj 2011).

Adorno, Theodor W. 1986. *Uvod v sociologijo glasbe*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Bennett, Andy. 2000. *Popular music and youth culture: music, identity and place*. New York: Palgrave.

Berger, Peter L. in Thomas Luckmann. 1988. *Družbena konstrukcija realnosti*. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Biafra, Jello in Bono. 2004. *Enciklopedija glasbe*. Radovljica: Didakta.

Brake, Mike. 1984. *Sociologija mladinske kulture in mladinskih subkultur*. Ljubljana: Krt.

Bulc, Gregor. 2004. *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.

Butler, Judith. 2001. *Težave s spolom: feminizem in subverzija identitete*. Ljubljana: ŠKUC.

Carew, Anthony. 2011. *10 Trailblazing Female Musicians*. Dostopno prek: <http://altmusic.about.com/od/top10lists/tp/10-Trailblazing-Female-Musicians.htm>, (15. junij 2011).

Černigoj Sadar, Nevenka. 2000. Spolne razlike v formalnem in neformalnem delu. *Družboslovne razprave* 16 (34/35): 31-52.

Davies, Helen. 2001. All rock and roll is homosocial: the representation of women in the British rock music press. *Popular music* 20 (3): 301-319.

Epstein, Jonathon S. 1998. *Youth Culture: Identity in a Postmodern World*. Cambridge, Massachusetts, Oxford: Blackwell.

Frith, Simon in Andrew Goodwin, ur. 1990. *On record: rock, pop and written word*. New York: Routledge.

--- in Grossberg Lawrence, ur. 1993. *Sound and vision: The music video reader*. London in New York: Routledge.

Frith, Simon. 1996. *Performing Rites. Evaluating Popular Music*. New York: Oxford University Press.

Godina, Vesna. 1990. *Pozicija posameznika v socializacijskem procesu*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

--- 1998. *Antropološke teorije. Izbrana poglavja iz zgodovine antropoloških teorij*. Ljubljana: FDV.

Goody, Jack 1993. Culture and Its Boundaries: A European View. *Social Anthropology. The Journal of the European Association of Social Anthropologist* 1 (1): 9-32.

Graves, Abbey. 2011. *Top 20 Women of Alternative Music*. Dostopno prek: <http://www.amazon.com/Top-20-Women-Alternative-Music/lm/R30V8X2JMG8ZDK> (15. junij 2011).

Grossberg, Lawrence. 1997. Another boring day in paradise: Rock and roll and the empowerment of everyday life. V *The subcultures reader*, ur. Gelder Ken in Sarah Thornton, 477-493. London and New York: Routledge.

Harris, Marvin. 1989. *Kulturanthropologie*. Frankfurt/Main: Campus Verlag.

Hogg, K. Margaret in Jade Garrow. 2003. Gender, identity and the consumption of advertising. Qualitative market research: West Yorkshire, UK. *An international journal*. 6 (3): 160-174.

Jalušič, Vlasta. 1992. *Dokler se ne vmešajo ženske: ženske, revolucija in ostalo*. Ljubljana: Krt.

Jogan, Maca. 1990. *Družbena konstrukcija hierarhije med spoloma*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

--- 2001. *Seksizem v vsakdanjem življenju*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2004. Slovenska (postmoderna) družba in spolna neenakost: *Teorija in praksa* (41): 361-376.

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

Kotler, Philip. 1996. *Marketing management – Trženjsko upravljanje; analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*. Ljubljana: Slovenska knjiga.

Lukšič, Andrej, ur. 1997. *Konotacije glasbe*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze v Ljubljani, Študentska založba.

Lukšič-Hacin, Marina. 1995. *Ko tujina postane dom*. Ljubljana: ZPZ.

Makarovič, Gorazd. 2002. *O vsebinah sintagme "žensko delo"*. Dostopno prek: http://www.etno-muzej.si/pdf/0354-0316_12_Makarovic_O_vsebinah.pdf (9. maj 2010)

Martin, A. S., Brett in Celeste McCracken A. 2001. Music marketing: music consumption imagery in the UK and New Zeland. UK. *Journal of consumer marketing* 18 (5): 426-436.

McCarthy, Kate. 2006. Not pretty girls? Sexuality, spirituality and gender construction in women's rock music. *The Journal of Popular Culture* 39 (1): 69-94.

McRobbie, Angela. 1994. *Postmodernism and popular culture*. London: Routledge.

MTV 2010. *MTV Video Music Awards skozi zgodovino*. Dostopno prek: <http://www.mtv.si/novice/mtv-video-music-awards-skozi-zgodovino> (15. junij 2011).

Muršič, Rajko. 2000. *Trate vaše in naše mladosti: Zgodba o mladinskem in rock klubu*. Ljubljana: Subkulturni azil.

Naterer, Andrej. 2010. *Antropološka analiza subkulture cestnih otrok*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Negus, Keith. 1992. *Producing pop: Culture and conflict in the popular music industry*. London: Edward Arnold.

- Raphael, Amy. 1994. *Never mind the Bollocks: Women rewrite rock*. London: Virago Press.
- Schoene, W. 1994. *Nation. Lexikon zur Soziologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Shuker, Roy. 2001. *Understanding popular music*. New York: Routledge.
- Storey, John. 1996. *Cultural Studies and the Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Edinburg: Edinburgh University Press.
- Sukić, Nataša. 2002. Riot Grrrls, Feminizem in lezbična kultura. *Časopis za kritiko znanosti* 30 (207-208): 267-276.
- Thornton, Sarah in Ken Gelder. 1997. *The Subcultures Reader*. London, New York: Routledge.
- Tomc, Gregor. 1989. *Druga Slovenija: zgodovina mladinskih gibanj na Slovenskem v 20. stoletju*. Ljubljana: Krt.
- 1994. *Profano: kultura v modernem svetu*. Ljubljana: Krt.
- 2002. Moderna kultura. *Cooltura: uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja. Ljubljana: Študentska založba.
- Ule Nastran, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete: v vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- Verša, Dorotea. 1996. *Medijska podoba spolov*. Ljubljana: Littera picta.
- Vidmar Horvat, Ksenija, ur. 2001. *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. Ljubljana: Documenta /Institutum Studiorum Humanitatis.

V P R A Š A L N I K

1. Spol: M
Ž
2. Starost: do 20 let
od 21 do 25 let
od 26 do 30 let
nad 30 let
3. Izobrazba: srednješolska/
višje/visokošolska/univerzitetna/magisterij

Dimenzija: Spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi		Popolnoma se strinjam			Sploh se ne strinjam	
Sp1	V glasbeni industriji je profit odločujoč faktor	5	4	3	2	1
Sp2	Zaradi vloge ženske kot objekta je spolna neenakost izrazita	5	4	3	2	1
Sp3	Ženska vizualna podoba je v popularni glasbi odločujoča	5	4	3	2	1

Dimenzija: Spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi		Popolnoma se strinjam			Sploh se ne strinjam	
Sa1	V glasbeni industriji profit ni odločujoč faktor	5	4	3	2	1
Sa2	Zaradi vloge ženske kot subjekta je spolna neenakost, glede na žanr, manj izrazita	5	4	3	2	1
Sa3	Ženska vizualna podoba v alternativni glasbi ni odločujoča	5	4	3	2	1

Dimenzija: Ženske identitete v alternativni glasbi		Popolnoma se strinjam			Sploh se ne strinjam	
Za1	Spolna enakost je temelj večine žanrov v alternativni glasbi	5	4	3	2	1
Za2	Vloga ženske identitete v alternativni subkulturi ima viden pomen	5	4	3	2	1
Za3	Ženski vokal ima prednost pred vizualno podobo	5	4	3	2	1

Tabela B.1: Ocenjevanje dimenzije spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi

Dimenzija: Spolna neenakost in seksizem v popularni glasbi		Povprečna ocena		Razlika
		Ženske	Moški	
Sp1	V glasbeni industriji je profit odločujoč faktor	4,27	4,11	0,16
Sp2	Zaradi vloge ženske kot objekta je spolna neenakost izrazita	4,08	3,90	0,18
Sp3	Ženska vizualna podoba je v popularni glasbi odločujoča	4,41	4,87	0,46
Povprečna razlika				0,27

Tabela B.2: Ocenjevanje dimenzije spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi

Dimenzija: Spolna neenakost in seksizem v alternativni glasbi		Povprečna ocena		Razlika
		Ženske	Moški	
Sa1	V glasbeni industriji profit ni odločujoč faktor	3,98	3,01	0,97
Sa2	Zaradi vloge ženske kot subjekta je spolna neenakost, glede na žanr, manj izrazita	3,76	3,56	0,20
Sa3	Ženska vizualna podoba v alternativni glasbi ni odločujoča	4,28	3,14	1,14
Povprečna razlika				0,77

Tabela **B.3**: Ocenjevanje dimenzije ženske identitete v alternativni glasbi

Dimenzija: Ženske identitete v alternativni glasbi		Povprečna ocena		Razlika
		Ženske	Moški	
Za1	Spolna enakost je temelj večine žanrov v alternativni glasbi	3,99	2,08	1,91
Za2	Vloga ženske identitete v alternativni subkulturi ima viden pomen	3,16	4,22	1,06
Za3	Ženski vokal ima prednost pred vizualno podobo	2,83	4,15	1,29
Povprečna razlika				1,42