

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anica Šircelj

Vpliv popularne glasbe na identiteto mladostnic na primeru Rihanne in Adele

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Anica Šircelj

Mentor: izr. prof. dr. Peter Stanković

Vpliv popularne glasbe na identiteto mladostnic na primeru Rihanne in Adele

Diplomsko delo

Ljubljana, 2013

ZAHVALA

Rada bi se zahvalila mentorju izr. prof. dr. Petru Stankoviću za vse koristne nasvete in potrpežljivost pri pisanju mojega diplomskega dela.

Posebna zahvala gre moji družini, mojemu fantu Domnu in njegovi družini za vso podporo tekom študija.

Vpliv popularne glasbe na identiteto mladostnic na primeru Rihanne in Adele

Popularna glasba je kompleksen pojem. Mladostniki so v najbolj občutljivem obdobju kot spužve, saj vsakodnevno srkajo vase novosti, tudi iz glasbene industrije. Prav ta je to izkoristila, zato jim iz dneva v dan dajejo možnosti, da si ali ogledajo ali poslušajo glasbo, ki ni le uspešna, pač pa tudi dobičkonosna. Popularna glasba je del vsakdanjika mladostnic, vpliv pa se kaže predvsem na zunanjem zgledu teh, manj pa v razmišljanju. Problematika popularne glasbe in njenega vpliva na identiteto mladostnic je sicer premalokrat izpostavljena, kajti dostikrat se tako starši kot pedagogi s tem ne ukvarjajo, četudi vedo, da imajo besedila velikokrat negativen prizvok, videospoti pa odražajo drugačno življenje kot v resnici je. To problematiko so v Ameriki raziskovali pediatri z zveze ameriške akademije pediatrov in jo posredovali javnosti, v opomin, kako potrebno bi bilo, da se več ukvarjamo z raziskavami o popularni glasbi in njenem vplivu.

V svoji raziskavi sem sicer ugotovila, da naj bi imela glasba manjši vpliv na mladostnice, kot sem pričakovala, vendar menim, da če bi postavili slovenske mladostnice ob bok ameriškim najstnicam, za katere so ugotovili, da imajo popularni izvajalci precejšen vpliv na njihovo identiteto, bi lahko povezali kar nekaj vzporednic.

KLJUČNE BESEDE: popularna glasba, mladostnice, identiteta, Rihanna, Adele.

Impact of popular music on adolescent girls identity in the case Rihanna and Adele

Popular music is a complex concept. Adolescents are in their most sensitive period like sponge, because they absorb daily news from music industry. Especially this one advantage them as a consumers so they give them daily new possibilities to take a look or to listen music, which is not only successful but also profitable. Popular music is part of everyday young women, her influent it's shown on their outlook and less on their thinking. The issue of popular music is not so often exposed, parents and teachers often even do not deal with this, although they know negative side of lyrics popular music's and that videos reflects different life than it really is. In America association of pediatrians studied those issues and provided it to a public as a reminder how necessary would be to research more about impact of popular music.

In my research I did find that impact of popular music on young women is minor as I have expected, but I think that if we placed Slovenian adolescents among the American teenage girls for whose they find that popular artist have bigger impact on their identity, we could linked quite a few parallels.

KEY WORDS: popular music, adolescent girls, identity, Rihanna, Adele.

KAZALO

1 UVOD	6
2 TEORETIČNI DEL.....	8
2.1 POPULARNA KULTURA.....	8
2.1.1 TEORIJE POPULARNE KULTURE	8
2.1.2 ZGODOVINA POPULARNE KULTURE.....	9
2.2 GLASBA IN MLADI.....	11
2.2.1 VPLIV GLASBE NA MLADOSTNIKE SKOZI ČAS.....	12
2.3 POPULARNA GLASBA	13
2.4 IDENTITETA	16
2.4.1 MADONNA	17
2.4.2 KDO STA ADELE IN RIHANNA.....	18
3 EMPIRIČNI DEL.....	21
3.1 METODA.....	21
3.2 ANALIZA PODATKOV	22
4 ZAKLJUČEK.....	29
LITERATURA.....	31
PRILOGI	34
PRILOGA A: VPRAŠALNIK	34
PRILOGA B: TRANSKRIPCIJA INTERVJUJEV	35

1 UVOD

Poskusimo si zamisliti svet brez glasbe. Zdi se, da mu nekaj manjka. Nekaj osnovnega. Naše srce bije v ritmu, premikamo se v ritmu, opravila lažje postorimo, če poslušamo glasbo. Glasba je postala nekaj vsakdanjega, dostopnega na vsakem koraku. Spremlja nas v veleblagovnicah, na avtobusni postaji, celo na pokopališčih.

»Glasba sodi med tiste omamne reči, ki se jim ljudje ne morejo upreti, zato jih tlačijo v kodificiran sistem zapovedi in prepovedi.« (Muršič 1993, 117)

Glasba je tista, ki je naš medij, s pomočjo katerega lahko marsikdaj uresničimo želje, popestrimo življenje, nadgradimo osebno rast in ohranjamo in izpopolnjujemo našo bit.

Popularna glasba se je podrobneje začela preučevati v 80-ih in 90-ih letih prejšnjega stoletja ter se o njej veliko premalo govori, še manj raziskuje. Tretirana je kot samoumevna, kar pa je zelo zanimivo, saj k popularni kulturni prispeva velik delež. Glasbe ne reflektiramo in o njej zelo malo govorimo. Zakaj je zanimivo preučevati vpliv popularne glasbe? Že iz preprostega razloga, popularna glasba je tista, ki mladim predstavlja oziroma na njih vpliva v obliki idealov, norm in preferenc. In prav adolescenca je tisti čas, ko se mladi iščejo in svojo samopodobo oblikujejo tudi s pomočjo popularne glasbe. Nekoč je sicer to pomenilo neko upiranje avtoriteti, danes pa pomeni le neko iskanje udobja.

Glasba je nedvomno neke vrste medij komunikacije, saj ustreza tipu hermenevtičnega kroga med ustvarjanjem in kulturno produkcijo in percepcijo oziroma recepcijo. Ta krog po navadi deluje spontano, s tem ko akter poje (in pleše) ga poslušalec/gledalec gleda in posluša, dostikrat pa pride tudi do pasivnega poslušanja in bolj aktivnega gledanja

Če prižgemo TV nas spremlja popularna glasba, prav tako na radijskih sprejemnikih kot na internetnih ponudnikih z glasbo. Vsi ti mediji pa imajo še eno plat, to je vizualno podobo. S tem ko smo začeli glasbo gledati, je le ta dobila tudi družbene spremenjene poslušalce gledalce. Glasbo smo začeli poslušati površinsko, za to pa so delno odgovorni tudi videospoti. Spomnimo se »moči« Madonninih videospotov. Zanimivo je, da je imela tolikšen vpliv, da je skozi generacija oblikovala poglede na ženskost, pomagala je oblikovati modne smernice. Ali je temu tudi danes tako se bom spraševala v svoji diplomski nalogi. Zanimala se bom predvsem kakšno moč ima glasbena industrija na mladostnice in kako vpliva na njihovo

identiteto. Zakaj sem se odločila le za dekleta? Iz preprostega razloga; dekleta so v adolescenčnem času veliko bolj upogljiva in so kot bi lahko rekla, kot neka goba, ki vase vsrka vse, najsi bo to negativne kot pozitivne vibracije.

»Ženske v današnji množični kulturi prebijejo veliko časa v svetu fantazije.« (Vidmar 2001, 11)

Poslušanje glasbe je vstop v nekakšen navidezen, fantazijski svet. S tem, ko se dekleta tako zlahka identificirajo z glasbenicami, jim prav ta svet pomaga prebroditi skozi zapleteno obdobje odraščanja, v glasbenem (navideznem) svetu se lahko poistovetijo s slavnimi in njihovimi življenji.

V diplomski nalogi sem si zadala raziskovanje prav te problematike. Zdi se mi, da je potrebno nameniti čas mladim, jih usmerjati in vedeti, kaj so njihovi hobiji v prostem času. Poslušanje glasbe je pri večini mladine eden izmed hobijev, kar pa me je bolj zanimalo, je to, kakšen vpliv ima popularna glasba na njihovo identiteto. Moje raziskovalno vprašanje je Kakšen vpliv ima popularna glasba na identiteto mladostnic? Nanj bom poskušala odgovoriti s pomočjo analize intervjujev in pa z obstransko primerjavo z vplivom Madonne v prejšnjih desetletjih.

Raziskovanj sicer prav dosti ni poznanih, o tem kolikšen vpliv ima popularna glasba na mladostnice, zasledimo pa lahko raziskavo ameriških pediatrov, ki so preiskovali kakšen vpliv ima popularna glasba na mladostnike. Prav tu lahko izpostavim problematiko, da je v Sloveniji zelo malo zabeleženega o popularni glasbi in njenem vplivu, saj se pojavlja problem že o dokumentiranju slovenske popularne glasbe. Zevnik (v Stanković 2013, 66) opozarja na »dejstvo, da različne institucije (Arhiv Republike Slovenije, Narodna in univerzitetna knjižnica, Arhiv RTV Slovenija ipd.) /.../ polje (raziskovanja popularne glasbe) v veliki meri obravnavajo nesistematično, pasivno (zgolj zbiranje materialov, ki jih morajo različni izdajatelji poslati že po zakonu) in pogosto celo ob popolnem nepoznavanju delovanja drugih sorodnih institucij«.

Metode, ki sem jih v diplomski nalogi uporabila so bile predvsem prebiranje literature in internetnih virov ter intervju, ki sem ga opravila z desetimi dekleti, katerega sem kasneje tudi analizirala.

2 TEORETIČNI DEL

2.1 POPULARNA KULTURA

Pomemben del popularne kulture je popularna glasba, o kateri govori diplomska naloga, oziroma v njej me zanima, ali ima popularna glasba vpliv na identiteto mladostnic. Na začetku bom podala le nekaj teorij kaj je popularna kultura in nato še, kako se je razvila skozi čas.

Popularno kulturo je težko opredeliti in jo postaviti v nek okvir, kajti pojem je izredno širok, vsakdo izmed nas pa si ga lahko interpretira drugače.

2.1.1 TEORIJE POPULARNE KULTURE

Hebdige (1988: 47) je zapisal neko splošno tezo, kaj je naj bi bila popularna kultura: »je skupek splošno dostopnih dobrin, kot so filmi, glasbeni albumi, obleke, televizijski programi, prevozna sredstva in podobno.« Ker pa je definiranje popularne kulture tako na široko marsikdaj neprimerno, menim, da si moramo ogledati še nekaj teorij kaj je popularna glasba.

Raymond Williams je kulturo definiral v treh sklopih (Poštrak 1996, 413): v prvem sklopu pojem kulture veže na nek splošni proces estetskega, duhovnega in intelektualnega razvoja, v drugem definira kulturo kot »poseben način življenja, tako ljudi, obdobja ali skupine«, v tretjem sklopu pa jo opredeljuje kot dejavnosti intelekta in dela, še posebej ustvarjalne aktivnosti.

Storey (1993) meni, da ko govorimo o popularni kulturi, po navadi uporabljamo drugi dve trditvi, kaj popularna kultura je. Nas zanima predvsem tretji vidik, v katerega lahko uvrstimo popularno glasbo kot produkt oziroma ustvarjalno aktivnost.

Storey (1993) je popularno kulturo uvrstil v šest sklopov:

1. Popularna kultura kot priljubljen segment kulture najširši množici. To lahko pogledamo na primerih obiskanih predstav, koncertov, prodanih nosilcev zvoka ipd.. S tem naj bi po mnenju Storeya pridobili podatke o popularni kulturi in nasprotno.

2. Kot drugi sklop je popularno kulturo predstavil kot ostanek, kar je ostalo po tistem, ko smo definirali »visoko kulturo«
3. Popularna kultura kot »množična kultura«. Popularna kultura naj bi bila proizvedena množično, kar še posebej velja za ameriško kulturo.
4. Popularna kultura kot ljudska kultura, kar pomeni, da naj bi bila avtentična oziroma naj bi izvirala v ljudstvu samem. Je kultura ljudi in je namenjena ljudem, kar pa nas postavi pred vprašanje, koga opredeljuje kot ljudi in kdo je ta ki ni v skupini »ljudje«
5. V petem sklopu se je Storey naslanjal na Gramscijevo hegemonijo, na to da nadrejeni ljudje s svojim intelektualnim in moralnim vodstvom dosejajo podrejenost skupin v družbi. Popularna kultura pa naj bi bilo prav to, nek vmesni člen med spora med silami odpora podrejenih in sil dominantnih v družbi.
6. Kot šesti sklop je opredelil popularno kulturo kot postmoderno kulturo, to je tista kultura, ki ne priznava ločevanja med visoko in popularno kulturo.

Tomc (2002, 121) opredeljuje kulturo na najbolj splošni ravni kot »celovit način življenja, ki obsega tako vsakdanje vrednote in znanja kot ustvarjalna in inovativna odzivanja ljudi«.

O pojmu kultura bi lahko razmišljali, kot meni Tomc (2002, 121) na treh ravneh: kot neko doživljanje, kot miselna znanja, moralna vrednotenja in kot estetska občutenja. Tako se to v moderni družbi spremeni v univerzo oziroma v odnos med znanjem in strukturo, moralna vrednotenja lahko opazimo kot religijsko organizacijo, estetska občutenja pa lahko opazimo ali v muzejih, ali pa na koncertih, kot v institucijah umetnosti.

2.1.2 ZGODOVINA POPULARNE KULTURE

Razvoj moderne kulture se je dogajal postopoma. Potrebno je predvsem poudariti samo delitev na visoko kulturo in množično ali tako imenovano popularno kulturo. Sicer se je višji sloj še nekaj časa integriral v popularni kulturi, kajti visoka kultura je bila pogojena z izobrazbo in estetiko, množična kultura pa je bila, kot že pove ime samo, dostopna množicam. Prav tako sta se kulturi na nek način dopolnjevali, kar pomeni da so si npr. italijanski pevci sposojali odlomke iz klasičnih pesmi, obenem pa je iz kmečkega okolja prišel na visoke dvore ples valček. Četudi je visoka kultura dobila neke meje, omejitve glede dostopnosti, pa je popularna kultura dobivala na moči, kajti bila je dostopna, obenem pa bolj heterogena in javna.

Proti koncu 19. stoletja se je med visoko in množično, ljudsko kulturo prepad še povečal in okreplil. Urbana kultura delavskega razreda je pridobivala na pomenu, le ta pa se je postopoma širila tudi na ruralna področja, iz nižjih slojev v višje. (Tomc 1994, 116). Ločnica med visoko in množično kulturo je prinesla občutek kulturne avtoritete, ki je potrošnikom visoke kulture dajala nek navidezen status boljših potrošnikov, vzvišenih nad potrošniki množične kulture. S to umetno ustvarjeno razliko je bila vzpostavljena družbena hierarhija kulturnih potrošnikov.

V 20. stoletju je razvoj popularne kulture pospešil vzpon množičnih medijev, ki so omogočali širitev kulturne produkcije na nova področja. Za to se moramo »zahvaliti« filmu, radiu in fotografiji, ki so v svet poslali produkte in obenem večali tako trg kot potrošnike. Vse to je vodilo v pojav in razvoj množične oziroma popularne kulture. S tem je bila visoka kultura v nevarnosti oziroma je zaradi dostopnost popularne kulture postala visoka kultura zapostavljena, koncept kultiviranega okusa pa se je spremenil. Množična kultura je s pomočjo tehnične vizualizacije postala individuumov vsakdanjik in prevzela mesto tako nad ljudsko kot nad visoko kulturo. V drugi polovici 20. stoletja pride s postmodernizmom do brisanja meja med visoko in popularno kulturo, pojavi se estetsko dožemanje sveta in medijsko posredovana realnost. Postmoderna kultura postane kultura potrošniškega individuumu, obenem pa ima nanj vpliv kot še nikoli prej. (Bulc 2004, 34)

Popularna kultura 20. stoletja se je s pomočjo množičnih medijev razvila veliko hitreje kot poprej. Vedno večja komercializacija kulture in prostega časa je pripeljala skupaj z industrializacijo mest do »atomiziranih« posameznikov, ki jim manjka skupni prosti čas s soljudmi, kar pa je spretno nadomestila popularna kultura, ki je prevzela mesto neučinkovite oziroma nadomestne morale, katero je prej posameznik oblikoval s pomočjo drugih institucij (vas, družina, cerkev ...).

Popularna kultura ima izreden vpliv na vsakdanje življenje posameznika, je eden tistih segmentov sodobnega življenja, ki močno vpliva na naše razumevanje samih sebe in sveta okoli nas. Po mnenju literarnih kritikov iz 20. stoletja, leavisovcev, je sodobna popularna kultura brez »moralne resnosti« in »estetske vrednosti«. (Turner v Stanković 2002, 15) Bistvene značilnosti, ki jih ima po njihovem menjanju množična kultura so nezahtevnost in banalne vsebine ter trivialnost, »industrijska« oziroma množična proizvodnja za prav tako občinstvo, neavtentičnost kulture, saj je narejena za denar, brez avtorjevih resničnih občutkov, obenem pa je narejena po pričakovanjih množice, kar pomeni, da jih namesto privzdiguje, se jim prilagaja. Kot problematične učinke množične kulture pa levisovci navajajo mentalno

lenobo njenih potrošnikov, vsesplošno moralno plehkost in množično opuščanje ukvarjanja z bolj »resnimi« oblikami umetnosti ter izničevanje vseh estetskih kriterijev za razlikovanje med kvalitetnimi in nekvalitetnimi, kajti vse kar šteje je zabavno in prijetno. (Strinati v Stanković 2002, 15)

Pa vendar vemo, da so te obtožbe rahlo pregrebe, kajti vsako ukvarjanje s kakršno koli umetnostjo ima lahko tako pozitivne kot negativne posledice. Tako bi lahko rekli, da zgolj in samo ukvarjanje z »visoko« kulturo vodi v vzvišenost. Menim, da je ukvarjanje s kulturo, najsi bo množična, ljudska ali pa »visoka«, pomembno za razvoj in odnos do zunanjega sveta, do ustvarjanja in življenja v družbi, ki je sicer potrošniška in vedno bolj teži k tistemu, ki je zabavno in prijetno in ne vedno pravilno in moralno nesporno.

Kot pravi Stanković (2010, 117) popularna kultura sama po sebi nima nekih »apriornih političnih implikacij«, pač pa le ta nastaja v strukturah kapitalistične ekonomije, to pa pomeni, da vsebine popularne kulture podpirajo blok močnejših. To so »ljudje kot ustvarjalni, reflektirani in kritični potrošniki«, tej pa zmorejo kulturo razumeti in jo poistovetiti, kar pomeni tudi, da kultura sama po sebi ne obstaja, pač pa jo ustvarjamo aktivni akterji. Popularno kulturo je moč razumeti tudi kot jo lahko poimenujemo v gramscijevem smislu, polje boja.

Glasba sama je kulturna dejavnost, obenem pa »kultura /.../ preko glasbe »komunicira« (v smislu povratne zanke) sama s seboj in se skozi doživljajske izkušnje posameznikov znotraj skupnostnega učinka na koncu zaokrožuje v celovit sistem.« (Muršič 1993, 102)

2.2 GLASBA IN MLADI

V dvajsetem in enaindvajsetem stoletju se je poleg vseh novosti moderni razvil tudi konstrukt mladine. Nikoli poprej ni imela generacija mladih tolikšne vloge, kot jo ima sedaj. Poleg tega, da je pripravljena izpostaviti svojo identiteto, je obenem tudi njena družbena vloga postala vidnejša, obenem pa se je sama mladost podaljšala. Povezava vsakdanjega življenja mladih in ekonomsko vrednotene produkcije se je v današnjem času še bolj izpostavila, mladi so postali bolj avtonomni porabniki, lahko govorimo o času »kulture modernizacije mladih« (Ule 2000, 18) najbolj opazna značilnost tega časa je identifikacija z lastno generacijo. Za kulturno modernizacijo so značilne odmik od sveta zaposlitve in plačanega dela k svetu potrošnje,

zabave in prostega časa, sledenje novim stilom množične in potrošniške kulture, ki so in jih posredujejo mediji.

Skozi vsa leta je imela glasba vedno vpliv na mladostnike. Na njih vpliva tako ekonomsko in fizično kot psihično. Vpliv se je skozi obdobja spreminjal, a vedno je bil prisoten. Popularna glasba je tako rekoč manipulativna roka trgovcev, ki poslušalcem (najstnikom) ponuja različne produkte, ki bi jih navidezno približala glasbenim vzornikom. To se opazi v modi, v prodanih glasbenih zapisih, v ogledih na internetu, prodanem rumenem tisku...

Če se osredotočimo na popularno glasbo in naredimo pregled skozi obdobja, vidimo, da je sama popularna glasba vedno prišla med množico ljudi, ki jo je posvojila in se identificirala s svojim vzornikom.

2.2.1 VPLIV GLASBE NA MLADOSTNIKE SKOZI ČAS

V petdesetih letih prejšnjega stoletja je konec vojne pomenil le eno, željo po novosti, boljšem življenju. In Elvis Presley je bil kot nalašč za to. Z novimi ritmi je posegel v vsakdanjik, mladim dal nov zagon in jim pokazal, da smejo biti drugačni, predvsem pa optimistični. Popularna glasba (predvsem v Ameriki) se je v tistem času še bolj razširila s pomočjo barvne televizije in radiev. V šestdesetih letih se je doba rock'n'rola umaknila na stran, slavo so prevzeli glasbeniki, kot so bili fantje iz skupine Beatles. Vpliv britanske skupine se je širil tudi v Ameriko, kjer je bilo ustanovljenih kar nekaj podobnih skupin. Šestdeseta leta prejšnjega stoletja so bila leta upora tako v družbi sami kot v glasbeni industriji. Upor se je kazal tako v besedilih kot v sami miselnosti poslušalcev. Glasba in kultura sta pozivale mlade v razmišljanje ter upor avtoriteti in ljudem, ki so imeli kontrolo in prav to se je zgodilo. Prav Beatli so s svojim »outfitom« in besedili ljudi pozivali k razmišljanju in udejstvovanju v protestnih shodih proti vojni. Mladi so jih poslušali, verjeli vanje in to vedno bolj kazali navzven. V sedemdesetih se je rock'n'roll spet zasvetil v soju blišča, prav tako se je začela doba disco glasbe. Čeprav to obdobje ni na dobrem glasu glede družbeno kulturnih pridobitev zaradi pretiravanja tako v uporabi drog, stilu oblačenja kot v seksualni svobodi, pa vendar je glasba in čas 70-ih nasploh čas sprememb in prizorišče novonastalih subkultur kot so pank rokerji, raperji in ostale subkulture, ki se, po vzoru prejšnjega desetletja, upirajo sistemu. Osemdeseta leta so bila za izvajalce popularne glasbe leta vzpona. S pojavi glasbenih zapisov na kasetah in vzponom glasbenega televizijskega kanala MTV sta Michael Jackson in Madonna postala »kraljevi par« na glasbenih lestvicah. 80-ta leta so bila polna feminističnih

idej. Nasploh Madonna je prikazovala svojo (žensko) moč. Svojo seksualnost je izražala medtem ko je pela o neodvisnosti in svobodi. Dekletom je polagala na dušo, in se s tem upirala patriarhalnemu sistemu, da ženske niso le za ogledovanje, pač pa imajo tudi one besedo in je treba poslušati. Promocijski video je v tem času še pripomogel k stopnjevanju prepoznavnosti glasbenikov in njihovi slavi. V devetdesetih letih se je pojavil fenomen dekleških in fantovskih skupin, popularne so bile tako Spice Girls, kot Take That, pri nas pa so svoj trenutek slave doživele dekleta iz skupine Power Dancers, ki so bile nekakšna slovenska verzija Britanske skupine Spice Girls. Pa vendar je v 90ih glasba izgubila na svoji kvaliteti, kar se pozna še danes. Glasba je izgubila svojo moč, pridobila pa jo je s pomočjo vizualnih efektov, golote in seksualnih besedil. (Tripp in drugi 2013)

Glasba pa ima tako pozitivne kot negativne učinke na najstnike. Lahko vpliva na študijske navade, jih navaja na slengovske izraze in celo poškoduje ušesne bobniče. Vpliva na razpoloženje in so lahka tarča za trgovce. MTV in podobnih glasbeni programi so kot nek vmesni člen med glasbenikom in najstnikom, kateri ima močan vpliv na njih, bodisi v umetniškem smislu, kot kreativni vzpodbujavalec, bodisi v modni industriji, kot pokazatelj novih stilov.

2.3 POPULARNA GLASBA

Govoriti moramo o glasbah, in ne zgolj o glasbi. Glasba je spremljevalka našega vsakdana, katero zvrst bomo izbrali, pa je stvar osebnega okusa. V tej diplomski se bom osredotočila predvsem na popularno glasbo, o kateri sem tudi raziskovala kakšen vpliv ima na identiteto mladostnic. Kot vemo, je v preteklosti prav pevka popularne glasbe ali kot so jo celo poimenovali, kraljica popularne glasbe, Madonna, imela zelo velik vpliv na kar nekaj generacij, najsi bo to v modni industriji ali pa v samozavesti in zavesti deklet. V videospotih, ki jih je »poslala« na glasbeno tržišče je dala dekletom popoln prikaz življenja. Kot pravi Fiske (v Stankovič 2002, 45) je Madonna v številnih videospotih prikazana v različnih položajih, v katerih jasno prikazuje njeno podrejenost moškimi in tako nakazuje vsem dekletom prav to, da so tudi one enake njej, podrejene moškemu svetu, pa vendar nadalje Fiske problematizira prav njen primer in pravi, »Madonna očitno problematizira obstoječe patriarhalne konvencije, s tem pa seveda ne sodeluje pri ideološki reprodukciji družbe«.

Tony Bennett (Poštrak 1996, 137) je koncept popularne glasbe označil kot nek »talilni lonec protislovnih in zmedenih pomenov«, ki imajo moč, da množično zavajajo raziskave in jih vodijo v mnoge teoretične slepe ulice.

Muzikolog Philip Tagg (1982, 2) je pojem popularne glasbe glede na družbeno-kulturne vidike opredelil kot neko idejno zasnovo za množično distribucijo, kot glasbo namenjeno množicam, heterogenim skupinam. Pravi, da je popularna glasba shranjena v ne-pisni obliki, kar pomeni da se je oddaljila od »visoke umetnosti«, kjer so bile skladbe zapisane na notnih listih, partiturah in shranjene zgolj v tej obliki. Popularno glasbo je po beseda Tagga moč prodajati zgolj v družbah z razvitim industrijsko denarnim gospodarstvom, za prodajanje popularne glasbe pa velja načelo prodati čim več za čim manj in čim več ljudem.

Študij popularne glasbe je sicer dokaj mlada, interdisciplinarna zadeva. Pri analizi popularne glasbe je potrebno biti pozoren na psihološko, socialno, ritualno, tehnično, zgodovinsko in ekonomsko plat, obenem pa moramo nameniti kar nekaj pozornosti na video, žanrske in simbolna sporočila glasbe, ki jo preučujemo. Problem pri analizi popularne glasbe je ravno v tem, da se temu ne namenja dovolj pozornosti, obenem pa se premalo preučuje samo popularno glasbo.

Popularna glasba se je v svetu začela razvijati že v 19. stoletju, in sicer sprva se je to zgodilo v Združenih državah. Pri nas razvoj popularne glasbe povezujemo s socialistično družbeno ureditvijo, kar pa je posledica jugoslovanskega glasbenega tržišča. Šele z razpadom Jugoslavije se je tudi v Sloveniji začelo razvijati tržišče, glasbene založbe ter televizijske in radijske postaje, ki nam omogočajo dostop do popularne glasbe svetovnih izvajalcev. V Združenih državah je sicer popularna glasba dosegla izjemne uspehe že v 18. stoletju, ko so se začele pojavljati komične opere in angleške balade. Kasneje so glasbeno polje v Združenih državah zaznamovale balade in pesmi potujočih pevcev, preoblečenih v Afro – Američane, katere so na ta način zasmehovali in jih javno smešili. »Minstrel Shows« so bile takrat, v 19. stoletju, dominantne oblike popularne zabave. Konec 19. stoletja je prišlo do razmaha v glasbeni industriji – glasbo in besedila je pisalo le nekaj ljudi, pa vendar množično in hitro. Ob iznajdbi radia in gramofona je popularna glasba prišla v domove množic, s tem pa osvojila srca poslušalcev in potrošnikov. Povečala se je prodaja gramofonskih plošč, povečale so se naklade, popularna glasba je postala del življenja. Potrebna je tudi omemba pianistov, ki so glasbo s pomočjo klavirja širili med ljudi, po navadi višjega stanu, na vrtove in zabave,

obenem pa je to tudi ena izmed zelo pomembnih inovacij 19. stoletja v glasbeni industriji, saj so zvoki popularne glasbe lahko potovali s pianistom.

Po besedah Middletona (2002, 11–16) se je popularna glasba razvila v treh (ključnih) obdobjih, buržoazna revolucija je konec 18. in v začetku 19. stoletja omogočila prihod glasbene industrije med množico, omogočila je sam nastanek in komercializacijo glasbene industrije, konec 19. stoletja so se razvile prve oblike množične kulture, tretje ključno obdobje pa se je odvijalo po drugi svetovni vojni, ko se je pojavil rock'n'roll in ostale oblike sodobne popularne glasbe. V 20. stoletju se je z razvojem tehnologije glasbe približala skoraj vsem. Postala je dostopna, obenem pa je postala del vsakdanjika in kulturno sprejeta.

Jasno je, da bo potrebno kar nekaj inovacij v popularni glasbi, da bo še kakšna artistka postala kraljica popularne glasbe, kot je to uspelo Madonni. Vemo, da se dandanes popularna glasba zgolj ponavlja, obračajo se stari hiti, predeluje se podlaga le teh, težje pa je slišati oziroma zaznati nekaj čisto svežega, potrebni so novi ritmi. Eden izmed razlogov zakaj sem izbrala prav Adele in Rihanno je prav v tem, v novih, svežih ritmih in v novi obliki sicer že precej izpete romantike in boleče ljubezni.

2.4 IDENTITETA

Identiteta je okvir za samoprepoznavanje socialne enote kot identične v času in prostoru. Omogoča jezikovno nanašanje posameznika ali kake druge socialne enote na samega sebe. Identiteta je minimalna socialna institucija, ki definira subjekt za kompetentnega socialnega akterja. Omogoča socialno prepoznavanje posameznika ali kake druge socialne enote kot identične skozi različne socialne situacije. Je presečišče individualnega in družbenega, subjektivnega in objektivnega v in na subjektu. Identiteta postane tako socialni označevalec osebe ali socialne enote. (Ule 2000, 322)

Kot pravi Uletova (2000, 84) o identiteti ne smemo razmišljati kot o sebstvu ali kot o samopredstavitvi, pač pa je identiteta proces. Identiteto se pogosto definira kot kombinacijo nujnih psihičnih kvalitete, ki osebo diferencirajo in okarakterizirajo. V vseh definicijah identitete pa gre za bistveno značilnost: »ostati isti (the same) kljub spremembam, oz. gre za občutek istosti sebstva in lastne kontinuitete v času in prostoru ter percepcijo dejstva, da tudi drug pre(i)poznavajo posameznikovo istost in kontinuiteto.« (Erikson v Ule 2000, 85)

Glasbeni spoti mladostnikom ponujajo lažno realnost v kateri so vsi srečni, lepi, uspešni in bogati. Medijska podoba, ki ni enaka resničnosti, lahko mlade zavaja in zasvaja, saj nenehno hlepajo po življenju iz televizijskih ekranov, ki je po navadi v popolnem nasprotju z resničnim. Socializacijsko vlogo, ki jo imajo mediji, bi bilo potrebno omejiti ali pa otroke oziroma mladostnike že od začetka učiti, da je medijski svet nerealen svet in je zaigran, saj je problem, ko mladi ne znajo razločevati med stvarnim življenjem in življenjem, kot ga prikazujejo televizijski spoti.

»Danes nam ugodje ob uživanju popularne kulture omogoča neposredno identifikacijo. Popularne fikcije nam omogočajo občutiti sami sebe, oblikovati svoje želje, fantazijo, imaginarno preteklost in projekcijo v prihodnost. Najrajši se enačimo z znanimi in slavnimi osebami, vzorniki oziroma idoli.« (Erjavec in Volčič 1999, 71)

V naslednjih podpoglavjih bojo opisane tri izvajalke, Madonna, ki je imela močan vpliv na mladostnice v preteklosti ter Adele in Rihanna, ki imata močan vpliv zdaj.

2.4.1 MADONNA

Identifikacija s slavnimi osebami je po navadi za mladostnike ključnega pomena. Pa vendar je treba biti previden, da le ti ne prevzamejo »negativnih« vzornikov, oziroma tistih, ki prikazujejo življenje kot neskončno zabavo, obdano s prepovedanimi substancami. Če pogledamo v zgodovino, vemo, da je imela velik vpliv na mladostnice Madonna; le ta jim je v videospotih dajala neko moč, tako da je kazala »njeno podrejenost moškemu, kot tudi njena pogosta koketiranja s podobo Marilyn Monroe, ki ni nikoli skrivala, da je za njen uspeh zaslužno prav njeno telo. Madonna naj bi tako mlada dekleta učila, da je zanje najbolje, če se vidijo tako, kot jih radi vidijo moški (kot pasivne predmete poželenja). (Fiske v Stanković 2002, 45)

Popularna glasbenica, glasbena producentka in igralka Madonna Louise Ciccone se je rodila 16. avgusta 1958 v Bay Cityju v Michiganu. Leta 1981 je začela nastopati kot solo pevka in postala senzacija v moškem svetu popularne scene v 80-ih. S svojo seksualnostjo, pomešano z duhovnostjo in religioznostjo je vsakič znova postregla v svojih videospotih. Vpliv Madonnih videospotov je imel neizmerno moč, jasno je, da je skozi desetletja bila vzornica mladim ženskam, pa najsi bo to v modnih smernicah kot v načinu razmišljanja. (Madonna 2013)

V času adolescence je v slovenski kulturi uporništvo staršem in družbi nekaj »normalnega«, kar pomeni, da ni nič nenavadnega, če se mladenka postrize podobno Rihanni ali pa se obleče podobno kot katerakoli druga pevka popularne glasbe. V času adolescence, odraščanja, mladostnice iščejo svojo vlogo tako v družini kot v družbi. V tem obdobju si iščejo podobno misleče za so-pripadnike neki družbi, obenem pa si poiščejo vzornike, ki so medijsko izpostavljeni.

Po Eriksonu (v Ule 1988, 20) je adolescenca čas »psihosocialne karence« v človekovem razvoju. Ta čas dopušča posamezniku pri (navidezno) svobodnem in eksperimentalnem iskanju socialnih vlog, pri iskanju njegove pripadnosti in mesta v družbi. Da se identiteta oblikuje je najpomembnejše, da ima posameznik občutek odgovornosti in da mu družba daje vtis, da je pomemben, ima neko funkcijo v družbi ter ima položaj osebe, čigar rast ima smisel v očeh drugih, pomembnejših.

Pogostokrat se zgodi, da se premalo zavedamo, kakšen vpliv ima dejansko popularna glasba vpliv na mladostnike. Tudi starši se premalokrat zavedajo, kakšna besedila poslušajo njihovi otroci, saj je postala uporaba slušalk oziroma prenosnih audio medijev vsakodnevni pojav.

Besedila vedno pogosteje vsebujejo dejanja povezana s konzumiranjem drog, spolnosti in nasilja. Potrebno se je zavedati, da vse to vpliva na mladostnikovo identiteto, sploh če je le ta bolj dovzeten za vplive iz okolja.

Čemu je potrebno raziskovati identiteto linearno z vplivom popularne glasbe na mladostnice?

Mladostnice se zavedajo, da našo podobo drugi vidijo drugače kot mi sami, zato se lahko identificirajo z glasbenicami in se obnašajo in oblačijo podobno kot one, s tem pa pokažejo vrstnicam, kakšne so in kaj jih navdihuje. Sami sebe težko vidimo, kakšni smo v resnici, se pa dostikrat zgodi, da so nam drugi ogledalo.

2.4.2 KDO STA ADELE IN RIHANNA

Pevki, ki sem ju izbrala za primer študije, sem izbrala namenoma, saj sta uspešni solo izvajalki, popolno nasprotje v izvajanju skladb in sami predstavitvi teh, pa vendar vzornice mladim dekletom.

Adele Laurie lue Adkins (5. Maj 1988), ali bolje znana kot Adele, je angleška piska besedil, glasbenica in pevk. Je ena najuspešnejših angleških artistk zadnjega časa, ki je uspela zgolj z dvema albumoma, če smo natančnejši, je uspela z zadnjim albumom, 21.

Adele je svoj prvi album izdala nekje med 18. in 19. letom ter ga nasloвила s preprostim naslovom, njenimi leti, 19. Povedala je, da je celoten album namenjen njenemu bivšemu fantu in prebolevanju njunemu razhodu, ki je bil sicer mučen, saj se Adele ni mogla sprijazniti da je fant biseksualen in kot je rekla, ni bila sposobna tekmovati tako s fanti kot dekleti. Pravi še, da je album zelo žalosten, prav tako pa pesmi, ki govorijo o njeni nesrečni ljubezni. Leta 2009 je Adele prejela Grammyja za najboljšo novo izvajalko in nagrado za najboljšo žensko pop-vokalno izvedbo. Leta 2011 je izšel njen drugi album, 21, s singlom Rolling In The Deep. V tem albumu se kažejo spremembe tako v glasbi kot v izvajalki, kaže se njena odraslost napram prejšnjemu, prvemu albumu. Album je kraljeval na prvem mestu lestvic kar 18 tednov, kar je svojevrsten rekord, saj je pevk novinka. V eni noči je na zadnji podelitvi Grammyjev prejela kar šest nagrad, kar je zgodovinski dosežek za enega izvajalca.

V letu 2012 je posnela pesem za Bondov zadnji film, Skyfall, v medijih pa se že pojavljajo govorice, da snema tretji album.

Kar je bistvenega pri njenima albuma je njen glas, ki je sicer nizek, pa vendar odraža moč desetih. Adele je sicer tudi sama po sebi unikatna. Je vse prej kot enaka drugim, je dekle z oblinami, katerih se ne sramuje in to je jasno povedala. Je umetnica, ki ne prodaja svojega izgleda, pač pa svojo glasbo. Tako vrstnicam in mladostnicam pošilja sporočilo, da ni potrebno biti ekstremno suh, da postaneš uspešen. (Adele 2013)

Robyin Rihanna Fenty (20. Februar 1988) ali pod umetniškim imenom Rihanna, pevka s Karibskega otoka Barbados, je mednarodna zvezdnica, ki je ta naslov osvojila na podlagi uspešnih glasbenih projektov in izdanih albumov. Leta 2005 je izdala prvi studijski album z naslovom Music Of The Sun, zaslovela pa je s pesmijo Pon De Replay, izdala pa je tudi singel If It's Loving That you Want. Leto kasneje je izdala album z naslovom A Girl Like Me z znanima singloma SOS (Rescue me) in Unfaithful'. Leta 2007 je izdala njen najuspešnejši album Good Girl Gone Bad, prodan v 8-milijonski nakladi z znanimi singli, kot so Umbrella, Don't Stop the Music in duet z Justinom Timberlakom, rehab, le-ta album pa je leto kasneje ponovno izdala pod naslovom Good Girl Gone Bad: Reloaded ter dodala tri nove single, Take a Bow, If I Never See Your Face Again in Disturbia. Leta 2009 je izdala album Rated R, leta 2010 pa je izdala album Loud v katerem so singli posneti v duetih, kot so Only Girl (In The World), S&M, What's My Name?. Leta 2011 je na javnost poslala šesti album Talk talk To z uspešnicama Where have You Been in We Found Love. Njen sedmi album Unapologetic iz leta 2012 s hitoma Diamonds in Stay še danes kraljuje na glasbenih lestvicah. Ameriška revija Time je istega leta Rihanno imenovala za eno najbolj vplivnih ljudi na svetu.

S svojo pesmijo Umbrella se je leta 2007 na glasbenih lestvicah povzpela na prvo mesto v kar 15 državah in na prvo mesto po svetu. S tem je postala ne le vzornica, pač pa tudi idol. Sicer v njenih pesmih prevladuje ljubezenska tematika, kot pri večini izvajalcev popularne glasbe, pa vendar je v pesmi Man Down s petega albuma Loud opozorila na nasilje, ki se vedno bolj javno obsoja, spolno nasilje nad ženskami. Pesem je dobila tako pozitivne kot negativne kritike, pa vendar je v spotu pokazala, kot nekoč Madonna, da je v moškem svetu potrebna moč in da naj se ženske oziroma dekleta borijo zase. Čeprav je ona (Rihanna) pokazala to moč z umorom moškega, ki je posilil dekle, še vedno ne smemo gledati tako ozkogledo. Zaradi sporočila, ki ga je prenesla na dekleta, je lahko vzornica.

Sicer je Rihanna poznana po svojih provokativnih videospotih, mnogokrat je v medijih predstavljena kot bodoča Amy Winehouse (nedolgo nazaj preminula znana pevka, ki je umrla

zaradi predoziranja), pa vendar nosi s sabo v svojih izdelkih neko osebno sporočilo: sem ženska, in sem močna ženska. (Rihanna 2013)

3 EMPIRIČNI DEL

3.1 METODA

Namen empiričnega dela diplomske naloge je bil ugotoviti kakšen vpliv ima popularna glasba na mladostnice starih od trinajst do sedemnajst let. Želela sem ugotoviti, ali se je moč vpliva popularne glasbe na identiteto mladostnic kaj spremenil v primerjavi z vplivom v prejšnjih desetletjih, ko je imela glasba močan vpliv na mladostnike in mladostnice. V drugem poglavju je razdelan ta vpliv na kratko, le za pregled nad vplivom, kakršnega so imeli glasbeniki na mladino v preteklih desetletjih. S pomočjo intervjujev sem preverjala koliko pozornosti posvečajo mladostnice popularni glasbi in kolikšen vpliv ima na njihovo identiteto ter koliko popularna glasba dejansko oblikuje njihov stil življenja. Popularna glasba je fenomen današnjega sveta in je pomemben del našega življenja. Predvsem mladostnice so bolj podvržene vplivu popularne scene, zato menim, da je smiselno raziskovati, kolikšen vpliv ima popularna glasba na njihovo identiteto. Popularna glasba ima lahko tako pozitivne kot negativne učinke, zato sem za primer vzela dve izvajalki, Adele in Rihanno. Za raziskovalno vprašanje sem si postavila vprašanje Kakšen vpliv ima popularna glasba na identiteto mladostnic? Cilji moje naloge so tako odkriti, ali so se mladostnice pripravljene podrediti popularni kulturi in ali imata prej omenjeni izvajalki vpliv na mladostnice. Pomen svoje diplomske naloge vidim predvsem v tem, da je premalo namenjeno raziskavi identitete mladih, sploh na primeru identifikacije z izvajalci popularne glasbe.

V svojo raziskavo sem vključila 10 mladostnic ($n=10$), starih od 13 do 17 let, 5 osnovnošolk in 5 srednješolk. Osnovnošolke so v šolskem letu 2011/2012 obiskovale OŠ v Ljubljani, srednješolke pa so obiskovale Srednjo vzgojiteljsko šolo in gimnazijo Ljubljana, smer predšolska vzgoja.

Glede na obravnavani problem sem se odločila za uporabo kvalitativne metodologije in uporabila polstrukturirani intervju. Intervjuje sem opravljala od junija do avgusta 2012. Vsi intervjuji so anonimni in so potekali individualno.

3.2 ANALIZA PODATKOV

Mnogo ljudi smatra glasbo kot nek pobeg iz vsakdanjosti, v besedilih pesmi iščejo sebe in se identificirajo z besedilom kot akterjem v njem. Popularna glasba oziroma glasba nasploh je ena izmed mnogih poti, kako lahko mladostniki poiščejo sebe, pri tem pa si pomagajo s sporočili pesmi, ki jim odgovorijo na premnoga vprašanja. Nekatera besedila jim tako pomagajo pri ljubezenskih vprašanjih, spet druga so jim v uteho v težkih trenutkih, prav to pa je bistvo glasbe, pritegniti slušatelja, obenem pa mu dati možnost, da se v glasbi oziroma besedilu najde in se z njim poistoveti.

Analiza podatkov, ki sem jih pridobila s polstrukturiranim intervjujem, sem obdelala sistematično, ob sprotnem prebiranju in označevanju transkripcije intervjujev.

1. ALI POSLUŠAŠ POPULARNO GLASBO?

Vsa dekleta so na to vprašanje odgovorila pritrdilno, da popularno glasbo poznajo in jo poslušajo, pa vendar ni to vedno edina zvrst, ki jih večina posluša.

»Med drugim poslušam tudi popularno glasbo, vendar po večini poslušam to kar mi je všeč.«
(X9)

Dobila sem tudi odgovor, da glasba, ki jo poslušajo, naj ne bi bila odvisna od svoje popularnosti, pač pa bolj od vsebine pesmi in trenutnega razpoloženja intervjuvanke, na katero naj bi imela glasba vpliv.

»Poslušam pesmi, ki so mi všeč in veliko jih je popularnih. Ne omejujem se na samo eno zvrst, kakšno zvrst poslušam je odvisno od mojega počutja.« (X5)

Sami odgovori na preprosto vprašanje o tem, ali poslušajo popularno glasbo, me je pripeljalo do tega, da sem ugotovila, da ni poanta v tem, da dekleta ne poslušajo zgolj ene zvrsti, ki bi odgovorila na moje raziskovalno vprašanje, da ima v današnjem času popularna glasba močan vpliv na mladostnice, pač pa je bilo bolj sporno neko zamegljeno prepričanje, da glasba, ki jo posredujejo mediji, ni vedno popularna, pa vendar vemo, da je popularna glasba pravzaprav termin, ki zajema več zvrsti glasbe in da je glasba, četudi ni letošnji hit, še vedno nekje v okvirih popularne glasbe.

»Poslušam tisto glasbo, ki mi je všeč, ne glede na to ali je popularna ali ne, rada poslušam stari rock in morda kdaj kakšen jazz, to pa ni ravno popularna glasba, kajne?«(X9)

2. KAKO BI OPREDELILA POPULARNO GLASBO?

Opredeljevanje popularne glasbe je kar tako na pamet sicer zelo težko dejanje, saj je popularna glasba zelo kompleksen pojav, pa vendar me je pri tem vprašanju zanimalo, kako doživljajo dekleta popularno glasbo, kam jo uvrščajo in kaj jim na splošno pomeni. Kar nekaj deklet je odgovorilo, da je popularna glasba nekaj vsakdanjega, nekaj kar se predvaja na različnih radijskih postajah in je del njih. Obenem pa so poudarjale, da je popularna glasba bolj kot ne glasba, katero »morajo« poslušati, ni pa njihova najljubša glasbena zvrst. »...neštetokrat /popularno glasbo/ jo predvajajo po radijih in /.../ smo vsi »zasvojeni.« in »mladostniški ritmi glasbe« sta bila dva odgovora na asociacijo popularne glasbe, kar kaže na neko nestrinjanje mladostnic s tem, da »morajo« poslušati popularno glasbo, obenem pa kaže na njihovo ranljivost in neodločnost, saj ima vsakdo možnost poslušati, kar želi. Pa vendar menim, da popularna glasba ni nujno nekaj slabega, kajti nemalokrat se pokaže kot mladostnikov prijatelj v samoti, težavah in najstniških nejasnostih in obenem neka vez med sovrstniki.

»Popularna glasba mi ne pomeni dosti več kot druge zvrsti glasbe. Je pa res, da se ob ritmu te glasbe lahko dodobra sprostiš in izvajaš različne plesne gibe, zato to zvrst glasbe največkrat zasledimo na raznih zabavah, disko klubih...Popularna glasba je glasba, ki se spreminja skozi čas. Mislim pa da se spreminja zaradi napredne tehnologije in tudi zaradi drugačnega načina življenja ljudi (npr. tudi v 80. letih so imeli popularno glasbo, vendar ta glasba v današnjem času ni več popularna).«(X5)

3. SI ŽE SLIŠALA ZA RIHANNO IN ADELE?

Vse intervjuvanke so pritrdile, da poznajo izvajalki, kateri sem vzela za primer. Izvajalki sta v zadnjem času zelo popularni, velikokrat ju je moč slišati na različnih glasbenih postajah, njuni videospoti se predvajajo na glasbenih TV- programih, zasledimo lahko tudi mnogo objav povezav do njune glasbe na različnih socialnih omrežjih, beremo o njima v dnevnikih rumenih novicah (tako v spletnih kot tiskanih medijih). Adele je v lanskem letu (2012) prejela mnogo glasbenih nagrad, kar je še pripomoglo k njeni medijski prepoznavnosti. Če primerjamo z Madonno, ki je »kraljevala« kulturi popularne glasbe v prejšnjem desetletju, spodbujala mladostnice k temu da so stremele z njo k večji vloge žensk v družbi, Madonno, ki se je javno

obregnila ob Vatikan in Rimsko Katoliško cerkev, bi lahko rekli, da je Adele s svojim glasom, stasom, ki ni v skladu z ostalimi popularnimi glasbenicami, nova glasnica moči žensk. Glasbo, ki jo p(r)odaja mladim ženskam, lahko vidimo kot nek upor moškemu svetu, kaže na to, da je ranljiva, a ostaja močna. Svojo medijsko prepoznavnost Adele povečuje tudi z nedavnim kazanjem v javnosti po porodu prvorojenca. Rihanna obvladuje medije s svojo kontroverznostjo, s svojim včasih spornim obnašanjem, ponovno se je začela sestajati z bivšim fantom, ki je bil v preteklosti do nje nasilen, in pa z glasbenimi spoti, ki burijo medijsko sfero, kaj je in kaj ni dopustno. Paparaci ji sledijo na vsakem koraku in fotografirajo vsako »napako«, ki jo posredujejo v medije, kar pa poskrbi za večjo branost, obenem pa tudi večjo njeno prepoznavnost.

»Za obe sem že slišala, vendar me njuna glasba ni preveč všeč. Od njiju poslušam samo hite.«
(X8)

4. KAJ MENIŠ O NJUNI GLASBI? SE Z NJIMA LAHKO POISTOVETIŠ?

Glasba narejena za ciljno publiko pod 25 let je med mladostnicami v Sloveniji (na podlagi moje raziskave) sprejeta v 85 odstotkih. Kot vedno je tu tudi delež odstopanj, kar je razumljivo, saj se glasbeni okusi tako spreminjajo kot razlikujejo. Glasba, ki se vrti na radijskih postajah, izvajalki, ki sta prejemnici prestižnih nagrad (v letu 2013 je Adele že prejela Zlati globus za pesem Skyfall, ki je soundtrack v filmu James Bond, za katerega je v letu 2002 posnela pesem tudi Madonna, katero smo v tej nalogi že večkrat postavili ob bok današnjim umetnicam in jih primerjali glede na vpliv na mladostnice), nista nujno tudi všečni celotni populaciji. Poistovetenje z izvajalkama je po besedah večine intervjuvank nemogoče, saj je podoba življenja drugačna.

»Njuna glasba je živa in energična, zato jo imamo mladostniki radi. Besedilo govori o vseh mogočih temah mladih, s čimer se pevki približata ravno mlajši populaciji. S tem pa si pridobita mlade na svojo stran. Mladi največkrat posnemajo znane po stilu, torej se oblačijo tako kot oni, imajo take frizure in ne nazadnje se obnašajo tako kot oni.« (X5)

Osem intervjuvank je povedalo, da jim je glasba Adele in Rihanne všeč, ena je povedala, da ji je všeč le glasba Rihanne, ena izmed intervjuvank pa je izjavila, da ji njuna glasba ni všeč. »Njuna glasba mi ni všeč. Za Adele menim da je muha enodnevnica, saj se je na sceno povzpela samo zaradi enega hita. Pri Rihanni so mi všeč samo nekatere pesmi, vendar v njih ne vidim nekakšnega sporočila ali kaj podobnega.« (X8)

5. MISLIŠ, DA STA PEVKI LAHKO VZORNICI MLADIM DEKLETOM?

Vzor mladim po navadi predstavljajo prav popularni glasbeniki in drugi slavni umetniki, saj v njih vidijo, kaj oziroma kdo bi lahko bili. Lowenthal (1987 v Erjavec in Volčič, 1999:71) pravi, da je v 20. stoletju prišlo do nekakšnega »preoblikovanja heroja v sodobno javno osebo.« Idol v današnjem času pomeni nekdo, ki se zna zabavati in zna zabavati druge in jih odveže za hip vsakdanjih skrbi. V današnjem času je biti popularen postalo tudi ne biti nujno dober v tem smislu, da bi ga družba obravnavala kot akterja s pozitivnim vplivom na mlade. Glasbeniki velikokrat težko prodrejo na vse svetovne trge v tej meri, da bi se večina mladih zgledovalo po njih. Če primerjamo z vplivom Madonne na takratno mladino, lahko opazimo, da se je močno zmanjšala tista vez, ki bi lahko bila povezovalna med mladino in svetom slavnim, saj so zvezdniki postali nekako postavljeni na piedistal in ne omogočajo mladim, da bi se z njimi poistovetili do te mere, da se ne bi občutil propad med njihovimi družbami in okoljem samim. Okolje, v katerem živi slovenska mladina je vsekakor različno od Ameriškega ali Angleškega, pa vendar je mladina povsod mladina, in le ta potrebuje nekoga, po katerem se zgleduje, kako naj bi preživel težko obdobje adolescence. S tem, ko se je na glasbeni sceni začelo kazati veliko več družbeno težje sprejemljivih dogodkov, kot so golota na odrih, drogiranje v zaodrju in ostale kaprice, ki jih pišejo o zvezdniki, je propad med mladino in zvezdniki postal globlji.

Med odgovori intervjuvank smo lahko ugotovili, da nek delež Adele in Rihanna prispevata k njihovi samopodobi, saj so jim lahko za zgled. Pa vendar lahko opazimo (samo)kritičnost mladenk, s katerimi smo opravili intervjuje.

»Da in ne. Po zgledu sta lahko vzornici mladim, saj ne pretiravata, po obnašanju pa ne, saj kar mi zasledimo v medijih je vse za ogled in prepoznavnost. Ne poznamo jih osebno in kar se prikazuje v medijih je samo to kar slavni ali v tem primeru kar Rihanna in Adele hočeta, da vidimo.« (X1)

»Rihanna vsekakor ne, saj popivanje in drogiranje in ne vem še kaj vse, to ni za zgled čeprav večina to dela. Ljudje se oziramo po idolih, ker mislimo, da je vse kar počnejo najboljše, vendar ni. Za Adele pa ne morem reči, ker ima nenehne umike iz scene in o njenem življenju ne zvemo prav veliko.« (X8)

6. KAKŠEN VPLIV IMA NATE POPULARNA GLASBA? SE TI ZDI, DA JE DEL TVOJEGA ZNAČAJA, IDENTITETE?

Kar šest od vprašanih so odgovorile, da menijo, da glasba nanj nima velikega vpliva. Potrdile so, da jih glasba sicer »pomiri ali pa razvedri«, dejale so da popularna glasba »vpliva na naše obnašanje in misli«, celo da v »nekaterih pesmih najdejo delčke njihovega značaja«. Ker vemo, da se velikokrat niti ne zavedamo, da ima nekaj lahko tolikšen vpliv na nas in na naš značaj, menim, da lahko to povežemo prav s tem. Morda bodo dekleta to ugotovila čez nekaj let, da so si v tem času prisvojila kar nekaj podobnih mišljenj, kot so jih nekdanje poslušale v pesmih popularnih glasbenic, obenem pa ugotovile, da je to postalo del njihove identitete in predvsem del njihovega tedanjega zunanjšega izgleda.

»Zagotovo je del mojega značaja. Tudi jaz sama opazujem in oponašam moje idole. Najpomembnejša pa so mi sporočila, ki jih pošiljajo med nas.« (X8)

Ta izjava me je pozitivno presenetila, kajti zavedanje, da je popularna glasba del dekletovega življenja in pa miselnost, da ni sporno oponašanje idolov, je pot k temu, da je nek odstotek še podrejen glasbeni sceni. Sporočila, ki jih po navadi posredujejo zvezdniki, so velikokrat lahko sporna in nejasna, a v primeru naših dveh glasbenic pa so zelo jasna in glasna: biti ženska s ponosom in nič ni narobe, če kdaj pokažemo svojo nemoč in razočaranje.

»Nobena glasba nima vpliva name, razen, da mi lahko včasih spremeni razpoloženje. Ne, glasba ni del mojega značaja.« (X1)

7. ALI GLEDAŠ VIDEOSPOTE? KAJ TE PRI NJIH NAJBOLJ PRIVLAČI?

Glasbeni spoti so po besedah Erjavčeve in Volčičeve (1999, 68) »ključni dejavniki pri odpravljanju tradicionalnih mej med predstavo in realnostjo«, kar je lahko pri mladih ključni problem pri oblikovanju identitete. S svojo vizualizacijo mladim približajo neko (lažno) realnost, ki jo mladi vsrkavajo in se s tem poskušajo približati glasbenim idolom in njihovemu oblačenju in obnašanju. Pri glasbenih videospotih je potrebno izpostaviti pojavnost nasilja, uporabe drog, alkohola, cigaret ter na spolnost, ki se kaže na način, v katerem mladostniki morda ne dobijo družbeno odobrenega vzorca obnašanja, oziroma lahko dobijo napačne informacije, sploh mladostniki, ki so v času spolnega dozorevanja.

Kar je lahko problematično pri gledanju videospotov je to, da je mladostnik pod vplivom le tega v tolikšni meri, da postane ne le slušatelj in gledalec, pač pa tudi udeleženec videospota,

pri čemer pa je velika verjetnost, da postane podvržen stereotipom, začne zmotno verjeti videnemu, mladostnice postanejo obsedene z zunanjim videzom, kot je na primer »popolna postava«, izključena je morala glede seksualnosti, obenem pa se znižuje starosti pri prvi uporabi alkohola in tobaka ter drog.

Objektivizacija žensk v videospotih ne prihaja zgolj s strani moških, kot bi sprva mislili, pa se pogosto dogaja, da ženske umetnice same sebe predstavljajo kot spolni objekt, saj vedo, da se takšne podobe dobro prodajajo. Kar je najbolj zaskrbljujoče, je to, da se mlado občinstvo (še posebej mlade ženske) dostikrat z njimi identificirajo in samo objektivizacijo sprejemajo kot »normalno« oziroma kot del odraščanje. (Hurst 2012, 30)

V intervjuju je moč zaslediti kar nekaj odgovorov, da dekleta gledajo videospote z namenom, da opazujejo koreografije in kako so oblečeni izvajalci.

»Videospote rada pogledam, ker se tako lažje vživim v tisto glasbo. Najbolj pa me privlačijo zanimive plesne koreografije in lepe obleke.« (X5)

8. KJE PONAVIDI POSLUŠAŠ GLASBO?

Poslušanje glasbe je postalo samoumevno, nihče več ne sprašuje ali sploh poslušamo glasbo. Le ta se predvaja v nakupovalnih centrih, na avtobusnih postajah, marsikdo dneva ne preživi brez prižganega radia ali pa ima na televiziji vklopljen MTV ali katerikoli drug glasbeni program, da lahko hkrati ob poslušanju tudi gleda videospote. Mladostniki večinoma poslušajo glasbo vseskozi, saj lahko vidimo, da ima mnogo mladih v ušesih slušalke, predvajalniki pa so po večini postali kar mobilni telefoni.

Znano je, da ima glasba močen vpliv na človeka, na njegov razvoj in počutje. Glasba je ena redkih dejavnosti, ki stimulira celotne možgane. Bistvena je za vse kulture, pomaga pa tako pri učenju jezika in izboljšanju jezika, kot pri motoričnih sposobnostih posameznika. Sicer je glasba lahko tudi moteča, če je preglasna ali če odvzema našo pozornost, vendar smo mi tisti, ki jo lahko ali izključimo ali se umaknemo iz preglasnega okolja. Glasbo po navadi poslušamo v vseh prostorih, kjer se največ zadržujemo, saj nam glasba velikokrat popravi razpoloženje in pozitivno vpliva na naše čute. Glasba ima kar nekaj pozitivnih lastnosti na posameznika, kot na primer deluje kot učinkovita protibolečinska terapija, uravnava krvni pritisk, pospešuje okrevanje po kapi, blagodejno vpliva na migrenska obolenja, izboljšuje imunski sistem, povečuje inteligenco, pomnjenje in spomin, koncentracijo in zmožnost. (English Eastday 2001)

Vsa dekleta so v intervjuju odgovorila, da glasbo poslušajo povsod, nimajo nobenega posebnega mesta za poslušanje le te, večina jih za predvajalnike uporablja mobilne telefone, računalnike, mp3 predvajalnikov, radio in televizijo.

»Doma, med vožnjo,.. kamorkoli grem, mi je prijetno poslušati (glasbo), nimam določenega mesta, je pa res da je največ poslušam doma in na treningih.« (X2)

4 ZAKLJUČEK

Popularna glasba je del vsakega mladostnika. Mladi so zelo podrejeni današnji glasbeni industriji, saj jim le ta vsakodnevno ponuja novosti, obenem pa življenje, ki je sicer navidezno in slovenskim mladostnikom (velikokrat) nedostopno, pa vendar, ravno ta fantazijski svet pomaga mladim, da si gradijo identiteto.

Identiteta je del vsakega. Je proces in ne samopredstavitev. Sebstvo je pojem, katerega sicer ne razgrajujemo dnevno, pa vendar si lastno identiteto krojimo vsakodnevno, s pomočjo okolja, še posebej veliko moč imajo množični mediji. Vsakemu posamezniku je dano neskončno (pa vendar v okvirih /lastne/ družbe in okolja možnosti oblikovanja identitete. S tem, ko nam je dano več izbir, pridemo pred težavo, katero možnost izbrati. Prav ta izbira je po navadi tista, ki nas definira v množici in nas v množici danih indikatorjev dela unikatne. Prav tu pa imajo velik vpliv na nas množični mediji. Le ti nam vsak dan ponujajo nove možnosti, s katerimi se lahko identificiramo. Glasba kot zabavni del življenja je nadvse dobičkonosna za glasbeno industrijo, kajti s tem, ko mladina posluša in gleda, obenem prevzema slog glasbenikov, kar pa jih pelje v iskanje novih dobrin, ki bi jih delale podobne, če ne celo enake, glasbenikom, s tem pa se ustvari nov tok potrošnik-ponudnik.

Kar je pri popularni glasbi in njenemu vplivu bolj potrebno javno opredeljevati, je to, kar so v Ameriki leta 2009 storili pediatri iz Zveze Ameriških pediatrov, ko so javnosti ponudili raziskavo o tem, kakšen vpliv ima (tudi) popularna glasba na mladostnike. Ugotovili so predvsem pomanjkanje zanimanja staršev, kaj poslušajo njihovi otroci, saj je znano, da mnoga besedila popularnih pesmi vsebuje opise nasilja, uporabe drog in seksualnosti. Jasno je, da je mladostniku težko prepovedati poslušanje takšne glasbe, pa vendar bi bilo dobro, da starši in vzgojitelji poznajo vsebino glasbe, katero poslušajo njihovi otroci. (American Academy of Pediatrics 2009)

V svoji diplomski nalogi sem se spraševala, kakšen vpliv ima popularna glasba na identiteto mladostnic, ugotovila pa sem, da dekleta vsakodnevno poslušajo glasbo, večinoma popularno. Dekleta sicer pravijo, da popularna glasba na njih nima precejšnega vpliva na identiteto, pa vendar zatrjujejo, da jih ta glasba nekako dopolnjuje, najsi bo v času treninga, med vožnjo ali pa ko so čustveno prikrajšane. Z besedili se povežejo s fantazijskim svetom, ki jih na nek način varuje pred stvarnostjo, kar pa je tudi namen glasbe, ki naj bi bila del zabave in seveda

del odraščanja in v pomoč pri odkrivanju lastnega jaza. Vpliv popularne glasbe na identiteto mladostnic se je torej v primerjavi z obdobjem devetdesetih zmanjšal. Kar pa sem na nek način tudi pričakovala, kajti popularna kultura je postala naš vsakdanjik, vse kar vidimo in smo je vpeto v sfero popularnega, najsi bo to stil oblačenja ali pa obnašanja. Že od malih nog smo del množičnih medijev, ki nam ponujajo popularno glasbo, kar privede do enačenja mladih s popularnimi izvajalci in posledično tudi do vpliva medijsko izpostavljenih na identiteto mladih. To je na nek način pokazala tudi moja raziskava, ki sem jo opravila v letu 2012 z desetimi mladostnicami.

LITERATURA

1. *Adele*. Dostopno prek: <http://www.adele.tv> (28. julij 2013).
2. American Academy of Pediatrics. 2009. *Impact of Music, Music Lyrics, and Music Videos on Children and Youth*. Dostopno prek: <http://pediatrics.aappublications.org> (28. julij 2013).
3. Bulc, Gregor. 2004. *Proizvodnja kultura: Vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Maribor: Subkulturni azil.
4. English Eastday. 2001. *Top10 Benefit of Listening Music*. Dostopno prek: <http://english.eastday.com/e/top10/u1a5573540.html> (28. julij 2013).
5. Erjavec, Karmen. 1999. Identiteta. V *Odraščanje z mediji: rezultati raziskave Mladi in mediji*, Karmen Erjavec in Zala Volčič 70-72. Ljubljana: Zveza prijateljev mladine Slovenije.
6. Hebdige, Dick. 1988. *Hiding in the Light: On Images and Things*. London: Routledge.
7. Hurst, Nathan. 2012. *Sexual Objectification of Female Artists in Music Videos Exists Regardless of Race, MU Study Finds*. Dostopno prek: <http://munews.missouri.edu/news-releases/2012/0404-sexual-objectification-of-female-artists-in-music-videos-exists-regardless-of-race-mu-study-finds/> (28. julij 2013).
8. Intervjuvanec X1. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
9. Intervjuvanec X2. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
10. Intervjuvanec X3. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
11. Intervjuvanec X4. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
12. Intervjuvanec X5. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
13. Intervjuvanec X6. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
14. Intervjuvanec X7. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
15. Intervjuvanec X8. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
16. Intervjuvanec X9. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.

17. Intervjuvanec X10. 2012. Intervju z avtorico. Ljubljana, 5. avgust.
18. *Madonna*. Dostopno prek: <http://www.madonna.com/> (28. julij 2013).
19. Middleton, Richard. 2002. *Studying Popular Music*. Philadelphia: Open University Press.
20. Muršič, Rajko. 1993. O moči glasbe. *Časopis za kritiko znanosti XXI* (160–161): 101–124.
21. Poštrak, Milko. 1994. Kje so subkulture danes? (II. Popularna ali sodobna kultura). *Socialno delo* 33 (2): 137.
22. --- 1996. Socialno kulturno delo. *Socialno delo* 35 (5): 413.
23. *Rihanna*. Dostopno prek: <http://www.rihannanow.com/> (28. julij 2013).
24. Stanković, Peter. 2002. Kulturne študije: Pregled zgodovine, teorij in metod. V *Cooltura - uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 11–70. Ljubljana: Študentska založba.
25. --- 2010. *Politike popa: Uvod v kulturne študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
26. --- 2013. Kaj pa pop? Zgodovina in zgodovine slovenske popularne glasbe. *Družboslovne razprave XXIX* (72): 65–84.
27. Storey, John. 1993. *Cultural Theory and Popular Culture*. London: Harvester/Wheatsheaf.
28. Tagg, Philip. 1982. Analysing Popular Music: Theory, Method and Practice. *Popular Music* (2): 65–84.
29. Tomc, Gregor. 1994. *Profano: kultura v modernem svetu*. Ljubljana: Študentska organizacija Univerze.
30. ---2002. Moderna kultura. V *Cooltura - uvod v kulturne študije*, ur. Aleš Debeljak, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 121–156. Ljubljana: Študentska založba.
31. Tripp, Tara, Jess Tullós, Amy Turner, Holly Twigger. 2013 *Rebel Music Through the Decades*. Dostopno prek: <http://htwigger.webs.com> (28. julij 2013).
32. Ule, Mirjana. 1988. *Mladina in ideologija*. Ljubljana: Delavska enotnost.

33. --- 2000. *Sodobne identitete: V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

34. Vidmar, Ksenija H. 2001. *Ženski žanri: spol in množično občinstvo v sodobni kulturi*. Zbornik besedil medijskih študijev in feministične teorije. Ljubljana: ISH – Fakulteta za podiplomski humanistični študij.

PRILOGI

PRILOGA A: VPRAŠALNIK

1. ALI POSLUŠAŠ POPULARNO GLASBO?

Ali poslušaš tudi druge zvrsti?

2. KAKO BI OPREDELILA POPULARNO GLASBO?

Kaj ti pomeni popularna glasba?

Kakšne so tvoje asociacije na popularno glasbo?

3. SI ŽE SLIŠALA ZA RIHANNO IN ADELE?

4. KAJ MENIŠ O NJUNI GLASBI? SE Z NJIMA LAHKO POISTOVETIŠ?

Recimo, ko gledaš njune videospote oziroma ko ju, če ju, zaslediš v medijih?

5. MISLIŠ DA STA PEVKI LAHKO VZORNICI MLADIM DEKLETOM?

Glede na njun izgled in obnašanje?

6. KAKŠEN VPLIV IMA NATE POPULARNA GLASBA? SE TI ZDI DA JE DEL TVOJEGA ZNAČAJA, IDENTITETE?

7. ALI GLEDAŠ VIDEOSPOTE? KAJ TE PRI NJIH NAJBOLJ PRIVLAČI?

8. KJE PONAVALI POSLUŠAŠ GLASBO?

Imaš za to določeno mesto ali poseben medij?

PRILOGA B: TRANSKRIPCIJA INTERVJUJEV

ALI POSLUŠAŠ POPULARNO GLASBO?

X1: Poslušam pesmi, ki so mi všeč in veliko jih je popularnih. Ne omejujem se na samo eno zvrst, kakšno zvrst poslušam je odvisno od mojega počutja.

X2: Odvisno, ne vse pesmi, le nekatere. Načeloma poslušam vse zvrsti.

X3: Recimo, da ja. Poslušam tudi druge zvrsti.

X4: Da.

X5: Poslušam skoraj vsako zvrst glasbe in med njimi tudi popularno.

X6: Med vsemi zvrstmi glasbe, ki jo poslušam je tudi popularna glasba.

X7: Med drugim poslušam tudi popularno glasbo, vendar po večini poslušam to kar mi je všeč.

X8: Ja, poslušam popularno glasbo. Poleg nje seveda tudi druge zvrsti, ne prenesem pa narodne zabavne glasbe.

X9: Poslušam tisto glasbo, ki mi je všeč, ne glede na to ali je popularna ali ne, rada poslušam stari rok in morda kakšen jazz, to pa ni ravno popularna glasba, kajne?

X10: Da.

KAKO BI OPREDELILA POPULARNO GLASBO?

X1: Najboljše ocenjene pesmi na youtube in pesmi, ki se večkrat ponavljajo po radiu. Popularna glasba mi ne pomeni nič. Moje asociacije na popularno glasbo so znani Dj-ji, pevci/pevke ali naslovi pesem.

X2: Popularna glasba mi ne pomeni nič, ker je večina pesmi, ki jih naredijo zvezdniki narejenih samo zaradi denarja. Spomni me na razne Nicki Minaj, takšna glasba mi pa ni všeč.

X3: Glasba, ki jo poslušamo mladi, ali pa je prav zdaj na vrhu glasbene lestvice, ali pa jo predvajajo po Mtv-ju in radiih. Popularna glasba mi pomeni veliko, saj me nekatere razveselijo, druge pa so za žalostne dneve. Popularna glasba je kot da opisuje naš način življenja in nam nudi skupno zabavo in sproščanje.

X4: Ne vem, je pač sprostitev in odklop, pomiri me, ko sem jezna.

X5: Popularna glasba mi ne pomeni dosti več kot druge zvrsti glasbe. Je pa res, da se ob ritmu te glasbe lahko dodobra sprostiš in izvajaš različne plesne gibe, zato to zvrst glasbe največkrat zasledimo na raznih zabavah, disko klubih... Popularna glasba je glasba, ki se spreminja skozi čas. Mislim pa da se spreminja zaradi napredne tehnologije in tudi zaradi drugačnega načina življenja ljudi (npr. tudi v 80. letih so imeli popularno glasbo, vendar ta glasba v današnjem času ni več popularna).

X6: Popularna glasba je del vseh zvrsti glasbe. Zdi se mi, da jo poslušajo večina mladih. Ne pomeni pa mi prav veliko. Ko slišim besedno zvezo 'popularna glasba' se spomnim na mladostniške ritme glasbe.

X7: Ne pomeni mi ravno veliko, saj je navsezadnje le glasba

X8: Popularno glasbo si razlagam kot glasbo, ki jo neštokrat predvajajo po radijih in s katero smo vsi »zasvojeni«. Na primer samo določene pesmi, ki izbruhnejo ven in jih potem poslušajo celoten svet.

X9: Popularna glasba je po mojem mnenju največkrat pop zvrst in tista, ki je izšla nedolgo nazaj.

X10: Glasba, ki jo poslušajo večina mladih, vrtijo se v vseh diskotekah in so v veliki večini angleške. Je glasba, ki jo poznajo vsi oz. večina, je nekaj poznanega, dobrega, plesnega, angleškega.

SI ŽE SLIŠALA ZA RIHANNO IN ADELE?

X1: Seveda, obe sta zelo znani pevki in ju je težko ne poznati.

X2: Ja, meni ljubša je Adele.

X3: Seveda.

X4: Da.

X5: Vem da sta to pevki in poznam nekaj njunih pesmi.

X6: Da.

X7: Da, sem slišala.

X8: Za obe sem že slišala, vendar me njuna glasba ni preveč všeč. Od njiju poslušam samo hite.

X9: Da, poslušala sem že tudi veliko njunih komadov.

X10: Da.

KAJ MENIŠ O NJUNI GLASBI? SE Z NJIMA LAHKO POISTOVETIŠ?

X1: Njuna glasba mi je všeč in poznam kar veliko njunih pesmi in se lahko občasno z njima poistovetim. Videospotov pa ne gledam veliko in tudi mi nista tako všeč, da bi ju spremljala v medijih.

X2: Rihanna mi je bila dobra pevka, dokler je sama pisala pesmi, zdaj mi je le nekaj njenih pesmi všeč. Adele pa mi je zelo simpatična, ima dober glas in dobre pesmi in pika na i, še sama jih piše.

X3: Meni imata super pesmi. Ne vem, če se lahko ravno poistovetim z njima, ampak mi njun ritem ugaja ob določenih trenutkih.

X4: Meni je zelo všeč.

X5: Njuna glasba je živa in energična, zato jo imamo mladostniki radi. Besedilo govori o vseh mogočih temah mladih, s čimer se pevki približata ravno mlajši populaciji. S tem pa si pridobita mlade na svojo stran. Mladi največkrat posnemajo znane po stilu, torej se oblačijo tako kot oni, imajo take frizure in ne nazadnje se obnašajo tako kot oni. Z njima se ne morem poistovetiti, ker nisem tak tip človeka in ker ju tudi ne poznam prav dobro.

X6: Imata kar nekaj velikih hitov, ki so tudi meni všeč. Z njima pa se ne morem poistovetiti, saj jaz živim popolnoma drugačno življenje kot onidve.

X7: Z nekaterimi komadi se lahko poistovetim z nekaterimi pa pač ne, saj so včasih neprimerni.

X8: Njuna glasba mi ni všeč. Za Adele menim da je muha enodnevnica, saj se je na sceno povzpela samo zaradi enega hita. Pri Rihanni so mi všeč samo nekatere pesmi, vendar v njih ne vidim nekakšnega sporočila ali kaj podobnega.

X9: Rihannina glasbi mi je všeč, od Adele pa ne preveč. Ne, mislim, da se nikakor ne morem poistovetiti z njima.

X10: Glasba, ki je narejena za veliko publiko, dobro se vživijo v teme našega življenja, pišejo oz. pejejo o tem kar bi radi slišali. Ne, ne morem se poistovetiti z njima. Lahko samo z njihovo glasbo, nekatero.

MISLIŠ DA STA PEVKI LAHKO VZORNICI MLADIM DEKLETOM?

X1: Da in ne. Po zgledu sta lahko vzornici mladim, saj ne pretiravata, po obnašanju pa ne, saj kar mi zasledimo v medijih je vse za ogled in prepoznavnost. Ne poznamo jih osebno in kar se prikazuje v medijih je samo to kar slavni ali v tem primeru kar Rihanna in Adele hočeta, da vidimo.

X2: Prej bi rekla da je Adele zgled, ker je v enem izmed intervjujev dala izjavo, da zaradi drugih svoje postave ne bo spreminjala in da jo morajo sprejeti takšno kakršna je.

X3: Vsekakor sta lahko.

X4: Da.

X5: Po mojem mnenju je kar veliko najstnic, ki imajo ti dve pevki za vzor.

X6: Zdi se mi da sta res vzor nekaterim dekletom, vendar name nimata prav velikega vpliva.

X7: Pevki sta verjetno vzornici veliko mladim dekletom, vendar mislim da bi mlada dekleta lahko videle vzornike v drugih osebnostih o katerih vedo več kot informacije le z interneta.

X8: Rihanna vsekakor ne, saj popivanje in drogiranje in ne vem še kaj vse, to ni za zgled, čeprav večina to dela. Ljudje se oziramo po idolih, ker mislimo, da je vse kar počnejo najboljše, vendar ni. Za Adele pa ne morem reči, ker ima nenehne umike iz scene in o njenem življenju ne zvemo prav veliko.

X9: Ne, nikakor ne, zaradi načina oblačenja pa tudi njuni videospoti (vsaj od Rihanne, za Adele ne vem ker nisem videla še nobenega njenega spota) niso najbolj pohvalni.

X10: Nekaterim definitivno. meni osebno ne.

KAKŠEN VPLIV IMA NATE POPULARNA GLASBA? SE TI ZDI DA JE DEL TVOJEGA ZNAČAJA, IDENTITETE?

X1: Nobena glasba nima vpliva name, razen, da mi lahko včasih spremeni razpoloženje. Ne, glasba ni del mojega značaja.

X2: Nima ga in ni del mojega značaja.

X3: Da, to zelo vpliva tudi na naše obnašanje in misli.

X4: Mislim, da glasba zelo vpliva nate in na tvoje obnašanje.

X5: S popularno glasbo se najbolje sprostim in razživim, vendar to ne pomeni, da je popularna glasba del moje identitete.

X6: Zdi se mi, da popularna glasba nima posebnega vpliva name.

X7: Popularna glasba name nima posebnega vpliva. Da, v nekaterih pesmih se mi zdi da najdem delčke mojega značaja, vendar mislim, da se vsaka oseba na svetu najde v vsaj eni skladbi.

X8: Zagotovo je del mojega značaja. Tudi jaz sama opazujem in oponašam moje idole. Najpomembnejša pa so mi sporočila, ki jih pošiljajo med nas.

X9: Popularna glasba name nima nikakršnega vpliva, ne ni del mojega značaja ali identitete.

X10: Vsaka stvar nekako vpliva nate, tudi glasba. Ne morem pa določiti točno kakšen vpliv imata name. Včasih me kakšna njuna glasba pomiri ali pa razvedri. Ni pa del mojega značaja.

ALI GLEDAŠ VIDEOSPOTE? KAJ TE PRI NJIH NAJBOLJ PRIVLAČI?

X1: Ne gledam jih skoraj nikoli in ne vem kaj mi je všeč pri njih, verjetno zgodba.

X2: Gledam, najbolj mi je všeč, če v videospotu plešejo in da prikazujejo to, kar govori pesem.

X3: Čim bolj je energična pesem, bolj mi je všeč. Več prizorov v različnih prostorih.

X4: Pogledam jih, ampak samo enkrat, edino če je res dober, ga pogledam večkrat.

X5: Videospote rada pogledam, ker se tako lažje vživim v tisto glasbo. Najbolj pa me privlačijo zanimive plesne koreografije in lepe obleke.

X6: Včasih, ko imam čas. Najbolj mi je pomembna sama pesem (besedilo, ritem), nato pa zgodba, ki jo prikazuje videospot

X7: Da včasih pogledam tudi videospote, čeprav se velikokrat zgodi da ne spadajo k skladbi oziroma zgodbi besedila. Pri njih me najbolj privlači energičnost in zgodba.

X8: Videospote gledam pri vseh glasbenikih, tudi če jih ne maram. Rada opazujem česa vse so zmožni in kakšne nenavadne ideje dobivajo. Video me privlači še posebej, če se v njem veliko dogaja in je veliko plesnih koreografij.

X9: Da, videospote gledam in najbolj me privlačijo oblačila.

X10: Da, predvsem dober videospot rada pogledam, kako je narejen, obleke in scena ter vso dogajanje.

KJE PO NAVADI POSLUŠAŠ GLASBO?

X1: Glasbo poslušam skoraj vedno, ko grem v šolo, ko mi je dolgčas ali moram kam sama in preden zaspim.

X2: Doma, med vožnjo,.. kamorkoli grem mi je prijetno poslušati, nimam določenega mesta, je pa res da jo največ poslušam doma in na treningih.

X3: Po navadi jo poslušam na radiu ali na telefonu, kdaj pa tudi po televiziji.

X4: Povsod.

X5: Največkrat poslušam glasbo doma, ko pospravljam ali pa kar tako. Včasih poslušam glasbo tudi na vlaku, vendar ob tem ne uživam preveč, ker ne morem peti.

X6: Po navadi jo poslušam na vlaku ko se peljem v šolo in med uporabo računalnika. Poslušam pa jo prek mobitela.

X7: Poslušam jo kadarkoli in kjerkoli.

X8: Glasba me spremlja povsod, kamor koli grem. Najraje jo pa poslušam zvečer v postelji. Ob njen po navadi veliko razmišljam. Vso glasbo imam na telefonu, tako da jo imam vedno pri sebi.

X9: Glasbo po navadi poslušam na avtobusu ali v avtu. Po navadi glasbo poslušam na telefonu.

X10: Glasbo poslušam doma in na vlaku, po navadi na telefonu ali pa po radiu (doma)