

K problemu nastanka popularnih godb

Abstract

Towards the Problem of the Emergence of Popular Music

The text is a reaction against the prevailing ahistoricity in popular music studies and its Anglo-centrism, in which popular music is implicitly understood as Anglo-American, coexistent with the global capitalist market, self-evident, and timelessly, eternally "present". These assumptions can nevertheless be made explicit and be subject to a historical examination of their validity, which then leads to an examination of historical conditions for the emergence of various popular music types across the non-Western world. These conditions are shown to be much more diverse and much less self-evident than usually assumed in popular music studies.

Keywords: popular music studies, historicity of popular music, global emergence of popular musics, world music, critique of anglocentrism in popular music studies

Jože Vogrinc is a lecturer at the Department of Sociology at Faculty of Arts, University of Ljubljana. (joze.vogrinc@ff.uni-lj.si)

Povzetek

Besedilo je odziv na nezgodovinsko razumevanje popularne godbe kot nečesa samoumevnega, angloameriškega in obravnavanega v terminih večne zdajšnjosti globalnega trga. Izluščiti poskuša implicitna merila, po katerih je popularna glasba na splošno prepoznavna v primerjavi z drugimi glasbami. Nato se vpraša, kakšne so bile zgodovinske družbene razmere za izoblikovanje popularnih godb. Potem te pogoje identificira tudi zunaj Angloamerike in širše Zahoda. Pokaže, da niso samoumevni in da so časovno in tehnološko raznovrstni.

Glavne besede: raziskave popularnih godb, zgodovinskost popularnih godb, nastanek popularnih godb v svetu, world music, kritika anglocentrizma v raziskavah popularnih godb

Jože Vogrinc je predavatelj na Oddelku za sociologijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. (joze.vogrinc@ff.uni-lj.si)

Nagibi za nastanek pričujočega besedila so vezani na novejša dela, ki vpe-
ljujejo bralke in bralce v raziskovalno področje *popular music studies*.¹ Ne Roy
Shuker v popularnem učbeniku *Understanding Popular Music Culture* (2008; 2013),
ne uredniki in pisci zbornika *The Popular Music Studies Reader* (Bennett, Shank in
Toynbee, 2006) se ne ustavijo, da bi razločili predmet, s katerim se ukvarjajo, od
drugačnih predhodnih ali hkratnih predmetov. Predvsem popularne godbe (ali
morebiti godb, v množini) ne razumejo zares kot preplet kulturnih form v pomenu
Raymonda Williamsa (Williams, 1997), torej zgodovinsko nastalih skupkov glasbe-
nega življenja, od produkcije prek distribucije do potrošnje oziroma od domišljjskih
zamisli v glavah do ustaljenih družbenih rab glasbe in zvočnosti. Saj si dajo veliko
opraviti z raznovrstnostjo vidikov popularnoglasbene kulture in načelno priznavajo
heterogenost popularne godbe in celo njeno hitro notranjo spremenljivost. A to
počnejo, kakor da vsi vemo in soglašamo, kaj zanesljivo spada v »naše« področje:
tisto, kar trg priznava in prepoznava kot popularno godbo (vključujoč razmeroma
manj popularne oblike opozicije popularnejšim zvrstem, ki lastno identiteto gradi-
jo v razmerju do teh zvrsti kot njihova domnevno čistejša različica – kakor hardcore
nasproti punku v 80. letih prejšnjega stoletja ali black metal nasproti heavy metalu
v devetdesetih letih). Taka predstava naj bi se najbrž ujemala s pričakovanji ali
vsaj navadami nedoločljivih »povprečnih potrošnikov«, saj samoumevno zajema
angloameriško posneto in prek medijev dostopno godbo vsaj od rock and rolla v
50. letih, če že ne od jazza v 20. letih, pa do danes.

Dejanska skupna podlaga tega navidezno samoumevnega sprimka je monopol
nad avtorskimi pravicami do skladb in izvedb, ki sega globoko v čas med svetovni-
ma vojnama in zajema večji del tržno zanimive glasbe, posnete v svetu v tem času.
Sega onkraj pravic do rente iz vseh vrst javnega predvajanja in izvajanja godbe, saj
zajema tudi nadzor nad promocijo in ocenjevanjem v medijih, filmov, nadaljevanj
in drugih medijskih oblik, kjer je godba uporabljena. Tako se akademska vednost
o popularni godbi predaja navideznemu brezčasju, to pa ustreza monopolni renti
na zgodovino popularne godbe ali, natančneje, renti, ki parazitira na glasbenem
življenju tako, da z reciklažo duši možnosti novega.

Ne gre za to, da uvajalci v raziskovanje popularne godbe ne bi vedeli, da je
popularna glasba lahko nastala in živi šele v zgodovinskih, se pravi družbeno pro-
izvedenih, razmerah. Gre za to, da ne zmorejo niti približno navesti meril, po kate-
rih iz obsega »svojega« področja izključujejo godbe, za katere mislijo, da ne spada-
jo vanj. Že to je zadosten dokaz, da ostaja obseg popularne godbe samoumeven
in zato ideološki. Če tega merila nimate, ostane kot dejansko merilo prepoznava
trga in to merilo od zunaj, nemišljeno, gospoduje področju s pretenzijo po vednos-

¹ Slovenska poimenovanja *studies* nihajo med žensko in moško obliko: so študije ali študiji? Kratek
razmislak o tej dilemi najdete v Vogrinc (2015). Sicer soglašam z ustitnim mnenjem Rajka Muršiča,
da bi bilo pravilneje reči študijam/študijem raziskave. Godbi dajem prednost pred glasbo pri zvezi
s pridevnikom popularna zato, ker bolj poudari širše razsežnosti glasbenega življenja kakor pojem
glasbe, ki prevečkrat meri predvsem ali zgolj na glasbene oblike. Glej Vogrinc (2012).

ti. Ker deluje, tega merila žal ne moremo in ne smemo odmisлити kot dejanskega družbenega določila, a če nismo zmožni misliti konstitucije družbenega pojava, ki ga raziskujemo, ne bomo zmogli dobro zastaviti niti discipline, ki jo želimo razvijati.

Po drugi strani pa takšno priznanje nehote in nevede vsebuje podmeno, da je popularna godba družbena realnost – realnost, ki jo praktično uveljavljajo kot ekonomsko realnost tisti, ki jo tržijo, kot kulturno in glasbeno realnost pa tisti, ki glasbo, kakršno poslušajo, prepoznavajo s pomočjo klasifikacije, kakršna velja v distribuciji primerkov godbe, in nazadnje tisti, ki se s tako klasificirano vsebino ukvarjajo kot s popularno godbo.

Raziskavam popularne godbe ne očitam, da je njihova opredelitev področja samovoljen konstrukt, pač pa, da nereflektirano prevzemanje klasifikacije, kot se uveljavlja v prodaji in promociji, dejansko vzpostavlja spoznavni predmet, ki je goli refleks globalnega ekonomsko-političnega obvladovanja posnete in izvajane glasbe. Kar mu manjka do kritične vednosti, je analiza zgodovinskih družbenih razmerij, skozi katera se predmet raziskovanja vzpostavlja, reproducira in vendarle tudi transformira.

To potrjuje zadnja izdaja navedenega Shukerjevega dela (Shuker, 2013). Pisec se je odzval na očitke prejšnjim izdajam knjige, da zanemarja zgodovino in da preveč poudarja angloameriški rock in pop. Napoti vas k delom, ki tematizirajo zgodovine pop godb (Shuker, 2013: 6–7), in k svoji drugi knjigi, kjer pojasnjuje svojo klasifikacijo vse popularne godbe na dvanajst metažanrov (Shuker, 2013: 97; Shuker, 2012).

Shuker kljub temu, da prizna zanemarjanje godb, ki niso angloameriške, v svojih prejšnjih izdajah, razvrednoti zgodovinskost popularnih godb s postmodernistično puhlico, da je »pravilneje govoriti o *zgodovinah* kakor o *zgodovini* (podčrtal R. S.), da poudarimo sporno in naključno naravo zgodovinskega pojasnjevanja« (Shuker, 2013: 7). Vsako generacijo zanima kaj drugega in poudari v zgodovini druge momente in akterje.

Banalnost takih mnenj je posledica nerazlikovanja med zgodovinskimi opisi glasbenega življenja in »pojasnjevanjem« glasbenih oblik, ki je opravljeno tako, da jim kratko malo pripiše domnevnega iznajditelja med glasbeniki ali med publicisti na eni strani, in teoretskim pojasnjevanjem življenjskih oblik neke godbe in njenih preobrazb iz družbenih gibanj v konkretnih zgodovinskih okoliščinah na drugi. Samo zadnje je historična pojasnitev. Jasno je, da ni treba vsakemu pisanju, ki nas informira o nečem preteklem, biti že teorija nastanka opisanega dogajanja. A registriranje dogajanja ni zgodovinska pojasnitev. Zadovoljitev s tem, da najdemo nekoga, ki je iznašel, denimo, rock (pa naj bo glasbenik Elvis Presley ali DJ Alan Freed), ragtime, jazz, hip hop ali drum & bass, pa je zadovoljitev z nečim, kar ravno ni zgodovina, marveč je mitologija. Naivne zavede, da ima obliko opisa zgodovinskega dogajanja (kdo se je kdaj česa domislil ali kaj poimenoval). A pozorni moramo biti na vsebino razlage. Prav ta je mitološka: nastanek neke družbene življenjske oblike, ki se obnavlja in ima nekaj časa primerljive kulturne in družbene

učinke, pojasni tako, kot so že v prazgodovini pojasnjevali nastanek iznajdb: mitični junak je novost prvi izdelal in zdaj je novost pač pred našim nosom, »znana«.

Metažanri pa so Shukerjev poskus, kako smiselno klasificirati raznovrstnost vsega, kar se znajde pod nalepko popularnih godb. Rezultat (Shuker, 2012; Shuker, 2013: 95–110) je daleč od zahteve po teoretski konsistentnosti. Potem ko Shuker ustrezno opredeli pojem žanra kot pomagalo za komuniciranje med proizvajalci, promotorji in potrošniki popularne godbe, manj ustrezno dojame žanr kot zgolj tipološki pojem in še manj ustrezno razume svojo nalogo zgolj kot razporeditev vsega empiričnega bogastva popularnih godb pod temeljne urejevalne pojme. Teh je mitično število, ducat, in se kajpak ujemajo s prodajnimi kategorijami, saj to tudi so. Poglejmo si teh »12 metažanrov popularne glasbe: blues (vključno z R&B in gospelom), country, EDM /elektronska plesna glasba/, folk, heavy metal, jazz, pop, hip-hop, reggae, rock, soul in world music« (Shuker, 2013: 97).

Kot urejevalno načelo ta klasifikacija povsem spodleti. Nikakor namreč ne omogoča niti začetnega giba urejanja, ki bi ga pričakovali od teoretsko smiselne klasifikacije: ta bi pač morala biti sposobna poljuben produkt popularne godbe, praviloma torej posneto skladbo nekega izvajalca, enoznačno uvrstiti kot posamezno vrsto nekega rodu v en sam metažanr. S Shukerjevimi žanri to ni mogoče: poljubno veliko primerkov tipološko zlahka uvrstite v dva ali več metažanrov hkrati. Na eni strani se kopičijo »tipi«, ki bi jih po muzikoloških merilih zlahka uvrstili v isto slogovno obliko, saj je kakšna skladba uvrstljiva hkrati npr. v blues/R&B, pop, rock in soul. Na drugi strani nasproti enajstim angloameriškim metažanrom osamljena ždi *world music*. Vse bogastvo svetovne popularne glasbe je zmetano na kup, kjer se med drugim znajdejo perujski huayno pop, brazilska samba ali forró, malijski djeliji, grška rebetika, arabska in indijska klasična glasba skupaj z regionalno in lokalno turbo folk produkcijo, tuvinsko petje iz grla in javanski gamelan, kitajska opera in aboridžinsko trobljenje v didžeridu.

Poanta zadnjega odstavka ni, da se veliki večini popularnih godb po svetu s tem godi krivica (kar seveda drži). Za dojetje stvari je bistvena napaka, da pisanje, ki hoče uvajati v znanstveno raziskovanje, spoštuje prodajne nalepke kot objektivni red pojavov. A namen prodaje nikoli ni bila in ne bo enoznačnost, marveč iznajdevanje, variiranje in spreminjanje oznak tako, da bodo isto stvar lahko prodali različnim nišam ciljne publike. Cilj tržnih poimenovanj in razvrščanja je natančno nasprotje teoretskim zahtevam po pregledni razvrstitvi glasbenih pojavov v prepoznavno različne vrste in rodove.

Shukerjev flop ni brez spoznavne vrednosti. Nehote nam razkrije vsaj del značilnosti popularne godbe kot družbenega pojava. Njene konsistence očitno ne gre iskati v slogovnih značilnostih, ki bi na ravni tonskih lestvic, zgradbe kompozicij in druge muzikološko-analitične problematike postavljale popularno glasbo kot blok nasproti kakšni drugi glasbi, z drugačnimi lestvicami in strukturo. Če je slogovno popularna godba monstrum, kakršnega razkriva Shukerjevih »ducat opic« (= na eni strani prehajanje enih form v druge brez možnosti razločitve, na drugi

strani skrajna raznovrstnost življenjskih oblik, stlačena v isti »tip«, je očitno njena konsistenca pač samo v tistem, kar je za raziskave popularne godbe samoumevno izhodišče: popularna godba so tisti izdelki posnete glasbe kjerkoli na svetu, ki jih proizvajalci, prodajalci, popularizatorji in kupci prepoznajo kot popularno godbo. Opredelitev je prazna in tavitološka; zavrteli smo se v krogu in se spet znašli na začetku.

Ne bomo popustili. Narejeni krog je treba vzeti kot to, kar je: kot produkcijske pogoje družbene realnosti, ki ji rečemo popularna godba. Reproducira se tako, da se žanrske nalepke glede na tržne strategije in spreminjajoče navade kupcev in potrošnikov medijsko popularizirane godbe deloma ohranjajo, deloma spreminjajo.

Naš namen ne more biti na nekaj straneh na novo določiti, kaj spada v popularno godbo in kako to razvrstiti. Lahko pa vsaj nakažemo smer raziskovanja, po kateri bi se nastajanja popularnih godb lotili z več spoštovanja do velikanske raznovrstnosti ne le glasbenih oblik v ozkem pomenu besede, temveč življenjskih oblik delanja in rab glasbe po svetu, s tem pa tudi življenjskih pogojev nastajanja, ohranjanja in minevanja popularnih godb.

Misliti popularno godbo

Najprej se vprašajmo, kaj je temelj samoumevnosti, s katero poznavalci, občinstvo in biznis razmeroma soglasno izločajo nekatere žive oblike glasbenega življenja, ki so med ljudmi široko priljubljene, iz širšega pojma popularne glasbe (v mislih torej nimamo ozkih določil, ki bi izločila že lahko radijsko ali revijalno orkestralno glasbo ali zabavne glasbe neangloameriškega izvora: francoski šanson, italijansko kancono itn.). To sta predvsem vsa »umetna« (»klasična«, »resna«) glasba, čeprav so lahko nekatere arije ali instrumentalne skladbe za večino poslušalcev popularne glasbe bolj prepoznavne kot večji del glasbe, za katere privržence se sicer štejejo, in vsa »ljudska« (»narodna«, »etnična«) glasba, pa naj gre za razmeroma nepopularne tradicionalne oblike muziciranja, ohranjene bodisi v prvotnem okolju bodisi umetno s pomočjo etnomuzikologije in folklornih skupin, bodisi za pesmi (včasih znanih skladateljev in piscev besedil), ki jih ne more ne poznati poljubni udeleženec družinskih praznovanj ali prijateljskih zabav.

Seveda nam ni treba upoštevati kvalitativnih diskvalifikacij, po katerih je neprestopna ločnica med ljudsko in popularno godbo domnevna pristnost prve in zlaganost druge, ali da je nepremostljiva kvalitativna ločnica med resno in zabavno glasbo izvirnost in kompleksnost kompozicij pri prvi ter njihova klišejskost in banalnost na drugi. Napako pa naredimo, če ne premislimo temeljnih razlik v življenjskih oblikah, zaradi katerih se je popularna glasba poznavalcem teh drugih oblik upirala (oni pa so se uprli temu, da bi jo pripoznali kot glasbo).

Bistveno je pač, da se ljudje drugače socializiramo v popularne godbe, kakor pa

so se ljudje socializirali v te predindustrijske in predkapitalistične oblike glasbenega življenja. Popularne godbe so tiste, ki so jih ljudje spoznali in se jih naučili imeti radi prek medijev, kot konzervirano, reproducibilno glasbo na gramofonskih ploščah, kasetah, zgoščenkah; na radiu, TV, na YouTubu, na iPodu. Posneta je bila in razširja se zato, da bi njeni lastniki z njo čim več zaslužili, in reproducirajo jo mediji tako, da posnetke, s katerimi zaslužijo, širijo, kjer le morejo. Je del globalne kapitalistične ekonomije in njenega nezadržnega gona po »rasti« (razširjeni akumulaciji, dobičku, nižanju produkcijskih stroškov) ter vanjo vgrajenih katastrof (hiperprodukcije, uničevanja neprofitnih sektorjev itn.). To jo definira veliko bolj kakor njene oblikovne značilnosti, saj se glede teh na svojih robovih staplja z glasbo, za katero njeni zagovorniki nočejo, da bi veljala za popularno.

Popularnost popularne godbe ni zamenljiva s popularnostjo v »klasični« ali »ljudski« glasbi. Glede tega nas ne sme zaslepiti, da marketing danes operne zvezde proizvaja na enak način kakor pop zvezde, niti to, da se pod oznako etno ali *world music* na zahodnih trgih prodaja tako glasba, ki so jo etnologi posneli na vaški svatbi ali pri vsakdanjem delu opazovanih, kakor tudi elitna glasba Arabcev, Indijcev ali Kitajcev, ki je zanje »klasična«. Ne gre pač za to, koliko ljudi pozna neko skladbo ali uživa v nekem slogu. Gre za to, da obstaja popularna godba za poslušalce kot blago, da prepoznavajo posamezna blaga med seboj kot zvočne posnetke, pripisane (večinoma) izvajalcem kot blagovnim znamkam, in da tako dojeta blaga kupujejo. Medtem ko so plošča, kasete ali CD kupljena glasba, ki jo trošimo po nakupu, s ponavljanjem poslušanja, pa radio, TV ali splet prodajajo dostop poslušalčevim čutilom do uživanja glasbe (npr. z vizualnimi dodatki), muzak v okoljih prodajaln, letališč, hotelov itn. pa je investicija prodajalcev storitev v boljšo prodajo, se pravi, da tu (in še kje) služi kupljena pravica do predvajanja glasbe bolj gladkemu prodajanju vsega drugega.

Želja, da bi glasbenike šli poslušat in gledat v živo; sposobnost, da se naučimo pesmi s posnetkov na pamet in potem prepevamo s prijatelji Avsenikove in Šifrerjeve viže skupaj s partizanskimi in narodnimi; volja, da se učimo peti in igrati izbrano zvrst – ti in drugi načini, kako se danes ljudje socializiramo v glasbo, so specifično določeni s kapitalističnim načinom produkcije. Do glasbe imamo najprej dostop kot kupci in potrošniki; šele iz tega izhodišča se lahko razrastejo naše sposobnosti za kritično poslušanje in za soudeležbo v delanju glasbe.

V času pred posnetki glasbe in še posebej v glasbenih kulturah, kjer – v razliki do Zahoda zadnjih nekaj stoletij – niso imeli navade zapisovati glasbe in so slabo ali pa sploh ne razlikovali med skladanjem in poustvarjanjem, je glasba živela drugače. Bila je sestavina drugih opravil, njeno izvajanje, poslušanje, soudeležba poslušalcev (zlasti kot plesalcev) so glasbo socializirali v vsakdanje življenje kot živo dogajanje in kot interakcijo med godci in poslušalci (če ti dvoji niso bili že vseskozi bolj ali manj eni in isti). Ne smemo pa seveda zanemariti, da so bile v razredno razslojenih družbah segregirane na različne načine tudi glasbe – bodisi tako, da so elite prakticirale drugačne glasbene oblike in uporabljale druga glasbila kot večina

navadnih ljudi, bodisi tako, da so si pridržale najboljše glasbenike za spremstvo.

Bistvene spremembe doletijo kajpak tudi izobraževanje glasbenikov samih. Prej je potekalo bodisi kot rekrutiranje nadarjenih izmed vseh, ki so bili obenem izvajalci in občinstvo, bodisi – v kompleksnejših družbah – kot izoblikovanje cehom podobnih združenj poklicnih glasbenikov. Samo najbolj razvite družbe so sistematično razvile glasbeno šolanje in ga podredile postopkom in obredom siceršnjega izobraževanja, z discipliniranjem in s kanonizacijo vrednot vred. Popularne godbe pa s svojo navzočnostjo v medijih in v zasebnih fonotekah postavljajo poslušalsko poznavalstvo za bazo, iz katere se rekrutirajo morebitni glasbeniki. Blues ali rap vzljubiš na posnetkih kot poslušalec, preden je mogoča misel, da bi to delal sam.

Vsega tega ne ponavljam, da bi preusmeril estetsko nezadovoljstvo z nepristno ali popreproščeno glasbo v kritiko družbe. Je pa bilo treba na čim bolj splošen način artikulirati bistvene spremembe, ki jih v družbeno življenje glasbe prinese kapitalistični način produkcije. Ni jih malo in artikulirali smo jih grobo. Nedvomno pa je, da je ključna transformacija glasbe v blago, in to ne na poljuben način (npr. kot prodajanje not za nove skladbe ali kapitalistična organizacija nastopanja), marveč prav kot fiksirani posnetek. S posnetkom, ki ga je mogoče velikokrat predvajati kot samemu sebi povsem identično besedilo in *performance*, se fetišizirata zven »komada« ter identiteta posnetka in izvajalca kot referenčno blago in kot prime-rek, uvrstljiv v katalog.

S tem smo naredili temelj za premislek, kaj se mora zgoditi z živimi godbami iz časov pred kapitalizmom in iz krajev, kjer ga še ni, da se z vrinjenjem kapitalizma med godce in poslušalce proizvedejo pogoji za nastanek popularnih godb. Zdaj lahko zapišemo ta termin v množini in brez pritikanja geografskih oznak. Načelno mora biti jasno, da je dejansko bilo ali je v svetu toliko različnih popularnih godb, kolikor je (bilo) med seboj delno ločenih in avtonomnih trgov popularne godbe. In ko zapišem besedo »trg«, je ne omejujem na posušeno abstrakcijo ekonomike, temveč jo je treba razumeti kot celoto pogojev na nekem ozemlju, ki so omogočili snemanje živih godb, organizacijo prodaje in/ali predvajanja posnete glasbe in reprodukcijo glasbenega življenja, nujnega za obnavljanje ekonomskih ciklov (se pravi, da so morali obstajati glasbeniki, ki so v živo predelovali glasbo, ki so jo vzljubili kot poslušalci, in da so na plesiščih, v hotelih, na zabavah reproducirali sposobnost te godbe, da se preobraža in prilagaja potrebam in fantazijam glasbenikov in občinstva).

Zgodovinska sondaža

Lotimo se torej zgodovinskih procesov nastajanja prvih popularnih godb po svetu in izhajamo iz tega premisleka. Seveda je to le prvo sondiranje in temelji na zelo malo podatkih, ki sem jih pač poznal. Kar sledi, je kvečjemu beleženje nekaterih vidikov teh procesov v nekaj primerih. Da naj nam snov za presojo raznovr-

stnosti pogojev in procesov nastajanja popularnih godb. Ne pričakujte, da bo to že njihov zadovoljiv opis!

Razmeroma dobro je znano, da so na prehodu iz 19. v 20. stoletje založniki, ki so začeli delati zvočne posnetke in jih razmnožene prodajati, poslali po svetu ekipe, ki so kratko malo posnele vse, kar je bilo najpopularnejše v trenutku, ko so prišle tja, tj. tam, kjer so domnevali, da obstajajo potencialni avtonomni trgi. To pa so bila poleg nekaj prestolnic v Evropi (Pariz, London, Dunaj, Sankt Peterburg, Madrid) in »prestonice« italijanske opere Milana zunaj Evrope pristaniška velemesta Afrike, Azije in Latinske Amerike: Abidjan, Lagos, Leopoldville, Capetown; Bejrut, Bombay, Kalkuta, Singapur, Hongkong, Šanghaj, Tokio, Havana, Rio de Janeiro itn. (Chanan, 1997; Gaisberg, 1946; Moore, 1976).

Najbolj znan izmed teh zgodnjih lovcev na posnetke, Fred Gaisberg, ki je bil pionirski snemalec za Gramophone Company, je imel do tega, kar je snemal, utilitaren odnos. Iz njegovih spominov je dokaj jasno, da je – sam pianist korepetitor – zares cenil le operne pevce in pevke. Čeprav so vsaj na prvih posnetkih iz Evrope prevladovali koncertni pevci (ne le operni), pa je bila deviza snemalcev posneti kratko malo vse, za kar so jim kje povedali, da je popularno. Vendar pa ni imel Gaisberg nikakršne predstave o lokalnih glasbenih vrednotah ali lokalni klasifikaciji zvrsti, njihovi socialni vlogi itn. Povsem mimogrede omeni, denimo, da so na Dunaju snemali tudi cigansko glasbo (opis ne razodeva, za kakšen slog je šlo, kdo so bili godci, kakšno glasbo so imeli itn.); na Kitajskem toži, kako neposlušljiva je njihova elitna glasba, pa vendar razloči, da je šanghajska po izvedbi kakovostnejša od hongkonške. V Indiji ga začudi, da Angleži v Kalkuti kljub temu, da tam vladajo stoletje in več, sploh ne vedo, kakšne glasbe poslušajo, igrajo, pejejo domačini, in mu pri iskanju znanih indijskih izvajalcev ali talentov sploh ne morejo pomagati (Moore, 1976: 79).

Kaj nam Gaisbergova utilitarna indiferenca, povezana s samoumevnim zahodnjaškim etnocentrizmom, nehote le izda o začetnih pogojih nastanka popularnih godb v svetu? Najprej to, da razen načrta, zasesti lokalne trge in torej globalizirati skoraj sto let pred besedo samo, gramofonske družbe niso imele nikakršnega estetskega ali glasbeno-izobraževalnega programa snemanj in izdaj. Zato je zgodovinske posledice njihovega prijema smotrno razumeti tako, kot je Jack Goody dojel učinke pisave v družbah, ki so bile prej brez nje: tehnologija, ki ohranja izrečeno, ustno izročilo v zapisu fiksira. To pride najbolj do izraza v religiji in pravu. Raven kulturnega oziroma ideološkega izraza, ki se je v oralnih družbah lahko gibko, a neopazno spreminjala, kot normo navaja oblike in vrednote, ki so bile v ospredju natanko v času fiksiranja izročila (Goody, 1986).

Prav to se zgodi s posneto glasbo. Vsaj začasno fiksira tisto, kar je trenutno popularno. Kajpak pri tem deluje kot sredstvo segregacije sama tehnologija: posnetki morajo biti kratki (sprva nekaj več kot dve minuti, pozneje tri do štiri minute na eni strani plošče iz šelaka), pevci morajo imeti prodoren glas in jasno izgovarjavo, instrumentacija mora biti osnovna in se po tonski jakosti in obsegu

podrediti tehnologiji in glasu itn. (glej zlasti Chanan, 1997). A fiksacija se zgodi tudi na ravni kulturnih form: širijo in uveljavijo se slogi, katerih izvajalci so posneti na plošči. Snemalni studii zunaj Evrope so sprva redkost, tovarne plošč pa še bolj, zato pošiljajo npr. najbolj znane glasbenike med svetovnima vojna iz britanskih kolonij snemat v London, iz francoskih pa v Pariz. Vendarle v Indiji v Kalkuti dobijo tovarno plošč že leta 1908 in izdajo v naslednjih desetletjih na tisoče posnetkov (Manuel, 1993; Millis, 2008). Ne glede na kraj snemanja so bile te plošče (na šelaku z 78 obrati na minuto) namenjene distribuciji na lokalnih trgih iz teh prvotnih žarišč.

Povedano drugače: prvotna žarišča snemanja, kjer so se ustavili snemalci iz metropole, so imela ključno prednost pri nastanku lokalnih popularnih godb.² Zunaj razvitega Zahoda je bil gramofon kajpak luksuz in posnete godbe so bile vendarle predvsem godbe meščanov – v geografskem in sociološkem pogledu (cf. zlasti Manuel, 1993). Te godbe na Bližnjem vzhodu, v Afriki ali v Aziji v začetku 20. stoletja nikakor še niso bile godbe urbanega proletariata (mest je bilo malo in so bila majhna), kaj šele podeželja.

Pretirano pa bi bilo trditi, da so bile to godbe izključno za domačo, družinsko rabo – zasebne, zaprte v dnevno sobo. To je kvečjemu zanazajska projekcija, povezana s spominom Evropejcev na naše rabe električnega gramofona s sredine prejšnjega stoletja ali še pozneje. Prva desetletja so bili gramofoni mehanski in še niso bili fiksno vezani na notranjščino prostorov z električno vtičnico (Chanan, 1997). Gramofon je bilo mogoče nesti s seboj na izlet (Vidmar, 1994/1995). Sploh pa se je zunaj Evrope (nemalo pa tudi v Evropi) poslušala posneta glasba v lokalih, skupnostno. Tam so se navzeli teh godb tudi obiskovalci in glasbeniki. Prav glasbeniki v lokalih, ki so pogosto amatersko ali poklicno igrali tudi na porokah in ob drugih zasebnih priložnostih, so postali razširjevalci godb, ki so jih najprej slišali »v konzervi«. ³ Skratka, širjenja novih modusov glasbenega izražanja, spoznanih na nosilcih zvoka, vendarle ne moremo razumeti brez posredovanja stalne, vsakdanje žive godbe.

Dokler nimamo zanesljivih meril, ne moremo reči, koliko natančno je bilo žarišč nastanka popularnih godb. Trdno pa lahko sklenemo, da jih je bilo več in da nikakor niso nastajale izključno v Evropi ali na Zahodu. Napačno bi bilo tudi meniti, da so nastajale popularne godbe povsod iz enakih izhodišč, v istem časovnem

² V skladu s tradicijo v raziskavah popularnih godb z »lokalno« godbo ne merimo na godbo, značilno za posamezen kraj, temveč na godbo, ki je značilna za posamezno kulturno »regijo«. V različnih primerih in v različnih časih se ta regija lahko bolj ali manj prekriva s kulturnim prostorom neke države, etnije ali nacije, v drugih pa zajema le njen del ali prostor, širši od posamezne države. Tako, denimo, v Indiji nikoli ni bilo smiselno govoriti o eni sami lokalni popularni godbi, marveč o več žariščih (Manuel, 1993), medtem ko je za Afriko značilno hkrati prehajanje najpopularnejših godb (npr. iz Malija, Gane, Nigerije, Konga) daleč čez prvotne meje, in obenem razvoj ožje dostopnih godb, s krajevnim ali etničnim okvirom (Broughton idr., 1994; zlasti Ewens, 1994; Graham, 1994a in 1994b; Paterson, 1994).

³ Sožitje in posredovanje med rabami glasbe na ploščah, v filmih in v živo dokumentira in interpretira Svanibor Pettan tudi za glasbo jugoslovanskih Romov pred razpadom SFRJ (Pettan, 2011).

obdobju, in vezane na iste tehnologije snemanja, reprodukcije in popularizacije. Teh vprašanj se lahko tu le bežno dotaknemo.

Vsekakor je na Zahodu ob uveljavitvi gramofona in gramofonske plošče že obstajal cel sistem proizvodnje popularnosti med meščanstvom. Pevci so hodili na turneje in gostovali v velikih dvoranah, tisk pa je obilno spremljal to dogajanje. Založbe so izdajale note, številni lokali so reproducirali popularne melodije v živih zasedbah kot spremljavo druženju za zabavo. Skratka, meščanski kontekst zabave in predstav o zabavi, povezanih s koncepcijami meščanske individualnosti, je bil že izdelan in pripravljen, da je hitro našel primerne izvajalce posnete glasbe in prav tako hitro razširil, vsaj v nacionalnih okvirih, ta imena kot blagovne znamke posnete glasbe.

A za dejanski razcvet popularne godbe v angloameriškem okolju štejejo bolj razvite tržne razmere. Te implicirajo že obstoj radia in zvočnega filma v kinematografih. Radijsko predvajanje (od 20. let naprej) ali uvrstitev skladbe na soundtrack zvočnega filma v 30. letih sta bili ključni sredstvi popularizacije posameznih izvajalcev, skladb in posnetkov, saj sta pospešili in socialno razširili njihov dostop. Prav tako implicirajo obstoj rubrik o glasbi, glasbenikih in predvsem novih ploščah v dnevnikih, tednikih in mesečnikih splošnega tipa, pozneje pa tudi v specializiranih listih, in takih oddaj v radijskih programih.

V ZDA so vsi ti elementi – industrija plošč kot komercialna produkcijska panoga ter radio in kino kot javno dostopni demonstraciji blagovne ponudbe in potem tisk kot agencija za promocijo – soobstajali že prej. Kljub temu pa so razmere, ki jih kritiki in poslušalci, torej medijska javnost, nedvomno že prepoznajo kot takšne, ko popularna godba že obstaja, šele petdeseta leta, ko med belo urbano mladino postane popularen rock and roll. Nikakor se torej ne smemo prenačljivi in meniti, da je povsod po svetu to kombinacija, ki proizvede popularno godbo kot področje popularne urbane kulture, in ta se bo poslej družbeno obnavljala bolj ali manj samodejno, v ritmu akumulacije kapitala.

Radio celo tam, kjer je bil kot komercialna panoga v rokah kapitala, ni bil kar avtomatično že predvajalec glasbe s plošč. Nasprotno! Radio so ljudje poslušali, ker jim je »pripeljal na dom« živo glasbo. Studii so gostili glasbenike, radijske postaje so si omislile lastne orkestre, v ZDA zaradi sporov zaradi avtorskih pravic z založbami plošč tudi lastne pevce in njihova zastopstva (Barnouw, 1966). Ni naključje, da je pojavitev rock and rolla povezana z novim, poceni tipom radia, ki se je pojavil v 40. letih, in kjer je DJ vrtil plošče (Barnouw, 1968; Gillett, 1996). Povsod, kjer je bil »nacionalni« radio bodisi neposredno v rokah države bodisi kot javna institucija posredno v rokah politično, ekonomsko in kulturno vladajočega razreda, je bil dojet kot vzgojno sredstvo elitne kulture in je dostop popularnih godb v celoti ali vsaj deloma oviral, filtriral in/ali cenzuriral. To velja za vso Evropo še dolgo po letu 1945. V Veliki Britaniji in v državah, ki so jih med drugo svetovno vojno in po njej za nekaj časa okupirale ZDA, je prav množična navzočnost glasbe za zabavo omehčala upravljavce radia, da so začeli popuščati bolj popularnemu okusu. A

to na drugi strani pomeni, da so prek nacionalnega radia (in pozneje seveda TV) upravljavci dobili močan vzvod za sokreiranje okusa občinstva. To jim je v okolju brez konkurence pripadlo avtomatično. Sodelovali so pri ustanavljanju festivalov, katerih vzornik je italijanski San Remo, in marsikje so imeli glasbeni uredniki na radiu (pogosto obenem aktivni glasbeniki) bolj ali manj neposredne zveze tudi z glasbenim založništvom (tudi na Radiu Ljubljana). Še več; dobro znano je, da je bila promocija »nacionalne« glasbe v 50. in 60. letih stvar uradne politike Francije, Italije, Španije in Portugalske, nič manj pa Jugoslavije, kjer smo poleg »zveznega« festivala v Opatiji dobili »nacionalne« ali »regionalne« festivale, ki so z različnim uspehom gojili ne le »domače izvajalce«, temveč tudi specifičen slog (Hrvti so imeli dalmatinsko in kajkavsko popevko, Slovenci štajersko in primorsko poleg slovenske).

Če torej pogledamo »ameriške« kriterije in jih apliciramo na Evropo, ugotovimo, da so bile nacionalne zabavne glasbe vsaj ponekod v Evropi poskus – z uradno podporo držav – uveljavljanja popularnih godb. Dirigiran in usmerjen poskus, ki je dajal prednost individualnemu izrazu, ljubemu meščanskemu okusu (zlasti šansonu), in se zmrdoval tako nad industrializirano popularno godbo lastnih kmetov in delavcev (narodnozabavno na primer), kakor nad urbano godbo širokih množic, zlasti mladih, uvoženo iz ZDA.

Če poskusimo ta merila preizkusiti zunaj Evrope, se izkažejo za še manj uporabna. Najprej zato, ker marsikje nacionalni radio zelo dolgo ni predvajal muzik, popularnih med preprostimi ljudmi. To velja že na obrobju Evrope, kjer pred vojno grški radio ni predvajal popularne rebetike, marveč je dajal prednost zahodnoevropski glasbi, ali v Turčiji, kjer ni predvajal arabeska (ljudje pa so ga vzljubili ob poslušanju glasbe iz arabskih držav). Cenzura glasbe nižjih slojev je dolgo veljala tudi v večini arabskega sveta (npr. v Alžiriji in Egiptu), v Indiji in še kje.

Ni torej naključje, da je marsikje zunaj Evrope nenadoma vzniknila popularna godba, značilna za posamezno geografsko območje, šele v 70. letih, ko so kasete in kasetarji omogočili poceni snemanje, reproduciranje in predvajanje glasbe. To velja za arabski svet, Indijo, Jugovzhodno Azijo, Afriko in Latinsko Ameriko.⁴ Potem ko so se nekdanji neuvrščeni režimi odpovedali socialističnemu razvoju in s »strukturnimi reformami« tudi avtonomnemu gospodarskemu razvoju, se je v 80. in 90. letih ponekod liberaliziralo tudi predvajanje radijske glasbe. Šele takrat se

⁴ Sam sem se o tem prepričal ob ekskurzijah v Kenijo leta 1996 ter v Peru v letih 2002 in 2008. V Keniji so na trgu prodajali izključno kasete in na njih je kongovska glasba prevladovala nad »vsekenijskim« posnemovalci in glasbo posameznih etnij. V Peruju, nekoliko pozneje, je bila glasba na zgoščenkah namenjena srednjemu sloju, tista na kasetah pa mestnim množicam oziroma še ne dobro urbaniziranim Indijancem iz višavja. Njim so bile namenjene lokalne različice manj elektrizirane glasbe, njihovemu nastajajočemu sloju meščanov pa lokalni turbo folk, huayno-pop. Trajneje urbanizirani so poslušali in poslušajo v večjem delu Južne Amerike karibsko hispanoameriško popularno godbo (salsa, cumbia idr.).

je posnete glasbe lahko pospešeno diseminiralo po vsem državnem ozemlju kot »nacionalne«.⁵

Indija je zanimiv zgled še zato, ker je bil redka dobrina med obema vojnoma tudi radio, in to tudi med meščani. Medij oblikovanja popularnih godb v Indiji je v 30. letih postal kinematograf. Večina filmov je bila in je še glasbenih in jih hodijo gledat zaradi glasbe, posnete na playback, in dostopne na nosilcih zvoka. Popularnost glasbenikov in filmov sega čez meje Indije v sosednje države (Pakistan, Bangladeš, Nepal, Šrilanka itn.). Povsod so kasete razširile dostopnost že popularnih godb, obenem pa so nanje prvič posneli in popularizirali bolj lokalne in bolj ruralne zvrsti, s čimer sta zemljevid in repertoar godb postala raznovrstnejša po vsej južni Aziji (Manuel, 1993). Podobno nedvomno lahko trdimo za glasbene trge in kulture, npr. podsaharske Afrike, Južne Amerike, luzofonega Atlantika,⁶ malajsko-indonezijske jugovzhodne Azije.

Sklep

World music (Vidmar, 2009) je sicer zelo izkrivljeno ogledalo, saj je vednost, ki jo daje, posredovana po nabavni verigi, ki jo vse od snemanja na terenu prek produkcije in promocije v svetovnih medijih do končnega poslušanja monopolizira Zahod. Pogled je toliko bolj izkrivljen, ker so bile nastajajoče popularne kulture marsikje v Afriki (zgodno v DR Kongo) nasilno uničene, tako da tisto, kar danes percipiramo npr. kot afriške godbe, nastaja pretežno v Evropi, za mešano občinstvo evropskih sladokuscev in vplivnejšega, bogatejšega dela afriške diaspore. A če razmislimo o logiki in zgodovini krivitve tega ogledala, nas pogoji nastanka, ohranjanja in propadanja *world music* lahko pripeljejo v samo jedro problematike popularnih godb po svetu nekoč in danes.

Do jedra v tem zapisu še nismo prišli. Prav tako se nismo niti še dotaknili nadvse težavnega vprašanja učinkov, ki jih imata na popularne godbe njihova dostopnost prek svetovnega spleta in virtualizacija nosilcev zvoka. Vendar menim, da bi bilo dobro o nastanku popularnih godb vedeti bistveno več, preden se lahko resno soočimo z razumevanjem njihove usode zdaj.

⁵ Velike države »v razvoju«, kot so Kitajska, Indija in še marsikatera, so nacionalno radiotelevizijo dobile dejansko šele v dobi satelitske RTV. Zato je bila v teh multietničnih državah televizija tisti medij, ki je sprožil nastajanje »nacionalnih« popularnih godb hkrati z nastajanjem »nacionalnih« medijskih občinstev in »nacionalne« popularne kulture sploh.

⁶ Za pahljačo godb, navezanih na nekdanje portugalske kolonije, pridevnik »ameriške« nikakor ne zadošča, saj se glasbeno izročilo Portugalske ne združuje le z Brazilijo, temveč tudi z atlantskimi otoki bliže Evropi (Azori, Madeira) ali Afriki (Zelenortske otoki, São Tomé in Príncipe), na afriški celini (Gvineja Bisau, Angola, Mozambik) in v nekdanjih portugalskih enklavah v Aziji, kot so npr. Goa, Šrilanka, Malaka ali Vzhodni Timor.

Literatura

- BARNOUW, ERIK (1966): *A Tower in Babel. A History of Broadcasting in the United States to 1933*. Oxford: Oxford University Press.
- BARNOUW, ERIK (1968): *The Golden Web. A History of Broadcasting in the United States 1933–1953*. Oxford: Oxford University Press.
- BENNETT, ANDY, BARRY SHANK IN JASON TOYNBEE (UR.) (2006): *The Popular Music Studies Reader*. London in New York: Routledge.
- BROUGHTON, SIMON, MARK ELLINGHAM, DAVID MUDDYMAN IN RICHARD TRILLO (UR.) (1994): *World Music. The Rough Guide*. London: Rough Guides Ltd.
- CHANAN, MICHAEL (1997): *Repeated Takes. A Short History of Recording and its Effects on Music*. London: Verso.
- EWENS, GRAEME (1994): The Heart of Danceness: The music of Zaire. V *World Music. The Rough Guide*, S. Broughton idr. (ur.), 310–323. London: Rough Guides Ltd.
- GAISBERG, FREDERICH WILLIAM (1947): *Music On Record*. London: Robert Hale.
- GILLETT, CHARLIE (1996): *The Sound of the City. The Rise of Rock and Roll*. New York: Da Capo Press.
- GOODY, JACK (1986): *The Logic of Writing and the Organization of Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GRAHAM, RONNIE (1994a): Gold Coast: Highlife and roots rhythms of Ghana. V *World Music. The Rough Guide*, S. Broughton idr. (ur.), 287–297. London: Rough Guides Ltd.
- GRAHAM, RONNIE (1994b): Juju Garbage: Nigeria's gifts to the world. V *World Music. The Rough Guide*, S. Broughton idr. (ur.), 300–310. London: Rough Guides Ltd.
- MANUEL, PETER (1993): *Cassette Culture. Popular Music and Technology in North India*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- MILLIS, ROBERT (2008): Indian Record Collectors. *Perfect Sound Forever*, oktober.
- MOORE, JERROLD NORTHROP (1976): *A Voice in Time. The Gramophone of Fred Gaisberg (1873–1951)*. London: Hamish Hamilton.
- PATERSON, DOUG (1994): Until Morning: The life and times of Kenyan pop. V *World Music. The Rough Guide*, S. Broughton idr. (ur.), 337–348. London: Rough Guides Ltd. 2008)
- PETTAN, SVANIBOR (2011): *Etnomuzikologija na razpotju. Iz glasbene zakladnice kosovskih Romov*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- SHUKER, ROY (2008): *Understanding Popular Music Culture* (3. izdaja). London in New York: Routledge.
- SHUKER, ROY (2012): *Popular Music. The Key Concepts* (3. izdaja). London: Routledge.
- SHUKER, ROY (2013): *Understanding Popular Music Culture* (4. izdaja). London in New York: Routledge.
- VIDMAR, IČO (1994/1995): Blues. *GM XXV*(1–8).
- VIDMAR, IGOR (2009): *Lokalno in globalno v world music*. Magistrska naloga. Ljubljana: Filozofska fakulteta Univerze v Ljubljani.
- VOGRINC, JOŽE (2012): *Popularna godba. Eseji ob poslušanju*. Maribor: Subkulturni azil.

VOGRINC, JOŽE (2015): *Pojmovne prikazni*. Ljubljana: Studia humanitatis.
WILLIAMS, RAYMOND (1997): *Navadna kultura. Izbrani spisi*. Ljubljana: Studia humanitatis.