

GLASBA NA SLOVENSKIH RADIJSKIH POSTAJAH: DOMAČE LEGENDE, GLOBALNI POP TRENDI IN VPLIVI IZ REGIJE

Jernej KALUŽA,^I Robert BOBNIČ^{II}

COBISS 1.01

IZVLEČEK

Glasba na slovenskih radijskih postajah: domače legende, globalni pop trendi in vplivi iz regije

Avtorja v članku na podlagi kvantitativnih in kvalitativnih metod analizirata pojavnost slovenske in tuje glasbe v slovenskih radijskih in televizijskih medijih. Pri tem posebno pozornost namenjata vlogi vratarstva slovenskih medijev pri formiranju popularne glasbe in glasbenih okusov v Sloveniji. Analiza pokaže, da medijsko odbiranje glasbe upošteva specifične kulturne, družbene in politične kriterije, kar se med drugim kaže v ne vključevanju »odbojnih« žanrov, v polarizaciji na ravni glasbenega okusa, v regulaciji migracij glasbe ter v konstruiranju specifičnih konceptualnih mej, ki jih vratarji glasbe vzpostavljajo (in obenem tudi upoštevajo).

KLJUČNE BESEDE: migracije glasbe, globalizacija, mediji, slovenska narodnozabavna glasba, odbirateljstvo

ABSTRACT

Music on Slovenian Radio: Local Legends, Global Pop Trends, and Regional Influences

Based on quantitative and qualitative methods, the article analyzes the presence of Slovenian and foreign music in Slovenian radio and television media. It pays special attention to the role of media gatekeeping in shaping popular music and musical tastes in Slovenia. The analysis shows that the media selection of music considers specific cultural, social, and political criteria. These criteria are reflected, among other things, in the non-inclusion of "bounce" genres, in the polarization at the level of musical taste, in the regulation of music migration, and in the formation of specific conceptual borders, which gatekeepers both consider and establish.

KEYWORDS: music migration, globalization, media, Slovenian folk-pop, gatekeeping

^I dr. filozofije; Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Center za raziskovanje družbenega komuniciranja; jernej.kaluz@fdv.uni-lj.si; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1781-3713>

^{II} dipl. novinar; Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Center za proučevanje kulture in religije; robert.bobnic@fdv.uni-lj.si; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-3408-7864>

UVOD: MIGRACIJE IN ZAMEJENOST GLASBE

Slovenska popularna glasba in popularna glasba v Sloveniji sta bili iz več razlogov – med njimi gotovo izstopata majhnost in relativna zaprtost glasbeno-medijskega trga in javne sfere – deležni relativno malo raziskovalne pozornosti. Stanković (2013, str. 66) denimo izpostavlja, da »ne obstaja niti en sam kolikor toliko temeljit pregled zgodovine slovenske popularne glasbe« ter da so tudi drugi viri – glasbeni dokumentarci ali znanstveni članki – precej redki. Podobno ugotavljata tudi Valetič (2018, str. 14), čigar delo *Osemdeseta – desetletje mladih* poskuša zakrpati nastalo vrzel, in Majsova (2016), ki zaznava primanjkljaj na področju raziskovanja okusov občinstev slovenske popularne glasbe. To posebej velja za »mainstream« glasbo v ožjem pomenu besede, torej za glasbo, ki je splošno znana zaradi njene dostopnosti v medijih. Na drugi strani so bili tisti deli popularne glasbe, ki so blizu alternativni glasbi, glasbam subkultur ali ljudski glasbi – in jih obravnavajo študije s področij etnologije, muzikologije ali sociologije – že v preteklosti predmet dosti večjega raziskovalnega angažmaja (gl. denimo Bavčar, 1985; Muršič, 2000; Bulc, 2004).

Namen pričujoče raziskave, ki skuša zapolniti nastalo vrzel, je analiza pojavnosti (slovenske in tuje) glasbe v slovenskih medijih, predvsem na radijskih postajah – po rezultatih raziskave Slovensko javno mnenje (SJM) iz leta 2021 (Hafner-Fink et al., 2022) namreč predstavlja radio v Sloveniji še vedno najpomembnejši medij za konzumiranje glasbe. Navkljub veliki količini empiričnih študij, ki obravnavajo slovenske medije, med njimi namreč skorajda ni mogoče najti prispevkov, ki bi naslavljali pojavnost glasbe v medijih. Izjema je zagotovo obravnava kulturnih posrednikov v slovenskem medijskem in glasbenem prostoru, ki pa je osredotočena zgolj na pojavnost žanra garažnega rocka (Bulc, 2004).

Epistemološko gledano v pričujočem besedilu izhajamo iz predpostavke, da formacija popularne glasbe ni nekaj samoumevnega, banalnega in nevrednega znanstvene pozornosti, temveč kompleksen večstopenjski proces, ki ga določajo odnosi moči in številni – družbeni, politični, zgodovinski ter geografski – dejavniki. Tovrstna zastavitev izhaja iz v komunikologiji uveljavljene teorije medijskega vratarstva (angl. *Gatekeeping Theory*; gl. White, 1950), ki se osredotoča na procese odbiranja, zaradi katerih so določene informacije vključene, druge pa izključene iz medijev in javnosti. Na odbirateljske procese imajo vplive številni dejavniki, denimo uredniški okusi (in okusi občinstev, ki jim želijo ti ugoditi), politični pritiski, pričakovanja medijskih lastnikov itd., v zadnjem času pa se izpostavlja tudi pomen vloge »novih« vratarjev – algoritmov, internetnih uporabnikov in digitalnih platform (gl. Russell, 2019; Prey, 2018).

Procesi selekcioniranja, filtriranja in odbiranja so tudi sicer pogost predmet raziskovanja na različnih področjih družboslovja in humanistike ter predmet fascinacije nekaterih klasičnih filozofskih teorij poznega dvajsetega stoletja (Deleuze, Foucault, Maturana in Varela, Luhmann, itd.). Koncept meje pa seveda igra ključno vlogo tudi na področju migracijskih študij. Reece Jones v delu *Nasilne meje* (2017)

denimo izpostavi protislovje med načelno odprtostjo, na kateri temeljijo zahodne demokratične družbe, kar je logična posledica razsvetljenega univerzalizma, in *de facto* vse bolj selektivnimi mejami, ki preprečujejo prehod med »prvim« in »tretjim« svetom. S tem pokaže, da tudi v globaliziranem svetu, v katerem je sorazmerno hitro premikanje po svetu tehnološko lahko izvedljivo, še vedno obstajajo meje, ki preprečujejo gibanje. Kot bomo pokazali v pričujočem članku, različne oblike pretežno ideoloških zamejitev (ki so povezane s zgodovinskimi, geografskimi, ekonomskimi in kulturnimi dejavniki) – denimo meja med Zahodom in Vzhodom, med Slovenijo in Balkanom, med urbanim in ruralnim – vplivajo na medijske vratarje in določajo tudi pojavnost glasbe v slovenskem medijskem prostoru. Tudi v kontekstu migracij glasbe namreč velja, da četudi tehnologija načeloma omogoča dostopnost do skoraj vse glasbe s kateregakoli konca sveta (in četudi glasba zaradi same narave zvočnega medija in univerzalnosti svojega »jezika« pogosto deluje trans- in internacionalno), še vedno obstajajo številne kompleksne ravni selekcioniranja, ki določajo, kaj prodre v slovenski medijski prostor.

Popularna glasba je nasploh oblika glasbene produkcije, katere kulturna zgodovina je v veliki meri odvisna od migracij. Razvoj moderne popularne glasbe si namreč težko zamislimo brez sužnjelastniških migracij Afričanov z nabrežij reke Niger na nabrežja reke Misisipi (Gayroud, 2019, str. 181), pa tudi množičnih preseljevanj (predvsem v Združene države Amerike) v času njenega razvoja v 20. stoletju. Tako je na primer ameriška glasbena industrija v začetku v 20. stoletja v veliki meri temeljila na inkorporaciji priseljenskih občinstev; založba American Columbia je v določenih obdobjih založila več »tuje« kot domače glasbe (gl. Gitelman, 2006, str. 17).

Vendar pa za popularno glasbo in še posebej za njeno globalizacijo niso pomembne zgolj migracije ljudi, ampak tudi in predvsem migracije zvokov, glasbene kulture in okusov, ki pa so odvisne od medijev – tako fonogramov (od plošč, kaset in CD-jev do zapisov mp3) kot radiodifuznih, satelitskih in internetnih medijev. Zato tukaj popularno glasbo razumemo kot glasbo, ki je materializirana s snemalnimi in drugimi tehnologijami in je, benjaminovsko rečeno, odvisna od tehnološke reprodukcije – popularna glasba je že v izhodišču deteritorializirana glasba (Gayroud, 2019, str. 20). Podobno kot druge oblike popularne (medijske) kulture se tudi glasba giblje in migrira veliko hitreje kot ljudje (migracija glasbe ne potrebuje več migracije ljudi), a se pri tem srečuje s številnimi omejitvami. Te omejitve glasbenim migracijskim tokovom niso zgolj zunanje, ampak tudi notranje. Ekonomski, politični, kulturni in drugi dejavniki, kot so zakonske omejitve (v primeru Slovenije je predvajanje slovenske in tuje glasbe delno regulirano z Zakonom o medijih), ki vplivajo na migracije glasbe, so neločljiv del notranjih cepitev glasbenih tokov, ki jih je medijska in glasbena industrija 20. stoletja »kanonizirala« kot med sabo pogosto izključujoče se žanrske konvencije. Kot bo pokazala naša analiza, selekcija »mainstream« glasbe v slovenskih medijih (»mainstream« nastaja kot izključevanje določenih žanrov ali tokov) izraža tudi številne lokalne specifike.

Glavna raziskovalna vprašanja, ki jih naslavljamo v pričujočem članku, se glasijo:

1. Katere so norme, prakse in principi selektorstva, ki imajo največji vpliv na formacijo glasbenih programskih politik in posledično na formacijo popularne glasbe v Sloveniji?
2. Kako in katera popularna glasba iz lokalnega okolja, regije in iz drugih delov sveta vstopa v slovensko medijsko krajino?
3. Kakšni so odnosi med žanri, stili in ostalimi glasbenimi elementi, ki jih medijski vratarji upoštevajo in obenem tudi vzpostavljajo?

METODOLOGIJA

Na zastavljena raziskovalna vprašanja je nemogoče odgovoriti z uporabo zgolj ene metode. Subjektivna mnenja vpletenih vratarjev so namreč pogosto pogojena s perspektivo izjavljanja, in tudi nasploh glede glasbenih uredniških politik v Sloveniji kroži veliko govoric, ki sicer niso povsem brez raziskovalne vrednosti, a jih je nujno treba vzporejati tudi z drugimi, bolj kvantitativnimi viri. Žal so ti precej redki in težko dostopni, saj so denimo sezname predvajane glasbe ali meritve odzivov občinstva na glasbo pogosto razumljeni kot poslovna skrivnost medijev. Principi selekcije glasbe, ki določajo formacijo popularne glasbe v Sloveniji, so torej pogosto netransparentni, skriti očem javnosti ter prepleteni z raznoraznimi ekonomskimi in političnimi interesi. Tudi ankete (in druge oblike preizpraševanja glasbenega okusa občinstev) so v Sloveniji sorazmerno redke – v tem kontekstu velja poleg nedavne raziskave o občinstvih slovenske narodnozabavne glasbe (Stanković & Bobnič, 2022) omeniti še delo Brede Luthar (2012) in pa sekcijo o glasbenih okusih iz raziskave Slovensko javno mnenje iz leta 1992 (Toš et al., 1992).

Selektivne principe, ki določajo, katera lokalna, regionalna ali globalna glasba vstopa v slovenske medije, je torej smiselno preučevati s kombinacijo različnih (med seboj dopolnjujočih se) metod, pri čemer v tem članku kot glavne metode uporabljamo polstrukturirane intervjuje z vratarji glasbe kot kulturnimi posredniki (gl. Bourdieu, 1984; Negus, 1992), ki jih dopolnjujemo z analizo rezultatov anketnih vprašanj o poslušanosti različnih glasbenih žanrov na reprezentativnem vzorcu občinstva iz raziskave SJM (Hafner-Fink et al., 2022) in z analizo podatkov o predvajanosti skladb v slovenskih medijih, ki smo jih pridobili s strani IPF Slovenija, slovenske kolektivne organizacije, ki zastopa imetnike pravic nosilcev zvoka.

Polstrukturirane intervjuje smo opravili med marcem in novembrom 2022. Naš izbor intervjuvancev in intervjuvank temelji na konceptu vratarstva oziroma selektorstva. V slovenski medijski krajini to funkcijo poleg urednikov in urednic radijskih in televizijskih programov opravljajo tudi drugi »vplivneži« (glasbeniki, producenti, predstavniki kolektivnih in nevladnih organizacij itd.). Pri izbiri smo težili k reprezentativnosti: vključiti smo želeli javne in komercialne medije, radio in televizijo, medije, ki so popularni v različnih okoljih, ter detektirati vse glavne principe vključevanja

glasbe v medijske programe: ta je lahko centralni ali spremljevalni del programa, lahko skuša formirati okuse (ali ugajati obstoječim), lahko je namenjena zabavi ali kontemplaciji ipd. V raziskavo smo tako vključili tri najbolj poslušane radijske postaje v Sloveniji po podatkih agencije Valicon (Zorko, 2021) – Radio 1, Radio Aktual in Val 202 – versko radijsko postajo (Radio Ognjišče), najbolj popularen narodnozabavni radijski program (Radio Veseljak) in Prvi program Radia Slovenija. Poleg različnih radijev smo v raziskavo vključili še razvedrilni program Televizije Slovenija, ki ima med televizijskimi programi (z glasbeno-razvedrilnimi oddajami v »prime-time« terminih, projektom Evrovizije ipd.) najbrž največjo vlogo pri formaciji »mainstream« glasbe v Sloveniji. Opravili smo tudi intervjuje s predstavniki kolektivnih organizacij (SAZAS, IPF) in nevladnih organizacij (SIGIC). Intervjuji so v povprečju trajali od ene ure do ure in pol, udeleženci so lahko v njih nastopali anonimno ali neanonimno, prepisi intervjujev pa so dostopni v Arhivu družboslovnih podatkov (Kaluža & Bobnič, 2023). Vsi intervjuvanci in njihove funkcije so navedeni v Tabeli 1:

Ime in priimek	Funkcija
Peter Baroš; Luka Zagoričnik	generalni sekretar SIGIC (Slovenski glasbenoinformacijski center); glavni urednik spletne revije o glasbi ODZVEN, ki jo izdaja SIGIC
Tomaž Čop	glasbeni urednik in izvršni direktor za področje produkcije in glasbenih raziskav, radijska mreža Infonet
Marko Godnjavec – Jizah	glasbeni novinar, koncertni organizator in glasbeni strokovnjak zaposlen na Nika Records
Simon Golobič	glasbeni urednik na Radiu Veseljak
Patrik Greblo	svetovalec za glasbo direktorja RTV Slovenija, predstavnik SAZAS
Viljem Marjan Hribar; Jurka Fischer	direktor IPF; odnosi z javnostmi IPF
Ivan Hudnik	glasbeni urednik na Radiu Ognjišče
Žiga Klančar	urednik glasbenega programa na Valu 202 (RTV SLO)
Simona Moličnik	urednica glasbenega in razvedrilnega programa na Radio Prvi (RTV SLO)
Jože Potrebuješ	glasbenik, skladatelj in avtor televizijskih oddaj, ustanovni član skupine Čuki
Štefan Šarkezi	glasbeni urednik in radijski voditelj, Radio Aktual
Vanja Vardjan	odgovorni urednik razvedrilnega programa RTV
Anonimna oseba	strokovnjak za področje popularne glasbe

Tabela 1: Imena in funkcije predstavnikov kolektivnih organizacij (SAZAS, IPF) in nevladnih organizacij (SIGIC), s katerimi so bili opravljeni intervjuji

Poleg intervjujev se v članku sklicujemo še na raziskavo SJM 2021 (Hafner-Fink et al., 2022), ki je bila izvedena na reprezentativnem vzorcu polnoletnih prebivalcev Republike Slovenije in v kateri je sodelovalo 1.022 oseb, ki so v celoti izpolnile anketo. Posebej se osredotočamo na analizo odgovorov na vprašanje G1, pri katerem je bilo mogoče med 15 ponujenimi možnostmi glasbenih zvrsti (pop, rock, slovenska narodnozabavna glasba itd.) izbrati neomejeno število zvrsti, ki jih posamezni respondenti poslušajo. Tretji vir predstavljajo podatki IPF o predvajanjih skladb na slovenskih medijih.

Poudariti je treba, da se naša raziskava osredotoča na pojavnost glasbe v klasičnih medijih (predvsem na radiu), izpušča pa konzumpcijo glasbe na fizičnih nosilcih zvoka in na spletu (pretočne platforme), zaradi česar na njeni podlagi ne moremo analizirati navad določenih segmentov občinstva, predvsem mlajših.

FORMACIJA, POLARIZACIJA IN RAZMEJITVE GLASBENIH OKUSOV V SLOVENIJI

Zgodovinskega razvoja slovenskega glasbenega medijskega trga ne smemo obravnavati izolirano, izven širšega zgodovinskega razvoja glasbe v regiji in globalno. Kot ugotavlja Valetič (2018), ključni prelom v tem kontekstu predstavljajo osemdeseta leta in prehod iz socializma v postsocializem: poleg starih vratarjev, ki so delovali v okviru socialističnih medijev v družbeni lasti (uredniki na RTV, Založba kaset in plošč, Jugoton ipd.), so se pojavili tudi novi akterji, ki so se v začetku devetdesetih let prvi prilagodili na novo, »prostotržno« realnost, ki je pozneje rezultirala v vzponu modela komercialnih radijskih postaj. V tem novem kontekstu so se kot tržno uspešne izkazale tudi različne oblike »domačijskega popa«, v katerih se na ravni zvoka vplivi sočasnega globalnega popa mešajo z lokalnimi in tradicionalnim kodi (Valetič, 2018, str. 176). Izostrena družbeno-politično protislovja, ki spremljajo tranzicijo, se neposredno odražajo tudi na ravni glasbenih žanrov: urbani kulturi osemdesetih let, ki jo v Jugoslaviji reprezentirajo predvsem rock, punk in new wave, se zoperstavi dvig popularnosti različnih oblik regionalnih folk-pop žanrov (domačijski pop v Sloveniji in na Hrvaškem, turbofolk v Srbiji in deloma Bosni ipd.; gl. Perković, 2018; Čvoro, 2014). Ti žanri uporabljajo format mešanja lokalnega in globalnega, ki ga Stanković (2013, str. 77–78) prepoznava kot naspluh prevladujočega v večinski slovenski glasbeni kulturi.

Družbeno-politična tranzicija iz socializma v postsocializem je torej ključno zaznamovana s serijo povezanih protislovij: ruralno – urbano, tradicionalno – moderno, lokalno – globalno, Balkan – Evropa (gl. Todorova, 2001; Bakić-Hayden, 1995). Ta protislovja se v družbi manifestirajo v različnih oblikah polarizacije med domačijsko-tradicionalnim in urbano-progresivnim svetovnim nazorom, kar se med drugim odraža tudi v polarizaciji na ravni kulturnega okusa. Tako denimo Breda

Luthar v raziskavi o popularni kulturi in razrednih razlikah v Ljubljani in Mariboru iz leta 2012 razločuje med elitnim, komercialnim in domačijskim okusom.

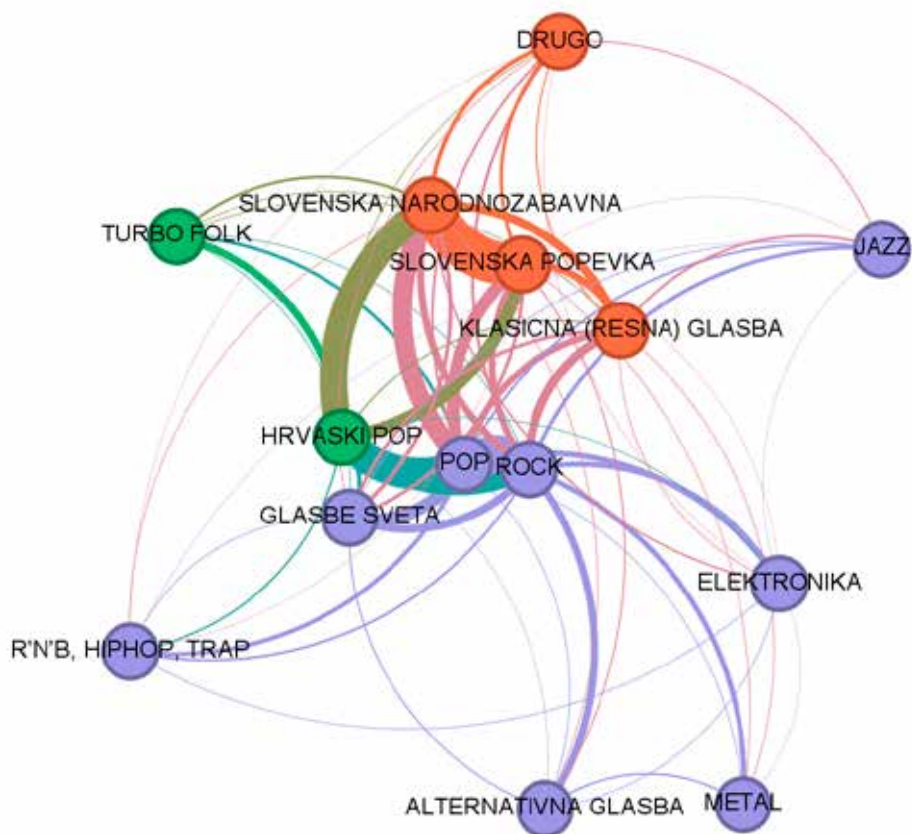
Povezavo med ostrimi nasprotji na ravni glasbenih okusov in družbeno-političnimi trenji, povezanimi s kulturnimi distinkcijami, so obširno analizirale tudi številne študije najbolj raziskane variacije folk-pop glasbe na Zahodnem Balkanu, namreč turbofolka (gl. denimo Čvoro, 2014; Archer, 2012) – hibridnega glasbenega žanra, ki v svojih različnih zgodovinskih manifestacijah vključuje tako elemente globalne popularne glasbe kot tudi tradicionalne in lokalne prvine, zaradi česar se zdi posebej prikladen za analizo glasbenih migracij. Različne zgodovinske manifestacije tega glasbenega žanra, ki je bil vsaj v svojih začetkih obravnavan kot kulturni odraz razmaha nacionalizma v devetdesetih letih (gl. denimo Gordy, 1999), je pogosto spremljala tudi politizacija glasbe in polarizirajoča javna razprava (Baker, 2007). Analize turbofolka izpostavljajo, da je ta polarizacija rezultat povezave med razrednimi in kulturnimi razlikami na eni ter glasbenim okusom na drugi strani (gl. denimo Karmanič & Unverdorben, 2019).

Do podobnih ugotovitev pa prihajajo tudi empirične raziskave iz regije. Tonković, Krolo in Marcelić (Tonković et al., 2020) denimo v študiji okusov med srednješolci v hrvaških obalnih mestih razpoznavajo pomembnost distinkcije med globalno-kozmopolitskim kulturnim okusom (ta je bolj vezan na kulturno konzumpcijo v angleškem jeziku, urbana okolja, višji družbeni razred, višjo izobrazbo in omnivorstvo) ter na lokalno tradicionalni tip kulturnega okusa (povezan s konzumpcijo vsebin v hrvaščini, ruralnimi okolji, nižjim družbenim razredom, nižjo izobrazbo in univorstvom).¹

O polariziranosti med domačijskim in globalnim kulturnim okusom pa lahko sklepamo tudi iz raziskave Slovensko javno mnenje, v kateri smo reprezentativen vzorec državljanov Slovenije spraševali po glasbenih žanrih, ki jih poslušajo. Izkaže se, da se pogosto sopoljavljajo bolj lokalni glasbeni žanri (slovenska narodnozabavna glasba, slovenska popevka, deloma tudi hrvaški pop itd.) na eni strani ter manj lokalno specifični žanri globalnega popa (pop, rock) in subkulturnih žanrov (alternativna, elektronska glasba, metal itd.) na drugi strani (Slika 1).²

1 V študijah kulturne potrošnje in kulturnega okusa pojem omnivorstva predstavlja konzumiranje večjega števila različnih kulturnih elementov (v našem primeru glasbenih žanrov), nasprotno pa pojem univorstva predstavlja pretežno konzumiranje enega ali manjšega števila kulturnih elementov.

2 Debelina povezave naznačuje sopoljavljanje različnih žanrov med univori (osebe, ki so med ponujenimi žanri izbrale do največ tri glasbene žanre; N=539). Te osebe predstavljajo 53 % celotnega vzorca (N=1.018). Program Gephi (funkcija *modularity; resolution: 0,8*) zazna tri grozde, ki so označeni z vijolično (57,14 %), oranžno (28,57 %) in zeleno barvo (14,29 %). Vmesni barvni odtiski nakazujejo na povezave med žanri iz različnih grozdov.



Slika 1: Sopojavljanje glasbenih žanrov.

Opazimo lahko, da vijolični grozd predstavljajo predvsem žanri globalne popularne glasbe, pri čemer izstopata močna prisotnost popa in rocka ter bolj obrobna vloga subkulturnih žanrov, kot so elektronika, jazz, r'n'b, hiphop, trap in metal. V oranžnem grozdu prevladujejo specifično »slovenski« žanri – slovenska narodnozabavna glasba in slovenska popevka, sem pa (morda presenetljivo) spada tudi klasična (resna) glasba, zaradi česar bi lahko sklepali, da se omenjeni žanri pogosto sopojavljajo predvsem med starejšim občinstvom. V zelenem grozdu sta umeščena tipična regionalna žanra – turbofolk in hrvaški pop. Slednji je sicer precej neizključujoč žanr, ki se pogosto sopojavlja tudi s popom in rockom na eni ter s slovensko popevko in slovensko narodnozabavno glasbo na drugi strani. Meje med globalnim (vijolični grozd), regionalnim (zeleni grozd) in lokalnim (oranžni grozd) se torej neposredno odražajo tudi v glasbenem okusu občinstva.

Povedna pa so tudi odstopanja med frekvencami žanrov v populaciji univorov (osebe, ki so izbrale največ tri glasbene žanre) in med celotnim vzorcem udeležencev v raziskavi. Med univori jih 42,4 % poslušata narodnozabavno glasbo, 35,5 % pop, 30,2 % rock, 26,4 % hrvaški pop, 24,3 % slovensko popevko in 11,8 % klasično (resno) glasbo, medtem ko so subkulturni žanri relativno redko zastopani (elektronika 5 %, metal 2,8 %, jazz 2,7 % itd.). V celotnem vzorcu je vrstni red precej drugačen: na prvih dveh mestih sta pop (57,1 %) in rock (51,5 %), slovenska narodnozabavna glasba (47,8 %) pa pade na tretje mesto. Sledita hrvaški pop (39,8 %) in slovenska popevka (34,7 %). Izkaže se, da je narodnozabavna glasba sicer relativno priljubljen, vendar pa tudi precej odbojen žanr: mnogi, ki poslušajo več žanrov, ne poslušajo narodnozabavne glasbe, in mnogi, ki poslušajo narodnozabavno glasbo, ne poslušajo (veliko) drugih žanrov (posebej žanrov globalne popularne glasbe ter subkulturnih žanrov). Narodnozabavna glasba se tako umešča v kontekst specifičnega »lokalnega« tipa univornega okusa, ki se sopojavlja predvsem s slovensko popevko in hrvaškim popom na eni ter s klasično (resno) glasbo na drugi strani.

PRVA MEJA: GLOBALNI POP IN DOMAČI »POP«

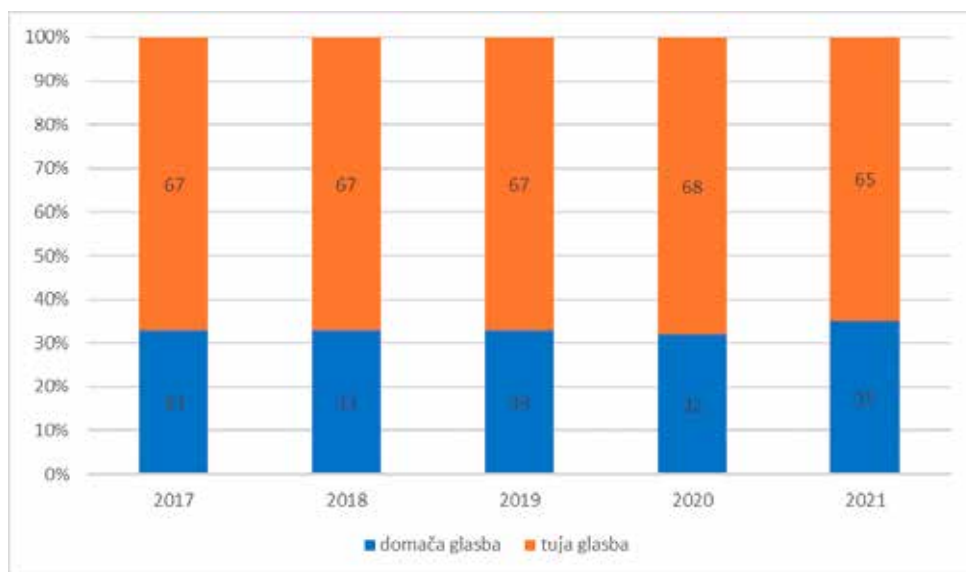
Nekdo mi pravi: »Sem se peljal iz Norveške do Zagreba in kamorkoli dam, je isto.« Rečem: »Ja, ker pač greš čez Nemčijo, pa imaš Bayern postajo. Greš čez Avstrijo, imaš Ö3, prideš sem, pa imaš enko. Pa greš na Hrvaško, imaš Anteno Zagreb. Lahko bi našel čuda teh radijev, ki v istem formatu vrtijo isto glasbo približno enako. Ker pač ljudje v Nemčiji in tukaj nismo različni. Se pravi, naša želja po tem, da nam nekaj ugaja, je precej enaka. Tako kot hodimo v trgovine in kupujemo iste stvari, tako tudi poslušamo na približno isti način, le da se razlikujemo v teh petih do sedmih odstotkih, ki je, kot pravimo mi, »national«.

Tomaz Čop, Infonet

Raziskave glasbene globalizacije pogosto kot enega izmed ključnih empirično določljivih indikatorjev navajajo delež predvajane domače in tuje glasbe v domačem medijskem okolju ter delež predvajane domače glasbe v tujih medijskih okoljih (gl. Verboord & Brandellero, 2018). Medtem ko na primer visokemu deležu domače glasbe v Združenih državah Amerike, ki že zgodovinsko veljajo za globalno glasbeno in medijsko velesilo, sledi tudi visok delež ameriške glasbe v drugih državah, pa na glasbeni periferiji domača glasba ostaja zaprta znotraj meja določene države in njenega glasbeno-medijskega trga. Globalna glasbena industrija je tako v veliki meri strukturirana glede na odnose centra in periferije, pri čemer vratarji iz naše raziskave pri svojem delu izhajajo iz predpostavke, da je slovenski glasbeni in medijski trg izrazito periferen.

Po podatkih IPF Slovenija se je delež predvajane tuje glasbe na slovenskem radijskem in televizijskem področju v zadnjem desetletju povečal. Medtem ko IPF

v svojih analizah (zasebna korespondenca) navaja, da je bil leta 2010 delež domače glasbe 57-odstoten, pa analiza IPF-jevih podatkov³ za obdobje 2017–2021 kaže, da tuji glasbi z manjšim upadom v letu 2021 pripada dvotretjinski delež vseh zabeleženih predvajanj (Grafikon 1).



Grafikon 1: Razmerje predvajanj glasbe glede na distinkcijo »domače – tuje« v obdobju 2017–2021 (vir: IPF Slovenija)

Izvajanje preferenčne selekcije slovenske in tuje glasbe je pomemben princip glasbenega in medijskega vratarstva v Sloveniji, navsezadnje je meja med predvajanjem slovenske in tuje glasbe tudi zakonsko regulirana.⁴ Ker pa je jurisdikcija omejena na javni servis in medije posebnega pomena, lahko iz zgornjih podatkov in izjave glasbenega urednika radijske mreže Infonet sklepamo, da koncentracija lastništva, ki povzroča tudi koncentracijo in centralizacijo izvajanja uredniške selekcije, vpliva na nižanje deleža slovenske glasbe v slovenskih medijih. Vendar pa je izvajanje preferenčne selekcije slovenske in tuje glasbe, kot lahko sklepamo že iz zgornje analize

3 Skladno z dogovorom so podatkovni viri, ki jih bomo podrobneje analizirali v nadaljnjih raziskavah, na razpolago zgolj avtorjem raziskave.

4 V 86. členu Zakona o medijih (Zakon o medijih, 2001) je navedeno, da mora »slovenska glasba oziroma glasbena produkcija slovenskih ustvarjalcev in poustvarjalcev« predstavljati najmanj »20 odstotkov vse dnevno predvajane glasbe vsakega radijskega in televizijskega programa«. V primeru programov RTV Slovenija pa mora delež »dnevno predvajane glasbe iz prejšnjega odstavka znašati najmanj 40 odstotkov«. V člen 86a pa je med drugim dodano, da mora biti ta delež »dosežen glede na predvajano glasbo v oddajnem času med 0. in 6. uro, v oddajnem času med 6. in 18. uro in v oddajnem času med 18. in 24. uro« ter da mora predstavljati glasbo, ki je izvajana v slovenskem jeziku. Leta 2019 je Ustavno sodišče v postopku za oceno ustavnosti na zahtevo Državnega sveta ter na pobudo Dejana Štamparja, družbe Radio City, d. o. o., in Miroslava Hólbla navedeno razveljavilo v delu, ki se nanaša na zasebne radijske postaje.

preferenčne konzumacije glasbenih žanrov iz Slovenskega javnega mnenja, kompleksen odločevalski proces, ki se razlikuje predvsem od posameznih vratarskih praks in principov (tudi tam, kjer je prisotna zakonska regulacija). Pri tem lahko na podlagi kriterijev odbiranja glasbe, kot so jih deklarirali naši sogovorniki, ločimo tri vratarske skupine, ki vsaka na svoj način postavlja (žanrske in kulturne) meje med globalno in domačo popularno glasbo.

V prvo skupino se uvrščajo vratarji, ki izvajajo ali zagovarjajo preferenčno selekcijo slovenske glasbe, svoje odločevalske procese pa utemeljujejo z nacionalno »pripadnostjo« slovenske glasbe (Golobič, Hudnik, Potrebuješ). To ponazarja izjava glasbenega urednika narodnozabavnega Radia Veseljak, ki glasbeni program skoraj v celoti oblikuje na podlagi odbiranja slovenske narodnozabavne in zabavne glasbe:

[T]udi zabavna glasba, lahko je še tako dobra, mora pač izpolnjevati nek ... Jaz temu pravim »slovenski melos«. Ravno kakšni melosi španskih kastanjet in podobnih stvari ne sodijo [na Radio Veseljak], če hočemo neko slovenskost poudarjati ali kaj podobnega. Pa kakšni latino ritmi, recimo [Jan] Plestenjak in tako naprej. (Golobič)

Iz te izjave je razvidno, da pri preferenčnem odbiranju slovenske glasbe ne gre enostavno za glasbo slovenske produkcije, ampak za glasbo, ki jo vratarji prepoznajo kot distinktivno slovensko – kot glasbo, ki se simbolno in ideološko sklicuje na slovenstvo, ali pa kot glasbo, katere estetske in kulturne lastnosti so že zgodovinsko prepoznane kot distinktivno slovenske. To pa so predvsem žanri slovenske narodnozabavne in zabavne glasbe, pa tudi slovenske popevke (ki so vsi izvajani v slovenskem jeziku).

Drugo skupino sestavljajo vratarji, ki selekcijo glasbe utemeljujejo na podlagi urbanega kulturnega habitusa (Klančar, Godnjavec, anonimno), za katerega je po mnenju teh vratarjev v Sloveniji značilna predvsem navezanost na lokalno nespecifične žanre »pop-rocka« (v dosti manjši meri pa na primer tudi na žanre hip hopa in elektronske glasbe). Tukaj prvenstveno govorimo o Valu 202, ki nagovarja »široko občinstvo, sodobno, urbano« (Klančar), vključno s selekcijo zakonsko predpisanega deleža slovenske glasbe predvsem znotraj žanrskih konvencij rocka in popa ter delno hip hopa. Pri tem pa urbano glasbeno selekcijo urednik glasbenega programa na Valu 202 pojasnjuje tudi glede na distinkcijo z ruralnim okoljem:

Realno, Slovenija ni najbolj urbana država, in zato potem tudi večinoma konzumirana glasba ne bo urbana. [...] Če greš mal ven iz Ljubljane, dobro, imamo še, saj se posluša Val na Primorskem in v mestih in to, ampak na podeželju je pa to, ni Val tisti, ki bo skrbel za glasbeno ponudbo. Enostavno, način življenja je drugačen, drugačno konzumiranje medijev, glasbe, življenja ... Tam je glasba, ki zadovoljuje njihove potrebe, drugačna. (Klančar)

Urbano je tako predvsem tisto, kar se razlikuje od podeželja kot specifičnega kulturnega in glasbenega habitusa. Če lahko v prvi vratarski skupini prepoznamo nacionalističen diskurz, pa lahko potemtakem v drugi skupini prepoznamo »razrediščen« diskurz. Tega sledeč Krašovcu (2022) opredeljujemo kot specifično vratarsko prakso (postsocialističnega) srednjega razreda, ki zaradi razlogov, kot sta materialna dekompozicija in izguba dominante vratarske pozicije, še toliko bolj izpostavlja kulturno različnost od nižjih (ruralnemu okolju pripisanih) razredov. Glasbeni novinar in strokovnjak s slovenske glasbene založbe Marko Godnjavec – Jizah (podobno pa tudi anonimni intervjuvanec) denimo govori o »vdoru« podeželskega habitusa v urbani kulturni milje, kar se po njegovem mnenju kaže v nastopih narodnozabavnih ansamblov v ljubljanski dvorani Stožice ali na Kongresnem trgu. Ravno slovenska narodnozabavna glasba je namreč ključni »žanrski« agens distinkcije z ruralnim in domačijskim habitusom, ki jo ta skupina vratarjev razume kot stereotipno in reprezentativno zvrst podeželskega habitusa, zato je Val 202 v svoj program ne vključuje.⁵

Tudi *tretja* skupina vratarjev, v katero vključujemo radijsko mrežo Infonet (znotraj katere deluje Radio 1), v svoje preferenčne glasbene selekcije ne vključuje slovenske narodnozabavne glasbe, saj je ta, kot pravi Tomaž Čop, glasbeni urednik in izvršni direktor za področje produkcije in glasbenih raziskav mreže Infonet, »pač [glasbeno] popolnoma drugačna«. Preferenčno odbiranje glasbe te vratarske skupine je namreč zavezano radijskemu formatu »hitoidnega« globalnega (angloameriškega) popa, zato slovensko glasbo (v največji meri z izjemo sodobne slovenske pop glasbe) izključuje – kot prepoznavajo tudi drugi vratarji (na primer Godnjavec) – že na ravni *sounda*.

Vprašanje pa je, kako se formirajo opisane vratarske prakse in njihovo vzpostavljanje mej pri migracijah glasbe in glasbenih okusov. Kot lahko vidimo, se vratarji pri svojem delu odbiranja in razumevanja glasbe ukvarjajo predvsem z distinktivnim razpoznavanjem okusa glasbenih občinstev, kar je ključno za pridobivanje (in ohranjanje) občinstev. Vratarske prakse in principi so tako izpostavljeni konkurenčnim razmerjem in pritiskom, od katerih je odvisno doseganje določenega tržnega deleža občinstva – konkurenčnost je namreč lahko odsotna zgolj tam, kjer vlada državni medijski monopol. V konkurenčna razmerja medijski subjekti seveda vstopajo z različnimi viri, kot so posedovanje frekvenc, ekonomski kapital (tržno pridobljen ali državno subvencioniran), kulturni kapital in tako naprej. Vloga vratarjev je v teh procesih specifična. Vratarji procesirajo konkurenčna razmerja na medijskem in glasbenem trgu, kar pomeni, da konkurenčnost prevajajo v kulturne razlike, s katerimi utemeljujejo svoje selekcije. Razpoznavanje kulturnih razlik v okusu je tako oblika konkurenčne prednosti – vključevanje slovenske narodnozabavne glasbe lahko za določene medije pomeni izgubo že pridobljenega občinstva, enako kot vključevanje globalnega popa pri drugih medijih. Vratarji iz naše analize tako predvsem

5 To je seveda tudi posledica notranje vratarske distribucije na radiih RTV Slovenija, kjer slovensko narodnozabavno glasbo predvaja Prvi program Radia Slovenija, a to, kot izhaja iz naše raziskave, ni edini razlog.

reproducirajo družbene distinkcije med kulturnimi in glasbenimi okusi, kot so jih zaznale že zgoraj omenjene raziskave okusa glasbenih občinstev.

Vendar pa se tukaj kažejo tudi pomembne razlike glede tega, kako poteka razpoznavanje glasbenega okusa. Vratarji iz prve in druge skupine poudarjajo človeško subjektivno presojo, s katero je možno razpoznati okus in konceptualizirati selekcijo. To se lahko kaže tudi v njihovem odklonilnem odnosu do empiričnih raziskav poslušnosti (najbolj izrazito pri glasbenem uredniku Radia Veseljak in urednici glasbenega in razvedrilnega programa na Prvem programu Radia Slovenija) ali pa v neupoštevanju tovrstnih raziskav (ki seveda vplivajo na njihovo delo) kot odločilnega kriterija pri odbiranju glasbe. Nasprotno pa vratarstvo radijske mreže Infonet temelji na podatkovni tehnologiji; procese razpoznavanja glasbenega okusa in kulturnih distinkcij ter odbiranja glasbe skuša Infonet čim bolj avtomatizirati. Ključen princip je »odbojnost«, ki jo vratarstvo Radia 1 in mreže Infonet razpoznavata na podlagi empiričnih analiz poslušalskih navad. Z odbojnostjo mislimo na koncipiranje programske vloge glasbe v medijih, ki glasbo filtrirajo glede na najmanjši faktor motnje poslušanja radijskega programa ali najmanjšo možnost zapuščanja radijske postaje pri ciljnem občinstvu. Kot preferenčno in ponavljajočo se selekcijo globalnega (angloameriškega) »hitoidnega« popa na Radiu 1 utemeljuje Čop, poslušalci »niti ne najdejo skladb, ki se najbolj vrtijo, ampak skladbe, ki jih najbolj motijo«. Med temi pa so tudi v primeru Infonet, kot že rečeno, poleg skladb subkulturnih in nišnih glasbenih zvrsti (kot sta na primer metal ali elektronska klubska glasba) predvsem skladbe slovenske narodnozabavne in zabavne glasbe.

Kot je pojasnjeval Bourdieu, je delo vratarjev kot kulturnih posrednikov predvsem razpoznavanje in razpolaganje z okusom, kar kulturne posrednike vzpostavlja kot specifično srednjerazredno frakcijo, ki se vzpostavlja na posedovanju kulturnega kapitala (Bourdieu, 1984, str. 326). Nadaljnje raziskave in razprave pa so poudarjale predvsem notranje diferenciacije različnih poklicnih skupin kulturnih posrednikov, pri čemer so poleg drugih (poklicnih, ekonomskih) dejavnikov pogosto izpostavljale pomen individualne formacije vratarja ter njegovega oz. njenega kulturnega habitusa (gl. npr. Smith Maguire & Matthews, 2014). Kulturni habitus je mišljen kot vir ideologij, s katerimi vratarji razpolagajo pri razpoznavanju in oblikovanju kulturnega okusa. Vendar pa takšno razmišljanje predpostavlja vratarstvo, ki je utemeljeno na subjektivni (uredniški) presoji – ta se v naši raziskavi najbolj izrazito kaže v primerih Prvega programa, Vala 202 in Radia Veseljak. Kot pa nakazuje primer radijske mreže Infonet, je vratarstvo v 21. stoletju podvrženo nadaljnji ekonomski in tehnološki mutaciji, s katero »klasična« normativna subjektivna presoja izgublja svojo moč. Radijski in televizijski mediji se danes namreč nahajajo predvsem v konkurenčnem odnosu z internetnimi (tudi algoritmično upravljanimi) mediji. Ker izgubljajo vlogo *taste-makerjev* in *trend-setterjev*, se radijski in televizijski mediji odrekajo funkciji (subjektivnega ali podatkovnega) angažiranega odbirateljstva, ki ga prevzemajo in mutirajo računalniške algoritemske tehnologije. Tako lahko sklepamo tudi iz naših razgovorov z vratarji v slovenskih medijih, katerih starajoče se ciljno občinstvo pri

odjemanju glasbe ni več aktivno (da bi sledilo trendom), poslušanje radia pa pogosto zgolj zapolnjuje situacijo, kjer poslušalci niso v aktivnem stanju odjemanja glasbe (radio poslušajo v avtu ali službi) ali pa radio spremljajo zaradi drugih programskih vsebin in medijskih funkcij.⁶

DRUGA MEJA: POPULARNA GLASBA IZ REGIJE

Slovenec si lahko privoščiči enkrat letno oddih na morju in njemu najbližje [...] je hrvaška obala. In ko gre za tisti teden ali dva na obalo, ga dol doleti ta dalmatinski pridihi. In zanj je to najlepših deset dni v življenju v tistem letu. In ko pride nazaj, mu Radio Aktual dejansko poustvarja te spomine, kot da ima ta del lepega življenja tudi tukaj ... To nekako ima Aktual, ta vajib oddaja [...]. Po drugi strani pa nas je ogromno ljudi, ki smo bili rojeni v Jugoslaviji. In takrat je bila ta glasba naša: Oliver Dragojević, recimo, je bil naš izvajalec, Neda Ukraden je bila naša izvajalka in Novi fosili so bili naši, a ne [...] to se še danes pozna, tako je ...

Štefan Šarkezi, Radio Aktual

Glasbo je na ravni distribucije težko povsem zamejiti znotraj nacionalnih meja. Dobro je znano, kakšno vlogo je denimo igralo poslušanje zahodnih radijskih programov (Radio Vatikan, Radio Luxembourg, obmejni italijanski in avstrijski radijski programi) v času zgodnje Jugoslavije v petdesetih in šestdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so bili drugi tuji mediji za večino ljudi nedostopni (Kaluža & Prodnik, 2022). Tudi v poznejših obdobjih socialistične Jugoslavije je bil glasbeni trg veliko večji kot danes (Perković, 2018). Glasba je zlahka prehajala republiške meje. In četudi lahko od 1990. let dalje govorimo o relativno zaprtem in enotnem slovenskem glasbenem trgu, sta na ravni popularne kulture in množičnega okusa v Sloveniji ostala jugonostalgija in občutek povezanosti z ljudmi iz držav nekdanje Jugoslavije močno prisotna (Velikonja, 2009), kar se med drugim odraža tudi na ravni glasbenega okusa dela občinstev.

V tem kontekstu velja posebno pozornost nameniti Radiu Aktual in njihovi glasbeno uredniški politiki. Po besedah urednika Štefana Šarkezija na Aktualu predvaja predvsem hrvaško glasbo (predvsem z jadranskega območja), uspešnice iz časa bivše Jugoslavije in slovensko zabavno glasbo. Kot glavne kriterije pri selekciji glasbe Šarkezi omenja »veselost«, »pozitivnost«, »lahkotnost« in »sončnost«,

6 Tržne in medijske mutacije vratarstva so sicer še posebej razvidne v televizijskem vratarstvu. Vanja Vardjan, odgovorni urednik razvedrilnega programa na TV Slovenija, preferenčno glasbeno selekcijo TV Slovenija utemeljuje z gledanostjo, pri čemer pa meni, da televizijski medij v sodobnem medijskem okolju konzumira predvsem starejše, na slovenske glasbene žanre vezano občinstvo. To je po mnenju Vardjana tudi kriterij, po katerem TV Slovenija v petkove večerne termine prvega kanala t. i. *prime tima* redno uvršča razvedrilno-glasbene oddaje s slovensko narodnozabavno glasbo, ki jo najbolj poslušane (javne ali zasebne) radijske postaje izpostavljajo kot družbeno najbolj polarizirajoč in posledično odbijajoč »mainstream« glasbeni žanr.

ki se skladajo tudi z neglasbenim delom radijskega programa ter z imperativom poustvarjanja izkušnje poletnih počitnic na jadranski obali. Aktual je namreč zasnovan kot radio, ki »ne bremeni poslušalca« in se skuša »izogibati vseh težkih in morečih tem ter poslušalcu servirati čim bolj vesele teme in posledično tudi čim bolj veselo glasbo«. V tovrstni kontekst tako denimo ne spada narodnozabavna glasba in večji del slovenskega pop-rocka (Siddharta, Big Foot Mama ipd.), se pa vanj lepo umešča slovenska zabavna glasba, posebej tista, ki ustreza bolj mediteranskemu melosu (Saška Lendero, Jan Plestenjak, Luka Basi). Zanimivo je tudi, da se je tovrstna glasbena selekcija po besedah urednika izkazala za izredno uspešno, kar kaže tudi strma rast poslušalnosti Radia Aktual v zadnjih letih. Uredniška politika Radia Aktual kaže na nekatere pomembne vzorce v širšem kontekstu glasbe in glasbenih okusov v Sloveniji, kar potrjujejo tudi rezultati analize SJM o poslušalnosti glasbenih žanrov (predvsem velika priljubljenost hrvaškega popa ter njegovo sopojavljanje s popom in slovensko narodnozabavno glasbo, gl. Sliko 1; Stanković & Bobnič, 2022).

V naši raziskavi se je sicer večkrat pokazalo, da označevalec »jug« ali »Balkan« med medijskimi vratarji ne zaobjema zgolj gole geografske opredelitve na eni ali tehničnega glasbenega vrednotenja na drugi strani, temveč implicira tudi specifične »kulturne demarkacije«, določene »izključitve« in »vključitve« (Baker, 2007). Po eni strani je v slovenskem glasbenem okusu močno prisotna afirmacija »juga« kot prizorišča lahkotne zabave in včasih tudi hedonističnega ekscesa, kar nakazuje tudi relativna priljubljenost dalmatinskih klap in trobentaških zasedb. Po drugi strani pa so vplivi z »Balkana« pogosto dojeti kot neskladni s slovenskim glasbenim okusom ter včasih celo kot odraz kulturne degradacije. Močno je prisotna tudi ideja o nasprotju med specifično durovsko »veselostjo« slovenske glasbe, kot jo najbolje uteleša slovenska narodnozabavna glasba, in bolj molovsko dramatičnostjo in čustvenostjo kot zvočnih značilnosti Balkana (gl. Bobnič idr., 2021). Zdi se, da je v tem smislu slovenski glasbeni trg podoben hrvaškemu, ki se, kot ugotavlja Baker (2007), prav tako vzpostavlja na ekscesivnem distanciranju od južnih in vzhodnih vplivov, popularizacija slednjih pa je pogosto povezana z javnim moraliziranjem (kot se je na Hrvaškem zgodilo v primeru zmage Severinine skladbe Moja štikla na izboru Evrovizije leta 2006).

Zanimivo je tudi, da na Radiu Aktual po besedah urednika navkljub odprtosti za vplive glasbe iz regije ne predvajajo turbofolka ali »Balkan scene«: »Pri nas ne boste slišali Mileta Kitića, imamo pa njihovo zabavno glasbo, recimo Nedo Ukraden ali Željka Joksimovića.« Tudi raziskava SJM o glasbenih okusih razkriva, da turbofolk med slovenskim občinstvom ni pretirano priljubljen žanr, kar potrjujejo tudi podatki IPF o predvajanosti glasbi, iz katerih je mogoče razbrati relativno priljubljenost izvajalcev, kot so Oliver Dragojević, Danijela Martinović, Dražen Zečić, Nina Badrić, Toni Cetinski in Boris Novković, relativno redko pa se na slovenskih radijskih postajah pojavlja pop glasba z elementi turbofolka ter domačijski pop z območja Srbije in Bosne (Ceca, Mile Kitić, Jelena Karleuša, Lepa Brena itd.). Tomaž Čop iz Radia 1 denimo tudi omenja, da je navkljub popularnosti »Balkan žurov« in izvajalcev, kot so

Jala Brat, Buba Corelli, MC Stojan in Senidah, te nemogoče umeščati v »mainstream« radijski program, saj nekatere ta glasba izrazito odbija. Zanimivo pa je, da se je prav v času opravljanja naše raziskave pojavila nova radijska postaja, Best FM, katere glasbena selekcija temelji prav na tovrstni glasbi.

Kot se izkaže v intervjujih, »balkanski« oziroma »južnjaški« zvok in melos odbijata iz več razlogov: po eni strani je pogosto zavračanje, povezano z distinkcijo urbano/ruralno in z – v regiji vseprisotnim – zavračanjem folk-pop žanrov (kot odrazom zaostalosti, tradicionalnosti, ruralnosti, neciviliziranosti itd.), po drugi strani pa je distanciranje od balkanskih zvokov mogoče razumeti tudi kot izraz bolj specifičnega slovenskega nacionalnega imaginarija, ki se vzpostavlja okrog ideje o Sloveniji kot alpski ali srednjeevropski deželi (gl. Stanković, 2021, str. 18). Jože Potrebuješ tako poudarja, da se vpliv Radia Aktual kaže tudi v brisanju razlike med »slovensko« in »jugo« glasbo. Tovrstno izgubljanje identitete vrednoti negativno, pri čemer pa kot primer pozitivnega ideala večkrat izpostavlja prav delovanje srbskega glasbenega trga. Motiv za (svojo) skladbo Ferrari polka tako razloži kot »provokacijo«: »Če imajo Srbi turbofolk, pa Avstrijci in Italijani, zakaj ga ne bi imeli še Slovenci, zakaj bi bil pa naš turbofolk kaj slabši?« Na podobno protekcionističen in nacionalno reprezentativen način razmišlja tudi urednik Radia Veseljak Simon Golobič, ki izpostavlja, da je problem, da je v Sloveniji na radiih bistveno več tuje (angloameriške) glasbe kot na Hrvaškem ali v Srbiji.

Poleg glasbe z območja Balkana in mediteranskega območja so naši sogovorniki v intervjujih kot pomembne vplive iz regije občasno omenjali še italijanske popevke ter avstrijske in nemške šlagerje, vendar je treba poudariti, da gre v tem kontekstu predvsem za vključevanje že preverjenih klasičnih skladb in izvajalcev, medtem ko je pretok sočasne produkcije iz regije skoraj neobstoječ. Delna izjema je tu le hrvaška glasba, pa še v tem kontekstu je večina najbolj prisotnih izvajalcev predstavnikov starejše generacije, ki so popularni že dalj časa, kar potrjuje našo tezo, da tradicionalni mediji – raje, kot da bi eksperimentirali in iskali nove trende – sledijo že dobro vzpostavljenim in preverjenim receptom.

ZAKLJUČEK

Kljub temu, da je sodoben glasbeni svet že nekaj desetletij podvržen pospešeni globalizaciji, pa migracijski tokovi glasbe in glasbenih okusov zadevajo ob številne meje, ki jih nadzorujejo številni akterji in odločevalski procesi. Pri tem smo se v naši analizi, ki zajema slovenski glasbeno-medijski teritorij, osredotočili na vlogo vratarjev in praks odbiranja predvajane glasbe. Analizo smo opravili na podlagi polstrukturiranih intervjujev z reprezentativnimi vratarji slovenskega popularnoglasbenega in medijskega prostora, uporabili pa smo tudi kvantitativne raziskave glasbenega okusa. Zanimalo nas je predvsem, (1) na podlagi katerih kriterijev glasbeni uredniki in ostali vratarji utemeljujejo in razumejo selekcijo predvajane glasbe; (2) kako in

katera glasba vstopa v slovenske medije; (3) katere glasbene prvine in žanre vratarji upoštevajo pri svojih selekcijah.

Kot ugotavljamo, lahko vratarske prakse glede na izpostavljene kriterije odbiranja glasbe razdelimo na tri skupine. Prva skupina se pri odbiranju glasbe sklicuje na ideološke kriterije nacionalne pripadnosti slovenske glasbe, ki jo pripisuje slovenski narodnozabavni in zabavni glasbi; druga skupina se pretežno sklicuje na urbani kulturni okus, ki ga ideološko razločuje predvsem glede na distinkcijo z ruralnim okusom, zavezana pa je predvsem odbiranju pop-rock žanrov; tretja skupina pa sledi tržnim raziskavam in mednarodnim svetovalcem ter pri tem odbira predvsem globalni (angloameriški) »hitoidni« pop. Kot ključne dejavnike, ki vplivajo na konstitucijo vratarskih praks, poleg zgodovinskega razvoja slovenskega glasbenega in medijskega trga ter vratarstva izpostavljamo predvsem konkurenčne strategije za doseganje (in ohranjanje) glasbenih občinstev in reakcionaren odziv na mutacije vratarstva v sodobnem medijskem okolju.

Na tej podlagi sklepamo, da migracije glasbe in glasbenih okusov v slovenskem medijskem in glasbenem prostoru zadevajo predvsem ob (deloma tudi uzakonjene) meje med slovensko in tujo glasbo ter meje z regionalnimi glasbami z območja bivše Jugoslavije in Balkana. Slovensko medijsko okolje je najbolj prepustno predvsem za migracijske tokove globalne popularne glasbe, medtem ko se skladno z medij-skokulturnim distanciranjem od balkanske folk-pop glasbene kulture – vključno s sodobno – meja regionalnih tokov postavlja na območju hrvaškega popa mediteranskega melosa in pop-rock jugonostalgije. To pomeni, da do globalizacije glasbe v slovenskem medijskem prostoru prihaja skoraj izključno s pritokom zahodne popularne glasbe ali preprosto zahodnega angloameriškega popa. Temu nasproti se glede na našo analizo postavljajo »antiglobalizacijske« meje, ki jih postavljajo vratarji, ki poudarjajo tradicijo in kulturno distinktivnost slovenske glasbe, predvsem narodnozabavne glasbe. Tako se potrjujejo naše domneve, da je vratarstvo pomemben dejavnik pri reprodukciji meje med lokalnim in globalnim okusom, ki so bile tako v slovenskem kot v regionalnem kontekstu podrobno analizirane v predhodnih raziskavah o potrošnji glasbenih zvrsti (Stanković, 2021; Luthar, 2012; Tonković et al., 2020).

V skladu s tem se kot pomemben kriterij selekcije vzpostavlja odbojnost, to je detekcija glasbe, ki bi lahko bila moteča za doseg ciljnega občinstva. Zanimivo je namreč, da je po mnenju globalnemu in urbanemu okusu naklonjenih vratarjev izrazito odbojna zvrst slovenska narodnozabavna glasba, ki je glede na podatke Slovenskega javnega mnenja iz leta 2021 ena izmed najbolj poslušanih glasbenih zvrsti v Sloveniji. V tem je določen paradoks: zvrst, ki jo lahko glede na tovrstne raziskave označimo za slovensko »mainstream« popularno glasbo, je za »mainstream« radijske postaje, kot so najbolj poslušane radijske postaje pri nas (Radio 1, Val 202, Radio Aktual), preprosto preveč odbijajoča in (družbeno) polarizirajoča.

Pri vsem skupaj je tako pomembno vprašanje, kako vratarji razumejo programsko vlogo glasbe v radijskih in televizijskih medijih v pogojih temeljite ekonomske in konzumacijske transformacije sodobnega medijskega sveta. Če mora biti glasba

nemoteča, »atmosferična«, srednjega toka in sestavljena iz preverjenih hitov – če torej ne sme povzročati hitrih sprememb, ki jim je treba posvetiti posebno pozornost – je tako tudi zato, ker se radio danes v veliki večini posluša med vožnjo v avtu in med delom. Obenem pa »mainstream« radio (niti med uredniki) ne velja za medij, ki bi narekoval resnične pop trende in (re)formiral glasbeni okus, ampak za medij trendov in hitov, ki so že prešli veliko odločevalskih postopkov, da so dospeli do predvajanja na slovenskih radiih. Po mnenju izbranih vratarjev in akterjev slovenske medijskoglasbene scene je radio namenjen občinstvom, ki niso zaznana kot tista, ki bi zahtevala sledenje trendom. Ti so v glasbenem svetu rezervirani za mlajše občinstvo, ta pa glasbo konzumira z internetnimi mediji.

Kljub odprtosti glasbenih meja, ki jih v razmerju do globalnega in regionalnega popa še posebej poudarjajo glasbeni uredniki najbolj poslušanih radijskih postaj, ugotavljamo, da je slovenski medijsko-glasbeni trg glede na migracije glasbe in glasbenih okusov, ki so značilne za sodobno medijsko okolje, sorazmerno žanrsko zamejen, kar otežuje prodor sočasnih globalnih (pa tudi lokalnih) glasbenih trendov in vzpostavlja restriktivno regulacijo migracij regionalnih glasbenih okusov.

ZAHVALE IN DRUGI PODATKI

Prispevek je nastal v okviru temeljnega raziskovalnega projekta št. J6-2682 »Slovenska narodnozabavna glasba kot politika: percepcije, recepcije, identitete«, ki ga so financira Agencija za raziskovalno dejavnost Republike Slovenije (ARRS).

VIRI IN LITERATURA

- Archer, R. (2012). Assessing Turbofolk Controversies: Popular Music between the Nation and the Balkans. *Southeastern Europe*, 36, 178–207.
- Baker, C. (2007). The Concept of Turbofolk in Croatia: Inclusion/Exclusion in the Construction of National Music Identity. V C. Baker (ur.), *Nation in Formation: Inclusion and Exclusion in Central and Eastern Europe* (str. 139–158). SSEES Publications.
- Bakić-Hayden, M. (1995). Nesting Orientalisms: The Case of Former Yugoslavia. *Slavic Review*, 54(4), 917–931.
- Bavčar, I. (ur.). (1985). *Punk pod Slovenci*. Republiška konferenca ZSMS, Univerzitetna konferenca ZSMS.
- Bobnič, R., Majsova, N. in Šepetavc, J. (2021). What is the Affect of a Merry Genre? The Sonic Organization of Slovenian Folk Pop as a (Non)Balkan Sound. *Journal of Sonic Studies*, 23. <https://www.researchcatalogue.net/view/1599014/1599015>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Routledge.
- Bulc, G. (2004). *Proizvodnja kulture: vloga in pomen kulturnih posrednikov*. Subkulturni azil.
- Čvoro, U. (2014). *Turbo-folk Music and Cultural Representations of National Identity in Former Yugoslavia*. Ashgate Publishing Limited. <https://doi.org/10.4324/9781315549583>
- Gayroud, A. (2019). *Dialectic of Pop*. Urbanomic.
- Gitelman, L. (2006). *Always Already New: Media, History, and the Data of Culture*. MIT Press.
- Gordy, E. D. (1999). *The Culture of Power in Serbia: Nationalism and the Destruction of Alternatives*. Penn State University Press.
- Hafner-Fink, M., Kurdija, S., Malnar, B., Uhan, S., & Stanković, P. (2022). *Slovensko javno mnenje 2021/1 – Poročilo o izvedbi raziskave in sumarni pregled rezultatov*. Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Jones, R. (2017). *Nasilne meje*. *cf.
- Kaluža, J., & Prodnik, J. (2022). Remembering Media and Journalism in Socialist Yugoslavia. *Prispevki za novejšo zgodovino*, 62(1), 123–145. <https://doi.org/10.51663/pnz.62.1.6>
- Kaluža, J., & Bobnič, R. (2023). Slovenska narodnozabavna glasba 2022/2: Principi, prakse in norme uredniške selekcije popularne glasbe v slovenskih medijih [Podatkovna datoteka]. Univerza v Ljubljani, Arhiv družboslovnih podatkov. ADP - IDNo: NZG222. https://doi.org/10.17898/ADP_NZG222_V1
- Karamanić, S., & Unverdorben, M. (2019). Balkan High, Balkan Low: Pop-Music Production Between Hybridity and Class Struggle. V E. Mazierska in Z. Gyóri (ur.), *Eastern European Popular Music in a Transnational Context* (str. 155–170). Palgrave Macmillan.

- Krašovec, P. (2022, 22. julij). *Srednji razred in razredizem*. Dissenz. <https://www.dissenz.net/srednji-razred-in-razredizem>
- Luthar, B. (2012). Popularna kultura in razredne distinkcije v Sloveniji: simbolne meje v egalitarni družbi. *Družboslovne razprave*, XXVIII(71), 13–37.
- Majsova, N. (2016). The Aesthetics of Slovene Popular Music for Different Generations of Slovene Listeners: The Contribution of Audience Research. *Popular Music and Society*, 39(1), 76–96. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1061353>
- Muršič, R. (2000). *Trate vaše in naše mladosti: zgodba o mladinskem in rock klubu*. Subkulturni azil.
- Negus, K. (1992). *Producing Pop: Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. Edward Arnold.
- Perković, A. (2018). *Sedma republika: pop kultura in razpad Jugoslavije*. Zenit.
- Prey, R. (2018). Nothing Personal: Algorithmic Individuation on Music Streaming Platforms. *Media, Culture & Society*, 407, 1086–1100. <https://doi.org/10.1177/0163443717745147>
- Russell, F. M. (2019). The New Gatekeepers. *Journalism Studies*, 20(5), 631–648.
- Smith Maguire, J., & Matthews, J. (ur.). (2014). *The Cultural Intermediaries Reader*. Sage Publications.
- Stanković, P. (2013). Kaj pa pop? Zgodovina in zgodovine slovenske popularne glasbe. *Družboslovne razprave*, XXIX(72), 65–84.
- Stanković, P. (2021). *Simbolni imaginarij sodobne slovenske narodnozabavne glasbe*. Fakulteta za družbene vede.
- Stanković, P., & Bobnič, R. (2022). Občinstva sodobne slovenske narodnozabavne glasbe v kulturološki perspektivi. *Družboslovne razprave*, XXXVIII(100), 131–162. <https://doi.org/10.51936/dr.38.100.131-162>
- Todorova, M. N. (2001). *Imaginarij Balkana*. Inštitut za civilizacijo in kulturo.
- Tonković, Ž., Krolo, K., & Marčelić, S. (2020). *Klasika, punk, cajke: kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali*. Sveučilište u Zadru.
- Toš, N., Splival, S., Saksida, S., Bašić, S., Luthar, B., Hafner-Fink, M., Uhan, S., & Kurdija, S. (1992). *Slovensko javno mnenje 1992*. CJMMK – Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede. <https://www.adp.fdv.uni-lj.si/opisi/media92>
- Valetič, Ž. (2018). *80ta : desetletje mladih: zgodba slovenskega pop-rocka v času, ko je popularna glasba krojila podobo (in usodo) sveta*. Grafični atelje Zenit.
- Velikonja, M. (2009). Lost in Transition: Nostalgia for Socialism in Post-socialist Countries. *East European Politics and Societies*, 23(4), 535–551. <https://doi.org/10.1177/0888325409345140>
- Verboord, M., & Brandellero, A. (2018). The Globalization of Popular Music, 1960–2010: A Multilevel Analysis of Music Flows. *Communication Research*, 45(4), 603–627. <https://doi.org/10.1177/0093650215623834>
- White, D.M. (1950). The "Gate Keeper": A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383–391. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>

- Zakon o medijih (ZMed). (2001). Uradni list RS, št. 110/06 – uradno prečiščeno besedilo, 36/08 – ZPOmK-1, 77/10 – ZSFCJA, 90/10 – odl. US, 87/11 – ZAvMS, 47/12, 47/15 – ZZSDT, 22/16, 39/16, 45/19 – odl. US, 67/19 – odl. US in 82/21. <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608>
- Zorko, A. (2021, 4. junij). *Audiostar, nova raziskava poslušnosti radijskih postaj na slovenskem trgu*. MarketingMagazin. <https://www.marketingmagazin.si/vpogled/audiostar-nova-raziskava-poslusnosti-radijskih-postaj-na-slovenskem-trgu>

SUMMARY

MUSIC ON SLOVENIAN RADIO: LOCAL LEGENDS, GLOBAL POP TRENDS, AND REGIONAL INFLUENCES

Jernej Kaluža, Robert Bobnič

The article analyzes the occurrence of Slovenian and foreign music in Slovenian radio and television media. Taking as its starting point the theory of media gatekeeping (and linking it to the context of migration studies), it attempts to detect the norms, practices, and principles of selection that have the most significant influence on the formation of popular music in Slovenia.

The analysis shows that the media selection of music considers specific cultural, social, and political criteria. These criteria result from specific historical development in the region in which the processes of globalization of popular culture and the transition from socialism to post-socialism coincide.

In this context, the distinctions between rural/urban, traditional/modern, and domestic/foreign are the key factors that media gatekeepers consider. These distinctions are related to the perception of specific music genres as polarizing and, therefore, largely unsuitable for inclusion in Slovenian media programs (Slovenian folk-pop functions as a representative example in this context). Following these distinctions, we also classify the main principles of gatekeeping of music on Slovenian media: some of the media mainly try to address the urban population (Val 202), others focus on more domestic cultural tastes (Radio Ognjišče, Radio Veseljak), some aim to reach the broadest possible audience with global and non-polarizing pop (Radio 1), and still others are successful with a selection of music from the Balkan and Mediterranean regions (Radio Aktual).

As we have observed, the routes of music and musical tastes cross many borders, controlled by many actors and decision-making processes. The Slovenian media environment is open primarily to the migratory routes of global popular music and shows ambivalent relationships toward the music from the region. Gatekeeping in the music sphere is crucial in reproducing the boundary between local and global cultural tastes.