

ТМ	Г. XXXII	Бр. 3	Стр. 509 - 529	Ниш	јул - септембар	2008.
----	----------	-------	----------------	-----	-----------------	-------

UDK 316.723:316.77(497.11)

Оригинални научни рад
Примљено: 29.02.2008.

Драган Станојевић
Филозофски факултет
Београд

ХАРДКОР СЦЕНА И МАСОВНИ МЕДИЈИ У СРБИЈИ

Резиме

На примеру хардкор сцене у Београду у тексту се указује на улогу светских и домаћих масовних медија приликом конституисања сцене, као и њихова улога у формирању њеног идентитета и начина функционисања. У односу на хардкор сцену у Србији, масовни медији су одиграли бар троструку улогу. (1) они су главни канал којим је ова сцена пристигла, у првом реду преко страних масовних медија (MTV), (2) они дају материјал на основу ког се формира слика *mainstreama*, етаблиране културе као и свих релевантних Других, (3) својим негативним интересовањем (неинтересовањем) за саму сцену чине да хардкор остане културно невидљив, што повратно утиче на унутрашњу динамику сцене.

Кључне речи: сцена/поткултура¹, масовни медији, хардкор

Омладинска музичка сцена

Пре него што пређемо на проблем односа медија и сцене укратко ћемо размотрити нашу употребу појма музичке сцене у овом тексту.² Под (омладинском музичком) сценом подразумевамо *реф-*

draganstanojevich@gmail.com

¹ У овом чланку ова два појма користимо као синониме јер се ослањамо на теоријске увиде Саре Торнтон која користи појам *поткултура*. Иначе сматрамо да појам *сцена* много боље описује дати феномен, а притом није оптерећен конотацијама везаним за концепт поткултуре.

² Нешто детаљније о овом концепту види у раду: Драган Станојевић, Од поткултуре до сцене и племена, постбирмингемски приступи у анализама односа омладине, музике и стила, *Социологија* бр. 3, Београд, 2007.

*лексивну заједницу*³ која се структурише у комуникацији и под утицајем њој спољног друштва. Природа овакве заједнице није детерминисана друштвеном структуром али је специфична структура заправо омогућава.⁴ Сцена је култура укуса, односно њена посебност или идентитет се формира на основу заједничког музичког укуса њених припадника, потрошње истих медија и преференција према људима истог укуса. Сцене се формирају и постају препознатљиве преко низа динамичких релација/ дистинкција које се формирају у односу према спољном окружењу и које повратно утичу на карактер саме сцене. Можемо разликовати спољашње и унутрашње компоненте идентитета сцене, односно њене објективне и субјективне карактеристике.

Под спољашњим компонентама идентитета сцене подразумевамо процес стварања објективних одлика идентитета сцене, односно институција сцене. Ове одлике настају дистанцирањем у односу на оно што актери сцене виде као друштвено-културно доминантно а што су заправо (сцени) "спољашње" (доминантне) хијерархије/институције. Најзначајније институције друштва су популарни музички стилови, музичка индустрија и масовни медији. Ове институције се перципирају као репрезенти идеологије доминантног друштва и његових културних, економских и политичких вредности у односу на које се методом дистинкција развијају институције сцене, а то су *underground* музички стилови, простори које сцена заузима, облици дружења,⁵ независне музичке продукцијске куће и медији блиски самој сцени.

3 По С. Лашу, рефлексивност је више присутна у одређеним областима модерног друштва од осталих и место где је рефлексивност највише изражена је унутар "рефлексивне заједнице". Он дефинише рефлексивну заједницу на четири начина: прво-појединац није рођен нити "бачен" већ се "баца" у њих; друго-оне могу бити широко распрострањене по апстрактном простору, и можда у времену; треће-свесно постављају себи проблем свог личног стваралаштва и стално поново откривају много више од тродимензионалних заједница; четврто-њихов "алат" и производи више су апстрактни и културни него материјални. Кит Кан Харис дефинише концепт сцене као "простор произведен рефлексивношћу чланова која је одређена како намерним тако и ненамерним последицама. "Рефлексивност" је способност на коју се ми сви ослањамо да надгледамо и управљамо микро-политиком свакодневне интеракције. Keith Kahn-Harris, *The failure of youth culture*, European journal of Cultural studies, 2004. стр. 98.

⁴ Под овим мислимо да је касно модерно потрошачко друштво претпоставка постојања рефлексивне заједнице, али да природа и облик саме заједнице није под детерминистичким утицајем друштвене (класне) структуре јер се тад не би дале до краја објаснити разлике између различитих рефлексивних заједница.

⁵ Богуновић, Мирјана, *Техно поткултура* (дипломски рад), Одељење за социологију, Филозофски факултет, Београд, 2005. стр. 24.

Под унутрашњим компонентама идентитета подразумевамо унутрашње раслојавање сцене на основу количине поткултурног капитала.⁶ Овде се налазимо на терену идеологије сцене, односно субјективног поимања света око себе као и самопимања. С. Торнтон (Sarah Thornton) идеологије поткултура дефинише као средства помоћу којих млади замишљају своју и друге друштвене групе, бране своје различите особине и потврђују да нису анонимни чланови неиздиференциране масе. Поткултурна идеологија имплицитно даје алтернативне интерпретације и вредности подређеног статуса младих људи, она поново интерпретира друштвени свет. Идеологија поткултуре за њење припаднике представља "значање у служби моћи"⁷ – колико год да те моћи биле скромне.⁸

Идеологија поткултуре почива на три дистинктивна односа: (1) аутентично наспрам неаутентичног, (2) *xun* (*hipp* – аутентични квалитет поткултуре) наспрам *mainstreama* (поткултурни идентитет дефинише се у супротности свему што означава супротстављена им дистинкција "они", а најбитнија је случају *underground* поткултуре – *mainstream*), и (3) *underground* наспрам медија. *Аутентичност*, *xun* и *underground* су три базичне вредности сваке поткултуре. На основу познавања њихове логике, као и на основу поседовања количине њихових квалитета долази до раслојавања/хијерархизовања поткултуре, односно њених припадника на основу количине *поткултурног капитала*. Иако је крајњи параметар ван саме сцене – то су заправо институције и вредности друштва како их припадници сцене виде одн. *неаутентичност*, *mainstream* и *масовни медији* – они служе као критеријум унутрашње стратификације у односу на то колико су припадници сцене удаљени од њих, односно колико су *аутентични*, *xun* и *underground*.

⁶ С. Торнтон развија концепт *поткултурног капитала*, као подврсту културног капитала, којег срећемо у сценама/поткултурама и који је базични принцип хијерархизовања унутар сцене/поткултуре. Поткултурни капитал одређује статус сваког поткултурног актера. Поткултурни капитал је отеловљен кроз форму *xun*, односно "бити упознат" (са свим битним стварима за саму сцену). Носиоци највеће количине поткултурног капитала су референтне личности сцене. Штавише, многи припадници сцена остварују поштовање и углед не само на основу количине поткултурног капитала, већ не основу своје улоге у његовом дефинисању и стварању (у случају хардкор сцене ради се о музичарима, фанзинашима, издавачима, *упознатима* са догађањима, итд.).

⁷ Моћи како је виде припадници поткултура, и која често не одговара стварној моћи у друштву јер је расподељена на основу поткултурних вредности.

⁸ Sarah Thornton, The social logic of subcultural capital у *The Subcultures reader*, Routledge, 1997. стр 202.

Процес настанка и динамике хардкор сцене пратићемо преко процеса структурације⁹ сцене. Уочавамо двоструку структурацију. Прво, структурацију саме музичке сцене, а затим и (ре)структурацију друштвеног система/структуре. Други вид структурације није тема овог рада, оно што нас интересује је структурација хардкор сцене у Србији, и посебно улога масовних медија у том процесу. Ради се о процесу који се одвија у већ постојећој (мада транзитној) друштвеној структури и у комуникацији са њом. Друштвена структура утиче на сцену стимулативно и ограничавајуће. Контекст који карактерише период транзиције у којем је хардкор сцена настајала (дакле друштвени контекст 'намерне' трансформације/реструктурације) је својим структурним потенцијалима и границама условно одредио границе и стимулисао облике које ће сцена попримити. Ово нам постаје јасно уколико упоредимо домаћу сцену са другим у Западној Европи, САД и земљама у региону које су имале сличну социјалистичку и постсоцијалистичку прошлост.

Наиме, непостојање развијених друштвених и политичких институција карактеристичних за развијена друштва на Западу (у првом реду различити облици удружења грађана, односно институције цивилног друштва) онемогућиће постојање активности актера сцене које се на њих иначе ослањају. Мало музичко тржиште и низак економски стандард онемогућиће интересовање великих дискографских кућа и индустрије забаве те самим тим и масовних медија (како домаћих тако и страних) за ову сцену те она неће имати своју *mainstream* локалну варијанту што ће утицати на посебност унутарњег структурисања сцене. Изолованост земље и слаба комуникација са другим локалним сценама ће утицати да сам хардкор пристигне неубичајеним каналима (каналима масовних медија) и буде прихваћен у посебном кључу. Међутим локална друштвена структура има и своје *креативне* потенцијале (што се огледа у стварању посебне варијанте хардкора – подсцене националистичког хардкора).

⁹ Гиденс тврди да су структура и акција две стране исте медаље. Друштвене акције стварају структуре и управо се преко друштвених акција структуре репродукују. Он користи термин *структурација*, како би описао овај однос између структура и акција којим одређени скуп социјалних односа преживљава у времену и простору. Људски актери својим акцијама стално интервенишу у свет и тиме имају способност његове промене. Тврди да структуре не постоје независно од знања које субјекти имају о томе шта чине у свакодневной пракси. Структуре опстају на основу стеченог знања (тзв. 'узајамног знања') које субјекти имају о свом друштву, и које им омогућава међусобну комуникацију. Хараламбос М., *Социологија*, Загреб, Голден маркетинг, 2003. стр. 1065-7.

Масовни медији и сцена

Свака музичка сцена има јединствен однос према медијима, и тај однос варира у зависности како од природе саме сцене, тако и од врсте медија (у зависности да ли се ради о масовним медијима попут националне телевизије и штампе, или о микро медијима попут фанзина, интернет сајтова, форума или мејлинг листа). Код *underground* сцена овај однос је још комплекснији јер се саме *underground* сцене конституишу управо као опозиција одређеним (масовним) медијима. Међутим, њихово конституисање није завршено успостављањем ове дистинкције. Медији су много активније и комплексније укључени у стварање и динамику сцене, него што су јој само референтна тачка у односу на коју се ова дистанцира. Теоретичари франкфуртске школе анализирали су све облике и аспекте културе мас-медија у контексту индустријске производње, где су производи индустрије културе показали исте особине као и остали производи масовне производње: прилагођавање захтевима тржишта, стандардизацију и масовност. Производи индустрије културе имали су, међутим, и специфичну функцију обезбеђивања идеолошког легитимитета постојећим капиталистичким друштвима, као и интеграције појединаца у оквиру масовне културе и друштва.¹⁰

Овакво виђење односа медија и поткултуре код теоретичара бирмингемског Центра Сара Торнтон критикује. Дик Хебдиц у својој познатој студији каже:

Када поткултура почне да заузима своју изразито тржишну позу, када њен речник (и визуелни и вербални) постане све познатији, тада контекст уз који се она може најконвенционалније приписати постаје све очигледнији. На крају, моди, панкери, глитер рокери могу да се прихвате у друштво, да се врате у ред и сместе на омиљеној 'мапи проблематичне друштвене стварности' тамо где дечаци са кармином на уснама постају само 'деца која се маскирају', а девојке у пластичним хаљинама 'кћерке баш као и ваше'. Средства медија, како је приметио Сатјуарт Хол не бележе само отпор, већ га 'смештају унутар владајућег оквира значења', и оне младе људе који приступе некој култури истовремено враћају, кроз представе на телевизији и у штампи, на место где би здрав разум желео да их смести. Кроз тај трајни процес враћања исправља се нарушени ред, а поткултура се прихвата као забавни спектакл у оквиру владајуће митологије из које делом проистиче: као народни ђаво (folk devil), као Други, као Непријатељ. Процес враћања

¹⁰ Келнер, Даглас, *Медијаска култура*, КЛИО, Београд, 2004.

се врши било претварањем поткултурних обележја у предмете масовне потрошње (робни облик), било обележавањем и дефинисањем као девијантног понашања (идеолошки облик).¹¹

Представници бирмингемског Центра (масовне) медије виде као инструмент владајуће идеологије, који помаже да се успостави хегемонија владајућег дискурса. Уз помоћ медија је могуће (поново) успоставити симболички ред културе владајуће класе као опште прихваћен. Медији су управо гарант тог (квази) друштвеног концензуса. С. Торнтон је својим проучавањима омладинских поткултура (бавила се тзв. клупским културама – *club cultures* у Британији) довела у питање аутентичност поткултура схваћене на овај начин. Она иде и даље сматрајући да сцене/поткултуре нема без масовних медија, да масовни медији конституишу сцену/поткултуру не само тако што се ове од њих дистанцирају, већ их масовни медији стварају идентификовањем/значавањем као одређеног (релевантног) културног феномена. С. Торнтон употребљава појам поткултура да би идентификовала оне *културе укуса* које су од стране медија идентификоване као поткултуре, а реч поткултура, као синоним за оне праксе које актери сцене зову *underground*. Медије види као оне друштвене институције које праксом означавања условљавају настајак, ток и судбину одређене поткултуре. Масовни медији имају велику улогу при обликовању, усмеравању и развијању поткултуре и њене идеологије, они су у сталној релацији са поткултуром којој представљају стални изазов, али и без којих поткултура не може да опстане.

Да би се разумео однос између медија и поткултуре, неопходно је дати одговор на два повезана питања: (1) како идеологије омладинских поткултура позиционирају различите медије, и (2) која је улога медија у формирању омладинских поткултура.¹² *Underground* сцене на прво питање дају одговор који припада тзв. *анти-мас* културном дискурсу. Бити *underground* у одеђеној мери значи бити одређен својим бунтовништвом према масовним медијима који у данашњем друштву представљају најснажније преноснике доминантне културе.¹³ На основу поткултурне идеологије, актери сматрају да поткултуре настају и развијају се њиховом делатношћу и креативношћу, што је видљиво у њиховом идеологизовању микро медија (фанзина, интернет форума, итд.).¹⁴

¹¹ Хебдиц, Дик, *Поткултура: значење стила*, Београд, Рад, 1980. стр. 95.

¹² Thornton, Sarah, *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press, 1996. стр. 121.

¹³ *исто*, стр. 22.

¹⁴ *исто*, стр. 34.

На друго питање можемо дати одговор уколико знамо одговор на прво, и уколико размотримо стратегије масовних медија према одређеној *underground* поткултури, као и њену реакцију на исте. Најчешћи дискурси, који се развијају око ових стратегија и утичу на стварање и динамику сцене, су: "морална паника", "цензура и забрана", "продаја" и "хипнес". Морална паника, као и разне цензуре и забране поткултурних садржаја, за које се традиционално у науци веровало да су главни непријатељи поткултура, имају и своју конструктивну улогу. Ако пођемо од тога да је младима "забрањено воће" најслађе, управо ће развијање и потенцирање ових сензационалистичких дискурса утицати на самопрепознавање одређене сцене. Теме које су предмет моралне панике, попут уживања дрога и алкохола, необузданог секса, насиља, итд., утичу да се створи јасна слика о себи као другом, као различитом од главног културног тока, као и да то постане предност. Припадници поткултура, и микро медији поткултуре се веома занимају за слику коју о њима емитују масовни медији. Континуирана паника у медијима (телевизији и посебно штампи) која извештава о опасним и забрињавајућим младим људима, сама додаје вредност и значај поткултури. И док би без оваквих кампања сцена била ограничена и значајем и величином, на овај начин она, (негативном кампањом) добија на популарности код младих. Значај негативне кампање су увиделе и музичке продукцијске куће, па им је овакав вид промоције регуларан начин рекламирања бендова. О субверзивном читању садржаја масовних медија¹⁵ сведочи на више примера Џон Фиск. Недостатак и абнормалност се на тај начин претварају у предност и ексклузивитет.

С. Торнтон даље примећује да поткултурна омладина у Британији иако веома често развија анти-масмедиски дискурс није у потпуности анти-телевизијски оријентисана, већ је пре огорчена на неке сегменте телевизијског програма. Ради се о оним емисијама које се управо баве поткултурном сценом, и које прете да учине саму сцену популарном. Антагонистички однос према масовним медијима се формира првенствено на линији на којој медији потчињавају својим стандардима (углавном музичке) делове сцене. Тако од *xun* квалитета долази до промене у *non*. То је оно стање што сваки *underground* бенд жели да избегне. У извесном смислу то може значити и страх од обзнањивања поткултурног *знања* (опет у првом реду музике, али и *знања* о осталим *стварима које значе*) које је суштинско за сцену, и са којом се њени носиоци идентификују. Јер ако се сва ова *знања*, на којима почива *underground* идентитет и кредибилитет, почну јавно објављивати поткопаће се основе саме сцене. Без посебности,

¹⁵ Контрадикторност текста која се огледа у његовој могућности да из њега различити друштвени актери ишчитавају различита, па и потпуно супротна значења.

ексклузивности и дистинктивности нема ни *underground* сцене. Најшири дискурс, који представља основ утемељења оваквих ставова и страхова припадника сцене, је дистинкција према *mainstreamu*, комерцијалном и популарном. У средишту *underground* идеолошког ниподаштавања је концепт *sell-out*, тј. продавање. Ова проблематика је неразмрсиво везана са улогом коју имају медији. 'Продавање' се првенствено односи на 'издају', то је процес којим се уметник или резултат рада – песма, албум, продаје изван матичног тржишта које на тај начин губи своје осећање ексклузивног власништва. 'Продавање' је уствари продавање аутсајдерима, дакле онима који не поседују поткултурни капитал.¹⁶ Медији и поменуте комерцијалне емисије које се баве *underground* музичком сценом, су главни протагонисти "продатих" бендова. Наиме сами медији су део шире комерцијалне машине производње и дистрибуције музике младима. Али овде се ствари компликују. Чак иако је већина емисија која се бави поткултуром омражена, оне су за поткултурне актере (музичаре првенствено) редак ресурс који се не одбацује тако лако. Да би се искористиле предности емитовања, у одређеним случајевима је у оквиру поткултуре "дозвољено" да се неком *underground* извођачу појави спот или чак он лично у оваквој емисији. Али тад ови извођачи смишљају стратегије одбране свог статуса, па или исмејавају емисију, или праве ситне ексцесе или се држе надмено. Након оваквих иступа њихов поткултурни кредибилитет углавном расте. Можемо рећи да се овде ради о покушајима узајамне инструментализације. Медији покушавају да буду гледани и зато користе садржаје *undergrounda*, али га прилагођавају широкој публици чиме му одузимају добар део "субверзивног" садржаја који представља основу поткултурног идентитета, док с друге стране поткултурни актери покушавају да преко самих медија прошире свој утицај али под условом да притом не доведу у питање стечени кредибилитет. *Xипнес* квалитет се формира у дистинкцији према овим феноменима доминантног дискурса. *Xипнес* представља отелотворење поткултурног капитала, који унутар поткултуре актерима омогућава престиж управо услед разликовања, опозиције и дистанцирања у односу на све што се перципира као доминантно. Оваква слика комплексности и динамичности односа омладинских поткултура и масовних медија је добијена на основу поменutih истраживања у Британији. Одређени друштвени миљеи који генеришу омладинске поткултуре (углавном развијена касно модерна - потрошачка друштва) и омогућавају постојање свих дистанци¹⁷ које оне развијају (јер је за постојање истих неопходан одређе-

¹⁶ Богуновић, Мирјана, *Техно поткултура* (дипломски рад), Одељење за социологију, Филозофски факултет, Београд, 2005. стр. 74.

¹⁷ Попут дистанцирања од масовних медија, индустрије забаве, великих дискографских кућа.

ни ниво економског развоја, нпр. да би се музичка сцена попут хард кора у САД дистнацирала од масовних медија попут MTV телевизије, неопходно је да постоји развијена музичка индустрија која своје производе нуди посебним групама потрошача али наравно са тенденцијом да ово језгро прошири) предствалају истовремено и центре из којих се ове поткултуре/сцене преносе и у друге друштвене контексте, доносећи са собом и постојеће дистинкције које се прилагођавају локалном контексту. Иако су теоријски увиди на којима се базира овај рад конструисани на основу истраживања друштвене стварности омладинских поткултура у Лондону, уочена комплексност односа између поткултура/сцена и масовних медија нам пружа основу за анализу посебности једне локалне сцене – београдског хардкора.

Даље, динамика између *undergrounda* и масовних медија, се заснива и на материјалу који медији прибављају актерима у сцени. Реч је о посредованој перцепцији свих оних вредности и пракси у односу на које се припадници сцене дистацирају. Медији су, наиме ти који данас у највећој мери прибављају младима "сирови материјал" из којег они стварају сцену/поткултуру, који поткултурним и опозиционим читањима преводе на свој језик, језик поткултуре или језик *undergrounda*. Медији заправо формирају или дају материјала за слику како доминантног друштва тако и много битнијег *mainstreama*. Слика доминантне културе и *mainstreama* за припаднике поткултура није слика непосредно стечена увидом у нешто што би била доминантна култура, већ је то слика коју они сами формирају о тим замишљеним телима управо на основу материјала који им медији пружају. Дакле масовни медији не само што су ту од самог почетка и што су дубоко укључени у динамику поткултуре, већ они чине могућим постојање референтних тачака у односу на које се поткултуре дистанцирају. Такође, масовни медији су најбољи канал регрутovanja нових припадника поткултуре, као што су и најефективнији канал ширења (једног дела) поткултурних садржаја.

Као дистинкција у односу на масовне медије поткултура развија сопствене, поткултурне медије (интернет, музичка штампа, фанзини). Не осигурава праћење свих медија релевантно поткултурно знање и висок поткултурни статус, и зато су микро медији критеријуми престижа, односно знања на основу којег се он остварује. Микро медији (као и независне музичке продукцијске куће) стварају и гарантују *underground* идентитета, *underground* поткултурног капитала и уопште *underground* музичке сцене/поткултуре.¹⁸

Масовни медији, као што смо рекли, вишеструко посредују између сцене и њеног окружења. У Србији они имају бар троструку

¹⁸ Исто, стр. 70.

улогу. (1) они су главни канал којим је ова сцена пристигла, у првом реду преко страних масовних медија, (2) они дају материјал на основу ког се формира слика *mainstreama*, *етаблиране културе* као и свих релевантних Других, (3) својим негативним интересовањем (неинтересовањем) за саму сцену чине да хардкор остане културно невидљив, што повратно утиче на унутрашњу динамику сцене.

Канали хардкора ка Србији (Београду)

Канал којим је хардкор пристигао у Србију, је управо масовни медиј (у првом реду MTV¹⁹). При конституисању домаће хардкор сцене главну улогу су одиграли страни масовни медији. Када кажемо конституисање, мислимо да је природа канала преношења ове сцене условила и посебан облик сцене. У Србији, услед немогућности комуникације са изворним и другим регионалним сценама, природа канала којим је дошао, као и облик који је сцена попримила упућује да је хардкор дошао окрњен (у смислу *undergrounda*), непотпун, пропуштен кроз естетску и нормативну призму масмедија. Оно што недостаје хардкор сцени у Београду јесте субверзивна друштвена и политичка пракса укореењена у локални копнтекст, која иде често уз изворни хардкор. Ако масовни медији (MTV) нешто изостављају из саме сцене онда је то управо критичка оштрица. Извесна критика (у оквиру домаће сцене) постоји, али не на организован или чак институционализовани начин²⁰, већ се ту и тамо, а углавном у текстовима и фанзинима, критикује политичка ситуација у земљи или у свету, пропагирају људска права, права животиња, итд. Изгледа као да не постоји свест о потреби за критиком локалних прилика, већ се преузимају паролe и идеје које су карактеристичне углавном за амерички друштвени, политички и културни контекст. Наиме, није се развила јасна и препознатљива критика ратова који су вођени на простору бивше Југославије, критика кршења људских права итд. (јер ове би оваква критика била у складу са идејама хардкора и праксом у другим сценама), али се ту и тамо певало о еколошкој кризи у

¹⁹ Ова телевизија има својеврсну музичку политику, која је од стране припадника *аутентичних underground* сцена означена управо као комерцијална, популарна или *mainstream*. То је телевизија од које прете највеће опасности комерцијализације и у односу на коју се (у оквиру *underground* сцена) праве најчешће стратегије одклона. Те се стратегије крећу од потпуног одбијања да се на њој појављује, до тога да, иако се појави неки бенд, мора задржати аутентичност. Чим неки бенд почне да буде стални гост на овој и оваквим телевизијама то је знак да се 'продао'.

²⁰ Као пример можемо да наведемо да су многи бендови као и остали припадници хардкор сцене на западу чланови неких од организација које се залажу за заштиту политичких, људских или животињских права, неретко су чланови еколошких организација или чак и оснивају неке од њих.

коју је планета запала. У стању рата, кризе, појављивања разних радикалних националистичких организација, није ни било много могућности да се друштво директно критикује а да се не ризикује много. Због тога је у великој мери хардкор сцена – посебно током '90их – представљала канал *ескапизма* за своје поклонице. Текстови песама који се певају искључиво на страном језику (енглеском), фетишизација музике, имиџа, спектакла и свакодневних односа такође имају субверзивна обележја и значења, али сцени недостаје препознатљива друштвена критика постпанка.²¹ На ризике друштва у којем је настала, сцена је реаговала у великој мери затварањем у себе. Страни садржаји и модели су у великој мери послужили као начини бекства од локалних ризика.

Када је феномен пристигао и добио одређени број поклоника у Србији, њему је недостајала локална варијанта масовних медија која би прихватила овај феномен. Овде запажамо изванредан парадокс, јер без обзира на то што је у Србију хардкор дошао пропуштен кроз призму масовног медија – MTV (па је у извесном смислу он био комерцијалан или комерцијалнији него његов *underground* парњак на Западу), он у овом контексту остаје *underground* сцена, не добија масовнију подршку фанова; не постоје институције (масовни медији и продукцијске куће) које би популарисале његов ионако претежно популарнији хардкор звук, а не постоји ни тако велики број поклоника да би већ постојећи медији преузели тај финансијски ризик.

Развој хардкор сцене у Србији можемо пратити кроз најмање две фазе. Фазе *релативног изолационизма* (од почетка '90их до краја '90их), током које долази до формирања (музичке) сцене са својим посебним карактеристикама с обзиром на читав контекст у ком је настала, и фазе *отварања* у којој долази до повећане комуникације са околним локалним сценама као и са глобалном сценом, што све утиче да сама хардкор сцена промени нека своја дотадашња обележја. За нас је посебно битан први период који је трајао до краја '90их.

Хардкор у Србији се није развио ни из чега. Наиме, постојао је припремљен терен који је погодовао за развој ове сцене. Већ готово читаву деценију је панк постојао (и опстајао) и имао сталну публику (хардкор се такође назива и постпанк). У музичкој форми (у виду страних хардкор бендова, у виду турнеја и гостовања), долази веома брзо након настанка у САД и Европи, већ половином '80их, а овај тренд интензивне комуникације се наставља све до почетка '90их. Иако је овај период од неколико година битан за предисторију српске хардкор сцене, он без обзира на повољан контекст није довео до формирања локалне варијанте. Наиме, у том периоду још увек не постоје домаћи бендови који свирају искључиво хардкор, који су

²¹ Други назив за хардкор.

притом повезани заједничким деловањем (издаваштвом фанзина, музичком продукцијом као и концертима) а не постоји ни јединствена публика и оно што бисмо назвали припадницима сцене.²²

Од почетка '90их започиње процес дезинтеграције земље који кулминира ратовима, земља је изолована, а све ово је праћено економском кризом и падом животног стандарда. У оваквим, наизглед неповољним условима, ће упаво доћи до развоја сцене, али ће они (услови, одн. контекст) одредити природу њеног развоја. Специфичност ове сцене је одређена следећим појавама: изолација од осталих локалних и од глобалне сцене спречила је гостовања страних бендова у Србији, а такође онемогућила и одласке у Загреб и Љубљану (суседне локалне центре у којима је хардкор сцена постојала). Такође, услед рапидног пада стандарда онемогућена је била и комуникација са сценама из других земаља, првенствено Западне Европе и САД. Изолација је допринела да не буду чвршће успостављени канали комуникације који су уобичајени приликом преношења *underground* музичких садржаја. Ти канали су најчешће директни контакти приликом путовања, гостовање бендова, фанзинашка сцена и дистрибуција касета и дискова преко малих издавачких кућа. Међутим, с обзиром да су ови канали комуникације били прекинути, хардкор почиње да се прихвата и развија из других извора. Етаблирани глобални музички медији – у првом реду MTV – извршили су велики утицај на обликовање музичког укуса једног дела локалне популације.

Истовремено, Београд је по први пут добио клубове (КСТ, Бункер) у којима се између осталих хардкор концерти редовно одржавају, у којима је музика слична оној која се слуша и код куће, па је и последица била настајање сталне публике. Оно што је било битно за ове клубове је да су мало или нимало афирмисани бендови имали прилику да се искажу у релативно добрим условима и пред публиком која се већ формирала. Стално извођење, као и музички стандарди који су прихватани у првом реду са MTV-а, омогућили су бендовима да промене режим рада и да од *радикално аматерског* (што је било карактеристично за панк бендове) – што подразумева лоше услове, лошу опрему, ниске музичке стандарде, неувежбаност – свој музички перформанс подигну на виши ниво. Угледањем углавном на америчке узоре подигнут је општи квалитет свирке и музичког размишљања. Хардкор је уздигнут изнад тога да се првенствено прави бука и претворен у равноправну музичку форму. На домаће бендове највећи утицај је имао амерички модерни хардкор. Највећи број бендова се угледао на превасходно њујоршку хардкор сцену

²² Под припадником сцене подразумевамо не само публику која је претежно музичка категорија, већ оне особе које прихватају и заступају идеје, ставове хардкора, и којима је припадност овој сцени једна од битних одлика идентитета.

окупљену око клуба СВGB и на бендове као што су *Agnostic front*, *Sick of it all*, *Pro-Pain*, *Madball*, *Biohazard*, тексашка *Pantera*, чикашки *Ministry*, затим *Peppersi* и *Nirvana*.²³ Тако је београдски хардкор, по речима Уроша Смиљанића²⁴, био предодређен да постане оно што јесте: Америка онаквом каквом је представљају медији. *Dead ideas* је бенд за који се данас аутоматски везује појам београдске HC сцене. Они се могу узети и као парадигма целокупне генерације, то је бенд који је прешао пут од мелодичног панккерски обојеног хардкора, до тешког и метализираног. Ово је пут који су прешле још неке групе, попут *Definite choise*, *Standpoint* и других. Музика која је утемељена у бендовима који су потекли из *straight edge* покрета (бендови *Minor threat*, *Youth of today*, *7 seconds*, *Shelter i 108*) у Србији је прихваћена на специфичан начин. Преузети су модели облачења: качкети старке, бермуде, дуксерице са капуљачама, преузете су фризури и браде, минђуше, тетоваже, преузето је понашање на концертима, тако да су класичне шутке уступиле место веселом *stage-diving*-у. Што се домаћих *straight edge* бендова тиче у овом периоду они се појављују и нестају, а не постоји још увек шанса да се развије посебна подсцена. Београдски бендови углавном личе једни на друге, а карактеристично је и бројно претапање чланства. Текстови свих бендова подсећају на *straight edge* и *hate* моделе из Америке, а исто се односи и на начин свирања. Уз све ово треба додати и малу заинтересованост локалне публике за бендове ван Београда, што се види у наглашеној игноранцији према овим извођачима кад наступају у Београду, као и у одсуству воље београдских бендова да свирају ван Београда. Симптоматично је да у овом периоду у Србији недостаје утицај хардкор бендова из Европе. На светској сцени противтежу америчкој струји хардкора представља тзв. *crust core* (раније *stench*), струја која је проистекла из европске хардкор традиције чији су главни представници *Discharge*, *Disorder*, *Anti-Cimex*, *Shitlicker*, као и остали британски и скандинавски бендови, али је у Србији у овој фази изостало интересовање за ове бендове и уопште за читаву традицију, углавном захваљујући чињеници да је овај правац хардкора остао веран *underground* размишљању, и да га нема у великој мери на MTV телевизији и осталим светским мас медијима.

Крајем '90их, поред поменутих доминантних процеса, долази до диверсификације сцене. Наиме, хардкор сцена почиње да се дели

²³ Међутим поред ових бендова који имају и своје локалне каријере и који донекле уживају поштовање без обзира на светску славу и појављивање на светским медијима – јер нису читави њихови опуси комерцијализовани већ углавном само један део – постоји и велики број бендова који остаје веран *underground* начину свирања и размишљања као и DIY филозофији.

²⁴ Музички критичар и добар познавалац хардкор сцене на основу чијих увида смо и пратили историјат сцене.

по узору на глобалну сцену. Музички стилови постају све разноврснији, појављују се *newschool*, *crust*, *emo*, *grind*, *newmetal*, *кришна*, *хришћански*, *hate*, *sXe* бендови. Као локална варијанта, у неким деловима сцене се осећа извесни национализам. Период од краја '90их карактерише и брзи развој музичке технике и технологије, посебно оне која омогућава репродукцију и продукцију звука. Релативна доступност основне компјутерске опреме (кућни 'PC'), преко које је могуће снимити и продуковати музику, уз већ постојећу DIY (Do It Yourself) традицију, довела је до тога да се нагло повећа број бендова. По речима једног старијег *коровца* данас готово да више не постоје фанови, највећи број припадника сцене има своје бендове. Међутим, без обзира на раслојавање сцене по узору на западне моделе оно што недостаје хардкор сцени у Београду јесте конкретна, ангажована друштвена и политичка критика која иде често уз постпанк. Читаву локалну сцену карактерише мање више друштвено-политичка индиферентност, која се манифестује како у музици тако и у осталим (централним) активностима сцена. У *периоду отварања* је у друштвеном смислу (у смислу друштвене праксе) задржан готово исти модел сцене – са претежно комерцијалнијим изразом по западним стандардима – наслеђен из периода њеног настанка, док је у музичком изразу дошло до промена под утицајем како глобалне, тако и околних локалних сцена. Као музички модел на који се угледају домаћи бендови у другом периоду су углавном *underground* бендови (са запада) са највише кредибилитета. Али се овде најчешће ради о копирању, а не о прилагођавању форме новом контексту. У наставку ће бити речи о томе како се перципирају ови садржаји.

Масовни медији и "сирови материјал"

Масовни медији служе да се у очима припадника *underground* сцена, *mainstream* одреди и донекле хомогенизује. У исто време тече процес којим се *underground* одређује – као опозиција – у односу на *mainstream*, и у односу на медије који га промовишу и које доживљава као претећу опасност по сопствену аутентичност. *Mainstream* је појам широког значења који срећемо у медијима, литератури и свакодневном животу. У буквалном преводу значи главна струја, због чега се и повезује са етаблираном и популарном културом и комерцијалним и самим тим меаутентичним вредностима и праксама. Свака *underground* култура га поставља као критеријум у односу на који мери и процењује сопствену идеологију и вредност своје сцене као алтернативе. Код музичких сцена се овај појам везује првенствено за музику²⁵. Перципирање *mainstreama* од стране припадника

²⁵ Богуновић, Мирјана, *Техно поткултура* (дипломски рад), Одељење за социологију, Филозофски факултет, Београд, 2005. стр. 66.

хардкор сцене у Србији није резултат директног искуства. Наиме, највећи број младих никада није ни био у оне клубове, дискотеке, фолкотеке, кафиће и остала места које сматра *mainstream* седиштина. Њихово знање о другом потиче углавном из 'секундарних извора'. Ти 'секундарни извори' су медији, заправо масовни медији, и то како домаћи, тако и страни. Медији који служе да се идентификује домаћи *mainstream* су готово сви домаћи медији у Србији, али као главни промотери *турбофолк* и *денс* културе су Пинк и ТВ Палма (током '90их). Емисије забавног и музичког карактера на овим (и другим) телевизијама представљају главни извор знања о *mainstreamu*. У односу на овај *mainstream* – локални – хардкор остаје у дубокој илегалности. Иако је у овом периоду и било покушаја на РТС-у, Студију Б, ЗК, да се и овај музички жанр промовише то није било дугог века.

И данас, масовни медији су управо медиј преко кога се не само дефинише ко су релевантни други, већ и преко којих се формира слика о њима. У овом случају домаћи медији пружају слику домаћег *mainstreama* – дакле *турбофолк* и *денс* музике, док страни масовни медији дају слику светског *mainstreama*. И обе ове дистинкције су нарочито изражене код припадника сцене. И према домаћем и према светском *mainstreamu* се самоодређују као изразита опозиција. Овај однос се даље преноси на саме медије, па су управо ове телевизије промотери *mainstreama* жестоко омражене. Медији су на тај начин нераскидиво везани са *mainstreamom*. За припаднике *undergrounda* разлика и не постоји.

Antisocial:

појавити се на ТВ-у не значи продати се. На новосадским тв станицама постоји пар кул емисија типа "Лармање" или "Топ плус". У њима бих се појавио без размишљања, јер знам да не бих морао да мењам текст, да се облачим по пропису и сл. А друга је ствар ако неко пристаје на компромисе да би се појавио на ТВ-у или издао албум.²⁶

Масовни медији дају слику света који нас окружује. Они чине да се сцена одреди у односу на све оно што види као доминантно. Прва дистинкција, која је уједно представља и најшири однос и оквир у односу на који се одређује, је према етаблираној култури и друштву. У овој дистинкцији се артикулишу вредности, а као најбитнија манифестација је уједињујући појам отпора помоћу којег се врши отклон од вредности доминантног друштва и културе.²⁷ Овај однос (однос спољашњих/друштвених хијерерхија и унутрашњих

²⁶ Коментар на форуму сајта Serbian hard core: који од недавно није више активан.

²⁷ Исто, стр. 65.

хијерархија сцене) није статичан, већ такав да доводи до сталног редефинисања и поновног дефинисања *undergrounda*. На основу те динамике и процеса, аутентични *underground* музички жанрови, независна музичка продукција, независни медији – фанзини и интернет, облици дружења и забаве: 'блејање' испред драгстора и међусобна посећивања и као симбол сцене: *live* перформанс – концерт, представљају основе идентитета за припаднике саме сцене. Ако покушамо да дођемо до слике културе и друштва како га виде хардкорашки у Србији запажамо изванредан степен јединствености али и апстракције слике.²⁸ С обзиром да је преузета слика света која је карактеристична за друге друштвене прилике, у нашем контексту је она незнатно измењена²⁹. Та слика света није она слика друштва и културе у којој се реално живи; заправо је то слика корпоративног капитализма, и представничке демократије; то је слика расистичке Америке (како су је видели сами *коровци* унутар САД), као и савремених облика расизма и национализма у Европи. Та слика доминантног друштва и вредности које оно емитује је прихваћена и у Србији. Њој није много тога додато, осим укључивања незнатне антиратне реторике, али и извесне националистичке перспективе. Први концепт је изразито идејно неразвијен и незаступан. Ова друга слика је мање изражена и популарна у ширим круговима сцене, али постоји као далеко развијенији концепт. Овај концепт је присутан готово искључиво у писаним медијима-фанзинима, док га у музичком дискурсу (који је знатно битнији) има једва у траговима. Слика друштва и доминантне културе у Србији је створена на основу идеолошких садржаја текстова страних песама, а затим су селективно коришћени садржаји домаћих масовних медија који ову слику подупиру. Страни мас медији којим је хардкор пристигао су одредили централне преокупације сцене (првенствено забава), што је утицало да друштвено-ангажована димензија сцене остане неразвијена. Зато је ова слика доминантног друштвено-политичког миљеа мање више конфузна, неизграђена и непромишљена као локални проблем.

Због немогућности јасне препознатљивости друштвено/ културног система, непостојања друштвено-политичке критичке традиције (институција цивилног друштва) на коју би се хардкор сцена ослонила и заузела јасније ставове према текућим друштвеним пита-

²⁸ Неопходно је рећи да ова слика није нарочито 'промишљена' и изграђена, јер је за то потребан изузетан ангажман у оквиру идеологије (друштвено-политичке мисли) саме сцене, а то је као што сми и видели нешто што је у Србији на јако ниском нивоу.

²⁹ Ова слика света је доминантна управо јер је Србија земља која је већ 17 година у транзицији те нема иоле препознатљив друштвено-политичко-културни идентитет, тако да је немогуће одредити се према њој ни као према капиталистичкој а ни као социјалистичкој.

њима, као и за нас најбитније природе саме сцене у Србији следећа дистинкција је далеко више изражена и игра важнију улогу у идеологији сцене.

Друга дистинкција је према концепту *mainstreama* и према онима који идеолошки припадају *mainstreamu*. С. Торнтон посматра ову дистинкцију у оквиру односа '*Xun* наспрам *mainstreama*', а садржај појма *xun* одређује преко његове дистинкције у односу на *mainstream*. У дискурсима омладинских сцена, *mainstream* је углавном изједначен с масама које се негативно вреднују. Међутим, обзиром да *underground* није фиксиран, и да је настао као идеалистички израз дистанцирања од доминантног друштва, он заправо да би опстао мора да прави компромисе, у односу на које, уколико пређу одређену границу, се такође одређује негативно (уколико се ради о *sell-out* пракси) као према облику/делу *mainstreama*. Тако да је сам појам *mainstreama*, код хардкораша у Србији, састављен из најмање три нивоа, различите културно-друштвене позадине. Под првим можемо подразумевати домаћи *mainstream*, који је перципиран као симбиоза *народне-турбофолк* и *денс* музике. Турбофолк је музика чији су главни представници Цеца, Јелена Карлеуша, Марко Булат, Шако Полумента..., док денс музику представљају Луна, Моделс, Ђогани, Фанки Џи ... То је музика која је најчешће заступљена у масовним медијима, било у виду спотова који се често емитују, било преко већег броја емисија забавног карактера у којима наступају ове естрадне персоне. То је уједно музика која је најзаступљенија – мада у блажој форми – на националној телевизији. Даље, то је музика која окупира највећи број места за изласке, то је музика чија је продукција највећа, која се извози чак и ван земље. Дакле, која се перципира као најпопуларнија. У односу на овај *mainstream* се припадници хардкор сцене одређују нарочито негативно. Други облик *mainstreama* је *non* музика – страна и домаћа³⁰ – у најширем смислу, комерцијалну музику прављену за топ-листе у форми хитова кратког трајања. Трећи облик *mainstreama* је онај који има своје корене у *undergroundu*, и то или тако што су бендови – који су сад *mainstream* – некад имали каријеру на овом нивоу, или тако што су преузети неки садржаји из *undergrounda*. Овај *mainstream* је базиран на структури *undergrounda* или изворних жанрова и преузима елементе *underground* музике и ставља их у другачији контекст, који је слушљивији и пријемчивији за масе. Данас је популарна варијанта хардкора такозвани *new breed metal*, али и својеврсни *emo-indi-pop-rok*. Оно што њих издваја из *undergrounda* јесте далеко певљивији и умеренији звук, одсуство суб-

³⁰ Од страних извођача овде мислимо на Madonu, Šakiru, Spice girls, Michael Jacksona, али и Металику (из каснијих фаза), Queen, Sting... док од домаћих бендова би овде спадали Кристали, Ева Браун, Ван Гог, Ђура и Морнари...

верзивне оштрице, изразито присуство у масовним медијима и шира популарност. Бендови који су парадигма ове врсте *mainstreama* су Sistem of down, Offspring, Sepultura, Linkin park, и др. У Србији се локална варијанта овог *mainstreama* није развила, јер је сцена у међувремену развила своје музичке каноне (ослањајући се на америчку и у последње време европску традицију, прихватајући притом комерцијалније бендове из прве фазе развоја, али не и данашње) и посебне праксе опстанка сцене (DIY) и нарочито јер не постоји интересовање локалне музичке продукције и медија за ову врсту *mainstreama*.

Нединамичност локалне сцене

Иако је целокупна напред наведена проблематика медија пренесена у Србију са Запада и присутна и код овдашњих музичара и хардкораша – јер и овде постоје расправе и подељена мишљења да ли хардкор бендови треба да се појављују на телевизији, на којој телевизији, да ли да снимају спотове, итд. – контекст у ком се та питања решавају сам намеће одговоре. Одговор је такав да не постоји интересовање масовних медија за ову сцену. Самим тим нема ни покушаја да се бендови уведу у комерцијалне воде, или да им се придода какво ново значење. То нас даље упућује да таква проблематика нема много смисла у друштвеном контексту који је индиферентан према сцени. Иако је било неких покушаја '90их од стране РТС-а да и ова сцена постане део круга сцена који се промовише младима³¹, данас више ни једна већа телевизија се не бави хардкором. Једина телевизија тренутно на којој се могу видети хардкор бендови је Метрополис. Међутим, ова телевизија је специјализована за музичке садржаје и локална по гледаности. То није случај само са телевизијом као медијем, исти случај је и са штампом. Ова сцена је у том смислу медијски, а самим тим и друштвено невидљива. Због тога, није ни неопходно да она развија своје посебне стратегије анонимности (које је обично принуђена да развија на Западу). Њу друштво (преко медија) не перципира. У том смислу сцена функционише у високој мери изоловано од друштвеног окружења, без стварне комуникације. То нас даље упућује да закључимо да је хардкор сцена у Србији у високом степену аутархична, и нединамична. Нединамична јер нема изазова који су јој директно упућени и на које би била принуђена да одговара. Овако гледано медији и јесу непријатељи сцене.

³¹ Хардкор је током деведесетих их био музички правац који од стране режима није перципиран као субверзиван, па су зато уредници (националних) ТВ и радио станица слободно пуштали спотове и нумере хардкор бендова. Овде се није радило о некој комерцијалнијој варијанти хардкора, већ о извођачима са највише поткултурног кредибилитета. Међутим, ипак се ради о маргиналном феномену јер удео ове музике у етру је био изразито низак и кратког даха.

Не перципирајући је они и не сарађују са њом, те их је и немогуће употребити у своје сврхе. Тако да опасност овде долази са супротне стране, не од покушаја да се *xun undergrounda* претвори у *non* феномен, већ од тога да сцена остане невидљива, односно нестане у медијском свету као да није ни постојала-што је ситуација хардкор сцене у Србији. Један део припадника сцене чак шта више позитивно оцењује потенцијалне могућности домаћих мас медија за сцену, али жале што се такве могућности не пружају (неретко се ради о људима са највише поткултурног кредибилитета).

Из овога проистиче особеност локалне сцене, а то је непостојање унутрашње раслојености на *non* и *underground*. Најпродуктивнија и најдинамичнија релација код свих *underground* сцена је између оног тврдог *underground* језгра и комерцијалних варијанти, односно оних који се перципирају као "продани". Из дистанцирања ове врсте ничу нове музичке и идеолошке форме и стварају се нове сцене и подсцене. Међутим, у Србији оно што недостаје то су институције раздвајања, које би учиниле да једни остану *underground* док би други били популарни. Без њих сви су заправо *underground* варијанте. Али иако не постоји локална варијанта, постоји свест о феномену те врсте *mainstreama*.

Хардкор је увезен феномен, и центар његовог стварања, као и даљег генерисања најбитнијих промена је негде на Западу. Зато је битно знати које су промене добре и треба их прихватити, а које су продукт корпоративне логике. Локални припадници помно прате све промене, као и реакције *undergrounda* на Западу према новим феноменима везаних за сцену. Битно је одвојити перцепцију онога што се догађа на глобалној сцени, и оног што се перципира као локална сцена. На нивоу посматрања глобалне сцене уочавају се све дистинкције које хардкор *underground* успоставља према доминантним хијерархијама, али добар део тих релација је немогуће успоставити у Србији, па сама сцена не успева да се развије, односно да добије сва обележја *undergrounda*.

* * *

У тексту смо покушали да, ослањајући се у највећој мери на истраживања која је у Лондону спровела С. Торнтон, као и на сопствена истраживања у Београду, истакнемо улогу медија приликом конституисања локалне хардкор сцене. Масовне медије смо посматрали као неодвојиви део настанка, динамике и опстанка сцене. Указали смо на улогу светских и домаћих масовних медија приликом конституисања сцене, као и њихову улогу у формирању њеног идентитета и начина функционисања. На крају ћемо још једном поновити: у односу на хардкор сцену у Србији масовни медији су имали

троструку улогу. (1) они су главни канал којим је ова сцена пристигла, у првом реду преко страних масовних медија (MTV), (2) они дају материјал на основу ког се формира слика *mainstreama*, етаблиране културе као и свих релевантних Других, (3) својим негативним интересовањем (неинтересовањем) за саму сцену чине да хардкор остане културно невидљив, што повратно утиче на унутрашњу динамику и раслојавање сцене.

Литература

- Bennet, Andy, (1999): Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style and Musical Taste, *Sociology*, Vol. 33, No. 3, Aug.
- Богуновић, Мирјана, (2005): *Техно поткултура, Дипломски рад*, Одељење за социологију, Филозофски факултет, Београд.
- Clarke, John, Hall, Stuart, Jefferson, Tony, and Roberts, Brian (1997): Subcultures, Cultures and Class, in: *The Subcultures Reader*, Ken Gelder and Sarah Thornton, eds., London and New York: Routledge.
- Finnegan, Ruth, (1989): *The Hidden Musicians: Music-making in an English Town*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Хараламбос М., (2003): Социологија, Загреб, Голден маркетинг.
- Хебдиц, Дик, (1980): Поткултура: значење стила, Београд, Рад.
- Kahn-Harris, Keith, (1999): "Darkthrone is Absolutely not a Political Band": Difference and Reflexivity in the Global Extreme Metal Scene. Contribution for *IASPM 1999 Conference*, Sydney.
- Kahn-Harris, Keith (2000): "Roots"?: The Relationship between the Global and the Local within the Extreme Metal Scene. *Popular Music* 19 (1).
- Kahn-Harris, Keith, (2004): The Failure of Youth Culture, *European Journal of Cultural Studies*.
- Келнер, Даглас, (2004): *Медијаска култура*, КЛИО, Београд.
- Kozorog, Miha, (2006): Where Subcultures and Tourism Meet, *Roaming anthropology*, Beograd: Klub studenata etnologije i antropologije.
- Перасовић, Бењамин, (2001): *Урбана племена*, Загреб: Хрватска свеучилишна наклада.
- Прица, Инес, (1991): *Омладинска поткултура у Београду, симболичка пракса*, Београд: Етнографски Институт САНУ.
- Спасић, Ивана, (2004): *Социологије свакодневног живота*, Београд: ЗУНС.
- Станојевић, Драган, (2006): Хардкор у Србији; примена теоријског концепта сцене, Дипломски рад, Одељење за етнологију и антропологију, Филозофски факултет, Београд.
- Станојевић, Драган, (2007): Од поткултуре до сцене и племена, постбирмингемски приступи у анализама односа омладине, музике и стила, *Социологија* бр. 3, Београд, 2007.
- Straw, Will, (1997): Communities and Scenes in Popular Music, in: *The Subcultures Reader*, Ken Gelder and Sarah Thornton, eds. London and New York: Routledge.
- Thornton, Sarah, (1996): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity Press.
- Thornton, Sarah, (1997): The Social Logic of Subcultural Capital, in: *The Subcultures Reader*, Ken Gelder and Sarah Thornton, eds., London and New York: Routledge.
- Thornton, Sarah and Gelder, Ken, (eds.) (1997): *The Subcultures Reader*, London and New York: Routledge.

Dragan Stanojević, Belgrade

HARD CORE SCENE AND MASS MEDIA IN SERBIA

Summary

In the paper the author examines the hardcore scene in Belgrade and points out the role that foreign and Serbian mass media have had during its constitution, as well as their role in the formation of its identity and the manner of its functioning. Mass media have affected the hardcore scene in Serbia in at least three ways: (1) they were a main channel to which this scene first came in Serbia, primarily by foreign mass media, (2) the material they provided was used to form the image of mainstream, established culture and relevant Other images, (3) they have made hardcore invisible in a cultural sense by their negative interest, which has in turn influenced the internal dynamic of the scene.

Key Words: Scene/Subculture, Mass Media, Hard Core