

Marija Ristivojević

*Institut za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet Univerzitet u Beogradu
mristico@f.bg.ac.rs*

Muzika kao kulturni fenomen*

Apstrakt: Posmatrana iz antropološke perspektive, muzika predstavlja kulturni fenomen, što podrazumeva sagledavanje značenja koja se muzici, kroz sadejstvo sa kulturnom sredinom u kojoj nastaje i u okviru koje se praktikuje, pridaju. U ovom radu, koncept muzike je razmatran kroz dvostruku ulogu koju ona zadobija kao rezultat tog međuodnosa. U prvom delu analize, muzika je razmatrana kao (kulturni) "proizvod", dok je u drugom delu akcenat na njenoj ulozi "proizvođača" (identiteta). Ovako plastična podela predstavlja koristan metodološki alat kojim nastojim da naglasim ne samo značenjsku fluidnost, već i važnost i relevantnost muzike u antropološkim proučavanjima.

Ključne reči: muzika, kulturni fenomen, "proizvod", "proizvođač", identitet, antropologija

Ukoliko se muzika posmatra kao kulturni fenomen, ključno svojstvo koje se u tom smislu može izdvojiti jeste komunikativnost. Komunikativnost je u radu tretirana pre svega kao proces kojim se uspostavljaju značenjske relacije između muzike kao sociokulturne kategorije s jedne strane, i čoveka/kulture sa druge, a koje ishode formiranjem identiteta (individualnih, kolektivnih, lokalnih itd.). Takva vrsta interakcije (u kojoj se reflektuje i konstruisanost muzike) započinje još sa prvim saznanjima o tome šta je muzika, o tome kako je razlikovati od mnoštva ostalih neartikulisanih i neorganizovanih zvukova koji su njeni osnovni elementi i sl., a koja se najčešće stiču usvajanjem opštih definicija (v. npr. Tajčević 1962, 7; Bleking 1992, 8). Svakako, načini učenja, odnosno prihvatanja, određenih znanja i predstava mogu biti raznovrsni jer, kao što je poznato, pojedinac ne mora biti upoznat sa udžbeničkom definicijom muzike da bi u moru zvukova mogao prepoznati onaj zvučni oblik koji je u datom kulturnom okruženju percipiran kao muzika. Međutim, trebalo bi imati na umu dva ključna momenta kada je formiranje znanja u pitanju: (1) proces

*Rad je rezultat istraživanja u okviru projekta "Transformacija kulturnih identiteta u savremenoj Srbiji i Evropska unija" (177018) finansiranog od strane Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

usvajanja znanja je kontinuiran i, što je još važnije (2) to znanje se daljom primenom (pre)oblikuje. Usvajanjem određenog korpusa informacija koje preraštaju u formirano znanje, proces učenja se ne zaustavlja već traje, usled čega poimanje muzike može biti podložno promeni. Ta promena može biti vidljiva, ukoliko se u obzir uzmu i ostali vidovi znanja koja se stiču tokom života u određenoj kulturnoj sredini, te se tako percepcija muzike, na primer, formira u zavisnosti od toga šta se u datom okruženju i u posmatranom trenutku prezentuje kao poželjna, a šta kao nepoželjna vrsta muzike.

Kada se pažnja usmeri na uticaje koje muzika vrši u svakodnevnom životu (vrednovanje muzike, način stvaranja i upotrebe muzike, dijapazon identiteta koji se ostvaruju), ona postaje u dvostrukom smislu značajna. Muzika najpre postaje zvučni prostor u koji se utiskuju različita značenja i, kao takva, ona predstavlja kulturni proizvod. Za primer se može uzeti žanrovska klasifikacija muzike koju je kroz određene značenjske odrednice moguće "čitati" kao rok, pop, etno, grandž, džez, pank. Svaka od ovih odrednica, uprkos različitim doživljajima žanrovskih granica i određenja, poseduje ono što bi se moglo nazvati "načelnim značenjem". To bi bio prvi značenjski sloj. Daljim značenjskim raslojavanjem, muzika se može bliže specifikovati, te tako, na primer, pop muzika predstavlja "mekši", a rokenrol "tvrđi" zvuk. Slojevitost žanrovskih kora može ići još dublje, pa se zvuk može diferencirati prema žanrovskim podvrstama (hard rok, pank rok, indi rok, pop rok itd.). Međutim, proces označavanja uvek je dvosmeran, te se muzika, od zvučnog prostora ispunjenog značenjima, pretvara u zvučni prostor koji utiče na formiranje različitih identitetskih nivoa – bilo da je reč o individualnim, kolektivnim, ili, pak, lokalnim i globalnim. Jedan od primera jeste i formiranje predstave o nekoj osobi na osnovu muzike koju sluša. Takav proces zapravo predstavlja povezivanje te ličnosti (njenih navika, ukusa, ponašanja, stila oblačenja) sa postojećim (kulturno i društveno formiranim) asocijacijama koje se pripisuju određenoj muzici, grupi, izvođaču. Na primer, ljubitelji *gotik* muzike se često dovode u vezu sa "mračnim" i depresivnim raspoloženjima (v. Schwöbel 2006, 38). Prilikom ovakve vrste asociiranja, veću pažnju bi trebalo obratiti na to u kojoj se meri ljudi njome služe a manje na to da li je takvo asociiranje zasnovano na "proverenim" činjenicama.

Cilj ponuđene analize nije ni sagledavanje načina na koji se muzika uči niti pokušaj određenja muzike, već uočavanje mogućih implikacija koje proizlaze iz međuodnosa muzike i ljudi, tj. muzike kao kulturnog fenomena. Jedan od rezultata takve interakcije jeste formiranje identiteta budući da muzika svoju sociokulturnu dimenziju u potpunosti formira tek kroz interakciju sa slušaocima. Kroz komunikativna svojstva, muzika ostvaruje i ispoljava svoj potencijal u smislu delovanja na slušaoce i potrošače – na njihovo identitetsko pozicioniranje, ali i na druge kategorije kao što je, na primer, doživljaj mesta.

Muzika kao "proizvod"

Međuzavisnost muzike i kulture ukazuje na to da odgovor na pitanje šta je muzika leži u društvenom i kulturnom konsenzusu oko toga šta će biti percipirano kao muzika:

"izraz muzika rezervisan je za deo okružujuće stvarnosti, koji može postojati nezavisno od ljudskog sveta, a koji ljudskom percepcijom, kao i kulturnim poimanjem i delovanjem, postaje stožer apstrakcije koja predstavlja naše konceptualno znanje o muzici kao kulturnoj kategoriji" (Žikić 2009, 337).

Različiti zvuci mogu postojati, i postoje, svuda oko nas, međutim, kulturološki uslovljeno znanje o muzici jeste ono bez čega muzika ne može sačinjavati deo ljudske stvarnosti. Percepcija određene društvene pojave proizlazi iz kulturološke palete značenja kojom ljudi raspolažu. U zavisnosti od načina na koji se ta mreža značenja konstruiše i upotrebljava zavisi i razumevanje pojmova pomoću kojih se osmišljava svet oko nas. Prepoznavanjem određenog zvuka kao muzike, u njega se zapravo utiskuju značenja koja dele pripadnici određene kulturološke zajednice. Reč je o značenjima koja se unutar te zajednice uče, pa su u većoj ili manjoj meri poznata i priznata, a samim tim i razumljiva. Srazmerno porastu onih koji se tim značenjima služe, povećava se i učestalost njihove upotrebe. Kroz "utiskivanje značenja" odvija se proces kreiranja muzike kao društvenog i kulturnog proizvoda. Na taj način se odvija transformacija od "običnog zvuka" do onoga što se naziva muzikom. Radi slikovitijeg prikaza mogućnosti proizvodnje identiteta putem kombinovanja značenja, biću slobodna da taj proces uporedim sa jednim banalnim primerom. Reč je o pravljenju različitih figura od lego kocki. Ukoliko se pođe od zamisli da su lego kocke značenja o kojima je reč, onda bi figura koja se tim slaganjem dobija predstavljala koncept (identiteta) muzike. Uprkos tome što se kupovinom pomenute igračke dobija pakovanje sa određenim brojem i tipom lego kocki u njemu, i uprkos tome što se dobijaju i sugestije šta se sa tim setom kocki može napraviti, time se nužno ne predestinira i konačni ishod slaganja. Konačna kreacija zavisi od mnogo čega (umešnosti, kreativnosti, raspoloženja, vremena i sl.). Na koji način će pojedinac rasporediti kocke, koje elemente će upotrebiti a koje odbaciti, kao i šta će pritom dobiti, u ovom slučaju nije ni previše važno. Akcenat bi, zapravo, trebalo staviti na dva svojstva ovog slaganja. Najpre na mnoštvo različitih oblika koji se od ponuđenih elemenata mogu dobiti, a zatim i na beskonačnost tog procesa koji omogućava neprekidno generisanje najrazličitijih formi.

U tom pogledu, ni muzika nije konačna kategorija – u zavisnosti od toga šta se od nje "napravi", reč je zapravo o kategorijama, ili kako je Kuk primećio – od toga na koji način ljudi kroz nju i o njoj misle, kako je doživljavaju, te

na koji način kroz nju izražavaju sebe (Cook 2000, *Foreword*). Prema tome, muzika nije kategorija koja "visi u vazduhu", lišena sredine koja je okružuje, te, stoga, govoriti o muzici zapravo znači govoriti o značenjima koja se muzici pridaju. Kada je neka vrsta muzike označena kao tradicionalna, to govori da se ona posmatra kroz utiskivanje značenja (kao u primeru žanrovske klasifikacije), a ta se značenja u ovom slučaju odnose na karakteristike poput autentičnosti, izvornosti, postojanosti koje se percipiraju u pozitivnom svetlu, kao nešto vredno, kao jedan od identitetskih markera određene kulturne zajednice koji, zajedno sa ostalim elementima, tvori esenciju svesti tog zajedništva. Trebalo bi primetiti da nije nužno da svi pripadnici date zajednice gaje istu vrstu pozitivnog (ili ikakvog) viđenja tradicionalne muzike. Međutim, to je ipak pitanje pojedinačnih preferencija i stavova, dok je dominantni diskurs taj kojim se određuju i uspostavljaju društvena pravila.

Toj problematici su, na osnovu sopstvenog terenskog iskustva, pristupali mnogi antropolozi i etnomuzikolozi (npr. Merriam 1964, Bleking 1992, Ober 2007), nastojeći da istaknu da je rasprostranjeno razumevanje koncepta muzike zapravo "zapadno" (tj. proizvod zapadnog kulturološko-vrednosnog sistema), implicirajući da se u nekim drugim sredinama muzika doživljava na sasvim drugačiji način. Džon Bleking, britanski etnomuzikolog – proučavajući muziku afričkog naroda Venda – uvideo je da se kod njih muzika ne klasifikuje, ne izvodi, niti toj zajednici znači na isti način kao što je on, muzički obrazovani zapadnjak, do tada smatrao. Naime, svakodnevni život Venda prožet je muzikom, u smislu da se, u velikom broju slučajeva, muzikom izražavaju određeni društveni događaji (npr. obredi inicijacije) (Bleking 1992, 47). Izvođenje muzike tom prilikom biva praćeno plesom ili nekim specifičnim pokretima prilikom sviranja. Takođe, ista pesma u različitim kontekstima može imati sasvim drugačije značenje. S druge strane, postoje pesme koje se mogu izvoditi samo u određeno doba godine (Bleking 1992, 50-51). Primeri poput ovih, mogu biti pogodan podsetnik u smislu paralele zapadnom poimanju i izvođenju muzike, na osnovu postojanja određenog muzičkog sistema (npr. "visoki", "niski" tonovi). Vende se ne koriste zapadnim notnim sistemom, niti muziku dele na tradicionalnu, popularnu, klasičnu, a ipak se smatraju jednom od zajednica u kojima je muzika izuzetno važna budući da se njome, na primer, izražavaju određene društvene promene. Prihvatajući drugost u tom smislu, Bleking je došao do zaključka da je

"muzika proizvod ponašanja ljudskih grupa, formalnog i neformalnog: ona je ljudski organizovan zvuk. Iako različita društva imaju različite ideje o tome šta je muzika, sve definicije su zasnovane na izvesnoj saglasnosti i na principima prema kojima muzički zvuci treba da budu organizovani" (Bleking 1992, 18).

Na osnovu studija poput Blekingove, moguće je uočiti da razlike u shvatanju muzike mogu biti međukulturne. Međutim, važno je primetiti da ta diferencija može biti i unutarkulturna. Potvrdu takvog stanovišta moguće je naći ukoliko se za primer uzmu varijacije "zvaničnih" određenja muzike u okviru iste kulture. U tom smislu, Merriam govori o džez muzici kao primeru nečega što je u jednom periodu bilo odbačeno kao muzika, da bi u drugom bilo glorifikovano (v. Merriam 1964, 64, 244). Naime, po završetku Prvog svetskog rata, Sjedinjene Američke Države zahvatila je klima teških ekonomskih prilika (koje će kulminirati tokom tridesetih godina u vidu velike ekonomske krize), demografskih strujanja Afroamerikanaca ka severnim državama (naročito ka gradovima poput Čikaga i Njujorka), i sa njima povezanim rasizmom i prohibicijom. Džez, kao muzika Afroamerikanaca, dugo je u zvaničnom diskursu (pripadnika bele više i srednje klase) bio označen kao primitivna, pa čak i vulgarna, i po moral omladine i društva – nepodobna muzika. Taj stav više je bio proizvod ideoloških nego muzikoloških pogleda na svet. Međutim, sve veća želja za "slobodom" koju su mlade generacije osećale u posleratnom periodu, kao i specifična atmosfera koja je nastala u društvu, dovela je do toga da džez stekne oznaku popularne muzike (Kolijer 2009, 69). Popularnost ove muzike ogledala se u rastućem komercijalnom uspehu, što je bilo praćeno formiranjem nove vrste publike, a sa njom i drugačijeg životnog stila koji je bio najočigledniji u ponašanju i odevanju. Vremenom se percepcija džez muzike sve više menjala, da bi danas, čini se, dostigla kulminaciju, jednim svojim delom oličenu i u kurikulumima svetski uglednih muzičkih akademija čiji je džez danas sastavni deo. Na osnovu ovog primera, jasno se može zapaziti korenita promena društvene i kulturne percepcije jednog muzičkog žanra. Ta percepcija prešla je put od ignorisanja pomenute muzičke vrste u zvaničnom diskursu (u kome je ona označavana kao nešto negativno) pa sve do njenog najvećeg priznanja (koje je ostvareno i institucionalizacijom ovog muzičkog žanra kroz osnivanje katedri posvećenih džezu, naučnih monografija o tom fenomenu, nastupa džez muzičara u čuvenim koncertnim salama i tome slično).

Na takvu perceptivnu oscilaciju moglo bi se nadovezati objašnjenje muzike pomoću koncepta fluidnosti i fiksности koje nude Konel i Gibson (Connell and Gibson 2004, 10). Muzika kao kategorija, zapravo se neprekidno kreće između promenljivog i nepromenljivog. Iako je sama po sebi fluidna kategorija (samim tim što predstavlja kulturni konstrukt), često joj se pridaju odlike kojima čovek nastoji da je pretvori u nešto fiksno, na taj način sebi pojednostavljujući razumevanje tog koncepta. Fluidnost muzike ovi autori prate od procesa prenosa zvuka od mikro do makronivoa (npr. od sobe u kojoj slušamo muziku pa sve do globalnih medija), do muzike kao artefakta koji se kreće zajedno sa ljudima u vidu znanja, usmenih tradicija ili snimka (Connell and Gibson 2004, 9). Za razliku od fluidnosti, fiksnost se može postići uspostavljanjem određenih kulturnih matrica, standardizacijom zvuka, ali i "vezivanjem"

muzike za određeno mesto kroz odabir određenih lokalnih identitetskih markera (ulica, trg, kuća, klub i sl.) koji stoje u određenoj vezi sa pojedinim muzičarima, a potom i produkovanjem znanja o toj vezi i implikacijama koje iz te veze proističu (koje se mogu čitati i kroz objašnjenja "zašto to mesto nedri proslavljene muzičare" ili "na koji način su ti muzičari uticali na to mesto") koje se dalje plasira, na primer, kroz turističke ture .

Povezivanje muzike sa određenim mestom, takođe predstavlja jedan vid težnje ka nepromenljivosti. U osnovi te veze leži shvatanje mesta kao postojane kategorije koja, svojim kontinuitetom, i muzici obezbeđuje "trajnost". Koncept "fiksno" identiteta određene muzike, po sebi ne predstavlja problem dokle god se ima u vidu i druga (fluidna) strana. Problem može nastati kada se odnos muzike i mesta pojednostavi do mere esencijalizacije. Time se za određeno mesto vezuje isključivo jedna vrsta muzike koja se plasira kao "prava, iskonska", što automatski podrazumeva niže vrednovanje ili, u ekstremnijim slučajevima, isključivanje ostalih muzičkih oblika. Iznova ću se poslužiti primerom tradicionalne muzike. Svaka zajednica poseduje muziku koju smatra autentičnom, izvornom. Samim tim, vrlo često je slučaj da se ta vrsta muzike plasira kao dominantni kulturni zvuk – ili ako ne dominantan, a onda najvredniji. Kada postoji nešto što je nosilac najveće vrednosti, sve ostalo automatski postaje, bar za nijansu, manje vredno. Dobar pokazatelj takvog osećanja može biti i usvajanje popularnih muzičkih oblika poput rokenrola, džeza i sl., koji se mogu posmatrati kao vrsta "opasnosti" po izvorni zvuk, pa čak i šire – po ideju homogenosti zajednice. Čak i ako se takvi muzički oblici usvoje, a danas je takvih slučajeva zaista mnogo, ta vrsta muzike se retko gde smatra "domaćom" muzikom u smislu "prave, iskonske" muzike koja potiče sa tih prostora. Na taj način, takvom pozicijom, ona se u nekom smislu posmatra kao manje vredna muzička forma.

Muzika kao "proizvođač"

U prethodnom odeljku, muzika je sagledana kao kulturni proizvod. Kako bi priča o muzici kao sociokulturnoj kategoriji bila potpunija, neophodno je ujedno razmotriti i muziku kao aktivnog činioca koji oblikuje kulturu. S tim u vezi nameće se pitanje – zašto je muzika važna? Značaj muzike u određenom kulturnom kontekstu može se posmatrati najpre kroz odnos društva prema muzici (koju ulogu muzika ima u tom društvu, da li se smatra važnom, u kojoj meri je važna, zašto je važna, odnosno zašto nije važna?). S tim je u vezi stoji i individualni doživljaj muzike kroz koji se podjednako može da sagledati kulturološka nadgradnja, odnosno, kognitivni (muzički) pejzaž koji obuvata sećanje na pojedine upečatljive periode u životu, događaje i ljude sa kojima povežujemo određenu vrstu muzike (Žikić 2009, 345-347). Pritom, na umu bi tre-

balo imati i to da se antropologija ne bavi individualnim iskustvima zarad njih samih, već da – analizom takvih iskustava – tumači kulturne procese, kojih je i dato individualno iskustvo sastavni deo. Na osnovu analize individualnih sećanja i doživljaja isprepletanih s muzikom (određenim muzičkim žanrom, izvođačem, pesmom), moguće je apstrahovati ključne elemente i, u sadejstvu sa njima, formirati predstavu o nekadašnjim kulturnim vrednostima, kao i o svakodnevnom životu.

Rasprostranjeno shvatanje među svima onima koji se na ovaj ili onaj način bave muzikom – bilo da su muzičari, slušaoci ili pak, naučnici (ili sve napred navedeno) – jeste da se muzika proizvodi za druge ljude (v. Merriam 1964, 27). Muzika, stoga, predstavlja jedan vid komunikacije, svojevrsnu poruku koja cirkuliše na relaciji izvođač–publika. Dobra ilustracija pomenutog, mogla bi se ilustrovati kroz sklonost ka određenoj vrsti zvuka, o čemu je već ponešto rečeno u prethodnom delu. Muzika u tom smislu može biti jedan od ključnih elemenata individualnog ili kolektivnog identiteta, iz čega sledi da se na osnovu afiniteta prema određenoj vrsti muzike, u određenom kulturnom kontekstu, može "reći" mnogo toga o nekom pojedincu ili grupi. Kada se pojedinac svesno deklariše kao slušalac, na primer, roka ili turbo folka, iskazani muzički afinitet može asociirati na druge (pretpostavljene) sklonosti te osobe, poput izbora mesta za izlazak, osoba sa kojima se druži, odevnih kombinacija, ponašanja i tome slično. Baveći se pitanjem recepcije nove narodne muzike, Čolović je kao primer naveo razliku između tehničke inteligencije i književnih intelektualaca. Prema toj klasifikaciji, prvi su od potonjih skloniji narodnoj muzici (v. Čolović 2000, 147). Pored toga što može poslužiti kao primer asocijacije određene vrste muzike i ostalih afiniteta njenih poklonika, ovaj iskaz takođe predstavlja i primer stereotipizacije. Kod stereotipizacije bi trebalo obratiti pažnju na to da je uvek reč o višeslojnim identifikacijama. Jedan sloj čini predstava pojedinca o samome sebi, sledeći sloj jeste taj kako bi želeo da ga drugi vide, te naposletku, kako ga zapravo drugi percipiraju. U ovom slučaju, reč je o tome kako neko sebe doživljava kao ljubitelja određene vrste muzike, odnosno, kroz svrstavanje sebe u kategoriju koja predstavlja mešavinu muzičkih preferencija, njihovih sociokulturnog ispoljavanja, pogleda na svet, kao i načina života (Žikić 2009, 355). S druge strane, važna je i druga polovina, tj. kako drugi, na osnovu tih muzičkih izbora i sa tim povezanih identiteta, datu osobu doživljavaju. Te se dve predstave ne moraju nužno podudarati, što će postati očiglednije iz primera koji slede.

Američki muzičar iz druge polovine pedesetih godina dvadesetog veka, Badi Holi, koji važi za jednog od pionira rokenrola, jednom prilikom je savetovao mlade rokenrol muzičare. Savet se sastojao u tome da je, ukoliko ih neko na turnejama pita šta sviraju, uvek bolje da kažu pop – jer, ukoliko pomenu rokenrol, može se desiti da ih ne puste ni da uđu u hotel. Veća naklonost popu u odnosu na rokenrol zapažena u datom primeru, proizlazi iz skromnijeg dija-

pazona negativnih odrednica koje se vezuju za pop etiketu. Za razliku od popa, rokenrol muzika i muzičari od svojih početaka, sredinom prošlog veka, na Zapadu, pa potom i u različitim lokalnim sredinama, povezivani su (u vidu automatske asocijacije) sa buntovništvom i devijantnim ponašanjem. Od vremena o kojem je Badi Holi govorio, prošlo je pola veka. Danas rokenrol zvezde odsedaju u elitnim hotelima, međutim, neke ustaljene predstave o rokenrolu i ponašanju rokenrol muzičara i dalje opstaju (najčešće kroz njihovo povezivanje sa konzumiranjem alkohola i narkotika, eksponiranom seksualnošću i destruktivnim ponašanjem). Asocijacijom određenih predstava (ponašanje, izgled) sa pojedinim muzičkim afilijacijama, etiketiraju se kako određeni muzički žanrovi, tako i ljubitelji tog žanra (u ovom slučaju rokenrola koji je uglavnom povezan sa buntovništvom, agresivnim ponašanjem i sl.). Uživane u određenoj vrsti muzike podrazumeva određenu identifikaciju, bilo da se pojedinci sami identifikuju kao takvi ili ih okolina percipira na određeni način (bez obzira na njihovo stvarno ili željeno ponašanje), čime do izražaja dolazi komunikativna strana muzike. U tom smislu, muzika funkcioniše kao komunikacioni kanal kroz koji ljudi razmenjuju osećanja, namere i značenja – čak i ako im se jezici kojima govore razlikuju (v. Hargreaves, Miell and Macdonald 2002, 1). U tom slučaju, komunikativnost postaje osnovno svojstvo muzike budući da se kroz nju uspostavljaju kulturno prepoznatljiva značenja. Na sličan način razmišljaju i Konel i Gibson kad ističu da "muzički identiteti mogu da izazivaju društvene norme, podstičući reakcije na mejnstrim kulturne prakse i uspostavljajući nove stilove" (Connell and Gibson 2004, 15). Muzika postaje važan društveni fenomen onda kada počinje da vrši određeni društveni i kulturni uticaj, kad se kroz muziku izražavaju individualni i grupni identiteti, kad muzika postane sredstvo sporazumevanja i razumevanja.

Pored svoje kulturološke vrednosti, muzika je tokom dvadesetog veka stekla i nezanemarljivu ekonomsku dimenziju. Shvaćena kao komoditet, muzika počinje da se sagledava kroz tiraže, izdavačke kuće, medijsku zastupljenost. Ideja muzike kao robe, uglavnom je osuđivana i posmatrana kao nešto što je, uplivom ekonomije i sa tim povezane popularizacije, postalo lišeno "svoje prave vrednosti". Čest je primer kako izdavačke kuće i producenti utiču na imidž i zvuk određene grupe, odnosno grade identitet te grupe. Problem može nastati kada se ta zamisao razlikuje od zamisli same grupe, a još veći ukoliko se ne podudara sa "željama slušalaca". Tako je drugi album aktuelne britanske indi rok grupe *Klaxons* izazvao mnoštvo reakcija u javnosti. Naime, pomenuta grupa se svojim prvim albumom "probila" na tržište, privukla pažnju određenog dela publike, te se, u skladu sa svim tim – i pozicionirala. Međutim, kada su članovi grupe osmislili i snimili pesme za drugi album, proizvod se nije dopao nadležnim ljudima u njihovoj izdavačkoj kući, pa su oni uticali na to da se album izmeni i dobi je formu koja nije zadovoljila kako ni ljubitelje ovog benda, tako ni muzičke

kritičare.¹ Iako to, kao u pomenutom slučaju, može da ide dotle da, zapravo izdavačke kuće, a ne muzičari grade imidž određene grupe, koji odlučuju kako će album da zvuči i tome slično, trebalo bi imati na umu da je i ekonomski momenat podjednako kulturološka kategorija. Ukoliko se muzika shvati kao komoditet, time se ne napušta kulturna i društvena sfera – naprotiv (v. Connell and Gibson 2004, 9). U tom smislu, muzika kao roba postaje još samo još jedno "pakovanje" preko kojih ona dopire do svojih slušalaca, pri čemu se ponovo treba prisjetiti priče o muzici kao komunikacijskom činu. Smisao stvaranja muzike i jeste u tome da se muzika čuje, da se sa nekim podeli, da izazve nekakvu reakciju. Na reakcije publike iznova se nadovezuje reakcija muzičara, a kroz tu interakciju, ostvaruje se muzika kao komunikacijski kanal. Budući da nastoje da daju smisao onome što rade, muzičari mahom žele da se što više i što dalje čuju, da se ono što tom muzikom poručuju podjednako čuje, te da bude vidljivo. Da bi to bilo moguće, neophodno je da postoje kanali kojima će to putovati do slušalaca (danas su to radio, televizija, internet). Kako je ovo vreme mnoštva (ljudi, bendova, medija i sl.) nije lako doći do izražaja. U tom smislu, zadatak menadžera jeste da, kod izdavačkih kuća, izdejtstvuju ugovore za svoje izvođače. Potpisivanje ugovora omogućava snimanje materijala, koji će dalje biti prezentovan publici kroz još jednu vrstu kulturološkog označavanja – a to su muzički žanrovi i sa njima povezani "rafovi" u muzičkim prodavnicama. Da bi se nešto plasiralo na tržište, mora se nekako i označiti i okarakterisati u odnosu na sve ostalo što postoji. Slušaoci se često, kao preduslov za dalje interesovanje i upoznavanje sa osobenostima nekog izvođača, vezuju najpre za tu oznaku. Taj izdavački sistem predstavlja odraz kulture u okviru koje dati sistem funkcioniše, kulture koja se neprekidno menja, te ga stoga ne bi trebalo razumevati isključivo kao ekonomsku kategoriju.

Zaključak

Mnoštvo značenja koja obavijaju koncept muzike – koja je istovremeno čine i fluidnom i fiksnom kategorijom – ukazuju na to da je muzika sociokulturna konstrukcija, te da njeno značenje može varirati ne samo "od kulture do kulture", već i među potrošačima u okviru jedne iste kulture. Muzika je kulturno konstruisani zvuk koji u sebi sadrži mnogo više od zvuka, koji reflektuje dominant-

¹ O slučaju aktuelne britanske grupe *Klaxons*, i objavljivanju njihovog drugog albuma, videti članke "Klaxons to re-record second album" na <http://www.nme.com/news/klaxons/43443>, "Klaxons Change Second Album After Label Pressure" (Tom Breihan) na <http://pitchfork.com/news/34834-klaxons-change-second-album-after-label-pressure/>, "Will we ever see the second Klaxons album?" (Tim Jonze); dostupne na: <http://www.guardian.co.uk/music/2009/jun/18/second-klaxons-album>, [pristupljeno: 26. 4. 2013].

ne kulturne vrednosti, pritom ih istovremeno i stvarajući. Da bi bilo moguće sagledati muziku kao sociokulturni fenomen, neophodno je uzeti u obzir oba njena "lica", odnosno, razmotriti je i kao proizvod i kao proizvođača. U ovom radu, muzika je analizirana kao kulturni i društveni fenomen koji je nastao u određenom kontekstu, te ga je u okviru datog konteksta neophodno i sagledavati. Vezi vanje muzike za određeni kulturni kontekst korisno je u analitičkom smislu budući da omogućava širu perspektivu. Na taj način shvaćena, muzika postaje legitiman i neophodan predmet antropoloških istraživanja.

Literatura

- Bleking, Džon. 1992. *Pojam muzikalnosti*. Beograd: Nolit.
- Connell, John & Chris Gibson. 2004. *Sound Tracks. Popular music, identity and place*. London: Routledge.
- Cook, Nicholas. 2000. *Music. A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Čolović, Ivan. 2000. *Divlja književnost. Etnolingvističko proučavanje paraliterature*. - Beograd: XX vek.
- Hargreaves, David & Dorothy Miell, Raymond R. MacDonald. 2002. *Musical Identities*. Oxford University Press.
- Kolijer, Džems Linkoln. 2009. *Istorija džez*. Beograd: Tema.
- Merriam, Alan. 1964. *The Anthropology of Music*. Northwestern University Press.
- Schwöbel, Laura. 2006. *Finnish Gothic subculture*. Master's thesis, University of Jyväskylä.
- Tajčević, Marko. 1962. *Osnovna teorija muzike*. Beograd: Prosveta.
- Žikić, Bojan. 2009. "Za šta su dobri žanrovi? Deljenje, razgraničavanje i razvrstavanje u strukturalnoj i kognitivnoj antropologiji na primeru muzičke kulture". U: *Strukturalna antropologija danas. Tematski zbornik u čast Kloda Levi-Strosa*, Dragana Antonijević (ur.) 326-361. Beograd: Srpski genealoški centar i Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta.

Marija Ristivojević

Institute of Ethnology and Anthropology
Faculty of Philosophy, University of Belgrade

Music as a Cultural Phenomenon

From an anthropological perspective music is a cultural phenomenon. This means that in order to understand it, one must understand the meanings which are attributed to it through the interaction with the environment wherein it is practiced and produced. In this paper, the concept of music is interpreted through

the double role it takes on as a result of that interplay. The first part of the analysis considers music as a cultural "product", while the second part focuses on its role as a "producer" (of identity). A simple division like this is a useful methodological tool with which I endeavor to highlight not only the fluidity of meaning, but the importance and relevance of music in anthropological study.

Key words: music, cultural phenomenon, "product", "producer", identity, anthropology

Musique comme phénomène culturel

D'un point de vue anthropologique, la musique représente un phénomène culturel, ce qui nécessite l'analyse des significations qui lui sont attribuées à travers l'interaction avec le milieu culturel où elle est conçue et dans le cadre duquel elle est pratiquée. Dans cet article, le concept de la musique est analysé à travers le double rôle qu'elle tient en tant que résultat de ce rapport mutuel. Dans la première partie de l'analyse, la musique est étudiée comme un "produit", (culturel) alors que dans la seconde, l'accent est sur son rôle de "producteur" (de l'identité). Une division aussi plastique représente un outil méthodologique utile à l'aide duquel je tente de souligner non seulement la fluidité signifiante, mais aussi l'importance et la pertinence de la musique dans les recherches anthropologiques.

Mots-clés: musique, phénomène culturel, "produit", "producteur", identité, anthropologie

Primljeno / Received: 29. 04. 2013.

Prihvaćeno / Accepted for publication: 02. 06. 2013.