

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za sociologiju

Vlaho Kavain, Sven Tanasovski, Ana Gubić, Kristina Guteša, Antun Kiseljak, Patricija Križnjak,
Dora Lončarić, Nikolina Marunović, Bruno Pavlenić, Dino Softić, Dora Šćuric, Juraj Vučetić

***Underground* glazbena scena u Zagrebu**

—

kvalitativno istraživanje

Zagreb, 2022.

Ovaj rad izrađen je na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Sveučilišta u Zagrebu pod vodstvom doc. dr. sc. Krešimira Žazara i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2021./2022.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
1.1. ISTRAŽIVAČKO PITANJE, CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA.....	2
2. TEORIJSKI OKVIR I DOSADAŠNJE SPOZNAJE.....	3
3. LEGISLATIVNO-REGULATORNI OKVIR.....	7
4. METODOLOGIJA.....	8
5. NALAZI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA.....	10
5.1. KARAKTERISTIKE UZORKA SUGOVORNIKA.....	11
5.2. DEFINIRANJE <i>UNDERGROUND</i> – <i>UNDERGROUND</i> VS. <i>MAINSTREAM</i>	11
5.2.1. Mediji i komercijalizacija.....	12
5.2.2. Kontrakulturne karakteristike <i>underground</i> scene.....	13
5.2.3. <i>Underground</i> kao zajednica i način života.....	16
5.2.4. <i>Underground</i> kao prostor izražaja.....	21
5.3. DEFINIRANJE <i>UNDERGROUND</i> – SPEKTAR.....	24
5.3.1. Učvršćivanje, probijanje i prodaja.....	25
5.4. AKTERI <i>UNDERGROUND</i> – IZVOĐAČI.....	29
5.5. AKTERI <i>UNDERGROUND</i> – ORGANIZATORI I IZDAVAČI.....	31
5.6. PUBLIKA.....	34
5.7. FANZINI.....	37
5.8. INTERNET I DRUŠTVENE MREŽE.....	39
5.9. ZAKONSKI OKVIR, ZAMP, FINANCIJE.....	41
5.10. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19.....	49
6. RASPRAVA.....	53
7. ZAKLJUČAK.....	54
POPIS LITERATURE.....	56
SAŽETAK.....	59
SUMMARY.....	60
ZAHVALE.....	61

1. UVOD

Sociološko promatranje glazbe predstavlja jednu od najstarijih grana sociološke znanosti, tj. sociološkog proučavanja kulturnih obrazaca koja svoje početke pronalazi još u radovima Maxa Webera. Iako interes za proučavanjem ovog područja značajno opada, napravljeno je nekoliko pokušaja da se tematika revitalizira i usmjeri unutar novog suvremenog konteksta (Turley, 2001; Prior, 2011). Novija istraživanja društvenih aspekata glazbe ukazuju na pomak prema proučavanju pitanja intelektualnog vlasništva, tehnoloških promjena i globaliziranog sistema medija, istovremeno proučavajući kompleksne načine na koje su društvene i estetske pojave ukorijenjene i aktivne jedne u drugima (Gomart i Hennion, 1999 prema Prior, 2011). Globalne promjene u komunikaciji, demografiji te razvoj interneta izvršili su snažan utjecaj na raznolikost glazbenog izražaja koji se proizvodi i konzumira skoro pa bilo gdje, bilo kada (Green, 1999). U tom pogledu, posebno je zanimljivo promotriti kako je takav novonastali kontekst uvjetovao odnos između koncepata *underground* i *mainstream* glazbenih scena. Poznato je da pojam *underground* označava nešto što je suprotno pojmu *mainstream* te predstavlja ukupnost glazbenog izražaja koji ne teži ili trenutno nije komercijaliziran, niti proizvodi financijsku dobit kakvu proizvodi *mainstream*, a istovremeno je snažnije fokusiran na neku vrstu moralne ili socijalno osjetljive svrhe. Navedeno uočava i White (2011) kada istražuje specifičnosti izražaja hip-hop žanra u SAD-u (White, 2011 prema Belle, 2014). Međutim, prethodno spomenuti novonastali društveni kontekst, ponajviše zbog pojave interneta, dovodi do zamagljivanja granice između *underground* i *mainstream* glazbenih scena, stvarajući nejasnu sliku o tome što ovi pojmovi zapravo obuhvaćaju. Takva nejasnoća sputava snažniji razvitak istraživanja koja bi se bavila ovom tematikom te tako ograničava nastanak novih spoznaja koje bi obogatile naše razumijevanje ovih koncepata. Sama *underground* scena kao koncept je slabo prepoznata kao koherentni entitet, posebice u akademskoj literaturi. Unatoč tome, to ne znači da njezini umjetnici i publika ne prepoznaju određenu povezanost u svojim interesima i svojoj praksi (Graham, 2012:27).

Postojeća istraživanja u domaćoj literaturi se ponajviše fokusiraju na supkulturalne karakteristike grupa vezanih uz žanrove kao što su punk (Juričić, 2017; Perasović, 2013), metal (Ćurko, 2021, Butković i Rančić Dopudj; 2017) i rave (Krnić, 2013; Krnić, 2012), dok inozemna istraživanja *underground* i *mainstream* scene okvir analize uglavnom postavljaju unutar pojedinih država, a

nerijetko se istraživanja ograničavaju na proučavanje na razini urbanih središta, odnosno gradova (Baker, 2011; Bakrania, 2013; Charrieras i Mouillot, 2011; Luo i Ming, 2020). Ovo istraživanje se idejom nadovezuje na prethodna istraživanja te pruža dublje i cjelovitije razumijevanje *underground* glazbene scene u Zagrebu. S obzirom na relativnu neistraženost fenomena, karakter istraživanja primarno je eksploratoran, stavljajući naglasak na stvaranje koherentne slike, odnosno svojevrsnog „reljefa“ *underground* glazbene scene pružajući uvod o njezine osnovne karakteristike.

1.1. ISTRAŽIVAČKO PITANJE, CILJ I SVRHA ISTRAŽIVANJA

Zagreb predstavlja administrativno, ekonomsko i prometno središte Hrvatske te je ujedno i najveći grad u Republici Hrvatskoj. Razvoj glazbene scene, pa utoliko i *undergrounda*, iznimno je povoljan upravo zbog masovnosti samog grada, pristupačnosti brojnih kulturnih sadržaja te snažnom privlačenju mladih iz čitave države zbog ostvarivanja obrazovnih i drugih aspiracija. Takav socijalni kontekst u kojemu obitavaju pojedinci iz različitih sredina, različitih svjetonazora i glazbenih ukusa uvjetuje razvoj same scene. Dakle, *underground* glazbena scena na području grada Zagreba uzima se kao predmet analize, a ključno istraživačko pitanje na koje istraživanje želi pružiti odgovor glasi: Koje su ključne karakteristike *underground* glazbene scene u Zagreb?

Cilj istraživanja je opisati osnovne karakteristike *underground* glazbene scene u Zagrebu – njezine vrijednosti, aktere, elemente solidarnosti i pripadnosti i unutarnje elemente strukture. Tako će se ponuditi definicija *undergrounda* u Zagrebu te postaviti čitav fenomen u širi društveni kontekst kako bi se ukazalo na potencijalne kulturne i socijalne specifičnosti.

Svrha rada je ponuditi temeljni okvir za detaljnije proučavanje *underground* glazbene scene u Zagrebu, ali i otvoriti mogućnost proučavanja iste u drugim dijelovima RH. Kako ističe Perasović (2002): „*Bogatstvo hrvatskoga konteksta (u smislu raznovrsnosti tradicionalnih i urbanih aktera te procesa supkulturalizacije ili tribalizacije dijela mladih) nedogmatskoj sociologiji supkulture (ili: sociologiji urbanih plemena, afektivnih saveza, više ili manje zasebnih adolescentskih svjetova, stilova i identiteta) može poslužiti poput poželjnog laboratorija, baš kao što je Chicago bio laboratorijem prve urbane etnologije.*” (Perasović, 2002:496). Kroz sljedeća

poglavlje ponudit ćemo pregled ključnih dosadašnjih spoznaja te predstaviti sažeti teorijsko-konceptualni okvir koji će nam služiti kao orijentir za istraživanje.

2. TEORIJSKI OKVIR I DOSADAŠNJE SPOZNAJE

S obzirom na eksploratorni karakter istraživanja, teorijski okvir postavljen je dovoljno široko kako bi se adekvatno mogli obuhvatiti mnoštvo aspekata *underground* glazbene scene, ali i dovoljno usko kako služio kao praktičan vodič kroz ostale etape istraživanja. Temeljni pojmovi ponajviše se preuzimaju iz sociološke teorije supkultura, s posebnim naglaskom na doprinose i definicije koje pružaju Cohen (1955) i Yinger (1960), dok se definicije *underground* glazbene scene ponajviše preuzimaju iz Arzenšek (2016), Todorović (2003) te Graham (2012).

Prvo je potrebno obratiti pozornost na koncept alternativne kulture/supkulture. Iako je proučavanje supkultura općenito započelo s pojavom čikaške škole, ona nešto kasnije dobiva svoju zasebnu poddisciplinu unutar sociološke domene. Sam pojam „delikventna supkultura“ uveo je u sociologiju Albert Cohen (1955) te poprima značajke jednog od krovnih modela proučavanja mladih 1950-ih godina. Prema Yingeru (1960), pojam supkultura sa sobom može nositi tri različita značenja. Prvo, u nekim antropološkim djelima, supkultura se referira na određenu univerzalnu tendenciju koja se pojavljuje u svim društvima. Takav pogled temelji se na biološkim i društvenim utjecajima koji su u pozadini svih supkultura. Drugo, pojam često upućuje na normativne sisteme grupa manjih od društva kako bi se naglasio način na koji ove grupe variraju u jeziku, vrijednostima, religiji, načinu prehrane, načinu života spram šireg društva. Treće, za razumijevanje samog pojma koriste se faktori osobnosti koji su upleteni u razvoj i održavanje samih normi. To podrazumijeva npr. frustraciju, anksioznost, osjećaje dvosmislenosti uloga, prijezir itd. Navedeni faktori često igraju ulogu u stvaranju samih supkultura (Yinger, 1960).

S druge strane, kontrakultura jedna je od mnogih supkulturnih oblika u kojem normativni sistem grupe sadržava tematiku konflikta s vrijednostima ukupnog društva, gdje je osoba direktno upletena u razvoj i održavanje vrijednosti grupe i u kojoj se norme mogu razumjeti jedino u pogledu odnosa grupe s dominantnom kulturom koja ju okružuje (Yinger, 1960:629). Navedeni kriteriji ne razdvajaju kontrakulturu od supkulture u potpunosti. Vrijednosti većine supkultura

vjerojatno jesu u konfliktu sa širom kulturom barem u nekoj mjeri. Međutim, u kontrakulturi je element konflikta centralan, a velik broj vrijednosti uistinu jesu specifične negacije vrijednosti dominantne kulture (Yinger, 1960:629). Povezivanje elemenata kontrakture i *underground* glazbenih scena nije rijetkost, posebice zbog snažnog utjecaja punk identiteta koji je početkom osamdesetih u Hrvatskoj doživio snažnu reafirmaciju, nakon što je prethodno integriran u nešto širi „novi val“ glazbe (Perasović, 2002). Tako su neki elementi punk identiteta, a koje naglašava i Morgan (2015), snažna prisutnost DIY etike (Bennett i Guerra, 2018), izrada i izdavanje fanzine te ideologija anarhije pronašli svoje mjesto unutar *underground* glazbene scene.

Objasnivši razlike između ovih pojmova, fokusirat ćemo se na sam pojam *undergrounda*. Arzenšekovo (2016) se viđenje temelji na marksističkoj perspektivi pa taj pojam definira kao kulturu koja izražava i zagovara vrijednosti, principe, životne stilove i estetičke standarde konfliktne onima dominantne kulture, čime *underground* izjednačava s kontrakulturom. S druge strane, Todorović (2003) nudi definiciju prema trima njegovim obilježjima: nekonvencionalnost pristupa glazbenim stilovima (pristup koji odbija konformitet i slaganje s postojećim normama), autonomija u produkciji, distribuciji i konzumaciji te subverzivnost u odnosu na društvo. Umjetnost općenito je za Arzenšeka ideologija koja promovira vrijednosti vladajućih klasa, a *underground* se u takvom scenariju javlja kao pokret proturječan dominantnoj kulturi. Srž *undergrounda* za njega jest kulturna poruka suprotstavljanja dominantnom vrijednosnom sustavu. Primjenom dijalektičke metode na odnos *mainstreama* i *undergrounda* sastavlja tezu o kontinuiranoj tranziciji *underground* kulture u sferu *mainstreama* u kojoj prestaje prijetiti statusu quo vladajućeg režima (Arzenšek, 2016). Također, Todorović (2003) uočava jedan od načina na koji se *underground* kultura bori protiv te tranzicije - neprekidnom reartikulacijom kodova kojima supkulture definiraju svoj identitet. Na kraju, Dedić ga definira kao stanje svijesti koje određuje vrijeme i potrebe pojedinaca da traže svoju individualnost (Dedić, 2012:2).

Stephan Graham koji navodi da se *underground* može uočiti prema često naglašenoj kulturalnoj averziji svojih pripadnika spram *mainstreama* (Graham, 2012:15). Još je jedna karakteristika ga koja izdvaja iz *mainstream* kulture larpurlartistički pristup umjetnosti. Utilitaristički pristup *mainstream* umjetnosti osvjetljava njenu ulogu reprodukcije i legitimacije društvenih odnosa u kojima je stvorena, dok je *underground* umjetnost kao svrha samoj sebi zaštićena od utjecaja u društveno-kulturnih uvjeta u kojima nastaje (Arzenšek, 2016). Takva scena obilježena je

različitošću stilova od kojih je sastavljena, a spaja ih zajednički osjećaj identiteta konstruiran kroz otpor prema hegemoniji dominantne kulture (Todorović, 2003). Ona, utoliko, označava nekakvu vrstu umjetničke estetike ili kulturalne ili osobne (ili sve od navedenog) separacije od praksi *mainstreama* bez postojanja konkretne precizne mjere ili stupnja te razdvojenosti (Graham, 2012:15).

Arzenšek (2016) na zanimljiv način argumentira postojanje razlike *undergrounda* i *mainstreama* kroz egalitarizam u umjetnosti koji za njega označava najširu moguću dostupnost takvog sadržaja. Kako bi mogao biti jednako dostupan svima, morao bi biti spušten na razinu koja će takvu dostupnost dozvoljavati, čime se gubi velik dio kulturne i umjetničke vrijednosti. Međutim, iako u određenoj mjeri autor dobro opisuje navedenu razliku, ista bi s vremenom mogla izgubiti na značaju. Zbog rastućeg dosega interneta i njegove primjenjivosti u području glazbene izobrazbe, dostupnosti *open source* edukativnih sadržaja te dostupnosti same tehnologije, opravdano je pretpostaviti da će granica između *undergrounda* i *mainstreama* u pogledu razlike u kvaliteti umjetnosti izbljediti.

Nadalje, jedno od obilježja *underground* kulture jesu specifični oblici komunikacije i reklamiranja unutar takvih grupa. Arzenšek (2016) se u analizi komunikacije njezinih pripadnika fokusira na jedan pismeni oblik – fanzine. Fanzini su za njega medij prenošenja informacija koji je snažno obilježen političkim stavovima i aktivizmom, čist od utjecaja različitih manifestacija vladajućeg sistema pa predstavlja svojevrsan štrajk protiv komercijalizma i konzumerističkog kapitalizma. Slogan koji ovo ponajbolje opisuje je: "... *make your own culture and stop consuming that which is made for you.*" (Ducombe, 2014, prema Arzenšek, 2016:6). Fanzini u tom smislu imaju dvije svrhe - informiranje članova *underground* skupina o aktualnostima i aktivnostima te artikulacija ideja kontradiktornih dominantnom sistemu.

Todorović (2003) posvećuje pažnju korištenju prostora kao jednoj od determinanti *undergrounda*. Navodi primjere Studentskog Kulturnog Centra i Akademije kao prostora u kojima se kontrakulturalna aktivnost događa u Srbiji osamdesetih. Kroz devedesete njihov primjer slijede brojni (polu)privatni projekti, od kojih su mnogi zaustavljeni od strane represivne vlasti. Implikacija njegovih nalaza upućuje da je *underground* scena često vezana u specifične lokacije koje privlače određene supkulture te tako vrše diferencijaciju prostora na one više ili manje vezane uz *underground* scenu. Na prostoru grada Zagreba se u tom pogledu posebice

ističe Autonomni kulturni centar – Attack zajedno s prostorom Medika koji na svojoj službenoj stranici opisuje svrhovitost vlastitog djelovanja:

„AKC je nestranačka, neprofitna, nevladina udruga građana/ki koja djeluje u području izvaninstitucionalne kulture i mladih. Udruga djeluje po “uradi sam” principima, stvara kulturnu, političku i ekonomsku alternativu te njeguje aktivistički pristup i osigurava javni prostor za stvaranje i djelovanje svima koji kreativnim izričajem odbijaju biti dio mainstreama a žele sudjelovati u promjenama na lokalnoj razini koje vode slobodnom društvu. AKC od 1997. godine pruža podršku nezavisnoj kulturnoj sceni organizacijom samostalnih i partnerskih projekata koji se realiziraju na razini cijele Hrvatske i inozemstva u formi umjetničkih festivala, alternativnih koncertnih događanja, filmske i kazališne produkcije, galerijskog programa, knjižnice te besplatnih edukativnih sadržaja. Počev s 2009., AKC upravlja društveno kulturnim centrom AKC Medika, aktivnim u području civilnog društva, subverzivne umjetnosti i aktivizma.“ (Službena stranica AKC)

Također, jedno od ključnih mjesta okupljanja *underground* scene posebno se ističe Močvara i Udruga za Razvoj Kulture (skraćeno: URK) koja posljednjih dvadesetak godina potiče stvaranje i održavanje *underground* scene¹.

U literaturu nailazimo na još jedan pojam srodan *underground* glazbenoj sceni, a to je kantautorska scena. Halužan (2020) ističe osnovne karakteristike kantautorske scene koja se ističe u dva elementa: 1. DIY etika te 2. naglašavanje autentičnosti, originalnosti i iskrenosti same glazbe. Utoliko, kantautori kao ključne kreativne sile iza vlastitih pjesama mogu iskoristiti područja *underground* scene zato što zahtijevaju manji ekonomski i socijalni kapital kako bi se postiglo objavljivanje prvotnih albuma, održavanje prvih koncerata te etabliranje vlastite glazbe općenito, nego što bi to bilo u slučaju profesionalnih izdavačkih kuća i studija. Utoliko, kantautorsku scenu se može smatrati jedinom od mnogih dijelova *undergrounda* s kojim istovremeno dijeli određena načela.

¹ Navedeno je detaljno opisano u knjizi „Močvara i priča o URK-u: 20 godina nezavisne kulture na jednom mjestu“. Kroz knjigu se opisuju kulturni bendovi, utjecajne prostore iz prošlosti, lokalna *underground* scena općenito itd. Dostupno na: <https://www.mochvara.hr/knjiga>

Na kraju, Graham (2012) iznosi ključne karakteristike kakva bi *underground* glazbena scena trebala biti: 1. biti glazbeno eksperimentalna, 2. biti estetski izazovna, 3. sadržavati u svojoj biti omanje komercijalne interese ili potencijale, 4. djelovati izvan, ili barem dodirno s velikim institucijama, 5. uvelike se pridržavati samoodređujućih modela proizvodnje, promocije i distribucije, a takvi modeli se često mogu oslanjati na digitalne tehnologije, 6. biti derivat zapadnih glazbenih ili kulturnih tradicija, bilo direktno ili indirektno (Graham, 2012:24). Takva scena (u pravilu) ne ostvaruje snažan komercijalni utjecaj te se generalno oslanja na malene modele distribucije, determinirane umjetnicima ili publikom te posredovane putem weba.

3. LEGISLATIVNO-REGULATORNI OKVIR

S obzirom na to da je u teorijskom okviru ekspliciran barem rubni doticaj *underground* glazbene scene s velikim institucija, ali i da bismo dodatno kontekstualizirali proučavani fenomen posebna se pažnja pridodaje i legislativnom-regulatornom okviru kulturne djelatnosti koji je na snazi u Republici Hrvatskoj. Kulturna politika definira se kao “*sredstvo sveukupne državne politike koja se tiče kulture, odnosno, područje javne politike vezano uz aktivnosti koje uključuju umjetnost i kulturu te potiču razvoj kulturne raznolikosti i pristupačnosti*” (Borovac-Pečarević, 2014:20). Kulturna politika je sastavljena od raznih dionika kao što su država, javne ustanove, udruge civilnog društva, sveučilišta, umjetnici te privatni sektor. Među navedenim dionicima svatko ima određen utjecaj na strukturiranje i implementaciju kulturne politike. No koliki će biti stvaran utjecaj svakog od dionika ovisi o lobiranju, zagovaranju dionika te o načinu kako državna i lokalna tijela konstruiraju javno mnijenje koje se dotiče kulturno-umjetničkih pitanja (Borovac-Pečarević, 2014). Ako odvojimo moć od ideje, da je ona zaseban resurs dan pojedincima ili skupinama temeljem ostvarenog društvenog položaja, materijalnog bogatstva itd., onda je moguće vidjeti da se moć koristi za aktiviranje tih resursa u svrhu ostvarivanja određenih ciljeva. Nejednakosti moći nastaju kao rezultat nejednakosti izvora za operacionalizaciju moći (Wrong, prema Novalić, 2005).

Zakonski okvir smo analizirali ispitujući njegovu poziciju omogućavajućeg, odnosno ograničavajućeg faktora uspješnog odvijanja glazbenih djelatnosti *underground* scene. Kao izvršavatelj zakonskih regulativa javlja se Služba za zaštitu autorskih muzičkih prava (ZAMP) Hrvatskog društva skladatelja (HDS), odnosno „*udruga građana (autora, skladatelja,*

tekstopisaca) koja se bavi zaštitom i promocijom hrvatskog glazbenog repertoara i kolektivnim ostvarivanjem prava autora glazbenih djela. Njome kroz službena tijela upravljaju njezini članovi, autori i ostali nositelji autorskih prava“ (Službena stranica HDS-a i ZAMP-a).

4. METODOLOGIJA

Kvalitativni metodološki pristup odabran je kao adekvatan put za adresiranje iznesenih istraživačkih pitanje te ostvarivanje zadanih ciljeva i svrhe istraživanja. Prema Creswell (2007) procedura kvalitativnog istraživanja karakterizirana je induktivnim pristupom koji je oblikovan iskustvom samog istraživača tijekom prikupljanja i analize podataka. Temeljna logika kvalitativnog istraživača je da gradi spoznaje o fenomenu odozdo prema gore, otkrivajući tako pojedine detalje i aspekte fenomena koji bi suprotnim pristupom mogli biti promašeni. Tijekom analize podataka, istraživač nastoji pristupi analizi kako bi ponudio detaljan i sistematičan pregled tematike istraživanja (Creswell, 2007). S obzirom na cilj istraživanja, metoda polustrukturiranih intervjua odabrana je kao ključni alat za prikupljanje podataka od samih sugovornika. Polustrukturirani intervjui pružaju mogućnost otvorenosti smjera u kojem će se odgovori sugovornika kretati, ali istovremeno pružajući okvirnu strukturu kako bi se teorijski uspostavljeni aspekti fenomena adresirali. Utoliko, u svrhu provođenja istraživanja, sastavljen je protokol s pitanjima koja se dotiču nekoliko ključnih područja: odnos *undergrounda* i *mainstreama*, odnos *undergrounda* i popularnosti, karakteristike zagrebačke *underground* glazbene scene, *underground* kao zajednica/grupa, financijsko-legalni okvir djelovanja te utjecaj pandemije COVID-19 na *underground* scenu.

Nadalje, što se tiče vrste uzorka, odabran je uzorak intenziteta. Za razliku od ekstremnog ili devijantnog uzorka koji nastoji uključiti slučajeve koji su bogati informacijama zbog svojeg neuobičajenog ili posebnog karaktera (kao što su izvanredni uspjesi ili poznati neuspjesi), uzorak intenziteta manji naglasak stavlja na ekstremno. Takav uzorak sastoji se od slučajeva koji su bogati informacijama koji su intenzivna, ali ne i ekstremna manifestacija proučavanog fenomena. Ekstremni ili devijantni slučajevi mogu biti toliko neobični da iskrivljuju manifestacije proučavanog fenomena, dok uzorak intenziteta traži slučajeve koji odgovaraju prirodi samog fenomena, ali nisu suviše neuobičajeni (Patton, 2002 :235)

Dakle, sugovornici u intervjuima će biti pojedinci koji su aktivni sugovornici u različitim sferama *underground* glazbene scene. S obzirom na ciljeve i narav istraživanja, nastojalo se intervjuirati ponajviše organizatore događaja, booking agente, vlasnike *underground* izdavačkih kuća i predstavnike *underground* lokacija, dok se glazbenike kao zasebne aktere izbjegavalo zbog nedostatka postojećih spoznaja o tome kakve bi bile njihove specifične karakteristike².

Prikupljanje podataka započeto je u svibnju³, a završeno je u prosincu 2021. godine. Sugovornici se regrutiralo koristeći *snowball* metodu. Prva dva sugovornika u uzorku odabrana su od strane samih istraživača prema kriterijima koji su uspostavljeni u teorijskom okviru i dosadašnjim spoznajama. Utoliko, odabrane su dvije lokacije i dva odgovarajuća pojedinca/aktera u Zagrebu koji prema teorijskom okviru neizbježno spadaju pod pojavu *undergrounda*. Nakon intervjuiranja, spomenute sugovornike se tražilo da nas upute do potencijalnih budućih sugovornika. Proveden je ukupno 21 intervju te je prikupljanje obustavljeno jednom kada je postignuta saturacija podataka.

Prilikom regrutiranja sugovornika, omogućen im je odabir žele li sudjelovati u intervjuu uživo ili putem Zoom platforme. Za uživo varijantu se odlučilo 16 sugovornika, dok se za *online* varijantu odlučilo 5 sugovornika. Svi sugovornici će ostati anonimni u ovom izvještaju, dodijeljena im je kodna oznaka⁴ te su iz transkripta uklonjene sve informacije koje bi mogle odati stvarni identitet sugovornika. U slučaju provođenja intervjuu uživo poštovala su se sve propisane epidemiološke mjere (nošenje zaštitne maske te držanje fizičkog razmaka od 2 metra).

Intervjui su snimani te transkribirani u periodu između prosinca 2021. godine te veljače 2022. godine te su obrađeni pomoću tematske analize. Završetkom postupka transkripcije započet je postupak tematskog kodiranja služeći se deskriptivnim, kao i *in vivo* pristupom kodiranja. Tematski kodovi, a zatim tematske jedinice proizašle iz postupka kodiranja revidirane su i organizirane u konkretne tematske cjeline pomoću kojih se pruža detaljan uvid u različite

² Istraživanje utoliko otvara mogućnost budućeg proučavanja izvođača kao specifičnog aktera *underground* glazbene scene prema otkrivenim karakteristikama same scene, kao i prema predloženim modelima koji su izneseni u poglavlju 5. Nalazi empirijskog istraživanja. Međutim, kao što će biti prikazano, većina aktera *underground* scene obavlja više uloga pa utoliko i ulogu glazbenika što se također odrazilo i na naš uzorak. Iako sugovornici primarno djeluju pod jednom od prethodno navedenih uloga, neki od sugovornika sekundarno i glazbenici.

³ Istraživanje je odobreno od strane Povjerenstva Odsjeka za sociologiju za prosudbu etičnosti istraživanja na dan 13. svibnja 2021. godine (šifra odobrenja/broj odluke: 20-2020/21).

⁴ Kodne označe nazvane su „Sugovornik“, dok slovo pored oznake označava redosljed provedenog intervjuu.

karakteristike zagrebačke *underground* glazbene scene. Kroz iduće poglavlje slijedi prikaz dobivenih nalaza empirijskog istraživanja, a potom rasprava i zaključak.

5. NALAZI EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Tematskom analizom dobiveni su nalazi koji pružaju uvid u ključne elemente *underground* glazbene scene u Zagrebu. Za početak, prikazuje se definiranje *underground* glazbene scene u kontekstu Zagreba, tj. što pojam *underground* zapravo predstavlja. U tom pogledu, posebice je važno promotriti u kakvom je odnosu koncept *undergrounda* naspram koncepta *mainstreama*. Potom se detaljnije razrađuju pojedini aspekti *underground* glazbene scene – akteri, mehanizmi tranzicije izvođača, utjecaj interneta i društvenih mreža, financije, kontekst zakonskog okvira u RH i utjecaj ZAMP-a te na kraju utjecaja pandemije COVID-19.

Nalazi upućuju da *underground* glazbena scena u Zagrebu obuhvaća integraciju triju ključnih aktera: 1) izvođača, tj. glazbenika, 2) izdavača, tj. izdavačkih, diskografskih i produkcijskih kuća te 3) organizatora, tj. klubova i lokacija vezanih uz *underground* scenu te pojedinaca koji posjeduju iskustvo te su aktivni u pogledu organizacije koncerata i različitih događaja. Neki sugovornici su također, uz tri navedene kategorije, istaknuli da bi se publiku trebalo promatrati kao četvrtog aktera što se temelji na bliskoj vezi izvođača i publike te snažnoj horizontalnoj povezanosti svih aktera scene. Nalazi istraživanja potvrdili su početnu pretpostavku da su Medika i Močvara dvije ključne lokacije koje se vežu uz *underground* glazbenu scenu. Od ostalih lokacija, ponajviše se ističu: KSET, Spunk, Boogaloo, Pločnik Bar, Route 66, Retro Caffè & night bar, Funk Club i Kulturni Centar Mesnička. Nadalje, nalazi su također potvrdili početnu pretpostavku o povezanosti *undergrounda* i *mainstreama*, ali upućuju i na dodatnu kategoriju koja se nalazi negdje između – graničnu zonu koja služi kao most između istih te otvara mogućnost dubljeg promatranja načina na koji se kulturne karakteristike jednog područja prenose preko drugog u treći i obrnuto, koje su posljedice takvih kulturnih transfera i na koji način je isti pod utjecajem širih društvenih sentimentata. Iako sugovornici *underground* glazbenu scenu definiraju kao dio nominalnog odnosa *underground-mainstream*, implicira se kako je takva stroga podjela zastarjela te da je za suvremeni kontekst uputnije *underground* i *mainstream* promatrati kao dio spektra *underground* – granična zona – *mainstream*, a koji kao model opisuje i kategorizira ukupnost djelovanja unutar cijele glazbene industrije na području grada Zagreba.

Implikacija ovakvog modela je da supkulturne granice u području glazbenih supkultura nisu više toliko jasne koliko su bile u prošlosti. Također, navedeno upućuje na ključnu ulogu heterogenizacije novih resursa, kao što su oni koje je omogućila pojava interneta, koji omogućuju fluidnije prijelaze iz jednog dijela spektra na drugi. Na kraju, model *underground* – granična zona – *mainstream* pruža pedantniji uvid u elemente agencije aktera koji nose izrazitu važnost u pogledu objašnjavanja specifičnih aspekata djelovanja aktera kao što su socio-kulturne karakteristike i sustav vrijednosti pojedinaca.

5.1. KARAKTERISTIKE UZORKA SUGOVORNIKA

Ukupno je proveden 21 intervju, ali je ukupan broj sugovornika 22 zato što je tijekom jednog od intervjua sudjelovalo dva sugovornika koji su predstavljali istu organizaciju. Sugovornici koji su za potrebe ovog istraživanja intervjuirani, često se ne bave glazbom kao svojom glavnom djelatnošću. Oko polovice sugovornika se bavi poslovima koji nisu primarno vezani uz glazbu i *underground* glazbenu scenu, dok se druga polovica primarno bavi nekom vrstom posla vezanim uz glazbu, no, ne isključivo uz *underground* glazbenu scenu (*booking*, organizatori, promocija koncerata itd.).

Nadalje, gotovo svi sugovornici se slažu u području religije: većina se izjašnjava kao ateisti, odnosno ne osjećaju pripadnost niti jednoj religiji, a njih nekoliko se izjašnjava agnostikom ili se ne izjašnjava. Također, što se tiče političke orijentacije, velika većina sugovornika na spektru političke orijentacije ljevica-centar-desnica iskazuju sklonost ljevici, neki se određuju kao apolitični, a mali broj se izjašnjavaju kao anarhisti. Velika većina sugovornika upoznala se s *underground* glazbenom scenom tijekom svog srednjoškolskog obrazovanja i/ili studija. Dvije trećine sugovornika završilo je fakultet.

5.2. DEFINIRANJE UNDERGROUNDA – UNDERGROUND VS. MAINSTREAM

Kada se sugovornike tražilo da definiraju koncept *undergrounda*, tj. upitalo što za njih predstavlja *underground* glazbena scena, dobiveno je nekoliko zanimljivih definicija koje ukupno sačinjavaju koncept *undergrounda* u kontekstu zagrebačke glazbene scene. Prva i

najučestalija definicija relacijskog je karaktera te opisuje *underground* kao dio glazbene scene koji stoji u opozicija spram *mainstream* dijela glazbene scene. Ako pojednostavimo ovakvu dihotomiju, podjela na *underground* i *mainstream* glazbenu scenu može se interpretirati kao nominalna podjela prema popularnosti - na popularne i manje popularne glazbenike. Međutim, dubljim uvidom u odgovore sugovornike uočava se da dinamika tog odnosa nipošto nije toliko jednostavna. Stavljanje pojmova *underground* i *mainstream* u jukstapoziciju može nam pružiti precizan uvid u njihove različitosti pomoću kojih jasnije razumijemo karakteristike jednog i drugog – njihove pripadajuće aktere, resurse, načine djelovanja, ciljeve i vrijednosti. Iako se ovakav način definiranja najučestalije pojavljivao, njega treba interpretirati tek kao prvi sloj definicije koji se nadograđuje u poglavlju 5.3. Definiranje *undergrounda* – spektar.

5.2.1. MEDIJI I KOMERCIJALIZACIJA

„...nije nikad pušten ni na jednom radiju osim Radio studenta, nije nikad bio ni na televiziji...“

(Sugovornik E)

Prvi moment u kojem se ističe razlika između *undergrounda* i *mainstreama* jest u medijskoj zastupljenosti. Utoliko, odgovori kao „*sve što nije medijski zastupljeno*“ (Sugovornik A) te „*glazba koja se ne konzumira kroz mainstream medije*“ (Sugovornik N) često su se pojavljivali. Implikacija ovakvog tipa definicije jest da nije samo glazba podložna kategorizaciji *underground* ili *mainstream*, već su i drugi relevantni akteri podložni istovjetnom svrstavanju.

Posebnu važnost sugovornici su pridodavali radio stanicama kao jednom od ključnih medija za bilo koju glazbenu scenu. Upravo u tom pogledu najviše se istaknuo drugi moment razlike između *undergrounda* i *mainstreama* – komercijalizacija glazbe:

„Za mene je underground onaj (...) dio scene koji nije okrenut prema mainstreamu u smislu komercijalizacije, zarade.“ (Sugovornik M)

Dok je prema sugovornici cilj *mainstreama* monetizirati glazbeni izražaj izvođača, tj. postaviti ga u specifične standarde, strukture i kriterije koji će bolje odgovarati masama s ciljem ostvarivanja profita, *underground* glazba te utoliko i sama scena često odbija takav pristup te se

naglasak stavlja na autentičnost glazbenog izražaja koji nije ograničen standardima kakve *mainstream* propisuje. Svrha takvog glazbenog izražaja nije financijska dobit, već autentičnost:

„A što se tiče bendova koji su orijentirani na zaradu? Ah tu imam osjećaj da se nakon nekog vremena trebaju raditi neki kompromisi, udovoljavanja masi. Jer ako više nije znači naglasak na nekakvom osobnom ukusu i vlastitoj autentičnosti, ti ipak moraš vidjeti da je trenutno u trendu i barem se probat provući onako suptilno subliminalno jel, ubacit te neke elemente. Jer znamo kaj masa većinom sluša, ali po meni to ti ipak onda gubiš svoj integritet“
(Sugovornik A)

Na koji način autentičnost izvođača nestaje u *mainstreamu* opisuje sugovornik:

„Vjerovatno moraš zadovoljiti određen norme da bi te puštali na radio, tipa ono na Narodnom ili na bilo čem tak gdje se to sluša i onda ti pjesme moraju trajati manje od 3 minute i biti ovak ili onak, tolko catch tolki hook da bude singl. To su sve ono, ljudi koji su voljni svem tom ful prilagoditi.“
(Sugovornik L)

5.2.2. KONTRAKULTURNE KARAKTERISTIKE UNDERGROUND SCENE

„Underground oduvijek znači nešto što je kontra svih streamova.“
(Sugovornik B)

Drugi moment u kojem se nastavlja razrađivati dihotomija *underground-mainstream* očituje se u nalazima koji upućuju na niz kontrakulturnih aspekata *underground* glazbene scene. Prema sugovornicima, *underground* se ne definira samo u dostupnosti određenih medija te odbijanju komercijalizacije, već odbijanju *mainstreama* kao takvog i njegovih vrijednosti. Navedeno upućuje na ideju da su *underground* i *mainstream* dvije suštinski različite, ali opet povezane pojave stavljene u dinamičan odnos povratne sprege. Utoliko, *underground* se može definirati kao antiteza *mainstreama*.

„Drugi bitan element po meni mora biti socijalno angažirana pozicija. Dakle nije samo mi smo underground jer, ne znam, smo u Medici i pijemo pivu, nego sve što Medika znači sa svojim prostorom i što znači raditi evente na toj razini. Evente, događaje, koncerte, producirati umjetnost koja na neki način provocira ili propituje u tom. I mjesta su tu veliki faktor značenja koje se pripisuje.“

(Sugovornik M)

Sugovornici su istaknuli da *underground* glazbena scena, za razliku od *mainstreama*, stavlja naglasak na promoviranje određenih vrijednosti: *„za razliku od mainstreama, underground je totalno dosadan u slučaju da nema društvenu pozadinu, društveni angažman, u smislu nekakve borbe ili ideala da svijet može bit kvalitetnije mjesto za život“* (Sugovornik O). Neki sugovornici također navode kako se potiče antifašizam, inkluzivnost, vegetarijanstvo i veganstvo (Sugovornik U).

Međutim, potrebno je naglasiti da navedeno ne znači da akteri srodniji *mainstreamu* ne zastupaju uopće takve vrijednosti, već su manje skloni ispoljavanju istih putem glazbenog izražaja:

„ (...) po toj priči tih vrijednosti koje, u punk glazbi su one dio cijele priče, dok znaš ono možeš vidjet kod nekoga tko se bavi profesionalnom glazbom može sve te vrijednosti dijelit, ali vrlo vjerojatni neće bit... znaš banaliziram ono Severina podržava gay pride... i znaš ono uvijek će nešto reć oko toga, ali generalno neće imat pjesmu koja govori o problemu... transrodnih muškaraca i žena primjerice znaš. Iako simpatizira takav đir, ali realno gledano kroz njezinu umjetnost to se neće skužit.“ (Sugovornik U)

Vrijednosno određenje glazbenika nužno sužava doseg, tj. publiku kojoj se obraća, a naknadno isticanje vrijednosti može negativno utjecati na slušanost već etabliranih glazbenika. Utoliko, nedostatak društveno angažirane pozicije u *mainstreamu* služi kao mjera sigurnosti: *„što si više u mainstreamu to ti više paše ne odgovarat na politička pitanja u slučaju da želiš ono, imat nekakav širi [doseg]“* (Sugovornik K), a ističe se i povezanost takve pozicije s komercijalizacijom *„ (...) to na brojne načine komercijaliziraju i imaju nekakva sponzorstva ili slične stvari koji ne stoje za nekakve društveno angažirane pozicije, koji su tu samo da budu pitki, probavljivi i prodavljivi.“* (Sugovornik M).

Nadalje, kao jedan od ključnih elemenata *undergrounda*, a koji se ponovno javlja u opoziciji spram *mainstreama* ističe se bunt i želja za promjenom: „*Underground bi se ono teoretski mogao ograđivati tih stvari, mogli bit sheme kao ono nećemo tu jer su tu ovi, ne slažemo se s tim brijama. Više možda može se naći više nekog bunta, neka želja za promjenom*“ (Sugovornik L). Prisutnost takvog elementa može se pripisati jednoj od najkonzistentnije prisutnih supkultura u *underground* glazbenoj sceni – punku.

Raspravljajući od različitim supkulturama prisutnim u *underground* glazbenoj sceni, sugovornici su često izdvajali punk supkulturu kao jednu od najspecifičnijih, s jasno oformljenim vrijednosnim stavovima, ideologijom i načinom života pridodajući joj katkad i epitet „istinskog *undergrounda*“. Punk nastaje kao glazbena pobuna srednje i radničke klase koja je težila protivljenju konvencionalnih *mainstream* sentimentata. (Chronopoulos, 1997:1) Od svojih ranih početaka, punk je glazbeni žanr, ali i pokret s jasnom ideologijom u pozadini – anarhija (Morgan, 2015). Postojanje vrlo jasne, specifične ideologije u pozadini punka omogućilo je jednostavnije identificiranje s istim te potpomoglo da zaživi, pogotovo u slučaju *underground* glazbene scene u Zagrebu, kao snažna supkultura s najsnažnijim elementom zajedništva.

Jedna od karakteristika punka koja je snažno prisutna u *underground* sceni jest DIY (eng. Do It Yourself) etika koju nerijetko sugovornici ističu kao jednu od ključnih obilježja *underground* scene kao takve:

„Underground recimo jako slijedi ovaj do-it-yourself metode. Beskompromisne do-it-yourself metode jer uglavnom svi sami izdaju svoje stvari. Nema nikakvog izdavača nad njihovim glavama koji će im govoriti: „Čuj krati ovu pjesmu, čuj izbacij ovaj lirik, stavio ovaj ono ono, spot napravi takav onakav.“
(Sugovornik A)

DIY etika bila je izražena u nekoć dominantnoj punk supkulturi, a bila je odgovor na ograničen pristup resursima potrebnim za konvencionalno glazbeno stvaralaštvo. S obzirom na niske mogućnosti financijskog profita u *underground* sceni, volonterski duh, zajedništvo i element bunta, DIY etika nastavila je biti relevantan *modus operandi* u *underground* sceni, ali na nešto drugačiji način. U suvremenoj *underground* sceni DIY nije nužan, već je predmet odabira. Dogodila se svojevrsna heterogenizacija izdavaštva nastankom sve više novih nezavisnih kuća koje za povoljnu cijenu pružaju vlastite usluge novim izvođačima. Također, snažnu ulogu

odigrali su Internet, rast informacijske pismenosti te napredak tehnologije i njezina povećana dostupnost što je posljedično dovelo do toga da su resursi koji su nekoć bili ograničeni, sada rasprostranjeniji i dostupniji masama što potiče izvođače na odabir DIY pristupa:

„S druge strane za izvođače možda im je to ponudilo više autonomije i više prilike da sami nešto za što si prije morao imati diskografa, morao imati nekakvog PR-a, morao imati nekakav moment da se netko zakači da uloži u tebe sad to možeš napraviti na DIY način, što je ono jako blisko onome što underground može i treba bit. I možeš se direktno obraćati svojoj publici.“

(Sugovornik M)

Stoga možemo zaključiti kako je DIY etika i dalje relevantan element *undergrounda*. Ona je kao način djelovanja nastala iz nužnosti kao odgovor na nedostatak resursa, no s vremenom je postala točka identifikacije pripadnika *undergrounda* i danas je često stvar izbora, a ne izvanjske prisile.

5.2.3. UNDERGROUND KAO ZAJEDNICA I NAČIN ŽIVOTA

"Svi želimo pripadati nečemu, ali i biti dio nečeg što imaš osjećaj da vrijedi neki vrag."

(Sugovornik M)

Treći moment razrade dihotomije *underground-mainstream* očituje se u nalazima koji upućuju da *underground* glazbena scena zapravo posjeduje elemente zajednice te da je u biti svojevrsni način života (eng. lifestyle). Motivi koji su ukazali na ovakve elemente vidljivi su u izjavama sugovornika u kojima objašnjavaju kako su unutar *underground* glazbene scene pronašli mjesto za sebe, tj. prostor unutar kojeg se osjećaju sigurno i okruženo istomišljenicima te ljudima sličnih životnih priča i umjetničkih ukusa. Sugovornik navodi:

„Pa znači ono nekakva ugodna rutina di ono dođeš na koncert, znaš sve ljude koji će bit tamo, znaš kako će otprilike bend zvučat. Neki put će te bend malo razočarat. Onda ćeš sjedit vani i pit pivo s ljudima koje znaš, pričat ugodne

priče. Neki put će te bend ugodno iznenadit pa će ti dat malo kao u ovo je bolje nego što sam očekivo. Al to je sve skupa jedno ugodna rutina.“ (Sugovornik P)

U tom pogledu posebice se ističe element slobode koji je prisutan u *underground* sceni što je vidljivo kroz nepostojanje određenih normi kao npr. po pitanju odijevanja. Tako jedna od sugovornici navodi kako ju je u *underground* privukla sloboda da „*možeš doći obučen kako hoćeš*“ (Sugovornik C), a drugi sugovornik navodi kako se radi o prostoru koji je „*oslobođenje za nekakvu ličnost koja možda želi izaći malo van okvira i malo se kreativnije izraziti*“ (Sugovornik A) te istovremeno prostor unutar kojeg „*neće biti osuđivana*“ (Sugovornik A).

Zajedništvo istomišljenika i mogućnost slobodnog izražaja predstavljaju dva stupa oko kojih se zajednica *undergrounda* gradi. Međutim, potrebno je detaljnije opisati njezine karakteristike, stoga se posebna pažnja dodaje elementima pripadnosti zajednici. Točnije, od sugovornika se tražilo da opišu što nekoga čini pripadnikom zajednice *underground* glazbene scene. U tom pogledu, kao ključno se ističe uloga angažmana u *undergroundu*:

„Pa za mene underground predstavlja nešto di sam našo mjesto za sebe gdje bi mogo izlazit jer mi se ništa drugo nije drugo mi se nije, u stvari sve drugo mi je ulijevalo nelagodu i bilo mi je antipatično. A underground mi je postao simpatičan, a još simpatičniji kad sam počeo organizirati koncerte jer se onda prilagodio taj underground na tim koncertima po svojoj mjeri.“
(Sugovornik P)

Većina sugovornika ističe da je upravo angažman, tj. želja za sudjelovanjem u održavanju *underground* scene ključna da bi se nekoga smatralo pripadnikom. Iako *underground* scena cijeni prisutnost pojedinaca na različitim događajima (koncerte, festivale i sl.) koji se događaju unutar *underground* scene, tek kada pojedinac napravi iskorak iz pasivnog slušatelja u aktivnog dionika smatra ga se istinskim pripadnikom scene. Po pitanju samog angažmana, nema propisanih pravila na koji specifičan način pojedinac treba biti angažiran da bi bio pripadnik scene – navedeno pojedinac može postići tako da sudjeluje u organizaciji događaja, volontiranjem na događajima, pokretanjem vlastitih inicijativa ili tako da sam preuzme ulogu izvođača. S druge strane, ključno je po pitanju angažmana da pojedinac pokaže „dobru volju“, susretljivosti i spremnost na pomoć ostalima koji su uključeni u aktivno održavanje scene, a da

istovremeno ukaže kako mu financijska isplativost takvog angažmana nije prioritet. Navedeno objašnjava sugovornik:

„Cijela priča oko financijske isplativosti ti jednostavno nije bitna nego jednostavno kad se dobro osjećaš da to sve može funkcionirati na nekom načinu da su sudionici jednostavno spremniji pomoći nekom drugom i tako dalje, tako da taj dio scene gdje znači sve funkcionira na nekom poznanstvu dobrim namjerama“ (Sugovornik R)

Potrebno je također komentirati da je velik dio aktivnosti unutar *underground* glazbene scene volonterskog karaktera, a ako postoji ikakav oblik financijske dobiti, on je najčešće zanemariv. Iako volonterski tip rada najvjerojatnije proizlazi iz socio-ekonomskih aspekata šireg društvenog okruženja koji uvjetuje nedovoljnu količinu financijskih resursa, moguće je postaviti tezu kako je upravo takav nedostatak resursa uvjetovao da volonterski rad postane primarni tip djelovanja, a koji je posljedično postao jedan od ključnih elemenata samoidentifikacije pod okriljem odbijanja primarnosti financijske isplativosti nad borbom za dobrobit same scene.

Nadalje, kao jedan od ključnih aspekata angažmana ističe se važnost entuzijazama pojedinca da sudjeluje u održavanju scene:

"Pa predstavlja prije svega jedan entuzijazam. Bez njega ne bi bilo undergrounda, al' ne samo zagrebačke (...) Znaš, potakne te da radiš, znaš? Ovdje što je financijska situacija lošija, entuzijazam mora bit jači. To. Povezivanje. Izmjenjivanje iskustava, to je povezivanje (...) to bi ubrojio u to. Borba." (Sugovornik F)

Dakle, u slučaju *underground* scene iznimno se cijeni pomak s konzumiranja na stvaranje, nalik na promjenu *consumer-prosumer*. Ovakav sustav identifikacije i pripadnosti rezultirao je blažim oblicima hijerarhije unutar *underground* glazbene scene, u odnosu na strožu vertikalnu strukturu *mainstream* scene. Takvi blaži, horizontalniji odnosi podrazumijevaju izostanak nadređenosti jednih aktera nad drugim upravo zato što se skoro svaka suradnja unutar scene odvija na principu kolegijalnosti, dobre volje i volontiranja. Navedeno jasno objašnjava sugovornik:

„Meni inače (...) to doživljavanje scene kao nekakve zajednice meni je to jedan od najprivlačnijih dijelova od svega toga i zašto se osjećam dijelom svega toga

i zašto me još uvijek to ne pušta i zašto mislim da je to smisleno. Zato što fakat je jako zanimljivo kak' to funkcionira, znači cijeli taj horizontalni način funkcioniranja gdje jedan drugome omogućava da svira koncert, da pomognem oko ovog, oko onog, i tak' dalje, gdje ti na tom istom nivou možeš otići u neki drugi grad gdje će ti neko organizirat koncert pa će ti neko doći iz nekog drugog grada tebi pa ćeš ti njemu organizirat koncert i tako dalje gdje jednostavno kažem ta jednostavno vjerojatno taj čin uzajamnog pomaganja je toliko nagrađujući i čini ti se smislen.“ (Sugovornik R)

Takva horizontalnost u skladu je sa slobodnim i autentičnim izražavanjem unutar *underground* scene, koje nije ograničeno zahtjevima i pravilima scene. Sugovornici su također istaknuli da je ovakav oblik djelovanja različit od načina djelovanja u *mainstreamu* kojeg karakterizira vertikalnost odnosa sadržana u potrebi prilagođavanja glazbenog izražaja standardima radio stanica, medija (u pogledu video spotova), sponzora, menadžmenta, produkcijskih kuća te na kraju i same publike.

Na kraju, ključna posljedica opisanog tipa zajedništva iz kojeg proizlazi horizontalnost odnosa sabrana je u jednoj od ključnih distinkcija između *undergrounda* i *mainstreama* – različita diferencijacija podjele rada.

„...ja mislim da su svi ovisni jedni o drugima i obično su svi isti (...) najčešće tip koji svira u bendu i radi koncerte ili ima etiketu ili tip koji organizira je nekad sviro u bendu (...), najčešće to u više spektara aktivnosti. Tako da bih reko da je to neka ono spojena (...) kauzalno uzročno, klupko odnosa...“
(Sugovornik U)

U slučaju *underground* glazbene scene, podjela rada nije pretjerano specifično određena, osim na neke osnovne kategorije (organizator, izdavač, izvođač itd.), a nerijetko je da pojedinci obavljaju istovremeno više različitih uloga. Na primjer, jedan od sugovornika ističe kako je istovremeno organizator koncerata, voditelj izdavačke kuće, ali i glazbenik što također vrijedi za skoro sve sugovornike u intervjuima. Uistinu je rijetkost pronaći nekoga unutar *underground* scene, a da obnaša jednu specifičnu funkciju. Takva podjela rada je vidljiva i na razini jedne glazbene grupe/benda:

„...underground bendovi jako malo svoju pozornost stavljaju na PR. Ne percipiraju je toliko, možda se ni ne stignu često baviti njime jer oni rade sve, znači rade mjuzi, organiziraju si koncerte, onako PR izvisi i, mislim kome uopće ono, ako želiš izdat album i ako moraš platiti studio da ga snimiš, pa di će ti biti na pameti uopće platiti spot par tisuća kuna, pa nikome.“

(Sugovornik A)

Naspram ovakvog tipa podjele rada, sugovornici su istaknuli da je podjela rada u *mainstreamu* više diferencirana i strože određena. Navedeno ističe sugovornici na primjeru funkcioniranja rada klubova:

„...a šta se tiče klubova, rekla bih da su to onda, to klubovi koji realiziraju koncerte tih istih, tih bendova i po nekim koncertima funkcioniranja su više možda organizirani na nekoj, možda, ili plenumskoj osnovi, imaju neku, ajmo reć, fleksibilniju, fleksibilniji način funkcioniranja nego recimo, neko, nešto šta bi mogli nazvat, ne znam, privatnim klubom koji definitivno ima jako... striktnu i, ono... organizaciju rada i definitivno ima, ono, zaposlene na svakoj poziciji, dok u underground sceni jako puno toga se obavlja volonterski.“

(Sugovornik E)

Sugovornici također ističe kako je *mainstream* svojevrsna mašinerija ili industrija, a posebice se velika važnost pridodaje profesionalcima odnosa s javnošću. Ono što također ističe jest da slični obrasci postoje i u *underground* glazbenoj sceni, samo ne na masovnoj razini.

„...u mainstream industriji glazbenoj jednostavno, ono, postoji... mislim to je mašinerija, postoji osoba za sve - postoji, ono PR tim koji šiba sve te objave i promovira to opet, ustvari, kao proizvod jer si uzima dio toga kolača, šta naravno, se isto dešava i u undergroundu. nije sad to, ono, lišeno toga, sve to na nekom - on smaller scale“ (Sugovornik L)

Nadalje, sugovornik uspoređuje podjelu rada u *mainstreamu* i *undergroundu*:

„tipa solo izvođač samo gdje je neko napravio glazbu u studiju ono i pozvao hrpu session muzičara da snime trake i onda je netko otpjevao tekst koji mu je neko napisao za to, to onak je puno, to je za mainstream ono neki ono kao

*modus operandi brijem, ono kao za izbacivat takve stvari. Ono, a dok je u undergroundu, j***ga puno više to, idemo sami idem skupa, onda sam ono, mi smo sami ćemo to sve napraviti“ (Sugovornik L)*

Već u razini razvijenosti podjele rada sadržan je jedan od temeljnih elemenata sukoba *undergrounda* i *mainstreama*, a to je otuđenje glazbenog izričaja od samog glazbenika. *Mainstream* scena, dodijelivši svaki dio posla posebnom akteru, razbija proces stvaralaštva na dijelove, dok unutar *undergrounda* taj proces ostaje cjelovitiji. Takva situacija zasigurno je uvjetovana nedostatkom resursa, ali istovremeno odgovara nepopustljivoj želji *undergrounda* za slobodnim izražajem koji nije sputan nikakvim unaprijed zadanim strukturama. Navedeno nas vodi na idući i posljednji moment definiranja *undergrounda* u nominalnoj vezi s *mainstreamom*, a to je *underground* kao prostor izražaja.

5.2.4. UNDERGROUND KAO PROSTOR IZRAŽAJA

"...ne želi da mu na putu njegovog izražaja stoji bilo što..." (Sugovornik R)

Na kraju, četvrti moment razrade dihotomije *underground-mainstream* ističe se poimanje *underground* scene kao prostora umjetničkog izražaja. Ovakvo poimanje najbolje sintetizira sve prethodno navedene elemente *underground* scene. sugovornici su istaknuli kako je *underground* glazbena scena zapravo prostor umjetničkog izražaja koji se prethodno temelji na elementima zajedništva i suradnje, a okuplja se oko glazbe:

„Pa ta skupina ljudi koji ono međusobno podržavaju jedni druge u aktivnostima oko muzike, umjetnosti i sličnog. I ono jednostavno su vezani mjestima, izvođačima. To je neka skupina možda bi previše bilo reći prijatelja, ali skupina nekih poznanika jer je scena toliko mala da se svi onak znamo, barem ona iz viđenja, ono skupina od nekih 500 ljudi koji ono jednostavno imaju taj sentiment prema tome da netko/nešto lokalno radi i žele podržavati to kada se to odvija.“ (Sugovornik J)

U pogledu umjetničkog izražaja posebno se ističe ljubav prema glazbi (Sugovornik L), jedinstvenost iskustva i zvuka, točnije: „*čuješ ono nešto što ne možeš bilo gdje čuti, što ne može svatko slušati*“ (Sugovornik M). Utoliko, *underground* scena vrši funkciju prostora koji omogućuje pojedincima da s manjom količinom resursa stvaraju vlastitu glazbu. Nedostatak resursa nije jedini aspekt stvaranja glazbe unutar *underground* scene, već izbjegavanje bilo kakvih kreativnih restrikcija te traženje permisivnog prostora koji je otvoren i potiče slobodno izražavanje:

„*U biti to nešto što je oslobođeno pritiska odozgo i pušta kreativu maksimalno.*“ (Sugovornik B)

Prethodno navedeni kontrakulturni aspekti odbijanja jasnih struktura oformili su *underground* kao prostor glazbene eksperimentacije, tj. stvaranja glazbe koja nije uvjetovana postojećim konvencijama i pravilima.

„*Isto je underground, isto za mene ono eksperimentiranja s različitim žanrovima glazbe koji jednostavno ne mogu biti, nemaju šanse zbog svoje forme biti ono kao opće prihvaćen. Bilo to da su neka ono strašno, eksperimentalne elektronike, neki ono strašno nestrukturirani free jazz, bilo kakve vrste eksperimentalne ili ekstremne glazbe, dalje isto to smatram undergroundom. Taj eksperimentalni, ekstremna glazbe se također nalazi, ono djelomično nalazimo ju u akademskom svijetu. Ono kao recimo na muzičkoj akademiji ima ljudi koji se bave ono elektronskom, ona kao "poluslušljivom" glazbom i dalje smatram. da, da je to underground jer nema neki appeal za širu publiku.* (Sugovornik J)

Nadalje se sugovornike pitalo da opišu karakteristike glazbenog izražaja kada ponovno do izražaja dolazi komparacija s *mainstream* scenom. Jedan od ključnih elemenata glazbenog izražaja *underground* scene jest u postojanju poruke koju izvođač želi poslati publici.

„*U smislu tekstovi su bili jako bitni. Naš, nije bilo.. skoro svaki punk bend nešto, buni se protiv nečega, ili kritizira nešto. Naš ono, od onog infantilnog, dječjeg gdje znaš ono su ti takve ideje dosta... nesuptilne dok onak kasnije kad skužiš neke stvari pa. Al nekako je uvijek taj đir bio da nije samo da sviraš*

nego u principu da to što ti sviraš, šalješ neku poruku znači ono. Ne znam, antifašizam, uh inkluzivnost, uh naš u mom slučaju vegetarijanstvo i veganstvo i tako neke stvari.“ (Sugovornik U)

S druge strane, sugovornici ističu kako su tekstovi *mainstream* glazbene scene često lišeni ikakvog višeg smisla ili poruke te da takva glazba vrši zabavnu, a ne umjetničku funkciju. U tom pogledu, sugovornici smatraju kako većinu tekstova karakteriziraju motivi lažnog luksuza, materijalizma i konzumerizma, a da je glavna funkcija takvog teksta dodvoravanje publici. Također ističu da „*sve zvuči relativno slično*“ (Sugovornik H) te da *mainstream* glazba nastoji udovoljiti kriterijima radiofoničnosti – da pjesma bude privlačna uhu kada se čuje na radiju.

Nadalje, sugovornici smatraju da je u tome vidljiv komercijalni moment *mainstreama* čije stavljanje na primarnu poziciju čini ključnu razliku između *undergrounda* i *mainstreama* kao područja glazbenog izražaja. *Underground* sceni primarnu važnost ima umjetnički izražaj i integritet, a tek potom financijski aspekt, dok u *mainstream* sceni primarnu važnost nosi želja za zaradom te se način djelovanja usklađuje s takvim ciljem.

Posebna se pažnja upućivala na problematiku stagnacije *mainstream* glazbe koja je „*zaglavila u prošlosti*“ (Sugovornik B) pritom se stagnacija posebno ističe na radio stanicama: „*guraju muziku koja je realno bila relevantna, ono, '87-e Magazin. sve zvuči dan danas na radiju ko da je magazin i 80-e su*“ (Sugovornik K). Sugovornici ističu kako je to zbog toga što je *mainstream* scena postala veoma nepropusna po pitanju stvaranja novih glazbenika:

„Tak da zapravo ja bih definitivno rekla da je mainstream naša estrada. I ova kuruza koja onak seže doslovno od devedesetih do danas, znači ako neko upali Narodni radio sve će skoro biti, ono do 2005. godina. Znači uopće se ni ne daje niti u estradi prostora novim izvođačima. Tak da mislim jako zaglavili u prošlosti da nam je to i dalje mainstream“ (Sugovornik A)

S druge strane, suprotno prethodnome, sugovornici ističu kako je *underground* scena u stalnom razvoju te se stalno mijenja, bilo po pitanju dominantnih glazbenih žanrova, bilo po pitanju specifičnih glazbenika što se temelji na prethodno uspostavljenom shvaćanju *underground* scene kao prostora glazbenih eksperimenata, promjenjivosti i dinamičnosti vrste glazbenih izražaja.

Doduše, takva promjenjivost nije vidljiva široj populaciji upravo zbog nedostatka medijske zastupljenosti:

„*underground* je sve ono kao... što... cijela neka scena koja se razvija, a da nije toliko vidljiva nekoj široj publici, a u principu je, ovaj, kreativna i uvijek se može nać nešto novo, na toj sceni.“ (Sugovornik C)

5.3. DEFINIRANJE UNDERGROUND – SPEKTAR

Do sada smo ukazali na ključne karakteristike *undergrounda* pomoću prve definicije koja *underground* stavlja u odnos s *mainstreamom* te tako ukazuje na specifičnost jednog i drugog. Iako je takvo nominalno poimanje *undergrounda* korisno za shvaćanje njegovih ključnih odrednica, kao i odrednica *mainstreama*, potrebno je naglasiti kako i sami sugovornici ističu da je takvo poimanje zastarjelo. Iako je u prošlosti podjela na *underground* i *mainstream* scenu bila puno izraženija, kao što su bile izraženije granice između specifičnih supkultura, nalazi upućuju da je u kontekstu suvremenog doba korisnije promatrati fenomen *underground* scene kao dio spektra koji u stvari opisuje i kategorizira stvaralaštvo u glazbenoj industriji. Prvi dodatak poimanju *underground* i *mainstream* scene je prepoznavanje jednog dodatnog stupnja između njih, tj. graničnih aktera koji su u stadiju tranzicije iz *undergrounda* u *mainstream*.

Granični akteri predstavljaju izvođače i lokacije koje nije moguće svrstati u kategoriju *undergrounda* ili *mainstreama*, a koji istovremeno posjeduju karakteristike jednih i drugih. Dinamika graničnih aktera je takva da ukazuje na intenzifikaciju određenih aspekata izvođača koji trenutno djeluju unutar *underground* scene, ali još nisu poprimili karakteristike *mainstream* izvođača. To ne znači da postoji jedan singularni trenutak ili uvjet koji, jednom kada izvođač ga ostvari, automatski transferira izvođača iz graničnog u *mainstream* izvođača. Iako postoji niz uvjeta koje izvođač mora zadovoljiti kako bi se približio *mainstream* sceni tek će prihvaćanje šire okoline, tj. publike omogućiti visoku razinu popularnosti i medijske zastupljenosti koju uživa jedan *mainstream* akter. Uzimanje u obzir granične zone na spektru potiče nas da razmotrimo na koji način *underground* akteri mogu utjecati na vlastitu poziciju na spektru te kada će, a kada neće doći do promijene pozicije aktera na spektru.

5.3.1. UČVRŠĆIVANJE, PROBIJANJE I PRODAJA

„Znaš, jel, sad ulazimo u sferu gdje upada nekakav menadžment u igru, agenti, znaš, ozbiljnija igra sad tu dolazi ... gdje je veća lova, veći su problemi, veći je kotač, veći su uvjeti...“
(Sugovornik T)

Nalazi upućuju da *underground* izvođači mogu iskoristiti dva mehanizama za unaprjeđenje vlastite pozicije na spektru *underground* – granična zona – *mainstream*: probijanje prema unutra te probijanje prema van. Za potrebe istraživanja, probijanje prema unutra je predstavljeno terminom „učvršćivanje“.

„Postoje dvije vrste probijanja undergrounda benda, prvo probijanje u undergroundu, drugo probijanje izvan undergrounda. To se nekako odmah u početku može kužiti, ko šta cilja. Ako je nekom cilj probijati se izvan undergrounda, zapravo u tom undergroundu taj bend neće imati baš neki dobar šmek i miris, ne znam kao ili neko poštovanje ono. A probijanje je... i to, to ne znam kak funkcionira, puno angažmana na različite strane“

(Sugovornik J)

Prvo, učvršćivanje, predstavlja nastojanje izvođača da osnaži svoju poziciju unutar *underground* glazbene scene što podrazumijeva odbijanje resursa i ciljeva kakve može predstavljati *mainstream*. Izvođači najčešće vezani uz ovakav mehanizam djelovanja vežu se uz punk i različite eksperimentalne ili *hardcore* žanrove. Moguća interpretacija je da punk, eksperimentalni i *hardcore* žanrovi značajnije odskaču od konvencionalnih struktura da ne postoji niti medij, niti dovoljno velika populacija da bi prijelaz na drugi dio spektra bio smislen. Učvršćivanje opisuje sugovornik:

„...oni su popularni, oni su popularni u svom underground klubu, to sigurno nije mainstream, niti , ono, žele ta dva benda... nemaju želju preć u mainstream, ako očito moramo klasificirat, ali žele biti popularni u svom krugu ljudi.“ (Sugovornik V)

Ovakvi bendovi najčešće zavrijede status „kultnog“ benda/klasika iznimno jakog glazbenog utjecaja, ali niske razine šire popularnosti:

*„Znaš, postoje bendovi koji su, nisu toliko popularni, ali su među, ali su popularni među popularnim underground bendovima. (...) Znači, recimo, jedan bend koji onak, fakat mega, ono, takva bendčina "Šumovi protiv valova". Ja mislim da "Šumovi protiv valova" onak, možda bi mogli skupit par sto ljudi na koncertu u Zagrebu, ne znam točno, ali ono, oni imaju status među drugim bendovima ono "Je***e koji je ovo bend!". I sigurno onak, nekak svojim radom utječu jedni na druge. Više, ja mislim da je bitnost kod underground bendova više u tome koliko utječu jedni na druge, a tu im popularnost nije toliko bitna nego kvaliteta koju prvo prepoznaju oni jedni među drugima.“ (Sugovornik K)*

Drugi mehanizam, probijanje, predstavlja pokušaj benda da postepeno ostvari tranziciju iz *underground* u graničnog, a moguće i u *mainstream* aktera. Ovakav način djelovanja često je prihvaćen od strane *underground* zajednice:

„mislim da je zapravo sceni jako drago (...) underground sceni, kad netko njihov zagrebe, ono, po, ne znam, mainstreamu i ono (...) napravi nešto (...) što neko prije njega nije (...) uspio.“ (Sugovornik I)

Dakako, probijanje kao mehanizam najviše odgovara *underground* zajednici zato što predstavlja jedan od rijetkih trenutaka dugoročne konzistentnosti scene koja posljedično, rastom popularnosti glazbenika, tj. tranzicijom u granične aktere, postepeno privlači sve više ljudi koji možda prethodno nisu bili u doticaju s *underground* scenom, što otvara prostor sceni da revitalizira svoje ljudske kapacitete te potencijalno ojača vlastiti ljudski kapital. Međutim, problematika probijanja je u njegovoj nepouzdanosti – radi se o jako dugačkom i postepenom procesu pribavljanja što više obožavatelja, pojačavanja aktivnosti na društvenim mrežama, izdavanja novih glazbenih uradaka s rastućom kvalitetom produkcije, a pritom njegujući svoj prethodno uspostavljeni status unutar *underground* scene. Takav proces zahtjeva jako puno strpljenja od samih izvođača, osjećaj za kreativnost i inovaciju za koje je potrebno vrijeme i financijski resursi. Kako ističe jedan od sugovornik, probijanje ne znači nužno da izvođač može živjeti od glazbe:

„Brijem da svi bendovi žele, koji se bave time, ulažu užasno puno vremena žele neš zaraditi od toga, a brijem mislim, ful je težak put do tog da actually živiš od baš recimo svog benda, osim, ne znam ovisi koliko je ljudi u bendu i to. Ali ne bi to sto posto povezao sa zaradom, ne bi uspjeh neki možda nužno poveza sa zaradom.“ (Sugovornik L)

Iako je broj koncerata jedna od ključnih aktivnosti kojom izvođači nastoje vršiti probijanje, broj koncerata ne znači nužno uspjeh u procesu probijanja. Također, potrebno je naglasiti da je probijanje moguće vršiti bez iti jednog odsviranog koncerta. U tom pogledu je uloga interneta iznimno zanimljiva u slučaju grupe Valentino Bošković:

„Možeš ti milijun koncerata odsvirati da nitko i dalje ne zna tko si. Možeš nikad ne odsivrat koncert kao Valentino Bošković da cijela država zna za tebe.“ (Sugovornik L)

Nadalje, u pogledu koncerata izvođači će često u svrhu probijanja težiti sviranju kao predgrupa nekom većem, etabliranijem izvođaču:

„Zato je za neke bendove strane kad ih radimo, uvijek radimo, to jest uvijek dovodimo neki lokalni bend koji bi ih podržao ili tak nešto, tak da neki ljudi koji će doći na neki ogroman bend skuže ‘aha ovaj bend je isto kul’ jer i taj bend... može nastat nešto iz njega.“ (Sugovornik D)

Također, bogatstvo taktika probijanja opisuje sugovornik:

„Pa neki bendovi ne pridaju pažnju tekstovima, pridaju pažnju više glazbi, jel'. Pa gledaju možda ‘a oće ova pjesma trajat, ne znam, tri minute, to je za radio super format’, neki ne gledaju to pa imaju pjesme od 10 minuta pa to možda ne prođe tol'ko i tako. Netko ima ciljanu publiku, netko nema baš ciljanu, nego ide na šire mase pa šta upikne. Tako se probijaju, jel'. Netko ulaže financijska sredstva, veća da bi se probio, netko uopće, nego ide samo možda na kvalitetu. pa netko uspije s kvalitetom, netko ne uspije s kvalitetom.“ (Sugovornik F)

Jedan od ključnih elemenata prelaska iz *underground* u granične aktere, a potom u *mainstream* leži u želji izvođača da napravi takav prijelaz. Prijelaz u *mainstream* neće se dogoditi dok

izvođači jasno ne odluče napraviti takav iskorak. Navedeno je opisano primjerom sugovornika koji je surađivao s jednim hrvatskim punk bendom:

„...mislim da je mogao puno više napraviti, nego što su napravili, ali kad oni jednostavno ne žele ići na televiziju, ići na radio, ići da se spotovi vrte na televiziji, da se radi. Ja dok sam njih nagovorio na prvi bilo kakav ozbiljniji spot, to je trajalo godinama, ali i dalje kad smo i to napravili je to završilo na YouTubeu samo, nikakvoj televiziji. Nikako se nije forsirao, radio ništa jer, ono, većina u bendu, čak ne ni svi, većina u bendu želi ostati punk bend što je... (...)
ajmo reć, ne žele postati Hladno pivo.“ (Sugovornik V)

Korak približavanja *mainstreamu* može biti potpisivanje ugovora za neku izdavačku kuću, prilagođavanje pjesme prema standardima nekim od *mainstream* radio stanica, snimanje spota prema standardima CMC-a ili sve od navedenog. Ako izvođač ne želi biti dio tog dijela glazbene industrije, onda jednostavno neće biti i zadržat će se u području graničnih aktera ili se povući nazad u *underground* gdje može svirati pred istom manjom količinom ljudi u predvidim vremenskim intervalima.

Takva motivacija za prijelazom ne proizlazi samo iz vrijednosnog okvira izvođača, već i iz širih životnih okolnosti. Prijelaz u *mainstream*, iako nosi sa sobom nešto veću financijsku dobit, oduzima puno više vremena, što je iznimno važno ako izvođač ima obitelj i posao (što najčešće jest slučaj u *undergroundu*), a istovremeno tjera glazbenika da radi više nego što je radio prethodno postavljajući normative o tome koliko pjesama ili albuma treba biti objavljeno, kada, na koji način itd. Nadalje, prijelaz u *mainstream* ponekad je percipiran kao “prodaja” te dovodi do pada kredibiliteta u *underground* sceni. “Prodaja” implicira da je izvođač značajno modificirao i kompromitirao svoj glazbeni izričaj te postavio profit iznad autentičnog stvaralaštva. U kolikoj će se mjeri probijanje percipirati kao “prodaja” najviše ovisi o prethodnom položaju izvođača na spektru *underground* – granična zona – *mainstream* te o radikalnosti modifikacije izražaja. Naime, probijanje će se kao “prodaja” najviše percipirati u slučaju punk zajednice, gdje se prijelaz u *mainstream* percipira kao pokoravanje upravo onom sustavu kojem se punk u svojoj srži suprotstavlja. S druge strane, akteri koji su po svom glazbenom izričaju oduvijek granični, bliži *mainstreamu*, koji nisu u toliko *hardcore* žanrovima, naići će na blažu reakciju *underground* scene.

Potrebno je naglasiti da sama motivacija za prijelazom u *mainstream* ne znači nužno da će izvođač uistinu uspjeti u takvom cilju jer prijelaz ovisi o velikom broju aspekata, a ovisi jednim dijelom i o faktoru sreće, poznanstvima i financijskim mogućnostima izvođača van onih koje ostvaruje putem glazbene karijere.

U prilog prihvatljivosti probijanja kao mehanizma sugovornici ističu primjer Jinxa kao glazbene grupe koja se probila takoreći „bez prodavanja duše“:

„za dobar pop bend on je to, on je pronašao formula, on je pronašao formulu da ne mora prodat dušu, a radi glazbu koja mu je dobra, koja je kvalitetna, a da je visoko slušana, ne?“ (Sugovornik B)

5.4. AKTERI UNDERGROUND – IZVOĐAČI

„... ajmo se samo bacit u žrvanj pa šta bude...“ (Sugovornik A)

Najčešći opis koji se pridavao životnom vijeku *underground* benda je kratkotrajnost, iako to nije uvijek slučaj i to nipošto nije odrednica *underground* benda, no gledajući čimbenike koji doprinose i aspekte kratkotrajnosti vijeka nekog benda možemo doći do drugih, značajnijih odrednica *undergrounda*.

Za početak, glazbi se pristupa kao hobiju, odnosno djelatnosti unutar nečijeg slobodnog vremena. Najvećom količinom slobodnog vremena u većini slučajeva raspolažu mladi tijekom srednjoškolskog i visokoškolskog obrazovanja. Upravo iz razloga što se pristupa kao hobiju, „*sve je tak dosta nevino i baš se ne razmišlja o nekakvim dugoročnim ciljevima*“ (Sugovornik A). Krene se iz gušta, zbog sviranja i putovanja: „*sve proizlazi iz prijateljstva, (...) ljudi vise skupa pa počnu svirati*“ (Sugovornik M). Takav prvotni pristup djelatnosti kao hobiju stvara neobvezujuću prirodu uključivanja, a tako i ostajanja u *underground* bendu što olakšava članovima odlazak ili čak cijelom bendu rastanak. Neki naprosto opipavaju teren da vide odgovara li im život glazbene karijere pa bavljenje glazbom često može predstavljati fazu, bilo u smislu nečijeg života općenito, bilo u smislu nečijeg glazbenog izraza

Može se tvrditi da je *underground* prostor umjetničkog izražavanja i eksperimentiranja te je tako idući čimbenik kratkotrajnosti upravo eksperimentiranje: „*nekome se više ne da svirati takva glazba jer je sve odsvirao u takvom bendu pa želi napraviti neki drugi bend*“ (Sugovornik C). Jedna od posljedica stalnog nastajanja i nestajanja bendova je ta da ukoliko se bendovi ne mogu zadržati na sceni neko značajnije vrijeme da je formiraju, utoliko neće biti scene unutar koje bendovi mogu nastati, opstati i rasti.

Dodatni čimbenici koji doprinose kratkotrajnosti su: 1) financije – sveprisutni čimbenik, uključuje ne samo financiranje opreme poput instrumenata, već i prostora za probe, studija za snimanje, a s obzirom na to da nerijetko mlađi kreću u glazbeno stvaralačke vode, pitanje financija postaje najveće; 2) nedostatak znanja – nisu svi upoznati s procesom stvaranja, snimanja, izdavanja, a postoji i dio organiziranja koncerata koji povlači pitanje kome i kako se javiti; 3) učestala neisplativost – teško je doći do financijskog plusa, a ako nakon prvih par uspjeha nije financijski isplativo, bend se raspadne; 4) uvjet fleksibilnosti – ljudi većinom imaju poslove, glazbom se bave u slobodno vrijeme, a ne mogu svi uskladiti toliko uloga istovremeno. Mnogi razlozi se svode na financijski aspekt bavljenja glazbom pa bismo napomenuli da financije predstavljaju kočnice, no nisu pokretač.

Činjenica je da je nemoguće odrediti prosječni životni vijek ili trajanje nekog *underground* benda. Izjave sugovornika daju širok raspon; *circa* tri godine, do četiri godine pa „*raspadne se i to je to. I poslije ih se nitko ne sjeća više.*“ (Sugovornik P), pet godina kao neki manji rok, tri do šest godina maksimalno, 10 do 20 godina pa „*dolazi do zamora jer se nema kamo ići s tim*“ (Sugovornik M), no ima i onih „*koji piče tim đirom preko 30 godina*“ (Sugovornik D). Što se tiče održavanja benda na životu, to ovisi o upornosti benda – žele li nastaviti? Pritom treba imati na umu da upornost u ovom slučaju ne znači upornost koja vodi do uspjeha (mada to je nužan preduvjet za uspjeh), već upornost da se usprkos pritiscima svakodnevnog života i drugih obaveza bend drži na životu.

Doduše, nije svima *underground* bend najviši prioritet. Razlozi raspada bendova često su gubitak interesa ili fokusa; druge stvari postanu važnije ili netko jednostavno odseli i ode raditi u drugi grad ili državu. Vraćamo se na to da je glazbena aktivnost hobi, a ne karijera (barem se tako, u većini slučajeva, prvotno pristupa). U trenutnim uvjetima, bavljenje glazbom ne pruža financijsku sigurnost pa pod pritiskom egzistencijalne nesigurnosti postaje sporedno ili potpuno

iščezne. Međutim, mora se napomenuti da iako se neki bendovi znaju raspasti, članovi često ostaju aktivni na sceni: „...u jednom trenu se raspadne matični taj neki bend i onda se ljudi po svojim nekim vibrama i svem spoje u nove bendove i nastavljaju svirati...“ (Sugovornik L).

Za kraj bismo izjavom sugovornika ukratko predstavili dinamiku *underground* benda, njegovu mobilnost i mogućnost prijelaza u *mainstream*:

„...nema svaki *underground* bend isti životni vijek. Postoje na primjer bendovi koji... se pojave, *underground* su, sviraju za svoje prijatelje uglavnom... i onda nakon nekog vremena još sviraju za svoje prijatelje i onda nakon 20 godina još uvijek sviraju za svoje prijatelje i cijeli život sviraju za svoje prijatelje i oni su vječno u *undergroundu*. Postoje bendovi koji sviraju za svoje prijatelje i onda nakon nekog vremena sviraju za malo širi krug ljudi, pa nakon nekog vremena za još širi i onda uđu u *mainstream*, na primjer. A postoje i bendovi koji.... uh... su *underground*.. i onda uđu u *mainstream* i onda se raspadnu jer članovi međusobno se ne mogu dogovoriti što žele zapravo; jedni žele jedno, drugi drugo, jel'. Uh... šta ja znam, svaki bend je, ima svoj neki životni... put.“
(Sugovornik F)

5.5. AKTERI UNDERGROUNDA – ORGANIZATORI I IZDAVAČI

“Oni kreiraju scenu, ne?” (Sugovornik P)

Nalazi analize upućuju da *underground* glazbenu scenu u Zagrebu možemo podijeliti na dva ključna dijela. Prvi dio je infrastruktura što objedinjuje izdavače i organizatore koncerata. Pod ovaj dio spadaju izdavačke, diskografske, produkcijske kuće, *booking* agencije te brojni lokali i klubovi koji najčešće vrše ulogu organizatora. Također, organizatori ne moraju nužno biti lokacija ili klub, već i pojedinci koji su stručni u području rukovođenja događajima te su aktivni unutar *underground* scene. Pod drugi dio spadaju sami izvođači i umjetnici:

“(...) ali važno je napomenuti, izvođači su jedna strana, infrastruktura je druga strana (...) sve je povezano, ali infrastruktura su izdavači i organizatori koncerata, a druga strana su izvođači.” (Sugovornik B)

Većina sugovornika slaže se da su izdavači, organizatori i izvođači jednako važni u pogledu održavanja scene, ali opisuju njihove različite funkcije koje vrše unutar same scene. Iako bilo kakva scena ne bi mogla postojati bez izvođača, organizatori su oni koji omogućuju da glazbeni izražaj dopre do publike.

„Jer jednostavno to je bila, to bio taj način rada koji je po meni bitan. Idemo dovest bend koji možda samo ljudi ne znaju, ali će kroz kulturu koja se stvara oko ovog programa, oko ovog čovjeka će zavoliti nešto drugo. Otvorit će se naprosto cijela scena za te izvođače izvana.“ (Sugovornik M)

Jedna od ključnih odgovornosti organizatora je održavanje povjerenja publike:

„Znači ja sam dolazila u KSET tada ono kad sam bila na faksu, ja sam dolazila tri, četiri puta tjedno u KSET, većinu izvođača nisam znala, ja sam imala povjerenja da će to bit super. I onda tu opet dolazimo do toga da je najbitniji organizator u kojeg, ili klub, u kojeg ja imam povjerenja da će to bit super (...) da ima mi smisla platit tu ulaznicu i, iako ne znam bend, da, da će mi taj bend bit super“ (Sugovornik E)

Također, kao jednu od ključnih funkcija organizatora navodi se „odgoj“ nove publike:

„I recimo možda najviše odgoj nove publike je na njima ono, kroz volontiranje, kroz tu sposobnost da oni mogu zapravo određivati kakav će program biti donekle, da mogu otvoriti vrata novim akterima, novim bendovima. Da njihova dobrovoljnost, dobrohotnost i demokratičnosti zapravo je jako važna za scenu.“ (Sugovornik J)

Na vlastitom primjeru jedan sugovornik objašnjava kako zapravo organizatori doprinose izgradnji scene. Ključan efekt koji organizator postiže jest animacija ljudi te poticanje istih na daljnji angažman:

„Znači angažiranje ljudi koji su crtali neke spaljene plakate. Pazio sam da najave budu jako zabavne, ja sam pisao te zabavne najave. Znači kompletni nekakav taj paket animiranja ljudi i privlačenja ljudi i kao građenja, ajmo reć građenja scene, to se danas tak zove, no. U stvari animiranja ljudi, (...) pokušaja utjecanja na glazbene ukuse ljudi pa da taj, da se popravi glazbeni ukus ljudi.“ (Sugovornik P)

Nadalje, po pitanju izdavačkih kuća u *underground* sceni, sugovornici su iznijeli dva tipa odgovora. Prvi tip odgovora upućuje da su izdavačke kuće akteri koji svojim djelovanjem također služe kao omogućavajući element strukture, pružajući svoja znanja i vještine izvođačima koje ne posjeduju. Jedna od takvih vještina je upravljanje prisutnošću izvođača na društvenim mrežama:

„ (...) izdavačke kuće su dobar komunikacijski kanal za neki novi bend, možda koji sam kao takav nema toliko veliki doseg (...) putem tih društvenih mreža prema nekakvim pratiteljima. Znači pojavi se novi bend, ti praktički imaš nula tamo na Instagramu, nula na Facebooku, nula, ne znam, na Twitteru, na čemu god, na YouTubeu i onda to moraš graditi od nule. Plus, moraš imati i znanje nekakvo o PR-u znači da osmisliš kako ćeš se predstaviti, u kojem trenutku ćeš to napraviti, na koji način, dal je pametno možda da platiš, nekakve novce za reklamu da ti malo taj doseg poveća (...) izdavačka kuća ima neko iskustvo u svemu tome, i onda jednostavno to može lakše i efikasnije napraviti“ (Sugovornik H)

Također, izdavačke kuće igraju važnu ulogu u pružanju znanja i vještina po pitanju produkcije i snimanja, ali i organizacije koncerata za izvođača putem vlastitih kontakata:

„ (...) a isto tako izdavačka kuća ako se bavi i nekakvim savjetovanjem u smislu bend ima nekakve pjesme i ne zna šta bi s time, pa onda izdavačka kuća ima neke ljude koji se razumiju u glazbenu produkciju, pa onda savjetuju taj bend ili onda zajedno s njima rade na tim pjesmama ili u našem slučaju ako neko ima nekakav mali studio, taj bend može doći kod nas i to snimit, znači dobit kvalitetan proizvod s relativno malo novaca, plus na kraju izdavačka kuća koja ima booking može taj bend nuditi svim kontaktima“ (Sugovornik H)

S druge strane, drugi tip odgovora objašnjava kako unatoč svemu važnost izdavačkih kuća u suvremeno doba sve više opada. Razlog ka tomu je ponajviše zbog utjecaja interneta i društvenih mreža te povećane informacijske pismenosti u području baratanja s društvenim mrežama. Također, pojava internetskih platformi kao što je Bandcamp ili SoundCloud narušio je monopol kojeg su izdavačke kuće prethodno držale te omogućio široj populaciji da se samostalno izdaje vlastite glazbene uratke:

„(...) prije jesu labeli bili prilično vrlo bitni. (...) bilo ti je bitno. Tad ili davno, ne znam, u osamdesetim da ti možeš reći ‘E, iza mene stoji taj label u kojoj radi neki znaš ili booking, promociju ili nešto’, ali danas to ne postoji. Jer kažem, danas je došlo do levela da svatko može preko Bandcampa, Facebooka s bilo kakvom malom reklamom napraviti 10,000 puta veći đir, to jest promociju i svoju neku vidljivost nego što ti može napraviti bilo koji label.“
(Sugovornik D)

5.6. PUBLIKA

„Zato što je svima u interesu da publike bude što više, da se iskustva što više izmjenjuju, ideje jel’, tako se, jedino se tako može napredovati, ako se razne iskustva izmjenjuju.“ (Sugovornik F)

Iako sugovornici pretežito *underground* scenu definiraju kao mrežu izvođača, izdavača i organizatora, značajan dio sugovornika je istaknuo kako bi i samu publiku trebalo gledati kao sastavni dio scene. Navedeno je donekle specifičnost *undergrounda* koja proizlazi iz osjećaja zajedništva unutar *underground* scene, bliskosti izvođača i slušatelja te isprepletenosti uloga koje pojedinci vrše unutar scene:

„gdje sam doživio da ne postoji ta barijera između izvođača i publike. Znači ti po mainstream vodama sada pošalješ, ne znam, (...) Toniju Cetinskom. Nećeš dobiti nikakav odgovor, ali u ovom điru znaš ono, ja bendu svom omiljenom taj Ratos de Porao iz Brazila, pošaljem pismo, tipovi iz São Paola koji sviraju od

81. godine i tip mi pošalje pismo na tri stranice o tome kaj se događa njihovoj sceni.“ (Sugovornik D)

Relevantnost publike kao aktera očituje se u njezinoj funkciji pridonosenja financijskog kapitala organizatorima i izvoačima, ali i povećanju njihove popularnosti. Publika je ključna karika zbog koje izvođači mogu ispoljavati svoju funkciju kao akteri scene i prenositi svoju poruku drugima:

„oni žele zapravo imat publiku, imat što veću publiku, a kak dođe publika, tako dođu i novci“ (Sugovornik V)

U slučaju *underground* scene u Zagrebu sugovornici ističu kako su najčešći konzumenti sadržaja scene mladi, posebice u rasponu od 16 do 26 godina, tj. srednjoškolci i studenti, ali da druge dobne skupine i dalje jesu zastupljene. Međutim, problematičnim se ističe postepeno opadanje angažmana same publike, što po pitanju dolazaka na koncert, što po pitanju preuzimanju određenih funkcija unutar scene. Odlazanje na koncerte komentira sugovornik:

„e, a sad ono ak' nas ne ide deset, ne idemo na koncert, a deset nas sigurno ne ide ako ne svira Neno Belan (...). Ja ih slušam, ali ih vas dva ne slušate, ali meni se ne da, a vama je to bezveze pa ostanem i ja kod kuće.“ (Sugovornik V)

Na navedeno je poseban utjecaj izvršila pandemija COVID-19 koja je spriječila da nekoliko generacija započne otkrivati *underground*. U tom pogledu najčešće se misli na mlade od 18 i 19 godina, tj. učenike na kraju srednje škole i studente brucoše. Na kraju, većina sugovornika ističe kako je publika *underground* scene iznimno mala te da se zapravo radi o nekih 500 stalnih posjetitelja.

Također, zanimljivo je kako sugovornici ističu da nisu svi glazbeni projekti usmjereni na pribavljanje što šire publike, već da se fokusiraju samo na specifične klastere publike, specifične dijelove populacije koji će najbolje rezonirati s porukom koju izvođač želi poslati:

„U Zagrebu postoje, Ponor ili tako neki bendovi, koji se baš ono jako čvrsto drže svojih nekih, ono, viđenja društva i tako rade glazbu i tako... takvu publiku hoće na koncertima i imaju svoju neku publiku, koja se radi, ne znam, nekad 50 ljudi, nekad 100 ljudi, nekad 300 ljudi, ali to su sve isti ljudi.“ (Sugovornik V)

Takva specifikacije publike temelji se na povezivanju izvođača i ciljane populacije na temelju zajedničkih karakteristika od kojih je primarni glazbeni ukus, a potom i način života te sustav vrijednosti. Također sugovornici naglašavaju važnost različitih programa i projekata koji privlače novu publiku *underground* sceni, kao što je *Zavod za eksperimentalni zvuk*. Organiziranje događaja koji objedinjuju više manjih, nepoznatih bendova koji se potom izmjenjuju omogućava *underground* sceni da jasnije predstavi svoje aktere široj okolini, nego što bi to bilo organiziranjem zasebnih koncerata tih izvođača. Publika je takvom tipu događaja izrazito otvorena, ali sugovornik ističe zanimljivu posljedicu:

„A oko programa se stvara, gdje ti stvaraš publiku programa, a ne publiku benda i onda svaki put, bilo četvrtkom, gdje su ljudi dolazili bez obzira tko svira kad si stvorio publiku programa, onda je tu svaki put, tko god je svirao, uvijek bilo minimalno 200, 300, 500 ljudi.“ (Sugovornik V)

Utoliko, programi su primarno korisni za organizatore i pojedine klubove i lokacije, kako bi privukli novu klijentelu te povećali svoju ekonomsku dobit, dok manji benefit ubiru sami izvođači. Međutim, s obzirom na to da programi objedinjuju najčešće relativno mlade i nove izvođače, programi svejedno služe kao platforma za promoviranje vlastite glazbe.

Na kraju, posebno se ističu pojmovi odanosti i povjerenja na relaciji izvođač-publika, odnosno organizator-publika. Odanost izvođača publici obilježava uvjerenje publike da izvođač neće značajno promijeniti svoje stavove prezentirane kroz glazbu i da neće napustiti smisao vlastitog djelovanja kakvog je zadao. Također, publika će odobriti promjene u glazbenom izražaju pojedinog izvođača, ako je takva promjena uvedena primjereno, kreativno, ne narušavajući prethodno uspostavljen sistem značenja oko samog izvođača. Sličan odnos postoji u na relaciji organizator-publika prema kojem publika, upravo zbog razloga jer su *undergroundu* često nepoznati izvođači, ulijeva povjerenje u organizatore da će dovesti kvalitetne izvođače, primjerene specifičnost lokacije. Na tom tragu, sugovornik izdvaja zanimljiv primjer:

„Ja sam čak prošle godine za vrijeme korone radio u Medici koncerte Psihomodo popa i Leta 3 i ajmo reć i Ede (majke) koji su, sigurno nisu underground bendovi. I znam da su se neki, neki ljudi koji vode Mediku i neki fanovi Medike ko ljudi koji samo izlaze u Mediku, da im je to bio jako velik

šamar, da su bili kao 'šta nam sljedeće dolazi? Opća Opasnost?'. Kad smo objavili Psihomodo pop u Medici, to je opet ono stav publike.“ (Sugovornik V)

5.7. FANZINI

“(...) fanzini to je pak svijet za sebe, oni fakat znaju bit jako neki su vrlo vrlo usko tematski određeni neki su nešto šire (...)” (Sugovornik R)

Termin „fanzin” dolazi od spoja riječi „fan” i „-zine”, a u suštini označava tiskovine koje bez cenzure pišu amateri, entuzijasti i fanovi. . U kontekstu glazbene scene fanzini se javljaju razvojem punk scene u Ujedinjenom Kraljevstvu 70-ih i 80-ih godina prošlog stoljeća (Domestika.org, 2022).

Pojavom interneta fanzini se nerijetko digitaliziraju ili se umjesto njih počinju pisati blogovi – no važno je napomenuti da fanzini i blogovi ipak nisu istovjetni mediji. Blogovi se kreiraju prema već postojećim predlošcima tako da ih je uz poznavanje web dizajna lako kreirati, dok u dizajnu 'zineova svaku odluku donosi sam autor (Piepmeier, 2009:73).

Imajući u vidu digitalno doba u kojem živimo nastojali smo saznati kakvu ulogu fanzini igraju u 21. stoljeću. Svi sugovornici potvrdili su nam kako je format fanzina kao medija zastario za današnje standarde – dio sugovornika zauzeo je stav da fanzini i dalje nose određenu nostalgičnu vrijednost: *„Pa naiđem tu i tam na neki fanzin. (...) više vani brijem čak na to naletim neg tu (...) više ima neki collectors value nego baš da širi glas” (Sugovornik L)*, dok je manji dio pak fanzine otpisao kao relikvije prošlosti: *„Mislim da je to baš onak stvar devedesetih” (Sugovornik A)*.

Tiskani su mediji u očima svih sugovornika staromodan način prijenosa informacija te se svi slažu oko toga da više ne obnašaju funkciju koju su nekoć obnašali – danas su fanzini svedeni na čisto estetsku funkciju vizualne reprezentacije glazbenika dok je prije fanzin također bio medij komunikacije između publike i glazbenika:

„doslovno je to bilo ono k'o ultra ultra spori Facebook koji nije, ono, bio u realnom vremenu nego se trebalo čekat nekoliko mjeseci da bi dobio... pismo,

odgovor ili novo izdanje fanzina, ali sada rekao bih da je fanzin definitivno više nije sredstvo komunikacije kako je bilo tada više je, kak' bih rekao, da je on više postao umjetnička forma (...)" (Sugovornik R)

Fanzini, unatoč tome što su društvene mreže preuzele njihovu primarnu funkciju, postoje u digitalnim oblicima i zbog nostalgичnih osjećaja koji se uz njihovu (re)produkciju vežu. Tako se sugovornici prisjećaju da je donedavno postojala internetska stranica na domeni „fanzini.hr” na kojoj su se arhivirali stariji fanzini, a koja je danas portal pun savjeta o zdravlju i dugovječnosti:

„čak je nedavno postojao i onaj neki projekt koji se zove fanzini.hr... to je baš bio neki projekt gdje je bilo nekoliko organizacija uključeno i onda su išli objavljuvat te stare hrvatske fanzine ili sa područja ex-yu (...) u pdf-u na toj nekoj stranici, ali mislim da sad više ne postoji ta domena.” (Sugovornik D)

Usprkos digitalizaciji medijskih sadržaja ljudi i dalje proizvode fanzine, tiskaju ih i distribuiraju u fizičkim oblicima na raznim društvenim događanjima, od koncerata u lokalnom kafiću do festivala, te se fanzin danas uspoređuje s vinylom zbog jednakih nostalgичnih vrijednosti koji ih obilježavaju:

„Da, ali jako rijetko. Ima ih. To je nekako postao onaj format kao što je vinyl prije bio onako jedan od najpopularnijih formata (...), danas su ljudi počeli skupljati vinyle i počelo se ulagat jako puno u vizuale (...) Ovi zagriženi ljubitelji takvih ovoga formata mislim da obožavaju dalje čitat fanzine (...)“
(Sugovornik N)

Svi 'zineovi u fizičkom obliku imaju niz isključivo ljudskih elemenata koji se oslikavaju u estetici (vlastoručno pisanje, neozbiljnost) i distribuciji (na određenim mjestima i od određenih osoba). Sama estetika neurednosti dodatno naglašava ljudskost 'zineova kojom se prenosi ranjivost i otvorenost za ljudskim kontaktom što doprinosi ugodi čitatelja. (Piepmeier, 2009:75)

Važnost fizičkog osjećaja vezanog uz fanzine ističe i jedan od sugovornika:

„na internetu jednostavno nije isti đir, nemaš tog đira ‘došao je novi broj idem ga prolistat.’ Nemaš kaj... pratiš neke sajtove i neke recenzije, ali nekako mi

nije to đir kad dođe naš taj, taj ono, uzmeš taj tiskani komad, stvari pa onda kreneš to malo listat pa malo neš pročitaš...“ (Sugovornik U)

Dakle, može se zaključiti kako fanzini nisu što su nekoć bili, ali s ponešto izmijenjenom funkcijom u odnosu na prethodna desetljeća i dalje postoje kao medij. Da bi se do njih došlo, kao što je oduvijek bila situacija, nužno je poznavati ljude koji ih ili proizvode ili prodaju: „*najviše se mogu nabaviti na nekim svirkama (...) ali moraš znat kanale, moraš znat ljude koji su u tome koji... time trguju, tj. prometuju, jel'...*“ (Sugovornik F)

5.8. INTERNET I DRUŠTVENE MREŽE

„mislim da je sad internet zapravo od masovno doprinio tome da neki underground bendovi mogu imati ogromnu publiku po cijelom svijetu, a da i dalje mogu ostati underground.“ (Sugovornik D).

Većina sugovornika slaže se kako internet može pomoći i jest pomogao u popularizaciji nekih *underground* bendova, tj. približio ih je široj publici i olakšao njihovo probijanje na sceni. Također, olakšao je produkciju i objavljivanje albuma, kao i povezivanje scene na svjetskoj i lokalnoj razini. Ističu se platforme *Bandcamp* i *SoundCloud* na kojima je moguće samostalno objavljivanje glazbenih sadržaja, neovisno o izdavačima, čime slabi njihova važnost za *underground* scenu.

Sugovornici se također većinom slažu kako su društvene mreže zamaglile granicu između *undergrounda* i *mainstreama* jer se većina aktivnost u pogledu promoviranja izvođača prebacuje na društvene mreže i ostale internetske alate i u *mainstreamu* i u *undergroundu*. Kvantitativna mjera slušanost više nije toliko značajan reprezentant pripadnosti izvođača bilo *undergroundu*, bilo *mainstreamu* upravo zbog povećanog dosega kojeg internet omogućava te koji može biti globalnih razmjera.

*“Pogodiš pravi trenutak da to preko noći cap, evo do prekjučer sam bio u svojoj sobi ili podrumu staraca, radio tu neku sj***nu mjuzu koju kuži 1 od*

mojih 5 prijatelja, probudio sam se za mjesec dana, ta ista pjesma ima 10 milijuna pregleda ono. Kak je to moguće?” (Sugovornik T)

Underground izvođači u usporedbi s *mainstream* izvođačima moraju biti kreativniji po pitanju promocije na društvenim mrežama jer *mainstream* industrija ima stručnjake koji se time bave, a i više financijskih resursa kojima može primjerice platiti oglase koji će imati veći odjek. U tom smislu neki smatraju kako internet svima omogućuje pristup ponuđenim sadržajima, ali ne olakšava onima koji stvaraju sadržaje jednak doseg, tj. internet dodatno afirmira već poznate (Sugovornik O).

Ipak, internet ostavlja izvođačima određenu dozu samostalnosti u (samo)promociji koja više ne ovisi nužno o diskografskim kućama i sl., na tom tragu sugovornik navodi:

„za izvođače možda im je to ponudilo više autonomije i više prilike da sami [naprave] nešto za što si prije morao imati diskografa, morao imati nekakvog PR-a, morao imati nekakav moment da se netko zakači da uloži u tebe sad to možeš napraviti na DIY način, što je ono jako blisko onome što underground može i treba bit. I možeš se direktno obraćati svojoj publici.” (Sugovornik M).

Kao posljedica online promocije izvođača, broj pogleda, klikova i pratitelja postao je jedno od mjerila uspjeha: „(...) internet je promijenio paradigmu tko može sve raditi glazbu, na koji način se vrednuje uspjeh. Da, to su sad klikovi, a ne toliko prodane karte i slično.” (Sugovornik J)

Neki sugovornici spominju kako im je sam koncept društvenih mreža odbojan, ali su one postale nužnost pa ih ipak koriste u svrhu promocije, dok postoje i oni bendovi koji odbijaju koristiti društvene mreže jer smatraju da ih to zadržava u 'istinskom' *undergroundu*.

No, iako internet uvelike doprinosi vidljivosti manjih izvođača te im daje platformu bez obzira na tradicionalne mehanizme glazbene industrije, što njihovu glazbu čini dostupnijom širem spektru slušatelja, takva situacija može imati i suprotan efekt. Dostupnost prelazi u prezasićenost te se publika često izgubi u mnoštvu sadržaja. Zbog toga dio sugovornika, i publike općenito, i dalje preferira usmenu predaju kao način preporuke novog glazbenog sadržaja te ona unutar *underground* scene još uvijek ima veliku važnost:

„(...) kroz godine se desila ogromna buka u tom internetskom kanalu, u svim tim kanalima. Tako da se sad ponovo vraćamo na situaciju koja je bila možda prije svih tih tehnoloških napredaka (...) a to je da sad opet se cijeni kad netko ima osobna poznanstva.” (Sugovornik E)

Možemo zaključiti kako sve rasprostranjenija uporaba interneta i društvenih mreža doprinosi samostalnosti *underground* izvođača od tradicionalnih institucija, omogućuju veći doseg te čine glazbeni sadržaj dostupnijim većem broju ljudi. Istovremeno, danas korištenje društvenih mreža u promocijske svrhe gotovo da i nije odabir, izvođači su na neki način “prisiljeni” pristati na takav način djelovanja. No, internet ipak ne može u potpunosti zamijeniti usmenu predaju koja je i dalje značajan način promocije unutar *underground* scene.

5.9. ZAKONSKI OKVIR, ZAMP, FINANCIJE

“Nemreš baš živjeti brijem od *undergrounda*, a osim da ti je život *underground* teški.”

(Sugovornik L).

Sugovornici iznose kako *underground* za razliku od *mainstreama* obilježava određena fleksibilnost po pitanju dogovora i plaćanja. Menadžera benda najčešće se financijski tretira kao člana benda. Sve dijeli s bendom jednako, i kad zajedno zarađuju i kad su na nuli. Ako prvih par godina svog postojanja bend ne zarađuje, menadžer za njih radi gotovo na volonterskoj razini. Čime vidimo da u *underground* bendovima uloge nisu toliko striktno raspodijeljene, odnosno da u većini slučajeva svi rade sve. Nasuprot tomu, prema iskustvu sugovornika u *mainstream* bendu menadžera najčešće financira *label*. Zaposlenike zadužene za PR u *mainstreamu* poglavito se isplaćuje po kampanjama, za razliku od *undergrounda* gdje su PR menadžeri plaćeni kontinuirano ili su dio benda. S obzirom na to da *underground* nije sam po sebi visoko profitabilno područje rada primjetno je kako scena nije u poziciji moći za pregovaranje o poreznim nametima. Stoga, usred destimulativnog okruženja koje je stvorio monopol ZAMP-a, akteri *undergrounda* su primorani navigirati kroz “*pukotine tih zakona*” (Sugovornik M).

Uz ZAMP, jedan od razloga zašto zakonski okvir sugovornici pretežito svrstavaju pod ograničavajući upravo je neizbježnost visokih poreza koju za sobom povlači trenutna zakonska struktura. Kako jedna sugovornica ističe, poteškoće nastaju jer se *mainstream* i *underground* zakonski tretiraju kao jednaki, no društvena, a time i kulturna realnost je da *underground* nema jednak pristup resursima kojima *mainstream* raspolaže te slijedom toga ne uživaju jednake mogućnosti ostvarivanja financijske stabilnosti. Prema Bežovan (2002) kulturno-umjetničke neprofitne organizacije imaju mogućnosti ostvarivanja statusa obveznika poreza na dohodak do iznosa od 5.000 kuna, dok su obveznici poreza na dobit mogli dati do 15.000 kuna godišnje. Štoviše, po odobrenju resornog ministra taj iznos je mogao biti i povećan. Međutim, ZAMP ipak predstavlja najveći trošak koji se treba podmiriti jer uzima određeni postotak zarade od prodaje ulaznica i njime su organizatori obvezni prijaviti svaki glazbeni događaj, odnosno koncert u Zagrebu. Veliki problem nastaje kad organizator mora platiti određeni postotak od ulaznica ZAMP-u čak i ako glazbenici nisu članovi ZAMP-a. Čime se i domaće i strane bendove ili glazbenike financijski uskraćuje. Štoviše, zbog troškova PDV-a i ZAMP-a otežava se mogućnost ostvarivanja profita. Većina *underground* aktera ne može stvoriti veliki profit od *undergrounda*. Uz svoju aktivnost na *underground* sceni najčešće imaju stalni ili privremeni posao sa strane. *Underground* je tek sporedni izvor prihoda, ako osoba od njega uopće i zarađuje:

„90% ljudi bar po mom iskustvu definitivno imaju neke poslove sa strane.“

(Sugovornik T)

Drugi sugovornik tvrdi da 99% ljudi ima barem neki *gig* sa strane (Sugovornik G). Neki akteri rade više poslova paralelno. Dio tih poslova vezan je uz izdavačke kuće i glazbu općenito, ali puno ljudi se bavi raznim drugim poslovima. To se odnosi i na velike poznate *underground* izvođače; oni također često imaju drugi izvor prihoda uz svoju *underground* karijeru. Potrebno je puno vremena i iskustva do trenutka kad *underground* karijera postane isplativa i dostatna za sugovornike. Jedna od sugovornica navodi kako se u razdoblju prije COVID-19 pandemije moglo očekivati da osoba i nakon više od 10 godina rada u *undergroundu* neće zarađivati dovoljno da može živjeti samo od *undergrounda* (Sugovornik E). Isključivo mali broj ljudi uspijeva zaraditi dovoljno samo od *underground*.

Zbog toga se članovima benda često više isplati raditi manje koncerte:

„(...) postoji ZAMP, koji evo spominjem ponovo, ako sam organizator i ako taj neki bend čiji koncert ja organiziram nije član ZAMP-a, odnosno udruge, ja moram svejedno ZAMP-u platiti novac koji bi inače kao tom bendu morao ići, zato što je to takav zakonski propis, odnosno u zakonu, to tako piše jednostavno, ako to ne platiš, ono tužit će te ili nešto.“ (Sugovornik H)

Bendovi ZAMP-u moraju pokazati i popis pjesama za svaki koncert koji se održava:

„(...)svaki bend mora ispuniti popis pjesama, ja se moram potpisat na drugu stranu, moraju napisat ko je član benda, koji je naziv benda i mi to njima šaljem. Tak da to su te neke administrativne stvari.“ (Sugovornik D)

Ukoliko glazbenici ne žele biti pod zaštitom ZAMP-a, moraju im to jasno navesti jer ZAMP automatski štiti sve glazbenike:

„svaki bend bi trebao otić prije svakog ono koncerta koji ima u ZAMP potpisat s njima ugovor ono, u smislu ono: „Ne želim da me štitite.“, ali nitko naravno to ne napravi i onda ti automatski kao organizator moraš platiti sve te namete od ZAMP-a... kao za, za autorska prava bendova (...) i onda (uh) ti, ti novci zapravo ZAMP ih ima, a da nikad nisu zapravo proslijeđeni tim bendovima za koje si ti platio jer ti bendovi ono (...) imaju freesharing, ne žele se registrirat pod ZAMP-om (uh) zato što su underground jednostavno ili su Creative Commons ili nisu ni to, al' ti za njih platiš i onda ti novci odu, ne znam, Gibonniju, Tončiju Huljiću, a, a ZAMP je naplatio tebi za te bendove (...)“ (Sugovornik C)

Zakoni, uz nadopunu strategija, trebali bi biti zaslužni za usklađen rad svih kulturnih djelatnosti, bilo na lokalnoj, državnoj ili međunarodnoj razini (Bestvina Bukvić, Mihaljević i Tokić, 2015). No, izgleda da se takvo viđenje zakona ne može primijeniti na *underground* glazbenu scenu u Zagrebu gdje su sugovornici morali tražiti kreativne, upitno legalne načine kako bi mogli isplaćivati izvođače, a da ih istovremeno te isplate ne primoraju u minus. Primjerice, bilo je slučajeva gdje se Sugovornik E oslanja na donacije na koncertima umjesto prodaje koncertnih ulaznica čime je eliminirala mogućnost uplitanja zakonskih dilema. Također, *underground labeli* ne traže autorska prava za sebe, što nije slučaj u *mainstreamu* gdje umjetnici češće zadržavaju

autorska prava. Određeni sugovornici su stajališta da je ZAMP neustavan zato što im nije ponuđena mogućnost i pravo da se odreknu svojih autorskih prava. Stoga, dotičući se pitanja zakonskog okvira, sugovornici često ističu problematiku ZAMP-a koji stoji kao glavni razlog zašto se izvođači odlučuju na ilegalan rad:

„(...) jednom godišnje ti isplate taj novac koji nije nešto prevelik, (...) tako da infrastruktura postoji definitivno, neka zakonska rješenja možda i nisu najbolja u smislu, ti ne moraš biti član tog recimo ZAMP-a, (...) ne moraš biti član, ali ako se tvoja muzika negdje vrti, tipa radijskoj stanici, oni imaju pravo prikupiti onda sakupiti taj novac koji tebi pripada iako ti njima nisi dao nikakvo ovlaštenje za to, znači taj dio zakonski možda i nije najbolje riješen.“

(Sugovornik H)

Umjetnici koji idu na turneje izvan Hrvatske teško zarađuju. Općenito je većini *underground* umjetnika cilj da nakon turneje ili koncerta samo budu u plusu ili na nuli. Sugovornici navode kako često na koncertima i turnejama ne samo da ne bi zaradili ništa, već bi bili u minusu. Novac gube i *bookeri* na organizacijama koncerata i izvođači na izvedbama jednostavno zato što često nema velike publike, ulaznice su jeftine, zakonski okviri uzmu velik dio profita itd. Novac koji sugovornici zarade najčešće reinvestiraju (Sugovornik T). Zbog svega ovoga neki sugovornici imaju pozitivno mišljenje o "probijanju". "Probijanjem" umjetnici počinju dobivati više novca kojeg mogu reinvestirati ulaganjem u opremu i kvalitetu glazbe općenito (Sugovornik H).

Nasuprot tome, u razvijenim zemljama Europe poput Njemačke, Austrije, Francuske, Danske, Nizozemske, Slovenije itd. glazbenici mogu dobiti velike financijske poticaje zato što te zemlje izdvajaju velike novčane iznose za *underground* kulturu (Sugovornik T). Često financiraju bendovima čak i inozemne turneje. Upravo iz tog razloga postoji velika razlika u broju *underground* bendova sa sjevera Europe i broju bendova koji dolaze iz Hrvatske te prostora bivše Jugoslavije. Osim toga, strani bendovi puno češće održavaju turneje po Europi nego bendovi s ovih prostora. Na primjer, moguće je dobiti potpuno plaćen cijeli put, gorivo za prijevoz i pokrivenne ključne troškove. Prijevoz, odnosno vozilo i gorivo su inače najveći troškovi za bendove na turneji. Uz ovakvo pokrivanje troškova, na bendu je samo da uloži novac u vlastiti *merch* (jedan sugovornik navodi 2 000 - 3 000 eura kao cijenu troška za *merch*). Država im

pokriva sve ostale troškove za nekoliko mjeseci turneje (Sugovornik T). Takva financijska potpora ne postoji u Hrvatskoj:

„(...) ima gomilu tih nekih davanja koje moraš davat. dok u usporedbi s nekim drugim plejsevima, skvotovima, negdje van Hrvatske, nemam pojma, u Australiji ili negdje, znaš ono, bend dođe, odsvira, ljudi daju donacije, svima idu pare i vozi, sviraj gitaru. al ne znam u ovakvim klubovima kao šta smo mi, Vintage, ne znam, Attack ili nešto treće, jednostavno nema više takvih stvari.“
(Sugovornik D)

Nadalje, drugi sugovornik ističe:

„To ti je da ti pokrije troškove izdavanja snimanja ovog, praznog hoda između turneje, da tebi zato tebi izdavač vani za razliku od Hrvatske i odnosno samo za ovu elitu izdavač vani ti daje \$100,000. I ti u slijedećih 6 mjeseci snimio album i dogovaraš onda producenta i imaš plaću dok ne radiš dok snimaš novi album. To kod nas nema, te uvjete ima Urban je imao neko vrijeme, Massimo. Pipsi. Massimo ti ima uvjete.“ (Sugovornik B)

Iako u manjini i dalje dio sugovornika zastupa omogućavajuću poziciju zakonske strukture. Tako primjerice sugovornik (Sugovornik V) navodi kako je potrebno samo naviknuti se na nju. Pritom isti sugovornik navodi kako zakonska struktura sigurno ne pomaže, ali isto tako ni ne sprečava djelovanje *undergrounda*. Neki sugovornici tvrde da ZAMP zapravo nije toliki problem:

„Al ovo je jednostavno, imaš jedan dokument, pošalješ ga i to je to, gotov si. Nema tu nikakve birokracije, samo im se javiš na mail i riješiš to, tako da nije neki, tlaka je, ali ono, nije neka, ne moraš čekat u redu sto godina za biljeg neki.“ (Sugovornik U)

Ono što se ističe kao problem je činjenica da bendovi nisu upoznati s funkcioniranjem ZAMP-a:

„(...) 'nači porezi, ovaj, prirezi, uh ZAMP-ovi (...) to je sve (...) u redu, al samo ono, bendovi jako nisu ovaj, upućeni u (...) te neke stvari pa s-, pa im se možda to onda čini ono, ogr-ograničavajuće pa iz toga nekako onak', iz te neke onak' perspektive, uh, treba to sve i pokrit, i or-, i ovaj, i organizirat i, i ovaj, nekako

opet bit, ..., zadovoljan i s tim što ono, r-, ovaj, recimo, bend, bend dobije na kraju.“ (Sugovornik I)

Prema sugovornicima, ZAMP djeluje uz određene povezane organizacije transparentno navodi na svojim internetskim stranicama: „*vodeća služba koja usko surađuje s ostalim udrugama nositelja autorskog i srodnih prava u zemlji: Hrvatskom udrugom za zaštitu izvođačkih prava (HUZIP), Udrugom za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (ZAPRAF) (...)*“ (HDS ZAMP, 2022). Međutim, jedan sugovornik (Sugovornik T) tvrdi da su Hrvatsko društvo umjetnika (HDU) i Hrvatska glazbena unija (HGU) pod krovom ZAMP-a, što sudeći prema službenoj internetskoj stranici ZAMP-a nije točno. No, postoje neki ugovori sklopljeni s HGU-om koji svjedoče drugačije. Nadalje, sugovornik navodi da je ZAMP privatna institucija, a ne državna čime se opet podiže sumnja u nejednaku i netransparentnu raspodjelu moći:

„(...) HGO-a, ZAMP-a, koji je opet priča za sebe i to je umreženo razno raznim igračima i određeni imaju samo koristi od toga. To se zna. To je javna tajna.“
(Sugovornik T)

Iznesena iskustva i mišljenja sugovornika ukazuju na to da novci koje članovi *underground* scene u Zagrebu plaćaju ZAMP-u često završavaju u rukama poznatih hrvatskih izvođača. Većina naših sugovornika tvrdi da nikada nisu dobili novac od ZAMP-a, a oni koji jesu tvrde da je to gotovo zanemariva svota. Stoga je razumljivo zašto članovi *undergrounda* smatraju da ZAMP ne pruža dovoljno potpore malim izvođačima. Također, intervjuirani su naglasili netransparentnu raspodjelu novaca zbog čega ZAMP predstavlja najveći problem za *underground* scenu u Zagrebu:

„Imat će možda ono, ne znam, Stavros, koji će dobit ono od ZAMP-a neke pare (smijeh), jer mi mali plaćamo to, a ne dobivamo nikad te pare.“ (Sugovornik F)

Postoje određene mogućnosti prijavljivanja na natječaje, koje provodi ZAMP i Ministarstvo kulture, u svrhu dobivanja novca. Većina izvođača koja se prijavi na takve natječaje dobije novac. Problem za neke predstavlja to što novac nije ravnomjerno raspoređen. To vidimo i po činjenici da ZAMP na svojoj internetskoj stranici ima objašnjeno na koji se način dijele naknade autorima. Nije isto emitira li se glazbeno djelo na nacionalnoj ili lokalnoj radio postaji, održava li se koncert u velikoj dvorani poput Doma sportova ili u malim prostorima, „radi li se o zabavnoj

ili ozbiljnoj glazbi“⁵. Dakle, definitivno postoji određeni način raspodjele novaca koji ZAMP omogućuje glazbenicima. Iz informacija koje nam internetska stranica ZAMP-a nudi, vidljivo je kako će gotovo pa neizbježno već etablirani i uspješni *mainstream* izvođači imati puno veće novčane potpore nego što će imati *underground* glazbenici:

„Što se tiče Ministarstva kulture ili tako nekih državnih tijela koji bi eventualno mogli pomagat manjim bendovima, mogu. Nije da to ne rade samo se ti manji bendovi ne znaju angažirat oko toga (...) jako malo natječajja postoje na koji se bendovi mogu prijaviti i dobiti neke novce. Novce za neku svoju turneju. Dobit će, dobit će novce, dobit će male novce, ali ih moguće ih je dobiti. Cold Snap je prije x godina to jako dobro iskorištavao i otišli su, (...) ali Cold Snap je dok su svirali više (...) se redovno prijavljivali na te neke natječajje od Ministarstva kulture i nemam pojma čega ZAMP-a i tih nekih ono udruga za koje su radile takve natječajje i rade takve natječajje i dobivali po 5, 10, 15, 20 tisuća kuna za turneje novce. Znači ti natječajji postoje. Mi da napravimo sad bend možemo se prijaviti na njega. Novce vjerojatno nećemo dobit ili ako ih dobijemo dobit ćemo 2000 kn i s tim ne možemo otić ni u Split, ali ćemo ih dobit. (...) Ne može se reći da podrška ne postoji. Da, postoji, samo što to bendovi ne rade. Ne znaju, neinformirani su. Tu bi trebali za njih raditi njihovi menadžeri, samo što manji bendovi nemaju menadžere.“ (Sugovornik V)

Mainstream izvođači dobivaju puno više novaca zato što su poznati i lako je vjerovati da im vrijedi dati novac, dok će manje poznati *underground* izvođači također dobiti novac, ali puno manje npr. jedva dovoljno da pokriju izdavanje albuma ili kupnju nove opreme i samo za to. Problem je i što je potrebno uložiti puno vremena u pisanje natječajja za koji se ne dobije velik novčani iznos:

⁵ U ime autora, naplaćuje naknade od svih onih koji u svom poslovanju koriste glazbu. Prikupljene se naknade obračunavaju u tzv. autorske honorare koji se isplaćuju autorima i nositeljima prava. Koliki će honorar dobiti pojedini autor ovisi o količini i načinu korištenja njegovih djela. To znači da nije važno samo koliko je nečije djelo izvedeno: važno je i radi li se o zabavnoj ili ozbiljnoj glazbi, glazbi korištenoj u filmu ili reklami, pozadinskoj glazbi u TV reportaži ili glazbenom broju izvedenom uživo. Isto tako, nije nevažno niti je li se djelo emitiralo na javnoj nacionalnoj televizijskoj postaji ili na lokalnoj radijskoj postaji. Razliku čini i to je li izvedeno na velikom koncertu u Domu Sportova ili priredbi poput proslave Valentinova u nekom malom gradu. Dostupno na: <https://www.zamp.hr/korisnici/faq/pregled>.

"(...) ali kada ti uložiš 100 radnih sati i neko ti to kaže za cjelogodišnji projekt 10 000 kuna. Ti svejedno moraš taj projekt izvršiti s tih jadnih 10 000 kuna (...)" (Sugovornik B)

Još jedan problem s natječajima je što prevladava manjak informiranosti o natječajima i mogućnostima. To vrijedi i za prijave projekata na natječaje za EU fondove (Sugovornik B). Zbog toga se time ne bavi velik broj ljudi. Većina sugovornika ipak preporučuje *underground* umjetnicima da se prijavljuju na takve natječaje.

Svi koji tek ulaze u *underground* moraju financirati to sa svojim novcima. Osobe koje zarađuju isključivo od *undergrounda* provele su puno vremena na sceni i iznimno su umrežene. Najčešće su raširile svoje poslove u više radnih polja. Moraju se baviti s više bendova i vrstama poslova odjednom. Ako je uspješni pojedinac svirač, najčešće će svirati u više bendova, ali će se ponekad baviti i PR-om ili biti menadžer drugih bendova. Ako je *booker*, imat će ogromnu mrežu bendova za koje radi. Najčešće mu se poslovi prelijevaju iz jedne sfere u drugu pa se paralelno bavi s raznim poslovima pomalo.

Ulaganje u *underground* velik je financijski rizik;

"nema sigurnosti nazovimo ga povrata novca, ti ćeš možda 5-7 godina svirat s ekipom, ulagat u sebe, ulagat u opremu, ulagat u instrumente, ulagat u vježbanje... Nema garancije da će se to ikad vratit." (Sugovornik T)

S obzirom na to da većina umjetnika *underground* u početku smatra hobbijem, poput nečega čime se bave u slobodno vrijeme, ne isplati im se ulagati velike količine novca u njega. Novi glazbenici često moraju nabaviti prostor za probe i kupiti instrumente, što otvara pitanje o tome je li moguće ući u *underground* bez ulaganja. Ako to nije istina, moguće je da nemaju svi mogućnost bavljenja *underground* glazbom na taj način upravo iz financijskih razloga.

5.10. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19

„...jako malo ljudi zapravo je upalo u kreativu zato kaj su većina ljudi upali u depresiju...“

(Sugovornik K)

Istraživanje je počelo u zimskom semestru akademske godine 2020./2021. kada se ispostavilo da korona neće ostati u periodu *lockdown*-a te je time pandemija COVID-19 predstavljala neizbježan čimbenik utjecaja na svakodnevne aktivnosti općenito, a tako i na kulturno-umjetničke konkretno.

Prvi intervju je proveden 20.5.2021., zadnji 2.12.2021. kada su na snazi bile mjere koje su ograničavale okupljanja i otežavale rad klubova. Gotovo sve mjere suzbijanja širenja zaraze koronavirusom ukinute su 9.4.2022. – najvažnije, ukinuto je ograničenje okupljanja određenog broja ljudi neovisno o tome da li je prostor javan, privatn, otvoren ili zatvoren.

Prostori su nužan preduvjet socijalizacije općenito, a u iskazima sugovornika su se pokazali važnim čimbenikom pristupa sceni i njezinim aktivnostima. Moglo bi se reći da su čvorišta nekih aspekata *underground* scene poput DIY etike i estetike, a također okupljaju organizatore, bendove i publiku na jedno mjesto – stoga ni ne čude poteškoće koje je sa sobom donijela pandemija. Prema riječima sugovornika:

„... jednostavno nema tog prostora gdje sva ta ekipa može hengat. (...) ta ekipa jednostavno nije mogla se družiti zajedno i upijati tu neku energiju.“

(Sugovornik D)

Prostori sami po sebi ne znače mnogo za glazbenu scenu ako se ne svira i ako se ne može okupiti publika koja će čuti što se svira. Nepostojanje prostora i mogućnosti izvođenja glazbe uživo je prema riječima jednog od sugovornika posebno teško pogodilo izvođače:

„...oni ne mogu biti na pozornici što je poanta njihovog života (...) ne mogu raditi ono što žele.“ (Sugovornik K)

Osim nagle promjene dotadašnje svakodnevice i prekida uobičajenih aktivnosti, jedan od najčešće istaknutih učinaka pandemije je bila prilika da ljudi „*malo stanu na loptu*“ (Sugovornik F), odnosno nekakav moment refleksije. Preispitali su se načini na koje se dotad funkcioniralo, a

zbog nesigurnosti koje je dovela pandemija, mnoge je navelo na preispitivanje prioriteta u životu:

„Neki su odustali, neki su se raspali, neki se i razišli.“ (Sugovornik T)

Smatralo se kako će pauza i više slobodnog vremena dovesti do intenzivnijeg stvaralaštva – snimanje novog materijala i formiranje novih bendova, no nisu svi sugovornici bili složni s tom pretpostavkom:

„Čovjek bi onda očekivao sad kao kad pandemija završi odjednom na scenu nahrupit desetine potpuno novih svježih bendova koji su pandemiju iskoristili za vježbanje. Čini mi se da to nije dogodilo. Čini mi se da se ono, da je sve nekako ostalo isto samo malo usporenije i mlitavije nego prije.“

(Sugovornik P)

Manjak stvaralaštva bi se mogao potkrijepiti činjenicom da se neki bendovi nisu nalazili zbog straha zaraze pa nisu niti održavali probe i razmjenjivali ideje za novi sadržaj. Vrijedi navesti i gubitak mogućnosti putovanja, turiranja i povezivanja s ostalim scenama čime je značajno umanjen socijalizacijski aspekt bavljenja glazbom, pogotovo u *undergroundu*. Što se tiče financijskog aspekta bavljenja glazbom u *undergroundu*, nije ni prije pandemije bila najunosnija djelatnost, no mora se napomenuti kako većina glazbenika ne ovisi financijski o *undergroundu*, većini to ipak je sporedna aktivnost na koju se financijski ne oslanjaju.

Nakon što su ponovno omogućeni nastupi uživo, rad klubova je bio vremenski ograničen te je jedna od posljedica, koja bi se mogla svrstati među pozitivnim, da koncerti počinju na vrijeme.

„... koncerti na vrijeme počinju i na vrijeme završava i svi su sretni zbog toga.“ (Sugovornik B)

Radi rijetkosti izvedbi i istovremene manje količine ljudi, jedan sugovornik smatra opravdanim dizanje cijena ulaznica što se svakako vidi kao pozitivna promjena potaknuta pandemijom. Kao dugoročni cilj dizanja cijena ističe da je važno *„da se ljudi naviknu da ne može cijena karte koštati ko kutija cigareta“* (Sugovornik K).

Pandemija je prema nekima pružila priliku *undergroundu* da se ostvari više nego *mainstream*. Manji kapaciteti prostora, a i publike omogućavaju *underground* glazbenoj sceni održavanje

aktivnosti, dok *mainstream* izvođačima nije isplativo raditi s manjom publikom. Zanimljiva je posljedica smanjenog kapaciteta na razvoj jazza unutar *undergrounda*. Naime, ograničenja i novi način strukturiranja koncerata je prostore pretvorio u „pitomije“ i prikladne za jazz koji je inače okupljao manju publiku.

Jedna od značajnijih dugoročnih učinaka pandemije na koji valja obratiti pažnju kako će se razvijati je gubitak publike, odnosno generacijski jaz i kultura odlaženja na koncerte:

*„... kad su se vratili koncerti ljudima nije ono više toliko bitno otić na koncerte. Svi smo voljeli izać, izać na koncerte, pit, pušit i zaje***** se, a sad je ljudima to postalo manje bitno i izgubila se publika znači dvije generacije neke nove publike se nije ni desila jer netko tko je ono trebao krenut izlaziti ić na koncerte sa ne znam 15, 16, 17, 18, 20 ne znam godina, dvije godine nisu imali gdje ići na koncerte.“ (Sugovornik V)*

Kontinuitet je početkom pandemije bio prekinut pa ostaje vidjeti hoće li se moći vratiti. Kao odgovor na pitanje budućnosti scene ostavljamo sljedeći iskaz sugovornika:

„... ono kad stisneš neki feder i onda ga pustiš onda dodatno poleti (...) e, al ak ga ti držiš, držiš on možda izgubi elastičnost.“ (Sugovornik F)

Na kraju, svi relevantni podaci karakteristike navedeni su u tablici 1.

Tablica 1. Prikaz ključnih karakteristika *undergrounda*, granične zone te *mainstreama*.

UNDERGROUND	Granična zona	MAINSTREAM
Važnost kolektivne dobrobiti	Privatna dobit postaje izraženija	Važnost privatne dobrobiti
Glazba kao hobi	Glazba je i dalje hobi, ali s većom financijskom dobiti	Glazba kao posao
Cilj je iskreni umjetnički izražaj	Cilj je daljnji razvoj glazbenog izražaja	Cilj je zaraditi na temelju glazbenog izražaja
Niska razina diferencijacije	Niska razina	Visoka razina diferencijacija posla

posla	diferencijacije posla	
Volonterski rad	Postepena profesionalizacija odnosa	Poslovni odnosi
Osjećaj zajedništva	Osjećaj zajedništva	Osjećaj profesionalne kolegijalnosti
Cilj glazbe je prenošenje poruke, preispitivanje	Cilj glazbe je prenošenje poruke na način koji će istovremeno privući publiku	Cilj glazbe je zabaviti publiku
Odbijanje prilagodbe glazbe širim masama	Eksperimentiranje glazbenim izražajem	Prilagođavanje glazbe željama publike
Ograničeni resursi	Postepen rast resursa	Raznovrsni resursi
Potreba za natječajima	Rast financijske neovisnosti	Viša razina financijske neovisnosti
Nepredvidljivost životnog vijeka	Postignut duži kontinuitet aktivnosti	Generalno teži ka dugotrajnom
Bliskost publike i izvođača	Bliskost publike i izvođača	Razdijeljenost publike i izvođača
Oglašavanje pretežito preko društvenih mreža, sviranje kao predgrupa	Društvene mreže, sviranje kao predgrupa i suradnja s etabliranim glazbenicima	Oglašavanje pomoću širokog raspona dostupnih resursa
KSET, Medika, Močvara	Vintage Industrial Bar, Tvornica	Sax, Katran, Johann Franck
Mašinko, She Loves Pablo, Nemanja	Porto Morto, Svemirko	Severina, Tony Cetinski, Hladno pivo
Doomtown Records	Više Manje Zauvijek	Croatia Records

6. RASPRAVA

Iako je opravdano zaključiti da je jednostavna dihotomija *underground-mainstream*, barem u slučaju Zagreba stvar prošlosti, stavljanje *undergrounda* i *mainstreama* u jukstapoziciju otvorilo je niz mogućnosti uočavanja razlika, ali i sličnosti između ova dva dijela glazbene industrije. Još važnije, ukazalo je na konzistentno postojanje granične zone čije nam uzimanje u obzir pomaže u postizanju dubljeg razumijevanja odnosa između ova dva dijela spektra kojeg nazivamo *underground-granična zona-mainstream*. Dok je prethodni akademski napor, što u domaćoj, što u stranoj literaturi, bio usmjeren na otkrivanje karakteristika i jednog i drugog, postavlja se pitanje je li adekvatno promatrati *underground* i *mainstream* te njihov suodnos bez uzimanja u obzir granične zone, njezinih karakteristika i aktera? Jedan od ključnih doprinosa definiranja granične zone upravo je shvaćanje mehanizama transfera kulturnih sentimentata iz jednog dijela spektra u drugi i obrnuto putem opisanih elemenata probijanja prema unutra i prema van. Iako su granice među supkulturama manje izražene nego što su bile u prošlosti, upravo proučavanjem načina na koje one djeluju, ali i kako se mijenjaju pomaže nam da ponovno jasnije uočimo kako se proces identifikacije sa samom supkulturom odvija, a kada taj proces za pojedince prestaje.

Underground kao koncept prestaje biti isključivo sredstvo stroge identifikacije s jednim dijelom glazbene industrije, već preuzima funkciju sjecišta supkulturnih manifestacija, održavajući i dalje upravo one elemente koji su prethodno služili kao element identiteta, a sada služe kao mjesto okupljanja, stvaranja zajedništva između različitih supkultura, možda zamagljujući granice između njih, ali istovremeno jačajući njihovu međusobnu povezanost. Svoju stvarnost *underground* temelji u svojim akterima, prostorima, a ponajviše u strukturi vrijednosti što ga postavlja istovremeno kao suprotnost *mainstreamu*, ali i kao neizostavan dio šire glazbene scene koji je s drugom stranom spektra u neizbježnom suodnosu. Utoliko, dok koncept *undergrounda* možda nestaje iz javnog diskursa, njegova afirmacija u znanstvenom kontekstu dobiva dodatno na važnosti. U tom pogledu, koncept *undergrounda*, ali i granične zone i *mainstreama*, omogućuje nam da sagledamo glazbenu scenu njezinoj cjelovitosti, uzimajući u obzir promjenu kao dio dinamičnog odnosa.

Važnost vrijednosnih aspekata pripadnika *undergrounda* ponajviše se očitovala u elementima prelaska iz jednog dijela spektra u druge dijelove. Odbijanje daljnjeg razvoja aktivnosti izvođača s ciljem zadržavanja unutar *underground* scene te distanciranje od ikakve bliskosti s

mainstreamom ukazuje na to kako i sama *underground* scena posjeduje elemente strukture koji ju čine koherentnom cjelinom. Na kraju, sukob *underground-mainstream* donekle podsjeća na sukob kolektivno orijentiranih vrijednosti i kapitalističkih vrijednosti koje se istovremeno natječu i surađuju, dok most između i dvoje postoji kroz graničnu zonu. Nadalje, nedostatak snažnijeg financijskog aspekta *undergrounda* može se interpretirati kao slabost same scene – nedovoljno resursa za kvalitetniju opremu, nedostatak vremena i sredstava za stvaranje inovacije ili organizaciju turneja, ali istovremeno čini jedan od ključnih elemenata koji je pomogao *underground* sceni da se održi tijekom pandemije COVID-19. Zato što financijski aspekt nikad nije bio toliko snažno naglašen, pandemija COVID-19 nije uspjela toliko uzdrmati *underground* glazbenu scenu u Zagrebu.

Utoliko, *underground* glazbena scena u Zagrebu ponajviše služi kao sjecište različitih supkulturnih izražaja, ali istovremeno posjeduje vlastite elemente strukture kao što su razrađen sustav vrijednosti, snažan naglasak na DIY etiku, horizontalnost odnosa i niska razina hijerarhijskog ustroja. Upravo njena struktura ključni je razlog zašto *underground* ostaje relevantan pojam oko kojeg se okupljaju različite supkulture, omogućavajući kulturne prijenose između istih, ali i prema van, u graničnu zonu ili čak u *mainstream*.

Međutim, šire društvene posljedice tek se trebaju iskazati. Distanciranje mladih od *undergrounda* kroz vrijeme izgubljeno tijekom pandemije, nestabilna ekonomska situacija ne samo na državnoj, nego i na europskoj i globalnoj razini i zabrinjavajuća demografska kretanja tek su neki od čimbenika koji će izvršiti utjecaj na mogućnosti i karakter *undergrounda*, ali i glazbene scene općenito.

7. ZAKLJUČAK

Nalazi empirijskog istraživanja ukazali su na zastarjelost načina promatranja *undergrounda* u jednostavnoj dihotomiji *underground-mainstream*, a otvorilo je mogućnost definiranja *undergrounda* kao spektra *undergrounda-granična zona-mainstream*. Takva nova konceptualizacija pruža nam da dinamičko promatranje kulturnih karakteristika na svim razinama spektra, uvažavajući sve uključene aktere, njihove odnose, sustave vrijednosti, ali i efekte šireg društvenog konteksta na razvoje u stvaranjima socijalnih struktura koje

omogućavaju glazbenom izražaju da se afirmira. Također, sociološka teorija i metodologija iskazale su se kao iznimno povoljan okvir koji nam može pružiti uvid nijanse dinamike agencije pojedinaca i skupina koje sačinjavaju *underground* glazbenu scenu. Dok nalazi istraživanja snažno rezoniraju s postavkama iznesenim u teorijskom okviru, posebno se ističe model kojeg iznosi Graham (2012). Njegovih šest točaka jasno su se iskazale tijekom predstavljanja nalaza što upućuje na primjenjivost modela na različita socio-kulturna okruženja. Takav teorijski model predstavlja kvalitetan oslonac za buduća istraživanja koja se mogu fokusirati na neke od specifičnih točaka, proučavajući tako fokusiranije i detaljnije pojedine aspekte *underground* glazbene scene.

Svakako, daljnja istraživanja su iznimno poželjna. Provedba sličnih istraživanja u drugim urbanim centrima te njihova međusobna komparacija pružila bi zanimljiv uvid u lokalne specifičnosti pojedinih *underground* scena, obogaćujući uvide i o *mainstream* sceni i o graničnoj zoni istovremeno što obogaćuje shvaćanje razvoja trendova i motiva u glazbenoj industriji kao cjeline. S druge strane, etnografske metode proučavanja načina života pojedinih supkultura, njihovih temeljnih obilježja, sličnosti i razlika zasigurno bi razjasnile postojeće nejasnoće po pitanju karakteristika različitih skupina te njihovog međuodnosa. Buduća istraživanja potencijalno bi mogla pružiti uvid u specifičnije karakteristike granične zone, ali i drugih, trenutno nevidljivih dijelova čitavog spektra, čije otkrivanje može dodatno produbiti naše spoznaje društvenih i humanističkih znanosti o tome kako glazba utječe na živote pojedinaca i grupa te kako ti pojedinci i grupe ponovno oblikuju glazbene izražaje pod utiskom širih društvenih okolnosti.

Underground glazbena scena u Zagrebu trenutno stoji čvrsto na zemlji, ali potrebno je stalno imati na umu širi društveni kontekst, prilike i neprilike koje iz njega proizlaze, a koji će se zasigurno reflektirati na samu scenu. Poznavanje same scene i njezine unutarnje dinamike ključno je kako bismo mogli adresirati upravo onaj društveni kontekst u kojeg je scena ukorijenjena što pruža znanje ne samo o glazbenoj sceni, već i o širim društvenim uvjetima. Sociologija sa svojim zasebnim granama, ali i ostale društveno-humanističke znanosti imaju priliku pružiti takvo znanje.

POPIS LITERATURE

1. Arzenšek, M. (2016). *Underground vs. Mainstream cultural production – valorizing the underground and ethnographic research on underground electronic dance music movement*. Erasmus School of History, Culture and Communication.
2. Baker, G. (2011). Cuba Rebelión: underground music in Havana. *Latin American Music Review*, 32(1), 1-38.
3. Bakrania, F. (2013). *Bhangra and Asian underground: South Asian music and the politics of belonging in Britain*. Duke University Press.
4. Belle, C. (2014). From Jay-Z to Dead Prez: Examining representations of Black masculinity in mainstream versus underground hip-hop music. *Journal of Black Studies*, 45(4), 287-300.
5. Bennett, A., & Guerra, P. (Eds.). (2018). *DIY cultures and underground music scenes*. Routledge.
6. Bestvina Bukvić, I., Mihaljević, M., & Tokić, I. (2015). Kulturna politika i utjecaj zakonskog okvira na financiranje kazališta. *Pravni vjesnik: časopis za pravne i društvene znanosti pravnog fakulteta Sveučilišta JJ Strossmayera u Osijeku*, 31(3-4), 147-166.
7. Bežovan, G. (2003). Zakonski, politički i kulturni okvir za razvoj civilnog društva u Hrvatskoj. *Revija za socijalnu politiku*, 10(1), 23-44.
8. Borovac-Pečarević, M. (2014). Perspektive razvoja europske kulturne politike: interkulturni dijalog i multikulturalnost. *Zagreb: AGM*.
9. Butkovic, A., & Rancic Dopudj, D. (2017). Personality traits and alcohol consumption of classical and heavy metal musicians. *Psychology of Music*, 45(2), 246-256.
10. Charrieras, D., & Mouillot, F. (Eds.). (2021). *Fractured scenes: underground music-making in Hong Kong and East Asia*. Springer Nature
11. Chronopoulos, T. (1997). *A cultural history of punk, 1964-1996*. San Jose State University.
12. Cohen, A. (1955.). *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. Illinois: The Free Press of Glencoe.

13. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
14. Ćurko, B. (2021). Utjecaj glazbe na kvalitetu života–primjer heavy metal glazbe. *Studia Polensia*, 10(1), 59-72.
15. Graham, S. (2012). *Notes from the underground: a cultural, political, and aesthetic mapping of underground music* (Doctoral dissertation, Goldsmiths, University of London).
16. Green, L. (1999). Research in the sociology of music education: Some introductory concepts. *Music Education Research*, 1(2), 159-170.
17. Halužan, T. (2020). “Tko će, ako ne mi sami?”: primjenjivost DIY koncepta na primjeru suvremene kantautorske scene u Zagrebu. *Narodna umjetnost*, 57(2), 79-105.
18. Juričić, T. (2017). Utjecaj radničke klase i socijalizma na punk pjesništvo u SFRJ. *Jat: časopis studenata kroatistike*, 1(3), 83-105.
19. Krnić, R. (2012). Women and Gender Roles in Post-Subcultural Theory: Example of Rave Culture. *Društvena istraživanja*, 21(4), 885-900.
20. Krnić, R. (2013). Ples i upotreba droga kao značenjske prakse u sociologiji rave-kulture. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 51(1 (195)), 91-107.
21. Luo, M., & Ming, W. (2020). From underground to mainstream and then what? Empowerment and censorship in China’s hip-hop music. *Critical Arts*, 34(6), 1-12.
22. Morgan, C. (2015). Punk, DIY, and anarchy in archaeological thought and practice. *AP: Online journal in public archaeology*, (5), 123-146.
23. Novalić, F. (2005). Moć i podčinjavanje. *Polemos: časopis za interdisciplinarna istraživanja rata i mira*, 8(15-16), 239-263.
24. Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods*. sage.
25. Perasović, B. (2002). Sociologija subkultura i hrvatski kontekst. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 11(2-3 (58-59)), 485-498.
26. Perasović, B. (2013). Teorijske implikacije empirijskog istraživanja punk-scene u Hrvatskoj. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 22(3), 497-516.

27. Piepmeier, A (2009.) *Girl Zines: Making Media, Doing Feminism*. New York University Press: New York.
28. Todorović, M. (2004). *The underground music scene in Belgrade, Serbia: a multidisciplinary study* (Doctoral dissertation)
29. Turley, A. C. (2001, December). Max Weber and the sociology of music. In *Sociological Forum* (Vol. 16, No. 4, pp. 633-653). Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers.
30. Yinger, J. M. (1960). Contraculture and subculture. *American sociological review*, 625-635.

Elektronički izvori:

1. Službena stranica AKC(2022). Dostupno na URL: <https://attack.hr/o-attacku/> (27.6.2022.).
2. Službena stranica Hrvatskog društva skladatelja (2022). Dostupno na URL: <https://www.zamp.hr/o-nama/ovo-je-hds-zamp/pregled/439/tko-smo-mi> (27.6.2022.).
3. Domestika (2022). *What is a fanzine?* Dostupno na URL: <https://www.domestika.org/en/blog/3646-what-is-a-fanzine> (27.6.2022.)

SAŽETAK

Underground glazbena scena u Zagrebu – kvalitativno istraživanje

Cilj ovog rada jest otkriti ključne karakteristike *underground* glazbene scene u Zagrebu: na kojim lokacijama se ona odvija, koji su njezini ključni akteri, kakve su osobne motivacije i sustav vrijednosti njezinih aktera te opisati u kakvom su konceptualnom odnosu pojmovi *undergrounda* i *mainstreama*. Svrha rada jest primarno eksploratorna: istražiti i nadopuniti postojeću prazninu u spoznajama o tome što je zapravo *underground* te što poimanje *undergrounda* zapravo označava u kontekstu Zagreba. Tako ćemo ponuditi definiciju *undergrounda* te uz pomoć termina teorije supkultura i teorijskih modela koji opisuju temeljne karakteristike *undergrounda*, smjestiti proučavani fenomen u širi društveni kontekst. Empirijski podaci se temelje na 21 provedenom intervjuu s istaknutim akterima scene. Utoliko, uzorak intenziteta odabran je kao adekvatan tip uzor. Teme koje su se ispitivale su: odnos *undergrounda* i *mainstreama*, odnos *undergrounda* i popularnosti, karakteristike zagrebačke *underground* glazbene scene, *underground* kao zajednica/grupa, financijsko-legalni okvir djelovanja te utjecaj pandemije COVID-19 na *underground* scenu. Dobiveni podaci su obrađeni tematskom analizom, postupkom tematskog kodiranja koristeći deskriptivne i *in vivo* kodove. Neki od ključnih zaključaka su da je dihotomija *underground-mainstream* zastarjela barem u slučaju šireg socio-kulturnog konteksta Zagreba, te da se ti pojmovi mogu promatrati kao spektar koji sadrži graničnu zonu, koja kao treća sastavnica služi vrši funkciju prijelaza iz jednog dijela spektra u drugi. Rezultati empirijskog istraživanja upućuju kako je *underground* glazbena scena zapravo mreža mjesta umjetničkog izražaja koji se temelji na zajedništvu i suradnji, a okuplja se oko glazbe koja nije uvjetovana postojećim konvencijama i pravilima. Kao takav, *underground* posjeduje elemente zajednice i može se smatrati načinom života čije su vrijednosti sloboda, kreativnost, entuzijazam i aktivni angažman te *do-it-yourself* etika. *Underground* glazbena scena u Zagrebu ponajviše služi kao sjecište različitih supkulturnih izražaja, ali istovremeno posjeduje vlastite elemente strukture.

Ključne riječi: *underground*, *mainstream*, glazbena scena, supkulture, Zagreb

SUMMARY

Underground Music Scene in Zagreb – Qualitative Research

This paper aims to define the key characteristics of the Zagreb underground music scene: the locations where it takes place, key actors, types of personal motivations and value system of those actors and to describe the conceptual relationship between underground and mainstream. Thus, this paper is primarily of exploratory nature: to investigate and reduce the gap in the understanding of the concept of underground, and what is the meaning of underground in the context of Zagreb. This way we can offer the definition of underground using the terms of subculture theory and other theoretical models which describe the basic characteristics of underground, placing the studied phenomenon into the broader social context. The empirical data is based on 21 conducted interviews with the prominent actors of the scene. Therefore Intensity sample was chosen as adequate type of sample. Themes that were examined are: the relationship of underground and mainstream, the relationship of underground and popularity, the characteristics of the Zagreb underground scene, underground as a community/group, the financial/legal frame of activity and the impact of the COVID-19 pandemic on the underground scene. The obtained data was analyzed using thematic analysis framework, following the rules of thematic coding and using descriptive as well as *in vivo* coding. Some of the key conclusions are that the underground-mainstream dichotomy is obsolete at least in the broader Zagreb socio-cultural context, and that these terms can be rather observed as a spectrum that contains a border zone which as a third component functions as a transition from one part of the spectrum to the other. The results of the empirical research indicate that the underground scene is in fact a network of places of artistic expression based on companionship and cooperation, and is gathered around music which is not bound by the existing conventions and rules. Described as such, the underground music scene in Zagreb contains the elements of a community and can be considered a type of a lifestyle whose values are freedom, creativity, enthusiasm, active engagement and do-it-yourself ethics. The Zagreb underground scene serves mostly as an intersection of different subcultural expressions, while simultaneously containing its own structural elements.

Keywords: underground, mainstream, music scene, subculture, Zagreb

ZAHVALE

Ovim putem autori rada žele se zahvaliti svima koji su sudjelovali u intervjuima, pružajući svoj bogat i neprocjenjiv uvid u tematiku. Vaše riječi, misli i ideje neiscrpan su izvor inspiracije i motivacije da se nastavimo baviti proučavanjem ove izrazito zanimljivog područja. Autori se također žele zahvaliti mentoru doc. dr. sc. Krešimiru Žažaru koji nas je svojim savjetima i sugestijama uz mnogo strpljenja usmjeravao kroz čitav proces provođenja istraživanja. Na kraju, autori se žele zahvaliti svima, prijateljima i kolegama, koji su na bilo koji način doprinijeli nastanku ovog istraživanja, bilo savjetima, kritikama ili toplim riječima podrške.