



Hrvatska glazba i regija (6. dio) – Kad prihvatimo tržište, prihvatit ćemo sebe

29/11/2022 — Zoran Stajčić

Zadnji dio feljtona fokusiran je na šire glazbene ukuse, a time i da se od glazbenog ukusa treba napraviti distinkcija koja dolazi iz sfere politike, jer dugogodišnja praksa sertoniziranja glazbe i istoka je donijela fenomen 'zabranjenog voća' koji je stvorilo razarajući kontrafekt u hrvatskom kulturnom prostoru.

Share 33



3030NA U BODALDOU (FOTO: VEJHAN METELKO)

Ovaj feljton započeo je temom o dolasku Billboard Croatia Songs top liste, a zadnji dio upućuje na to da bi mu se trebalo načas vratiti jer ovu 2022. ćemo svakako trebati zapamtiti kao godinu bitne promjene u percepciji, što će se odraziti i na našu glazbenu budućnost. I to na bolje. Evo i zašto...

Smirile su se tenzije prvotnog šoka zbog podataka koje je donio taj segment Billboarda koji mjeri glazbene navike publike u Hrvatskoj, no ono što je daleko bitnije je da je unutar svega jedne kalendarske godine afirmirana cijela scena koja tendira tome da znatno mainstream. Kolokvijalno govoreći, o hrvatskoj trap sceni se jako malo znalo prije pojave Billboard Croatia Songs liste. Pripada li ogranku hip–hopa ili su to neki 'gizdani' pokušaji da se panja izvodačima sličnog izražaja iz susjednih balkanskih zemalja bilo je manje bitno od pitanja: postoji li uopće?

Nakon što je BCS počeo neumorno na tjednoj bazi javno izbacivati podatke o trendovima glazbene konzumacije, slika se brzo počela kristalizirati. Počeli su iskakati neki novi domaći akteri – i oni koji su u tome već više godina 'ispod radara' kao i oni novo pridobili. U istoj godini je i jedan festival Drito iz Tvornice (koji je okupljao tu scenu) dobio i svojih junier verzija Lil Drito i to jednako dobro posječeno. Zatim su krenule i glazbene slušaonice koje rpadno grabe prema sve većim klupskim prostorima, a s njima i raslojavanje na one koje 'vrte samo hitove' i one underground karaktere. Dakle, sve to u manje od godinu dana, a treba uzeti u obzir da je Hrvatska zadnji takav sličan probaj novog trenda doživjela krajem prošlog i početkom novog milenija u doba ekspanzije elektroničke plesne scene i rave partyja, tj. prije dvadeset godina.

I mainstream i underground određuje broj onih koji ih konzumiraju, a ne oni koji provode aktivno ili pasivno političko djelovanja iz inata prema nekome ili nečemu.

Dušebrtznici vjerojatno još uvijek misle da taj hrvatski trap raste iz zasada srpskog ili bosanskog trapa, ali se pokazalo da nije tako i da tu postoji prepoznatljiv lokalni štih jer se jednostavno radi o takvom žanru kojeg publika upravo i prihvaća zbog lokalnog štiha koji korespondira unutar daleko većeg globalnog trenda.

Naime, kompanija Luminate kao pružatelj podataka o prodaji glazbe je u seriji svojih ovogodišnjih webinara na iznizila predikcije očekivanog rasta popularnosti određenih scena i žanrova. U njihovim globalnim predviđanjima su sljedeći trendovi:

- Latin pop, koji je do te mjere postao globalni fenomen da se predviđa i rast popularnosti indie latin popa
- Afrobeats (nikako ne miješati s pojmom *afrobeat*), riječ je o nazivu koji objedinjuje novu afričku scenu čija popularnost rpadno raste, također globalno
- K–Pop, dalje daljnja ekspanzija južno-korejske scene
- Dance pop, dominantan žanr u Europi, ali se prelio i u SAD. Riječ je o deriviranoj verziji EDM–a pogodnoj i za radijske formate
- Lokalni hip–hop (tj. trap) formati

Ako smo svjesni tih službenih predikcija koje dolaze iz tvrtke sa sjedištem u SAD–u onda bi trebalo biti jasno da je svaki oblik neke medijske hajke, u smislu da hrvatski klinci kopiraju srpske klince, nije ništa drugo već obično somnambulo bulažjenje.

Dakle, 'naši klinci' su itekako 'prilitekani na svijet' i globalne trendove jednako kao što su bile i generacije prije njih. Stoga, opet treba ponoviti da je 2022. donijela to da se u Hrvatskoj afirmirala scena čiji rast se očekuje po globalnim parametrima. Ista takva scena postoji u svim zemljama oko Hrvatske (kao i u svijetu) i ne postoji tu nikakva zavjerenička penetracija istočnih utjecaja iz čega se jedino može izroditi novi level somnambulnog bulaženja u kojem bi se namovo izrazno mitala prazna slama i stvaralo ozračje 'zabranjenog voća' kojeg konzumiraju Hrvati'.

A u biti se samo radi o tome da mlada domaća populacija prati globalni glazbeni trend na jezicima koje razumiju, tj. onima koji se govori u našem okruženju i o tome da su neki iz susjedstva prije i uspješnije uskočili u taj trend, ali i da tako ne mora i ostati jer postoji ista takva hrvatska scena koja bi po logici stvari svakim danom trebala biti sve manji medijski talac 'istoka'.

Nije čak ni toliko bitno hoće li trap postati apsolutni hrvatski mainstream koliko je bitno da ga ne treba sputavati u tržišnoj utakmici, što nije ništa drugo već pucanje u noge vlastitim kreativcima. Nebitno je i što se ovaj portal ne bavi pretjerano mainstreamom, no mainstream je izuzetno bitan, jer ako on nije jasno definiran (u smislu da je možda instaliran izvan tržišnog modela), onda svi drugi oponenti, tj. underground, obični gube smisao. Mainstream je uvijek činjenica, a ne bilo čija projekcija što bi trebao biti.

I mainstream i underground određuje broj onih koji ih konzumiraju, a ne oni koji provode aktivno ili pasivno političko djelovanja iz inata prema nekome ili nečemu. To se uistinu ne treba doticati bilo čijeg glazbenog ukusa, time posredno i slobode stvaralaštva.

Alati tržišta u digitalnom dobu postali su dostupni i precizni kao nikad prije do sada. Oni jasno otkrivaju vrline i mane, a time i mogućnosti poboljšanja. Jedino nam izloženo raznim vrstama indoktrinacije stoji na putu da prihvatimo tržište. Kad prihvatimo tržište, prihvatit ćemo sebe, ali napraviti i onaj daleko važniji korak, a to je stvoriti preduvete da kreativnost izade u prvi plan. A dosad se pokazalo da smo izuzetno kreativna sredina, obzirom na to koliko nas se često gramatira glupostima.

Kraj feljtona



Hrvatska glazba i regija – Billboard kao tržišno detektiranje problema

Hrvatska scena je po prvi put od osamostaljenja države dobila vrijedni alat mjerenja navika hrvatskih glazbenih konzumenata: zahtjevniji glasopisima Hrvatske disko-glazbene utjecaja čia američki Billboard u svoja glasovita analitičku listu uključio i Hrvatsku. Prvogodišnji rok početkom godine kada je 'omn na bijelom' objavljeno što konzumira hrvatska publika, tj. da je to velikom većinom glazba iz Srbije i BiH.

ravnododna



Hrvatska glazba i regija (2. dio) – kako je bilo u ratu i poraću devedesetih

Drugi dio feljtona 'Hrvatska glazba i regija' kreće u prošlost u potrazi za odgovornima vezanima za plasman Hrvatske glazbe, tj. praksama i potezima koji su je u to vrijeme činili zanimljivom i primamljivom domaćoj publici u puno većoj mjeri nego što je to slučaj danas.

ravnododna



Hrvatska glazba i regija (3. dio) – krenuti na zapad ili na istok?

Treći dio feljtona bavi se sudbinskim pitanjem: gdje se nalazi izvorno tržište za hrvatsku glazbu, tj. treba li težiti probuju na zapadna tržišta ili bi bilo bolje okrenuti se istočnim susjedima gdje je hrvatska glazba poznata, razumljiva i nosi svoju kulturnu prepoznatljivost.

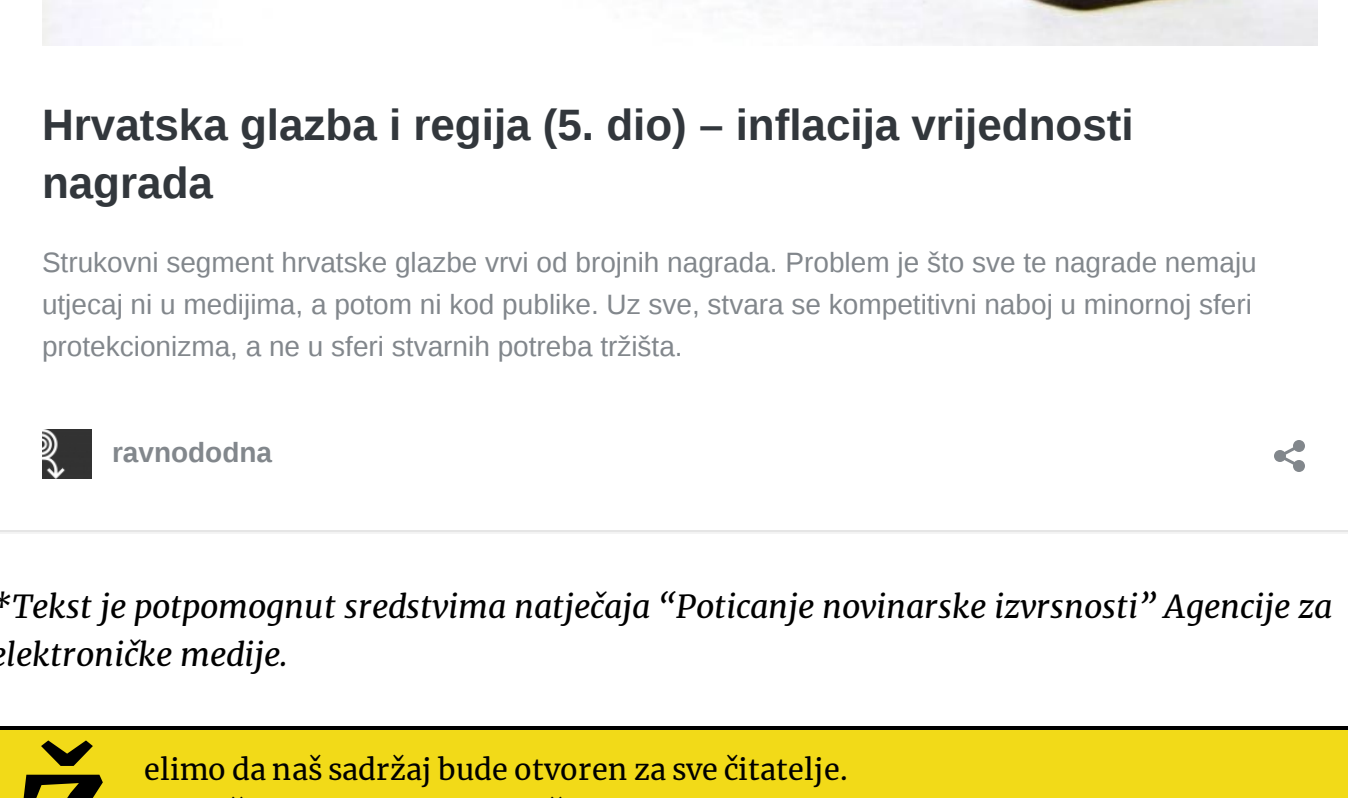
ravnododna



Hrvatska glazba i regija (4. dio) – kad će završiti rat?

Četvrti dio feljtona bavi se problematikom u kojoj mjeri na današnje glazbene i poslovne strategije utječe propagandna zaroblavarska rata koji se vođo na ovim prostorima. Konkretno koliko takvo ozračje omogućuje razvoj hrvatske glazbe u traženju novih potencijal tržišta na teritorija bave države.

ravnododna



Hrvatska glazba i regija (5. dio) – inflacija vrijednosti nagrada

Strukovni segment hrvatske glazbe vrši od brojnih nagrada. Problem je što sve te nagrade nemaju utjecaja ni u medijima, a potom ni kod publike. Stoga, stvar se kompetitivno natbu u misionoj stari protokolonizma, a ne u stari stvarnih potreba držite.

ravnododna

*Teksti je potpomožut sredstvima natječaja "Poticanje novinarske izvrsnosti" Agencije za elektroničke medije.

Željimo da naš sadržaj bude otvoren za sve čitatelje i za našeg radu ne stoji distinkcija ili vascisti milijarderi. Vjerujemo u kvalitetno novinarstvo. Vjerujemo u povjerenje čitatelja koje ne želimo nikad iznevjeriti. Cijena naše neovisnosti uvijek je bila visoka, ali vjerujemo da je vrijedno truda ižgraditi integritet kvalitetnog specijaliziranog medija za razliku na ovim prostorima. Stoga, svaki doprinos, bez obzira bio velik ili mali, čini razliku. Podržite Ravno Do Dna donacijom već od 1 kune.

| | | | | | |
|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| Hvala vam. | | | | | |
| 1,00 HRK – 0,13 € | 5,00 HRK – 0,66 € | 10,00 HRK – 1,33 € | 20,00 HRK – 2,65 € | 50,00 HRK – 6,64 € | 100,00 HRK – 13,32 € |
| | | | | | 200,00 HRK – 26,54 € |

Donacije su omogućene putem sustava msbielpaymentsgateway.com. Podržane sheme mobilnih plaćanja: KEKS Pay, Alreash, Settle, kriptovalute

PayPal

0 Comments Sort by: Oldest

Add a comment...

Facebook Comments Plugin

Share 33

TEMA: GLAZBA HRVATSKA GLAZBA I REGIJA

PROČITAJ JOŠ

- 30/11/2022** **PDV Records za svoj 9. rođendan pripremio 11 novih izdanja**
- 30/11/2022** **Cinkuši imaju 'Ptičkovu svadbu'**
- 30/11/2022** **Sassja predstavlja novi singl i spot 'Znam'**

Zoran Stajčić ZADNJE OBJAVE

Morrissey kaže da je već napisao 'nastavak' novog albuma 'Bonfire Of Teenagers'

Hrvatska premijera višestruko nagrađivanog filma 'In Vino Veritas'

ZADNJE DO IZVJEŠTENJE

- Abecedna playlista: Studeni 2022.** Donesimo novu playlistu od 26 pjesama od kojih svakoj naziv počinje jednim
- The Comet is Coming vs. Saksophone** Usporedna recenzija dvaju albuma koje su ove jeseni objavila dva trija; jedan
- Velika vinovina akcija: Pomagajte grupi Saine da snimi video spot!** Ravno do dna je nepu u akciji pomoći nezavisnim glazbenicima. Ovog tjedna
- Niels Lan Doky (Jazz/Trikes Supergroup) – čavjak koji je oformio vrhunski sastav u kojem su svi članovi zvijezde** Niels Lan Doky je voda Jazz/Trikes Supergroupa koji će danas 7. studenoga
- Benjamin Clementine 'And I Have Been' – varijacije na temu** Pjesme ipak u većoj mjeri donose nešto što je rijetko tako osim

ARHIVA: Odaberi mjesec

KONTAKT: Nakladnik portala: Udruga Jedna nova poruka Zagreb; Uredništvo: urednistvo@ravnododna.com; Glavni urednik: zoran.stajcic@ravnododna.com

O NAMA: Portal Ravno do dna pokrenut je 26. ožujka 2011. godine. Sama ideja se u gljavama trojice frustriranih pregigalaca u korporativnosti mediju rodila koji mjesec ranije, na redovitom ručku u gostionici s gotovim jelima negdje na Remetinečkoj cesti.

IMPRESSUM: Ravno do dna – Magazin pop kulture; ISSN 1828-8331; Uredništvo: Glavni urednik: Zoran Stajčić; Zamjenik glavnog urednika: Marko Podrug; O kolačima / pravilo privatnosti

Tražilica

Share 33

Facebook Comments Plugin

Share 33