

Mali nezavisni glazbeni prostori i njihova održivost

Bulaja, Irma Vicula

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Academy of Music / Sveučilište u Zagrebu, Muzička akademija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:116:211958>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Academy of Music University of Zagreb Digital Repository - DRMA](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU MUZIČKA AKADEMIJA

II. ODSJEK

IRMA VICULA BULAJA

**MALI NEZAVISNI GLAZBENI PROSTORI
I NJIHOVA ODRŽIVOST**

DIPLOMSKI RAD



ZAGREB, 2024.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU MUZIČKA AKADEMIJA

II. ODSJEK

MALI NEZAVISNI GLAZBENI PROSTORI
I NJIHOVA ODRŽIVOST

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Mojca Piškor

Studentica: Irma Vicula Bulaja

Ak. god. 2023./2024.

ZAGREB, 2024.

DIPLOMSKI RAD ODOBRILO MENTORICA

doc. dr. sc. Mojca Piškor

Potpis

U Zagrebu, 20. rujna 2024.

Diplomski rad obranjen 30. rujna 2024. ocjenom _____

POVJERENSTVO:

1. dr. sc. Tanja Halužan _____

2. doc. dr. sc. Mojca Piškor _____

3. doc. dr. sc. Jelka Vukobratović _____

OPASKA:

PAPIRNATA KOPIJA RADA DOSTAVLJENA JE ZA POHRANU KNJIŽNICI MUZIČKE AKADEMIJE

Sadržaj

Uvod	1
1. Glazba i prostor: definiranje parametara istraživanja	5
1. 1. Što prostor čini glazbenim?	5
1. 2. Tipologije glazbenih prostora	6
1. 3. Alternativna ili nezavisna kultura? Alternativni ili nezavisni glazbeni prostori?	9
1. 4. Voditelji i promotori	13
1. 5. O vrijednost malih nezavisnih glazbenih prostora	17
1. 5. 1. Uloga malih glazbenih prostora u ekosustavu glazbe uživo	18
1. 5. 2. Ekonomska vrijednost malih glazbenih prostora	19
1. 6. Problemi malih nezavisnih glazbenih prostora	20
1. 7. Mehanizmi zaštite malih nezavisnih glazbenih prostora	26
2. Mali nezavisni glazbeni prostori u Zagrebu: četiri studije slučaja	30
2. 1. Autonomni kulturni centar Attack	30
2. 1. 1. Motivacija i samoreprezentacija	32
2. 1. 2. Struktura organizacije	33
2. 2. Brvnara	36
2. 2. 1. Motivacija i samoreprezentacija	39
2. 2. 2. Struktura organizacije	40
2. 3. Kulturni centar Multimedija	41
2. 3. 1. Motivacija i samoreprezentacija	43
2. 3. 2. Struktura organizacije	44
2. 4. Pločnik	46
2. 4. 1. Motivacija i samoreprezentacija	49
2. 4. 2. Struktura organizacije	50
3. Analize poslovanja i održivosti	52
3. 1. Analiza vanjskih čimbenika	54
3. 1. 1. Politički čimbenici	54
3. 1. 2. Ekonomski čimbenici	55
3. 1. 3. Društveni čimbenici	56
3. 1. 4. Tehnološki čimbenici	57
3. 2. Analize unutarnjih čimbenika	58
3. 2. 1. AKC Attack i Pločnik	59
3. 2. 2. Kulturni centar Multimedija	62
3. 2. 3. Brvnara	65
Zaključak	68
Literatura i izvori	70

Sažetak

U ovom radu se kroz četiri studije slučaja malih nezavisnih glazbenih prostora u Zagrebu, Attack, Brvnara, Kulturni centar multimedija i Pločnik pokušava odgovoriti na pitanje što takve klubove čini održivima. Rad se sastoji od pregleda literature i definiranja pojmova vezanih uz nezavisnu kulturu, te definiranja različitih aspekata vrijednosti malih nezavisnih glazbenih prostora. U drugom dijelu (studijama slučaja) opisani su prostori i njihovi modeli i strukture organizacije. Treći, analitički dio donosi zaključke vezane uz različite razine uspješnosti pojedinih prostora te sagledava vanjske i unutarnje čimbenike koji utječu na njihovu održivost kroz analitičke alate poput SWOT i PEST analize. U završnom dijelu donosi ključne čimbenike koji izdvajaju uspješnije od manje uspješnih prostora, te je ideja rada da na neki način pomogne organizatorima razumjeti kako izvući najbolje iz malog nezavisnog glazbenog prostora.

Ključne riječi: mali nezavisni glazbeni prostori, održivost nezavisne kulture, mali glazbeni klubovi, nezavisna glazbena scena u Zagrebu

Abstract

This paper examines the sustainability of small independent music venues through four case studies in Zagreb, Croatia: Attack, Brvnara, Kulturni centar multimedija, and Pločnik. The work consists of a literature review in which tries to define various terms related to independent culture, as well as different aspects of the value of small independent music venues. In the second part, the case studies, the venues and their organizational structure and business models are described. The third, analytical section presents conclusions related to the different levels of success of the venues and explores external and internal factors that influence their sustainability using analytical tools such as SWOT and PEST. The final part outlines the key factors that distinguish the more successful venues from the less successful ones, with the aim of helping organizers understand how to get the most out of a small independent music venue.

Keywords: small independent music venues, sustainability of independent culture, small clubs, Zagreb independent music scene

Uvod

Važno je da imaš *plejs* di možeš napraviti svoju neku stvar. I sad ono... ako bude para bit će, a ako ne bude para... šta se sad tu može.

(Sanja Burlović, u razgovoru s I. B.)

Inicijalna ideja o istraživanju održivosti malih glazbenih prostora na kojem počiva ovaj rad proizašla je iz jednog od predavanja kolegija *Popularna glazba* na kojem smo se, razgovarajući o međuočnosu glazbe i prostora, dotakli i manje poznatih zagrebačkih prostora glazbe. Kao jedan od takvih prostora na satu je spomenuta i *Brvnara*. Kako sam u *Brvnaru* često izlazila—gotovo od samog početka do kraja njezinog djelovanja—s kolegicama sam podijelila vlastitu priču o njoj i pritom pomislila kako bi istraživanje o tom glazbenom prostoru moglo postati temom mojeg diplomskog rada. Ta je ideja još neko vrijeme, međutim, ostala samo ideja. Nedugo nakon toga u okviru programa ERASMUS+ mobilnosti studenata provela sam semestar studirajući na Sibelius akademiji u Helsinkiju, pohađajući nastavu različitih kolegija koji su dijelom smjera *Arts Management, Society and Creative Entrepreneurship*. Potaknuta iskustvima i znanjima koje sam stekla tijekom tog semestra odlučila sam odabrati novu temu diplomskog rada i započeti istraživanje o *Brvnari* u kojem sam etnografski pristup temi glazbe i prostora željela spojiti s analizom poslovanja i pitanjem održivosti. No, već nakon prvog razgovora s njezinim osnivačem, shvatila sam da studija slučaja *Brvnare*—zbog skromnih podataka o njezinu radu, kao i činjenice da je djelovala relativno kratko—neće biti dostatna za šire razumijevanje i pokušaj odgovora na složenija pitanja održivosti malih i nezavisnih glazbenih prostora koja su me u međuvremenu sve više intrigirala. Istraživanje sam stoga proširila na još tri zagrebačka glazbena prostora—*AKC Attack, Kulturni Centar Multimedija* i *Pločnik*. Tema je usko lokalizirana na Zagreb, usidrena u lokalne glazbene scene i stoga neizbježno ovisna o specifičnim gradskim i nacionalnim kulturnim politikama koje su obilježile razdoblje mojeg istraživanja. Zaključke koji proizlaze iz ovog istraživanja stoga nikako ne bismo mogli smatrati univerzalnim, ali usprkos tome oni—nadam se—mogu pružiti neke uvide koji su barem jednim dijelom usporedivi sa izazovima s kojima se osnivači i voditelji sličnih (malih,

nezavisnih) glazbenih prostora susreću u drugim gradovima u Hrvatskoj, Europi i ostatku svijeta.

Premda su u oblikovanju istraživanja i upoznavanju sa širom temom međuodnosa glazbe i prostora važno mjesto imali radovi etnomuzikologa i antropologa koji u pravilu počivaju na etnografskim metodama istraživanja konkretnih glazbenih prostora, njihovih značenja u lokalnim zajednicama i individualnim percepcijama pojedinaca koji su na različite načine uz njih vezani (Todorović i Bakir, 2005; Novak, 2008; Milioto Matsue 2009; Forbes, 2012; Verbuč, 2017), ovaj je rad u većoj mjeri fokusiran na različite aspekte svakodnevnog djelovanja, procese odlučivanja vezane uz mikropolitike i mikroekonomije te izazove "preživljavanja" i borbe za održivost u specifičnim uvjetima lokalne zagrebačke glazbene scene, odnosno ono što bismo mogli nazvati "praktičnom stranom priče" o malim nezavisnim glazbenim prostorima. Središnja pitanja koja su od početka istraživanja bila u mojem fokusu su: Može li mali glazbeni klub biti financijski samodostatan? Kolika je radna snaga potrebna za njegovo funkcioniranje? Što ako odgovornost pada samo na jednu osobu? Koje su strategije i mehanizmi vođenja glazbenog prostora? Zašto neke, naizgled slične organizacije, opstaju godinama, dok se druge gase nakon kratkog vremena? Što je sve potrebno za rad i opstanak malog glazbenog prostora? Pored toga što su ova pitanja bila središnjima za ovo istraživanje, potencijalni odgovori na njih zanimljivi su mi i na osobnoj razini, jer bih se u budućnosti rado i sama okušala u organizaciji glazbenih događanja i vođenju nekog glazbenog prostora sličnog onima obuhvaćenima ovim radom.

**

Pored uvodnog dijela u kojem donosim uvid u srodna istraživanja u međunarodnom kontekstu i zaključnog poglavlja, središnji dio rada čine četiri studije slučaja zagrebačkih nezavisnih glazbenih prostora—*AKC Attack*, *Brvnara*, *Kulturni Centar Mesnička (Multimedija)* i *Pločnik*. Istraživanjem sam nastojala steći uvid i provesti komparativne analize koje bi mogle ponuditi odgovore na temeljno istraživačko pitanje: što jedan mali, nezavisni ili alternativni glazbeni prostor (klub) čini uspješnim?, ali i produbiti ga daljnjim pitanjima: kako prostor u kojem se nalazi, model po kojem posluje, broj pojedinaca uključenih u njegovo vođenje, raspodjela poslova i odgovornosti, odnos prema radu, ali i vanjski faktori poput, primjerice,

gradskih i nacionalnih kulturnih politika, zakonodavnih okvira ili pak—sasvim praktično—susjedstva u kojem se nalazi utječu na rad i opstanak malog glazbenog prostora.

Premda sam u početnim fazama planiranja u istraživanje željela uključiti i druge zagrebačke glazbene prostore (poput, primjerice, klubova *Močvara*, *Glazbena kuća*, *Pogon Jedinstvo*, *Dva Osam*, *KSET* i drugih klubova koji djeluju u okviru Autonomnog kulturnog centra *Medika*), izbor sam u kasnijim fazama odlučila ograničiti na spomenuta četiri kluba. Najvećim je dijelom ta odluka proizašla iz vremena koje sam mogla posvetiti istraživanju i uobičajenog opsega diplomskog rada. No, s druge strane, ona je podjednako ovisila i o odluci da između šireg okvira za komparaciju koji bi nudilo uključivanje više prostora i dubljih uvida koje mogu steći fokusirajući se na manji broj prostora, odaberem potonje.

Četiri prostora koji su postali studijama slučaja u ovom istraživanju odabrala sam prema sljedećim kriterijima:

1. svi se prostori nalaze u Zagrebu;
2. u svakom od prostora jedna od temeljnih djelatnosti je organizacija izvedbi glazbe uživo;
3. prema definicijama kapaciteta publike i kvadrature (vidi poglavlje 1. 2.) moguće ih je klasificirati kao male glazbene prostore; i
4. sva su četiri prostora mjesta na koja sam redovito izlazila ili izlazim.

Jedna od središnjih istraživačkih metoda u ovom je radu bila metoda polustrukturiranog intervjua s osnivačima i/ili voditeljima klubova čiji je okvir osmišljen i proveden u tri tematske cjeline: a) motivacija za osnivanje kluba i pronalazak adekvatnog prostora; b) rad kluba, povijest djelovanja i aktivnosti s kojima se prostor bavi; te c) pitanja vezana uz poslovni model i financiranje. Kroz zimu i proljeće 2024. godine provela sam četiri intervjua s po jednim predstavnikom/predstavnicom svakog od četiri prostora: Vedranom Menigom, kreativnim direktorom i vlasnikom *Pločnika*; idejnim začetnicima, osnivačima i voditeljima *Kulturnog centra Mesnička (Multimedija)* (Zoran Drlić) i *Brvnare* (koji je želio ostati anoniman, te stoga u radu njegova kazivanja navodim pod pseudonimom "Marko"), te koordinatoricom i zastupnicom udruge *Autonomni kulturni centar (Attack)* Sanjom Burlović.

Osim kroz intervjue s osnivačima i voditeljima, podatke o djelovanju prostora prikupljala sam i virtualnim istraživanjem (na internetskim portalima i društvenim mrežama), kao i kroz postojeće publikacije posvećene njima. Za većinu prostora izravno promatranje sa sudjelovanjem tijekom samog istraživanja nije bilo moguće, budući da je za trajanja većine

mojeg istraživanja *AKC Attack* jedini aktivno djelovao. Za preostala tri kluba osnovne informacije i opise konkretnih prostora načinila sam pomoću podataka prikupljenih intervjuima, internetskih izvora i vlastitog insajderskog iskustva izlazaka, sviranja i boravka u njima u razdoblju koje je prethodilo početku istraživanja.

Rad je podijeljen u tri zasebne cjeline. Prvo poglavlje posvećeno je pokušaju definiranja osnovnih okvira istraživanja. Kroz sažeti pregled postojeće znanstvene i stručne literature obuhvaćam teme međuodnosa glazbe i prostora, nomenklature i tipologije glazbenih prostora, pitanja kriterija vrednovanja uloge malih glazbenih prostora, probleme s kojima se suočavaju u svom radu i potencijalna rješenja tih problema. Drugo poglavlje predstavlja četiri studije slučaja zagrebačkih nezavisnih glazbenih prostora kroz osnovne informacije i opise nužne za analizu i razumijevanje šireg pitanja njihove održivosti. U trećem poglavlju donosim komparativnu analizu četiriju prostora kroz razmatranje vanjskih i unutarnjih čimbenika, odnosno vanjskih mehanizama i unutarnjih odnosa koji utječu na njihovo svakodnevno funkcioniranje, ali i šira pitanja njihove (ne)održivosti. Rad završava zaključnim poglavljem koje rezimira rezultate istraživanja i predlaže moguće smjerove njegova potencijalnog proširenja u budućnosti.

1. Glazba i prostor: definiranje parametara istraživanja

1. 1. Što prostor čini glazbenim?

Bilo koje mjesto ili prostor—od parka, gradskog trga ili kafića, preko sportske dvorane, stana ili trgovačkog centra, do plaže ili šume—vrlo lako može postati (barem privremenim) glazbenim prostorom. Osnovni je uvjet pritom da se u njemu odvije izvedba glazbe uživo—uz sudjelovanje jednog ili više glazbenika koji u realnom vremenu stvaraju glazbu uz pomoć glazbenih instrumenata, tehnoloških pomagala poput zvučnika i mikrofona i/ili računala. Ipak, neki prostori vremenom postaju stalnim mjestom glazbenih događanja ili se pak ciljano grade kako bi bili prikladni za (javno) izvođenje glazbe. Često se i prostori koji nisu ishodišno predviđeni za glazbene nastupe prenamjenjuju i permanentno prilagođavaju glazbi, kao što je to slučaj sa svim prostorima koji su središtem ovog rada—*Attack* je smješten u prostoru bivše tvornice lijekova, *Brvnara* je nekoć bila skladište, *KCM* je prilagodio dva ugostiteljska lokala, a u prostoru *Pločnika* nekoć se nalazila trgovina mješovite robe.

Sâme zgrade, prema Danielu Silveru i Jonathanu Bunceu (2023) ne mogu nam ispričati priču, već to čine ljudi koji ih posjećuju i animiraju (usp. Silver i Bunce, 2023: 9). Glazbeni prostori, naime, nisu tek prostorije sa pozornicom, već društveni centri, kulturni inkubatori, ekonomski pokretači i mjesta stvaranja kolektivnog sjećanja (usp. Silver i Bunce, 2023: 7). Oni predstavljaju sidrišta glazbenih ekosustava i lokalne ekonomije, u njima se njeguje talent, pohranjuju sjećanja i privlače posjetitelji te tako postaju značenjski ispunjenim mjestima koja doprinose kulturnoj i društvenoj inovaciji (usp. Silver i Bunce, 2023: 36).

Koncerti popularne glazbe su kompleksni društveni fenomeni, sjecišta glazbe i ekonomije, dijeljenih rituala, užitaka i zadovoljstva publike i izvođača. Prema Royu Shukeru, koncerti pridonose stvaranju osjećaja zajedništva, potiču vrijednosti promovirane kroz glazbu i omogućuju izvođačima novčanu zaradu (usp. Shuker 2002: 49). Budući da glazbenici danas u najvećoj mjeri prihode ostvaruju nastupima na koncertima, festivalima i koncertnim turnejama, glazbeni prostori predstavljaju ključnu kariku u opstanku glazbenih scena i glazbenika, jer, nažalost, prihodi od prodaje glazbe i slušanja na *streaming* servisima (ako

izuzmemo sam "vrh" najpopularnijih zvijezda mainstreama popularnoglazbene produkcije) predstavljaju tek minimalnu zaradu.

1. 2. Tipologije glazbenih prostora

Prema Jonasu Westoveru (2018) glazbene je prostore (eng. *venues*)¹ moguće podijeliti na osam osnovnih tipova—prostore sakralne glazbe (*sacred music venues*); koncertne dvorane (*concert halls*); arene i stadione (*arenas and stadiums*); kazališta (*theaters*); festivale i sajmove (*festivals and fairs*); kafiće i klubove (*bars and clubs*); mjesta za ples (*venues for dancing*); i društvene prostore (*community venues*). Ono što razlikuje ove tipove prostora su repertoar, žanrovi i stilovi glazbe koji se u njima izvode, kao i njihov širi društveni utjecaj (usp. Westover, 2018). Tipovi mjesta međusobno se razlikuju prema funkciji, repertoaru, žanru i stilu glazbe koja se u njima izvodi te društvenom utjecaju.

Prostori sakralne glazbe često su ujedno i prostori vjerskih obreda, te su u pravilu ograničeni na izvođenje sakralne glazbe. *Koncertne dvorane* mahom su fokusirane na klasičnu glazbu i komercijalne izvedbe popularne glazbe. *Arene i stadioni* grade se prvenstveno kako bi se u njima održavali sportski događaji, no relativno se jednostavno prilagođavaju glazbenim izvedbama. U njima se, s obzirom na veličinu i kapacitet, održavaju komercijalni koncerti izuzetno popularnih glazbenika. Glazba je sveprisutna u *kazalištu*, bilo kao dio šire glazbenoscenske izvedbe ili pak isključivo glazbenih koncertnih izvedbi. *Festivali i sajmovi* najčešće su privremeni glazbeni prostori koji variraju žanrovski, veličinom i lokacijom. *Kafići i klubovi* opisani su u Westoverovoj klasifikaciji kao mjesta u kojima "glazbenici u usponu imaju priliku usavršavati svoja umijeća i biti primijećeni od strane publike, izdavačkih kuća i glazbenih kritičara" (Westover, 2018). *Prostori za ples* podrazumijevaju prostore u kojima publika ima priliku plesati uz glazbu, bilo da je glazba izvođena uživo ili reproducirana sa snimke. *Društveni prostori* često su višenamjenski prostori u kojima se odvija društveni život određene zajednice (poput, primjerice, domova kulture ili prostora mjesnih odbora), pa tako i glazbeni nastupi.

¹ Najbliži prijevod engleskog termina "venue" glasio bi "mjesto događanja", no kako u hrvatskom jeziku ne postoji uvriježen pojam koji bi bio točan prijevod ovog termina u radu koristim sintagmu "glazbeni prostor"—kako u vlastitom tekstu, tako i u prijevodima citata u kojima se u engleskom izvorniku pojavljuje ovaj termin.

Prostori kojima se bavim u ovom radu neka su vrst sjecišta potonjih triju Westoverovih tipova glazbenih prostora—svi imaju mogućnost naručivanja i konzumiranja pića, sjedeća mjesta, plesni podij, te naglasak na doprinos zajednici u kojoj se nalaze, bez obzira je li riječ o gradu Zagrebu, kvartu u kojem se nalaze ili pak neprostornim zajednicama vezanima uz različitih žanrove.

U studiji *Reimagining Music Venus: Toward New Models of Conservation and Innovation for Ontario's Live Music Spaces* posvećenoj lokalnim prostorima izvedbe glazbe uživo u Ontariu, Silver i Bunce uvode okvirnu podjelu glazbenih prostora na tri vrste:

1. Licencirani klubovi

- kafići ili noćni klubovi koji organiziraju izvedbe glazbe uživo i profitiraju od prodaje alkohola na događanjima, kapacitet ispod 1000 ljudi
- često se nazivaju i *grassroots* prostorima, u njima novi glazbenici često ostvaruju svoje prve nastupe
- nezavisni, for-profit, vode ih entuzijasti;

2. Koncertne dvorane i otvoreni prostori

- glazbeni prostori sa kapacitetom preko 1000 ljudi
- tradicionalne koncertne dvorane, veliki klubovi, sportske dvorane, vanjske pozornice
- veliki, komercijalni prostori, "rezervirani" za velike zvijezde i komercijalne nastupe;

3. *Do-It-Yourself* / netradicionalni prostori

- crkve, galerije, kulturni/društveni centri, parkovi, dvorišta... bilo koji prostor koji nema permanentnu pozornicu niti tehničku infrastrukturu za izvedbe glazbe uživo
- često se unajmljuju i koriste za jednokratne nastupe; tranzijentni
- mogu biti i namjenski prostori u kojima se nastupi održavaju redovito
- neprofitni prostori, skvotovi. (Silver i Bunce, 2023: 9)

Četiri prostora obuhvaćena ovim radom uklapaju se najbolje u prvu kategoriju, ali pritom postoji sjecište sa trećom kategorijom netradicionalnih prostora, budući da su svi zapravo prenamijenjeni u glazbeni prostor.

Još jedna postojeća nomenklatura i kategorija malih glazbenih prostora su *grassroots* glazbeni prostori. *Grassroots*² (eng. doslovno "korijeni trave") je pojam koji označava nešto fundamentalno, izvorno i bazično. Često se odnosi na glazbene klubove koji djeluju na

² <https://www.merriam-webster.com/dictionary/grassroots> (pristup 7. kolovoza 2024.)

izvorištu industrije sa vrlo jednostavnom organizacijom te uključuju *DIY* kulturu, mlade izvođače i organizatore i volonterski rad.

Čimbenici koji definiraju prostor kao *grassroots* prostor, prema definiciji koju nude *Arts Council England* i britansko Ministarstvo kulture, medija i sporta su sljedeći:

- glazbenici i publika ih smatraju *grassroots* prostorima;
- glavni fokus i smisao njihova djelovanja je kultura, u ovom slučaju glazba;
- prostori su glazbeni i vode ih glazbeni stručnjaci, uz popratne aktivnosti poput prodaje hrane, pića i *merchandise*-a;
- posluju s (financijskim) rizikom i gubitkom jer ugošćuju manje poznate i neprofitabilne glazbenike, ali na taj način doprinose vrijednosti lokalne kulturne scene;
- svojom prisutnošću pridonose ekonomiji noćnog života te inspiriraju lokalitet da postane i ostane muzikalan: pružaju priliku glazbenicima za nastup i publici za upoznavanje novih glazbenika, što bi bez takvih prostora bilo nemoguće;
- prilagođavaju se i umrežavaju s ostalim akterima unutar lokalne zajednice. (*Grassroots Music Venues*, 2015)

Povrh toga, *grassroots* glazbeni prostori podijeljeni su i po "veličini", odnosno kapacitetu, aktivnosti, broju zaposlenih i financijskoj dobiti na *male*, *srednje* i *velike*. Sve prostore³ obrađene u ovom radu mogli bismo svrstati u kategoriju *malog grassroots* glazbenog prostora, čije su karakteristike prema navedenom izvoru sljedeće:

- kapacitet ispod 350 posjetitelja;
- godišnje više od 144 događanja koja uključuju izvođenje glazbe uživo i stvaraju priliku za nastup od 180 glazbenika/bendova;
- nastupi "entry-level" (neafirmiranih) glazbenika, uz limitiran broj nastupa etabliranih glazbenika;
- od 3 do 10 zaposlenih (producent, majstor svjetla, majstor tona, konobari, zaštitari i sl.);
- značajan broj neplaćenih radnika i volontera;
- visok trošak održavanja u odnosu na nizak profit (*high running cost to capacity ratio*)
- malen ili nikakav potencijal za profit. (*Grassroots Music Venues*, 2015)

Definicija *grassroots* prostora koju donosi ovaj izvor navodi i koju infrastrukturu takvi prostori moraju posjedovati:

- fiksna ili privremena pozornica, odnosno prostor određen kao pozornica, koji sadrži barem dio infrastrukture potrebne za izvođenje glazbe uživo

³ Ako se fokusiramo isključivo na dati prostor, a ne na popratne aktivnosti organizacije unutar koje prostor djeluje (primjerice, *Pozitivan ritam*, festivali i *Pločnik*).

- prostor za publiku (sjedeca i stajaca mjesta), prostor za ton-majstora, akustički prilagođen prostor, mjesto za prodaju karata, garderobu za izvođače, vanjski prostor za oglašavanje (izlog za plakate), smještaj za noćenje glazbenika;
- mikseta, PA sistem i druga tehnička oprema: mikrofoni, monitori, reflektori, bubnjevi, drugi instrumenti i sl.;
- zapošljava sljedeće (ista osoba može odrađivati više pozicija): majstor tona, *booker*, promotor, blagajnik, menadžer pozornice, zaštitari;
- naplaćivanje ulaza na neke nastupe, promocija istih događaja: tisak karata i plakata, reklame za nastupe (online i tiskani mediji, plakati). (*Grassroots Music Venues*, 2015)

U znanstvenoj i stručnoj literaturi često se ističe činjenica da mali glazbeni klubovi, zbog inherentne komercijalne neisplativosti, teško pronalaze prostor po prihvatljivoj cijeni koji je u uporabnom stanju i ne zahtjeva prevelika ulaganja, a jednom kada ga i nađu, teško ga zadržavaju (usp. Cvek et al., 2013; Mrakovčić, 2015; Tonković i Pašalić, 2020; Abramović, 2023), što je i jednom od središnjih tema ovog rada.

1. 3. Alternativna ili nezavisna kultura? Alternativni ili nezavisni glazbeni prostori?

Pojam koji se često rabi kao epitet uz prostore srodne onima kojima se bavim u radu, kao i uz glazbu koja se uz njih asocira je pojam "alternativnog". Taj pojam nerijetko se tretira kao da ima neko uvriježeno i samorazumljivo značenje, ali to se značenje u pravilu rijetko jasno definira i često koristi kao svojevrsna floskula u kontekstu etiketiranja "alternativne glazbe", "alternativne kulture", "alternativne scene", ili pak kao žanrovska odrednica, kod, primjerice, pojma "alternativni rock".

Pokušavajući se približiti jasnijoj definiciji posegnula sam za različitim rječnicima prema kojima pojam "alternativnog" označava "stvari koje su neobične i često imaju malu, ali entuzijastičnu grupu pobornika, poput alternativne komedije",⁴ ili nešto "drugačije od uobičajenog i konvencionalnog" poput onoga što "postoji izvan etabliranog kulturnog, socijalnog ili ekonomskog sistema,"⁵ ili pak "koji je pored, koji postoji pored onoga što je općenito priznato, službeno, akademsko itd."⁶

⁴ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/alternative> (pristup 4. svibnja 2024.)

⁵ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/alternative> (pristup 4. svibnja 2024.)

⁶ https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fFkXw%3D%3D&keyword=alternativan (pristup 4. svibnja 2024.)

Rječnici često referiraju i na sferu glazbe i kulture: "rock glazba koja se smatra alternativom konvencionalnom *rocku* i često je pod utjecajem punk rocka, hard rocka, hip-hopa ili folk glazbe."⁷ Alternativna umjetnost definira se kao "umjetnička proizvodnja, način odijevanja i neki oblici života izvan građanske umjetnosti i načina života,"⁸ "drugi način izražavanja, djelovanja, liječenja itd. prema ustaljenom, službenom ili akademskom [medicinska alternativa; umjetnička alternativa]," "pokret koji se razlikuje od službenih i općeprihvaćenih stavova" ili "niskoprofitna produkcija, glazba sklona eksperimentu."⁹

Alternativna glazba definirana je u enciklopediji *Oxford Music Online* kao "glazba koja se protivi drugim glazbama" (Stillwell, 2001) te je objašnjeno i povijesno značenje pojma. Prije 1980-ih, alternativnom se smatralo svu glazbu koja nije pop, jazz ili klasična, ali sadrži elemente istih: glazbu koja je bila popularna, ali je postojala na marginama *mainstreama*, te se protezala od Johna Cagea i *Velvet Underground* do Laurie Anderson i punk bendova 1970-ih. Također, u 1980-ima se alternativnu glazbu često povezivalo s mladom publikom i avangardnim ili ne-zapadnim zvukom. Često su konkretni izvođači, primjerice *The Police* i *REM*, započinjali svoju karijeru kao alternativni sastavi, no nakon ostvarenja *mainstream* uspjeha na neki način prestaju biti "alternativnima." Znakovito je pritom da je gotovo pola Stilwellove natuknice posvećeno *grunge* žanru, dok zaključna misao donosi paradoksalnu činjenicu da je u ranim 1990-ima "alternativna glazba" postala koherentnim glazbenim stilom koji je "zavladao *mainstreamom*" (Stilwell, 20013). Drugim riječima, ono što je jučer bilo alternativno, danas postaje *mainstream* (usp. Višnić i Dragojević, 2008: 11).

Roy Shuker u studiji *Popular Music: The Key Concepts* (2002) definira alternativnu glazbu kao "široku etiketu" i labav žanr/stil, koji se od kasnih 1960-ih koristi za popularnu glazbu koja se smatrala manje komercijalnom, manje podložnom trendovima, a samim se time i percipirala "autentičnijom". Ključan je u toj definiciji bilo postojanje estetike koja je nastojala negirati komercijalne aspekte glazbene industrije i stavljala naglasak na (rock) glazbu kao način umjetničkog izražavanja i kontrast glazbi kao proizvodu namijenjenom ekonomskom profitu (usp. Shuker, 2002: 9). Glazbenik David Byrne u knjizi *How Music Works* (2012) tvrdi da "uspješna scena traži alternativu", te da se glazbenici koji nastupaju u

⁷ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/alternative> (pristup 4. svibnja 2024.)

⁸ https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fFkXw%3D%3D&keyword=alternativan (pristup 4. svibnja 2024.)

⁹ https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fFkXQ%3D%3D&keyword=alternativa (pristup 4. svibnja 2024.)

određenom prostoru koji se etiketira kao alternativan *žele* osjećati izdvojeno od prevladavajuće glazbene scene i pronaći novo zajedništvo sa istomišljenicima (usp. Byrne 2012: 256).

Pojam je alternativne glazbe, razvidno je, povijesnog karaktera te ima korijene u diskografskoj industriji. Njegova se fluidnost ogleda u načinima na koje je kao zasebna polica u prodavaonicama ploča korišten u različitim periodima—kao "alternativa" *mainstream* rock glazbi u 1960-ima i 1970-ima; kao etiketa koja se kasnije pripisivala *underground* i supkulturnim glazbenicima, da bi se pojam s vremenom profilirao u žanr i marketinšku kategoriju sa vlastitom estetikom i ciljanom demografskom skupinom (usp. Shuker, 2002: 9). Alternativna glazba često se povezuje sa nezavisnim (eng. *independent*) izdavačkim kućama, te ju se s toga ponekad naziva i *indie* glazbom. Iz navedenih primjera lako je zaključiti kako se u literaturi pojam češće povezuje uz samu glazbu i uz nju vezanu scenu, a tek rjeđe uz prostore u kojima se ta glazba izvodi.¹⁰

Pored načina na koji se pojam "alternativnog" tretira u rječnicima, glazbenim enciklopedijama i preglednim znanstvenim studijama posvećenima popularnoj glazbi, za samo istraživanje bilo mi je važno razumjeti što pojam "alternativno" znači mojim sugovornicima i kako ga (ako uopće) povezuju sa svojim radom i glazbenim prostorima u kojima djeluju. Jedna od mojih sugovornica izričito se protivi korištenju tog pojma pri definiranju glazbe:

Sad ovisi u kojem kontekstu se traži. Ako tražiš ... kao u kontekstu neke kulture, tu dobijem ospice. Ali, ukoliko tražiš u kontekstu nekakvih ... alternativnih modela nečega, onda bi mogla to ... definirat kao nešto što bi bilo... što daje neke prijedloge koji su suprotni nekakvim, ono, učestalim, mainstream prijedlozima. Ali, po pitanju ...baš ono alternativna kultura, ono, ...ne mogu to podnijet... Ili alternativna muzika, to mi sve ono ... to je doslovno, to kad netko kaže znači da nema pojma o tome. ... Aha, ne kužim tu muziku, nije Jelena Rozga, znači alternativno. (Sanja Burlović, u razgovoru s I. B.)

Ostali sugovornici nisu imali tako radikalni stav te su pojam definirali na različite načine:

¹⁰ Ako prihvatimo etiketu "alternativnog" kao krovnu žanrovsku odrednicu, prema Shukeru (2002: 9) bi se u taj žanr uklapali punk i hardcore. Oba ta žanra (uz ostale žanrove) specifično njeguje prostor *Attack*, što bi u uskom žanrovskom tumačenju "alternativnog" od četiriju prostora obuhvaćenih ovim radom jedino *Attack* činilo alternativnim prostorom glazbe u užem smislu.

Da, pa alternativno... ono što bi bilo suprotno od mainstreama. ... A kako ja to definiram, i mislim da je to definicija: alternativno, ili nezavisno, ili supkulturno je ono što nije popularno u smislu komercijalne naplate. Da nešto što želiš napraviti, i šta nosi nekakvu... čak i trajnu vrijednost, i ostavlja dokaz kreativnog rada, a nije komercijalno naplativo da se može napraviti biznis. (Vedran Meniga, u razgovoru s I. B.)

Za mene alternativno znači bilo što što nije *mainstream*, znači bilo što što još nije općeprihvaćeno. (Marko, u razgovoru s I. B.)

Većina se mojih sugovornika pritom često u razgovoru koristila pojmom opisujući svoj prostor ili rad upravo na način kojem se, u pokušaju definiranja pojma možda i protive. Pojam su, međutim, često koristili oprezno i sa zadržkom:

Jer stvaramo nekakvu ono... neku alternativu tom *mainstreamu* i tim nekim kreativnim industrijama. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Da je ta neka nakana, znači da se dopušta ljudima da budu slobodni i da se razvija tak neka, alternativna bumorekli, kultura. ... Ljudi čeznu za tak nečim. (Marko, u razgovoru s I. B.)

U procesu osmišljavanja teme diplomskog rada, prije početka istraživanja, i samoj mi se pojam "alternativni glazbeni prostori" učinio prikladnim i neproblematičnim. Nakon provedenog istraživanja pojmu pristupam sa više zadržke te sam se upravo stoga i odlučila u naslovu rada koristiti pojmom "nezavisni glazbeni prostori". U svakodnevnom se razgovoru ti pojmovi često koriste kao sinonimi, ili se pak njima implicira ista vrst prostora, prije svega s obzirom na njihovu veličinu, žanrove koje njeguju i aktivnosti koje provode. Kroz samo istraživanje pokazalo se kako akteri same scene—između ostalih i moji sugovornici—u pravilu preferiraju pojam nezavisnog glazbenog prostora i nezavisne kulture (usp. Višnić, 2008: 11).

Emina Višnić (2008) daje prednost pojmu "nezavisne kulture" pred drugim pojmovima koje smatra užima, poput pojmova "urbane kulture" ili "kulture mladih" koje određuje dob sudionika ili lokalitet, ili pojmova "alternativna kultura", "podkultura", "kontra kultura" koje smatra zastarjelim pojmovima iz vremena u kojem su granice između *mainstream* kulture i "drugog" bile jasnije (usp. Višnić, 2008: 11). U najavi osnivanja *Attack*-a iz 1997. (usp. Cvek et al., 2013: 16–17), primjerice, stoji da osnivači žele stvoriti prostor za društvenu, umjetničku i

kulturnu alternativu, no u to je vrijeme taj pojam bio relevantan, jer je alternativa kultura bila jasnije postavljena kao suprotnost *mainstreamu*.

Višnić nezavisnu kulturu definira na širi i uži način. U *širem smislu* nezavisna kultura obuhvaća sve aktere koji nisu osnovani od strane države, odnosno koji su osnovani samostalno; koji samostalno definiraju svoje organizacijske strukture, tijela, procese odlučivanja i upravljanja; i one koji financijski i programski ne ovise isključivo o državi ili sličnom trećem subjektu. Različite aktere nezavisne scene moguće je, prema autorici, podijeliti prema obliku organizacije, načinu djelovanja, te sadržaju i usmjerenju djelovanja U *užem pak smislu*, nezavisnu scenu za nju predstavljaju neprofitne organizacije, inicijative i umjetničke organizacije civilnog društva, koje djeluju kroz nove forme i načine rada, te su horizontalno strukturirane i otvorene za participaciju. Pored toga, one često povezuju različite grane umjetnosti, i nerijetko djeluju i aktivistički, te surađuju s drugim komplementarnim kulturnim organizacijama. Te su organizacije dinamične i fleksibilne, djeluju izravno u zajednici te kombiniraju profesionalnost s entuzijazmom i volonterskim radom(usp. Višnić, 2008: 10).

O pojmu nezavisne kulture također sam razgovarala sa sugovornicima, koji mahom ističu već spomenutu važnost toga da organizacije nezavisne kulture zaista budu *nezavisne*, odnosno da ne smiju ovisiti isključivo o financiranju države ili lokalnih vlasti, već moraju moći preživjeti i bez toga:

Po nama je vrijedna nezavisna kultura samo ona koja je nezavisna od vanjskih čimbenika, kao šta su projekti i to sve skupa. Znači nama... nešto što nije samoodrživo i šta ne može platiti svoje račune nam nije interesantno. ... Mnogi kulturni projekti, i to je najveći kamen spoticanja zagrebačke alternativne scene, da se ljudi pokreću tek kad stignu projektna sredstva. I ako ne dobiju sufinanciranje se neće dogoditi ništa. ... Mi želimo sami plaćat svoje račune sa sredstvima koje uspijemo ostvariti kroz svoje aktivnosti. ... Smisao i pokaz kvalitete nezavisne kulturne scene je da nastavi biti kvalitetna i korektna i kad novaca nema. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Prema Željki Tonković i Hrvoju Pašaliću nezavisnu kulturnu scenu "pretežno čine udruge i organizacije civilnog društva u području suvremene kulture i umjetnosti, a čije djelovanje obilježavaju društveno angažirane, aktivističke i progresivne umjetničke prakse, preispitivanje institucionalnih okvira djelovanja u kulturnom polju te uspostavljanje novih modela kolektivnog djelovanja, uključujući taktičko umrežavanje u svrhu poboljšavanja uvjeta rada" (Tonković i Pašalić, 2020: 268).

S obzirom na zaključke iz literature i razgovora, smatram da je pojam "nezavisna kultura" adekvatniji za polje kojim se bavim u ovom radu, iako ni on nije savršen. Po prirodi je ograničavajući, a ograničavajućim pojmovima se novi i drugačiji oblici kulture svode na reakciju na "dominantnu" kulturu, od koje postaje neodvojiva. Nezavisna kultura marginalizira se naspram dominante, te ju se marginaliziranjem patronizira, ignorira ili umanjuje njenu vrijednost (usp. Višnić, 2008: 11).

Nakon svega navedenog odluka o tome kako nazvati prostore kojima se bavim u ovom radu predstavljala je priličan izazov i jedno od pitanja kojem sam se više puta iznova vraćala tijekom istraživanja i pisanja rada. Sasvim je neupitno da je riječ o malim prostorima—sva su četiri kapaciteta ispod 300 posjetitelja i kvadrature manje od 200 četvornih metara. No, je li riječ o alternativnim, *grassroots* ili nezavisnim glazbenim prostorima? Od pojma "alternativni glazbeni prostori" s kojim sam krenula u istraživanje odlučila sam odustati nakon pomnijeg proučavanja znanstvene i stručne literature i razgovora sa sugovornicima koji su od njega mahom zazirali. Povrh toga u uže glazbenom smislu riječ je o pojmu koje je u smislu opisivanja neke glazbe ili kulture već pomalo zastario—u ranijim se razdobljima najčešće koristio kako bi se neki glazbeni žanrovi (artificijelno) odijelili od *mainstreama* glazbene produkcije, dok je danas velikim dijelom izgubio na relevantnosti. Pojam "*grassroots* glazbenih prostora"—premda prema ranije navedenim definicijama relativno dobro opisuje prostore kojima se bavim—nisam zadržala jer nema odgovarajući prijevod na hrvatski jezik i nije uvriježen u svakodnevnoj komunikaciji, te se iznimno rijetko koristi da bi se njime opisali prostori glazbe. "Nezavisno" je pojam koji su moji sugovornici preferirali koristiti referirajući na oblike umjetnosti kojima se u prostorima kojima upravljaju bave. Iako se po različitim parametrima četiri prostora obuhvaćena ovim radom manje ili više uklapaju u različita značenja pojma "nezavisne kulture", odabirući slijediti razumijevanja svojih sugovornika, prostore sam glazbe koji su temom mojeg istraživanja nakon dugog kolebanja ipak odlučila nazivati "malim nezavisnim glazbenim prostorima".¹¹

¹¹ Jednostavnosti radi, u daljnjem tekstu na nekim mjestima koristim i sintagmu "mali glazbeni prostori".

1. 4. Voditelji i promotori

Uvriježeno je da se profesionalci u glazbenoj industriji (posebice akteri na nezavisnoj sceni) kako bi osigurali vlastitu egzistenciju često bave s dva ili više poslova. Menadžer benda je tako, primjerice, nerijetko i član benda, organizator festivala vodi i vlastitu izdavačku kuću, dok voditelji malih glazbenih prostora često "sjedne na više stolaca odjednom", odnosno preuzimaju više uloga kako bi osigurali i vlastitu i egzistenciju kluba. Oni su često i promotori, i *bookeri*, predstavnici udruge ili tvrtke, a nerijetko također i glazbenici (usp. Silver i Bunce, 2023: 12).

Pokušavamo bit održivi na području nezavisne kulture u našoj zemlji, šta je u startu jedan *science-fiction*, ili nemoguća misija... Jednostavno, to uspijevamo samo tako da smo predani apsolutno, i da prakticiramo *multitasking*. Znači bilo koji član naše organizacije, to jest zaposlenik ili zaposlenica, nema luksuz da radi samo jednu stvar. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Promotor se definira kao osoba ili tvrtka odgovorna za fizičku organizaciju i prezentaciju koncerta ili festivala (usp. Laing, 2003) i osoba koja nosi financijski rizik na događaju: pokriva troškove (izvođača, produkcije, prostora..) s ciljem pokrivanja istih i eventualnog dodatnog profita (usp. Frith 2013: 14). Voditelji prostora često sebe vide kao kustose umjetničkog prostora i facilitatore društvenih aktivnosti koje su potrebne za uspjeh takvih prostora i za održivost nezavisne kulture u cjelini (usp. Whiting, 2021: 560):

A mi znamo, znaš, ako mi nećemo to odraditi, ... nećemo moći imati takvu scenu. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Simon Frith u studiji *The History of Live Music in Britain* (2013) nudi tripartitnu podjelu promotora, koja se lako može primijeniti i na druge aktere u ekosustavu glazbe uživo: a) entuzijaste; b) državno financirane; i c) komercijalne promotore. Na nezavisnoj sceni većina aktera (a ne samo promotora) nedvojbeno potpada pod kategoriju entuzijasta. Pojedinci su to koje "promoviraju glazbu jer to žele i jer ju vole, a profit im je sekundarna, ako uopće ikakva motivacija" (Frith, 2013: 15).

Ostale dvije kategorije uglavnom djeluju iz drugih razloga: državne institucije su u službi edukacije, kulturne politike, društvenog i ekonomskog značaja, dok komercijalni promotori rade kako bi zaradili novac (usp. Frith, 2013: 15).

Svaki od mojih četiriju sugovornika ugrubo bi se mogao svrstati u Frithovu kategoriju entuzijasta, uz neke ograde. Dvojica su, naime, gotovo "školski primjer" gore opisanog—uz prostor koji vodi, voditelj *KCM*-a zarađuje primarno od svog OPG-a, dok se voditelj *Pločnika* unutar tvrtke bavi još mnogim poslovima vezanim uz glazbu: organizacijom festivala, izdavaštvom, vođenjem drugih klubova i uslugama prijevoza. Voditelj *Brvnare* se tijekom njezina djelovanja bavio samo njome, no iz kasnije analize vidljivo je kako je takav pristup neodrživ. Predstavnica *Attacka* negdje je na granici između entuzijasta i državno financiranog radnika—*Attack* se djelomično financira sâm, a djelomično javnim sredstvima. Osim nje, preostala su trojica mojih sugovornika glazbenici, najčešće "bivši", što također nije rijedak slučaj. Osobe koje su se u mladosti bavile glazbom, pretežito u izvedbenom kontekstu, kasnije kroz život prelaze u organizacijske vode. Svo četvoro, međutim, ističe važnost predanosti i ljubavi prema tom poslu, bez obzira na financijske dobitke:

U cijelom životu sam imao 20 dana godišnjeg odmora, tri puta po sedam dana, s tim da nisam isključio mobitel. A to možeš samo zato što to voliš. Jer da je takav intenzitet i predanost u poslu koji možda radiš sa nekog drugog, onda bi pukao već davno. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Malo odradit, pa dobit malo honorarčić, to nije posao za stalno, to ti jednostavno moraš voljeti organizirati stvari ... inače, drugi dan ideš, jako je to teško. Jako je teško... (Zoran Drlić, u razgovoru s I. B.)

U početku svi su radili većinom volonterski, iz želje da pruže kulturni sadržaj koji vole zajednici, te ističu važnost takvog entuzijazma:

Mi smo htjeli napraviti nešto što je samodostatno, pa ako u budućnosti ima za nas neka plaćica sitna, super. Ako nema, mi ćemo raditi ovo ovako kako radimo. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Nitko nije mogao razmišljati o nekakvim plaćenim poslovima, i ta nekakva prijateljska povezanost gdje smo svi spremni poginuti za ništa, i taj entuzijazam je bio nužan da se sve to pokrene i da bi danas došli do ovdje. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

A isto tako, da nema tog DIY-a i tog ono, volonterstva... ... Mislim, ljudi svi koji ovdje dođu, mlađi koji nisu stvarali ono od temelja ono, dolaze sa... uglavnom dolaze sa DIY punk scene, i ovaj, naučeni su na nešto što znači DIY punk scena. I zato... Zato ne trebaš sad tu puno objašnjavati kao zbog čega je važno da mi imamo pank koncert tu, koji neće ti se pokrit u smislu da ćeš imati hrpu para. ali ako želiš da imaš bend na turneji, onda znaš da ćeš to ono, trebat odvolontirati neke stvari. A to je nama važno. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Već spomenuti prijateljski odnosi i zamućene granice između posla, kolega, prijateljstva i privatnog života čest su slučaj u manjim granama sektora glazbe uživo.

Postoji nekakva hijerarhija i struktura, ali postoji i taj nekakav, po čemu smo specifični, prijateljski odnos, koji često nije dobar za posao ... ali kad smo pokretali ovo sve skupa je to bilo nužno. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Gubi ti se ta granica između posla i zajebancije, zato što nekad možeš tu provesti i po 12, 13 sati a da ne znam, radiš nešto u uredu ..., pa onda poslije dođe ekipa, pa onda dođeš doma, ne znam, u 3 ujutro i da si zapravo proveo 15 sati u *Medici*. Ono, izgubi se ta granica između nečega što je kao, posao pod navodnicima, i nečega što nije posao. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

1. 5. O vrijednost malih nezavisnih glazbenih prostora

Vrijednost malih nezavisnih glazbenih prostora teško se definira jer njihovo poslovanje često nije održivo na financijskoj razini, dok su istodobno prijeko potrebni za opstanak šireg ekosustava glazbe uživo. Budući da znanstvenike i istraživače zanima šira kulturna uloga glazbe uživo, mimo zarade i broja prodanih karata, mnoga se istraživanja bave upravo problematikom dihotomije ekonomske i neekonomske vrijednosti malih glazbenih prostora (Forbes 2012, Behr et al., 2014; Behr et al. 2016; Whiting, 2021).

Ta se dihotomija očituje kroz instrumentalnu ("vanjsku") odnosno ekonomsku vrijednost, i intrinzičnu ("unutarnju") kulturnu i društvenu vrijednost (usp. Whiting, 2021: 559) koje su često usko povezane: kulturna i društvena vrijednost dovodi publiku, a publika donosi kapital. U vanjsku vrijednost također spadaju i utjecaji na mentalno zdravlje populacije, odnosno publike te urbana regeneracija (usp. Behr et al., 2016: 405), dok unutarnju vrijednost čine kompleksni sustavi kulturnog i društvenog kapitala (usp. Whiting, 2021: 558). Instrumentalna vrijednost može se promatrati kao komodifikacija intrinzične vrijednosti, te su te dvije vrijednosti povezane i utječu jedna na drugu (usp. Whiting, 2021:

560). Nažalost, publika i akteri koji djeluju na takvim alternativnim scenama i prostorima ponekad takav oblik komodifikacije radi zarade percipiraju kao negativan, dok istodobno često apostrofiraju i promoviraju ideju autentičnosti, bunta, neovisnosti i autonomije. Suprotno tome, komodifikacija s ciljem zarade nužan je i dobrodošao potez voditelja prostorâ, budući da upravo ta komodifikacija omogućava nesmetano održavanje manje profitabilnih i primarno kulturnih programa, jer se ostvareni profit najčešće ulaže natrag u djelovanje kluba.

Prema Samu Whitingu dihotomiju vrijednosti i njihovu međuovisnost moguće je gledati i kroz Bourdieovsku teoriju kapitala, jer se u glazbenim prostorima kulturni, društveni i simbolički kapital međuovisno i zajedničkim snagama pretaču u ekonomski kapital (Whiting, 2021: 563–564). Kulturni kapital (Bourdieu, 1984) uključuje kulturne kompetencije koje mogu biti utjelovljene (internalizirane, neopipljive), objektivizirane (proizvod) ili institucionalizirane (akademski priznate). Za svaku branšu kulture postoje različite kompetencije, specifične za to polje. Za mali glazbeni prostor, kulturni kapital, primjerice, obuhvaća specifično znanje (koji će izvođač privući više publike i donijeti više ekonomskog kapitala) i poznanstva u glazbenoj industriji potrebna za stupanje u kontakt s izvođačima. Poznanstva se mogu smatrati i društvenim kapitalom, jer je u industriji glazbe uživo kontakt licem u lice i stvaranje neformalne mreže poznanstava od iznimne važnosti (usp. Whiting, 2021: 564). Treća vrsta kapitala je simbolički kapital, koji se odnosi na status i reputaciju. Primjerice, neki klubovi u londonskoj četvrti Camden imaju upisanu vrijednost jer su u njima kroz povijest svirali renomirani glazbenici, te stoga drugi glazbenici i publika nastup ili posjet tom klubu doživljavaju kao atrakciju ili statusni simbol (Behr et al., 2014: 7).

1. 5. 1. Uloga malih glazbenih prostora u ekosustavu glazbe uživo

Mali glazbeni prostori od izuzetne su važnosti za nove izvođače na lokalnim scenama. Glazbenici kroz svoju karijeru postepeno odmiču "od garaže do stadiona", te je važno da putem imaju adekvatne prostore za nastup koji rastu u skladu s njihovim rastom i omogućuju razvoj karijere (usp. Behr et al., 2014: 3). Ako promatramo dugoročno, velike dvorane, arene i komercijalni koncerti ovise o malim, *grassroots* prostorima, jer su upravo oni polazišna točka za glazbenike od koje se razvijaju dalje i postaju popularniji i profitabilniji, stoga potreba za podržavanjem *grassroots* prostora seže puno dalje od samih *grassroots* prostora (usp. Behr et al., 2014: 4). Bez malih nezavisnih prostora mnogi glazbenici nikada ne bi mogli ni doći do

razine popularnosti potrebne za "punjenje arena". Promotori uspješnih bendova često surađuju s manjim klubovima u nadi da će na taj način otkriti još perspektivnih bendova za svoj daljnji promotorski rad i bukiranje većih koncerata i turneja. Dobro poznat je u tom kontekstu primjer kluba *The Barfly* u Londonu, koji je bio "odskočna daska" za danas međunarodno popularne bendove kao što su *Oasis*, *Coldplay* i *Muse* (usp. Behr et al., 2014: 8).

Doprinos malih glazbenih prostora širem kontekstu glazbene industrije očituje se i u njihovom lokalnom karakteru—oni ispisuju glazbenu povijest grada ili mjesta u kojem se nalaze, te su plodno tlo za glazbenu reputaciju, a ponekad i brendiranje lokaliteta. Mali glazbeni prostori važni su ne samo za razvoj publike, već i lokalne i globalne glazbene scene. Oni pružaju glazbenicima u usponu i novim glazbenim sastavima priliku za nastupanje i socijalizaciju s drugim glazbenicima, publikom i profesionalcima u glazbenoj industriji. Također, iz perspektive publike, bitno je imati raznolike glazbene prostore koji odgovaraju različitim skupinama i potrebama publike (usp. Behr et al., 2014: 2).

1. 5. 2. Ekonomska vrijednost malih glazbenih prostora

Vrijednost glazbenih prostora često se istražuje kroz prizmu poboljšanja njihovog profita, zaštite od propadanja ili pronalaženja inovativnih rješenja za njihovu održivost, te ta istraživanja vrlo često potiču i financiraju lokalne ili državne vlasti (usp. *Understanding Small Music Venues*, 2015; Rex i Kimbell, 2019; Silver i Bunce, 2023). Natječaji za dodjeljivanje javnih sredstava podrazumijevaju pozicioniranje oko pitanja koja od umjetnosti i zašto zaslužuje podršku te tako zrcale šire razumijevanje vrijednosti financiranja "visoke" i "niske" kulture javnim novcem. U pravilu je pritom jedno od središnjih (iako često neizgovorenih) pitanja bi li javno financiranje trebalo biti rezervirano samo za one forme umjetnosti koje bez njega ne bi mogle preživjeti, te bi li država trebala financirati umjetnost kao pozitivnu stvar samu po sebi ili zbog benefita koji iz nje proizlaze (usp. Behr et al., 2016: 405–406). U financiranju kroz javne natječaje problematičnom često postaje činjenica da je novčana vrijednost kao ishod kulturnih događanja postala ključan dio u osmišljavanju kulturnih politika i dodjeljivanja financiranja (usp. Belfiore, 2015: 97).

Alternativna, odnosno nezavisna kultura ne funkcionira na principima ponude i potražnje i kao takva nije zanimljiva profesionalnim organizatorima orijentiranim ka profitu

(usp. Cvek et al., 2013: 16). Nezavisni klubovi su najčešće neprofitne organizacije te *booking* agenti i voditelji istih profit često ističu kao sekundaran (usp. Whiting, 2021: 560) dok održavanje intrinzične vrijednosti i reputacije klubova nadređuju zaradi (usp. Frith et al., 2012). Pojedinci koji djeluju na nezavisnoj sceni nerijetko tvrde da to rade "isključivo iz želje za nekonvencionalnim izražavanjem, koje ne traži razlog za svoje postojanje u financijskoj dobiti, već je samo sebi dovoljna svrha" (Cvek et al., 2013: 16).

Usprkos skromnoj komercijalnoj isplativosti, zbog svog specifičnog doprinosa mali glazbeni prostori nezamjenjivi su u ukupnom ekosustavu jedne glazbene sredine, a većina istraživanja ukazuje kako vrijednost malih glazbenih prostora nadilazi njihovu "novčanu vrijednost", odnosno profitabilnost (usp. Behr et al., 2014: 2).

Zanimljivo je u ovom kontekstu spomenuti jedan mali, ali komercijalan zagrebački klub—*Vintage Industrial Bar*—koji vikende rezervira za slušaonice koje su organizacijski i financijski manje zahtjevne od koncerata, dok koncertne programe, bez obzira na popularnost izvođača, ostavlja za radne dane. Na taj način klub osigurava prihod i mimo vikenda, jer su njegovi voditelji svjesni kako vikendom imaju osigurane mušterije i profit bez obzira organiziraju li koncert, tematsku slušaonicu ili "običnu" večer bez posebnih sadržaja. Primjerice, krajem 2023. godine rasprodan koncert benda *Prazne Lepinje* održao se u srijedu, dok veliki broj nastupa *tribute* bendova otkriva da je riječ o klubu koji je ipak primarno komercijalan, a ne orijentiran na alternativnu i nezavisnu kulturu.

1. 6. Problemi malih nezavisnih glazbenih prostora

Male nezavisne glazbene prostore u cijelom svijetu u njihovom nesmetanom funkcioniranju prate slični problemi. To su prostori koji se nalaze na margini komercijalne i *mainstream* kulture te ne posluju s profitom, već u najboljem slučaju samoodrživo.¹² U takvim prostorima glazbenici započinju karijere, napreduju i rade prije nego se otisnu u veće prostore, te se u njima nerijetko njeguje i amatersko muziciranje. Osim glazbenika, tamo se kreću, upoznaju i socijaliziraju čitave zajednice obožavatelja, zaposlenika, volontera, promotora i entuzijasta (usp. *Understanding Small Music Venues*, 2015).

¹² Takvi prostori često posluju u minusu i smatraju se uspješnima ako su na kraju dana "na nuli".

Prema Johnu Holdenu, zbog inzistiranja na ekonomskoj dobiti nastaje problem da se organizacije fokusiraju na pronalaženje sredstava i pravdanje umjesto na sâm kulturni sadržaj, pa se na neki način gubi poanta kulture (usp. Holden, 2004: 20). Nakon ekonomske krize 2008. godine, kulturne organizacije morale su pojačano opravdavati svoju vrijednost vlastima kako ne bi ostale bez javnih sredstava (usp. Behr et al., 2015: 403). Obrazac je to koji se ponavlja nakon svake veće krize: u recentnije vrijeme to su pandemija koronavirusa i ratovi. Generalno je stanje da se glazbenici osjećaju potplaćenima, voditelji prostora konstanto su suočeni sa rastućim cijenama najma i ostalih troškova, dok svakodnevno funkcioniranje glazbenih prostora (ne samo malih i nezavisnih) postaje sve težim (usp. Silver i Bunce, 2023: 7).

Premda, primjerice, institucije koje provode kulturne politike u Velikoj Britaniji sve više prepoznaju vrijednost glazbe uživo—često, doduše, zbog izdašnih prihoda koje državi i lokalnim vlastima ona donosi u okvirima turističke ponude—glazbeni prostori i dalje posluju teško, do se mnoga ključna mjesta zatvaraju (usp. Behr et al., 2014: 3). Zbog rasta cijena najma nekretnina često ispaštaju i "legendarni" i "kulturni" glazbeni prostori, poput *Duchess of York* u Leedsu na čijoj je adresi danas trgovina *Hugo Boss* (usp. Behr et al., 2014: 5).

U SAD-u su službeni mali, alternativni glazbeni prostori često zamijenjeni fenomenom *do it yourself* (DIY) "koncerata u kućama" (*house shows*), odnosno kućama i zgradama koje su privatni, javni ili komunalni prostori u kojima se održavaju koncerti, filmovi, sastanci i drugi događaji, pri čemu sam pojam "house shows" može podrazumijevati i događanja koja se odvijaju u šumama, na plažama, u podrumima i skladištima (usp. Verbuč, 2017: 14). Žanrovi koji se njeguju su punk, indie rock, eksperimentalna i kantautorska glazba. Takvi DIY glazbeni prostori, ističe David Verbuč, postoje zbog nedostatka istovjetnih nekomercijalnih javnih prostora, i nedostatka podrške vlasti za društvene i kulturne aktivnosti mladih, te oni danas čine centralni prostor DIY glazbenih zajednica u SAD-u (usp. Verbuč, 2017: 14). Autonomne DIY zajednice nisu legalne, ali su važne za opstanak scene u SAD-u jer legalni prostori (komercijalni kafići, klubovi i društveni centri), iako su sigurniji i nude bolje mogućnosti oglašavanja organizatorima, često imaju skupe ulaznice i zabranu ulaska maloljetnicima (usp. Verbuč, 2017: 18). Paralela s Hrvatskom i regijom može se povući zahvaljujući činjenici da i kod nas kronično nedostaje takvih prostora, te su društvene inicijative često primorane skvotirati javne prostore koji su van upotrebe kako bi u njima održavale svoje programe.

Doduše, i u Zagrebu postoji jedna privatna kuća¹³ u kojoj su se održavali *party*-ji elektroničke plesne glazbe, dok su u Srbiji kuće preuređene u klubove, poput *Kvake 22* u Beogradu i Kulturnog centra *LAB* u Novom Sadu postale već etabliranim klubovima.

Neki od čimbenika koji utječu na glazbu uživo, a ne tiču se glazbe izravno, vezani su uz različite vrste dozvola, zakone i pravilnike o kontroli buke, problem osposobljavanja radnika, kulturne politike, sigurnost i pristupačnost. (Ne)sposobnost nošenja sa svim ovim izazovima može učiniti razliku između uspješnog i neuspješnog glazbenog prostora. Aspekti poput kontrole buke zahtijevaju veće financijske izdatke, koje si mali nezavisni prostori često ne mogu priuštiti (usp. Behr et al., 2014: 4). Nadalje, kontrola buke i broj prigovora može ovisiti o neposrednom susjedstvu u kojem se prostor nalazi. Šanse za preživljavanjem puno su manje ako je prostor okružen stambenim zgradama (ili se nalazi u jednoj od njih) bez adekvatne (često i vrlo skupe) zvučne izolacije (kao, primjerice, *Brvnara* i *Pločnik*). Strateško pozicioniranje prostora dalje od stambenih zgrada u velikoj mjeri povećava šanse za opstanak klubova. Dobar je primjer za to *Attack* u čijem se neposrednom okruženju nalaze fakultet, hotel, parkiralište, željeznička pruga i zelene površine, a tek je u manjoj mjeri okružen stambenim zgradama. Čest problem s kojim se suočavaju mali glazbeni prostori su već spomenuti odnosi sa susjedima. Klubovi se nerijetko nalaze u centru grada, okruženi stambenim zgradama i drugim poslovnim prostorima, te i stanari i voditelji drugih lokala mogu "praviti probleme", a nadležna gradska tijela često ne staju na stranu glazbenih prostora.

Glavni izvor prihoda glazbenog prostora je najčešće prodaja alkoholnih pića. Ta činjenica utječe na generalno iskustvo i sigurnost tih prostora, a prema istraživanju Silver i Bunce ustanovljeno je da 53% ukupne zarade glazbenih prostora u Torontu dolazi od prodaje alkohola (usp. Silver i Bunce, 2023: 9). Financijska ovisnost prostora o prodaji alkohola očituje se i kroz tipičnu podjelu novca između kluba i izvođača, takozvani *door-bar split*, prilikom kojeg kompletna zarada od ulaznica ide izvođačima i promotoru događaja, dok sav prihod sa šanka ide prostoru. Postoji i problem alkohola i mlade publike. Maloljetnici su često isključeni iz događanja jer im se ne smije prodavati alkohol, a kad bi klubovi organizirali koncerte "za sve uzraste" isplativost bi postala upitna. Prodavalo bi se manje alkohola, čime bi se smanjila zarada te bi se trebalo povisiti cijenu ulaznica. Potez je to koji bi odbio većinu upravo ciljane mlade publike (usp. Silver i Bunce, 2023: 33). Ovaj se problem doduše odnosi na američki

¹³ Lokaciju, zbog prirode postojanja takvog prostora, ne želim otkrivati.

kontinent, na kojem je kontrola maloljetne konzumacije alkohola puno stroža. U Europi, posebice u Hrvatskoj, maloljetnicima se najčešće ne kontrolira ulaz u klubove, a također im se i redovito prodaje alkohol bez provjere dobi. Nadalje, mlađe generacije konzumiraju manje alkohola u odnosu na prijašnje, što dovodi u opasnost takav model poslovanja i nameće potragu za drugačijim rješenjima (usp. Silver i Bunce, 2023: 7).

Kako bi sagledali situaciju malih nezavisnih glazbenih prostora u Hrvatskoj, potrebno je pojasniti i povijesni kontekst. Također, u Hrvatskoj se o nezavisnoj glazbenoj sceni često govori kroz širu prizmu nezavisne kulture te se literatura i potpora najčešće ne fokusira isključivo na glazbu.

U devedesetim godinama prošlog stoljeća osnivana je nova država te je došlo do promjene vlasti i paradigme te promijene odnosa vlasti prema kulturi. Fokus je prešao na nacionalne institucije, te za "takozvanu urbanu, alternativnu ili nezavisnu kulturu" nije više bilo uvjeta ni prostora. Takvi prostori iz bivše države zatvoreni su, te su akteri nezavisne kulture u devedesetima bili prisiljeni na neprestano premještanje, dislociranje, skvotiranje i snalaženje (usp. Mrakovčić, 2015: 75). Unatoč otežanim uvjetima, u devedesetima su diljem Hrvatske nastajale različite inicijative i prostori nezavisne kulture: *Kuglana*, *Attack*, *URK (Močvara)* i *Parainstitut Indoš* u Zagrebu, *Lazareti* u Dubrovniku, *Lamparna* u Labinu, *Baraka* u Kutini, *Dom mladih* u Splitu, te vojarna *Rojc* u Puli. Dvijetisućitih se širenje nastavlja, te se organizacije formiraju u Osijeku, Vukovaru, Križevcima, Rijeci i Kninu. U Zagrebu se otvara klub *MAMA* Multimedijalnog instituta, te se inicira kasnije osnivanje mreže *Klubtura*. U Splitu se otvara klub *Kocka*, križevačka udruga *K.V.A.R.K.* dobiva prostor, te počinju djelovati *Centar za mlade Čakovec*, karlovački *Centar za mlade na Gazi*, u Rijeci savez udruga *Molekula* useljavaju u zgradu *Ivex-a*, a krajem desetljeća i *Attack* skvotira prostor bivše tvornice *Medika*. Mnogi od ovih prostora djeluju i danas, te ih dugovječnost na neki način i štiti jer su kroz desetljeća rada postali prepoznati kao prostori kulture vrijedni zaštite.

U Hrvatskoj nezavisnoj kulturi postoji generalan problem posljedica pada socijalističkog sistema, nedostatka podrške javnog novca i pristranosti institucija alternativnoj kulturi, što je vidljivo i u daljnjem tekstu u mojim studijama slučaja. Globalni ekonomski procesi uništili su ostatke socijalističkih država, te je u mnogim državama systemska podrška kulturnom sektoru jedva postojeća. Radi toga, mnogi radnici u nezavisnoj kulturi primorani su pronalaziti poslove u profitabilnim i komercijalnim sferama od kojih će živjeti, da bi se u slobodno vrijeme mogli baviti "pravim poslovima" u kulturi (usp. Božić i Matić, 2023: 5).

Organizatori su često preokupirani problemima vezanim uz prostor, te ih to udaljava od bavljenja kulturnim dijelom posla, zbog čega umjetnička produkcija (koja bi trebala biti prioritetom kulturnih organizacija) nerijetko pada u drugi plan (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 276).

U raspodjeli javnih sredstava za kulturu u Hrvatskoj i dalje je vidljivo nasljeđe postsocijalizma. Višnić u studiji iz 2008. godine ukazuje kako je na snazi politika prezervacije i konzervacije, koja većinu sredstava ulaže u (p)održavanje skupih javnih kulturnih ustanova, njihovog osoblja i redovnih programa, nakon čega tek manji dio sredstava ostaje za financiranje alternativnih kulturnih sadržaja (usp. Višnić, 2008: 9). Prema Matiji Mrakovčiću, nisu postojale višegodišnje potpore, ne financira se "hladni pogon" odnosno osnovni troškovi prostora poput najamnine i režija, te ne postoje inicijative za rješavanje pitanja nedostatka prostora (usp. Mrakovčić, 2015: 75). Takva politika ne ostavlja puno prostora za napredak, a i gotovo osamnaest godina kasnije, ako pogledamo javno dostupne rezultate natječajâ za sredstva Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske, možemo primijetiti sličan uzorak. Najveći dio javnog novca i dalje se ulaže u državne institucije, dok manji nezavisni kulturni sadržaju dobivaju "mrvice".

Osim financijske nesigurnosti, nezavisna kulturna i glazbena scena u Hrvatskoj od početka je vezana uz borbe za dobivanje prostora za djelovanje organizacija (usp. Mrakovčić, 2015: 75). Nedostatak prostora izravna je posljedica neravnopravnog položaja nezavisne scene unutar kulturnog sustava (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 268). Željka Tonković i Hrvoje Pašalić ukazuju i na nedostatak političke volje da se nezavisna scena prepozna i vrednuje (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 284) te ističu kako je teško očekivati promjene "bez radikalnog zaokreta u odnosu prema kulturi, praćenog konačnim prepoznavanjem i uvažavanjem nezavisne scene kao jednog od pokretača kulturne vitalnosti grada" (Tonković i Pašalić, 2020: 274). Spomenuti autori apostrofiraju i važnost vlastitog prostora za opstanak nekog kolektiva uopće, te naglašavaju kako je upravo nedostatak adekvatnog prostora jedan od razloga zbog kojih se udruge opterećene uvjetima trajne privremenosti i nemogućnosti dugoročnog planiranja gase (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 284).

Istraživanje *Platforme 9.81* iz 2003. godine pokazalo je da 34% nezavisnih kulturnih organizacija uopće nema adekvatan prostor u kojem djeluju, a od ostatka koji prostor imaju njih 40% ga iznajmljuje od privatnika po tržišnim, za njihove prilike često previsokim cijenama, dok 60% organizacija koristi neadekvatne prostore (usp. Mrakovčić, 2015: 75). Problem

nedostatka prostora nemoguće je, dakako, odvojiti od drugih, već spominjanih problema nezavisne scene, poput neadekvatne financijske podrške i nedovoljne količine radnika i volontera (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 274).

U Hrvatskoj se u novije vrijeme provode kvantitativna i kvalitativna istraživanja o nezavisnoj kulturi financirana projektnim sredstvima EU. Jedno od njih je i istraživanje *Nova javna kultura i prostori društvenosti* (Abramović, 2023) koje se bavi društveno kulturnim centrima kao prostorima koji su idejno savršeni za djelovanje nezavisne kulture. Riječ je o državnim prostorima s niskom najamninom koji organizacijama pružaju veliku slobodu u provođenju programa (usp. Abramović, 2023: 15). Jedan dio tih prostora u vlasništvu je lokalnih zajednica, dok je najveći broj praznih nekretnina nekoć bilo vojne namjene te su one u vlasništvu Ministarstva obrane (usp. Mrakovčić, 2015: 76). Društveno kulturni centri predstavljaju oblik kulturnih institucija koji povezuju umjetničko i kulturno sa širim civilno-društvenim djelovanjem. To su prostori u kojima se odvijaju programi neprofitnog karaktera, u kojima zajednica stvara i konzumira programe kritičkih i refleksivnih praksi suvremene umjetnosti i kulture, prostori društvenog aktivizma te ekonomskih djelatnosti usmjerenih zajednici (usp. Mrakovčić, 2015: 78).

Problem društveno kulturnih centara je što su prostori koje se organizacijama dodjeljuju na korištenje često derutni i bez odgovarajuće infrastrukture, te bi organizacije svejedno u njih morale ulagati velike svote novaca kako bi ih dovele do stanja sigurnog i adekvatnog za upotrebu, što često nadilazi njihove ljudske i financijske kapacitete te im je stoga nužna podrška vlasti kako bi u tome uspjeli (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 277). S obzirom na lošu infrastrukturu, organizacije često biraju koristiti druge, privatne (a time i skuplje) prostore za provođenje svojih programa (usp. Abramović, 2023: 16). Zanimljivo je i da su društveno kulturni centri naizgled važniji za djelovanje kazališta, cirkusa i drugih tipova izvedbene umjetnosti negoli za glazbu. Moglo bi nas o navesti na zaključak kako je glazba komercijalno ipak isplativija i da joj nije neophodan besplatan (i neadekvatan) prostor kako bi se koncerti održavali, a nezavisna scena opstajala. Jedan od razloga tome je svakako i uvriježena praksa prodaje alkoholnih pića na koncertima, što donosi zaradu na koju kazališta ili radionice najčešće ne mogu računati. Još jedan potencijalan problem društveno kulturnih centara je nedostatak simboličkog kapitala, odnosno statusa "kultnosti", što ih čini manje atraktivnim za održavanje alternativnih koncerata na kojima je upravo status jako bitna

stavka. Također, česta želja za nezavisnošću i autonomijom od vlasti potiče organizatore da ipak posluju u privatnim prostorima, iako oba tipa prostora nose različite vrste problema.

Rad Tonković i Pašalić govori o derutnim državnim prostorima s kojima vlasti loše gospodare te ih onda poput mrvica prepuštaju alternativnoj kulturi, no odnosi se na grad Zadar. U Zagrebu možemo primijetiti slične obrasce "neodgovornog, nestručnog i netransparentnog gospodarenja (javnim) prostorom: dugogodišnje prepuštanje prostora devastaciji" što je "moguće sagledati u svjetlu njihovog 'čuvanja'" od alternativne i nezavisne kulture "do nekih povoljnijih investicijskih prilika" (Tonković i Pašalić, 2020: 279–180). Primjer koji dobro ilustrira takve prakse primjer je projekta rekonstrukcije društveno kulturnog centra u Zadru, koji je započeo u godini objavljivanja članka Tonković i Pašalić. Projekt je, prema službenim stranicama Grada Zadra,¹⁴ trebao biti dovršen u lipnju 2021. godine, no u vrijeme nastajanja ovog diplomskog rada (u ljeto 2024.) kulturni centar i dalje nije otvorio svoja vrata.

Probleme suradnje s lokalnim vlastima i razloge odluke na rad u privatnim, a ne državnim ili gradskim prostorima, u razgovorima su spominjali i moji sugovornici:

Znači umjesto da ti pomognu, ili da ti ne odmognu barem, ne, oni ti režu noge gdje god mogu. Sve ti prolongiraju, odmah ... si na neki način optuženik. ... Zato ti je to jedna takva situacija, kužiš, di ti, ako radiš, baviš se kulturom, ona mora biti na neki način... kroz to neko privatno poduzetništvo. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

1. 7. Mehanizmi zaštite malih nezavisnih glazbenih prostora

Diljem svijeta na lokalnim i državnim razinama postoje različiti mehanizmi zaštite i očuvanja malih glazbenih prostora. Mali (i srednji) glazbeni prostori često se smatraju najslabijom karikom ekonomije glazbene industrije i teško mogu opstati sami bez da vlasti uzmu u obzir njihovu vrijednost i osmisle i pruže adekvatan način zaštite (usp. Behr et al, 2014). Iako ukupna ekonomija glazbe uživo generira profit, zarada malih glazbenih prostora najčešće je marginalna te je održavati poslovanje takvog prostora teško (usp. Whiting, 2021: 560). Za opstanak malih nezavisnih prostora ključna je integracija različitih aspekata glazbe uživo (usp. Behr et al., 2014: 23), poput primjera tvrtke *Pozitivan ritam* koja se osim *Pločnikom* bavi i

¹⁴ <https://www.grad-zadar.hr/vijest/opce-vijesti-28/poziv-za-iskaz-interesa-za-dijeljeno--terminsko-koristenje-prostora-centra-za-mlade-8408.html> (pristup 5. kolovoza 2024.)

organizacijom festivala te iznajmljivanjem prijevoznih sredstava potrebnih glazbenicima na turnejama. Jedna od vodećih država u zaštiti malih glazbenih prostora je Ujedinjeno Kraljevstvo, u kojem postoji nekoliko inicijativa za umrežavanje takvih prostora i postizanje "zajedničkog glasa" za zajedničke interese (usp. Behr et al., 2014: 22).

Music Venue Trust (MVT) britanska je dobrotvorna ustanova koja se bavi zaštitom i napretkom *grassroots* glazbenih prostora. U istraživanju *Understanding Small Music Venues* (2015) bave se malim glazbenim prostorima u Ujedinjenom Kraljevstvu. Mali glazbeni prostori, pokazalo je istraživanje MVT-a, osjetljivi su na lokalne i nacionalne regulacije, (posebice one povezane s regulacijom buke) i konstantan manjak sredstava za rastuće cijene nekretnina (usp. Whiting, 2021: 560). Svakodnevno funkcioniranje takvih prostora sve je teže zbog čega puno takvih mjesta zatvara svoja vrata, unatoč peticijama i prosvjedima kojima se pokušava pridobiti politička naklonost vlasti. Upravo iz je tih razloga u Ujedinjenom Kraljevstvu osnovan MVT, kao nužna pomoć takvim prostorima da nastave djelovati.

Istraživanje o ulozi glazbe uživo i njezinih promotora provedeno na sveučilištima u Edinburghu i Glasgowu od 2008. do 2011. godine (Behr et al., 2014) rezultiralo je, među ostalim, i osnivanjem internetskog portala *Live Music Exchange* (livemusicexchange.org) posvećenog povezivanju akademske zajednice i industrije glazbe uživo. Važan je aspekt djelovanja portala poticanje daljnjih istraživanja ekologije glazbe uživo i potencijalnih mehanizama njezine zaštite (usp. Behr et al., 2014: 3). Još jedan britanski primjer zagovaračkog djelovanja je *Independent Venue Week*, godišnji susret organizatora, voditelja i zaposlenika nezavisnih glazbenih prostora koji se održava od 2014. godine, a namijenjen primarno umrežavanju takvih prostora s ostalim akterima glazbene industrije.¹⁵

Vrijednost i potreba za zaštitom ovakvih prostora sve je češće prepoznata i u drugim sredinama. Projekt *Creative Lenses*, proveden od 2015. do 2019. godine u sklopu programa Kreativna Europa, s ciljem podrške raznim europskim umjetničkim i kulturnim organizacijama da postanu financijski održivije bez da pritom kompromitiraju svoje misije i programe, jedna je od takvih inicijativa.¹⁶ Trinaest organizacija kroz projekt je dobilo priliku za edukaciju i istraživanje modela poslovanja: aktivnosti, imovine i načina koji se kombiniraju kako bi se stvorio benefit za sâmu organizaciju, pojedince i društvo s ciljem poboljšanja vlastite

¹⁵ <https://independentvenueweek.com/uk/about/> (pristup 7. kolovoza 2024.)

¹⁶ <https://creativelenses.eu/> (pristup 2. kolovoza 2024.)

financijske održivosti (usp. Rex i Kimbell, 2019: 3). U projektu u sudjelovale internacionalne mreže, sveučilišta, kulturne agencije, gradovi i kazališne družine, a od organizacija najbliže povezanih s glazbom sudjelovalo je pet kulturnih centara: *Kaapeli* (Finska), *Village Underground* (London), *Manifatture Knos* (Italija), *Stanica* (Slovačka) i *P60* (Nizozemska). Nakon provođenja projekta objavljene su i studije slučaja s detaljnim informacijama o metodama zaštite ovih kulturnih centara. U studiji amsterdamskog kluba *P60* (Rex i Kimbell, 2019) detaljno je opisan proces prilagodbe koji je klub prošao. *P60*, etablirani klub za izvedbene umjetnosti, kao ciljanu publiku ima mlade od 12 do 30 godina, te se prioritizacija financijskih prihoda kosi s tom originalnom misijom. Nadalje, problem s kojim su se suočili bila je i redukcija javnog novca. Kako bi povećali prihode, prijeko im je potrebno bilo pronaći novu publiku iz drugih demografskih skupina koje su imućnije i sklonije trošenju novca na ulaznice, pića i hranu. Problemu su odlučili doskočiti tako da su događaje za "skupu", mladu publiku dislocirali u "lošije" termine (radne dane) ili manje prostore unutar zgrade, dok u ključnim vikend terminima održavaju profitabilnije programe koji služe održavanju originalne misije— pristupačnost kulturnog sadržaja s umjetničkom vrijednosti mladima. Također, jedan od dodatnih izvora prihoda za *P60* je što van radnog vremena kluba iznajmljuju dvorane glazbenicima za probe i snimanja.

Zaštita od rasta tržišnih cijena najma u SAD-u je riješena osnivanjem zaklade *CAST (Community Arts Stabilization Trust)* koja kupuje nekretnine kako bi ih mogla permanentno osigurati za umjetničke i kulturne organizacije. Nakon kupnje, iznajmljuju ih isključivo kulturnim organizacijama po pristupačnim cijenama (usp. Silver i Bunce, 2023: 54). Za sve male, nezavisne i alternativne glazbene prostore, čiji je program inherentno neisplativ, važno je "ne držati sva jaja u istoj košari" i osigurati prihode iz drugih izvora. Primjerice, *Queen's Hall* u Edinburghu, dvorana koju djelomično subvencionira i grad, ovisi o komercijalnim prihodima od najma dvorane i festivala poput *Edinburgh International Festival* (usp. Behr et al., 2016: 404).

Razvoj domaće nezavisne kulturne scene polako se, u nekim pogledima, kreće prema promjenama na bolje. Godine 2014. Nacionalna zaklada za razvoj civilnog društva objavila je poziv za financiranje društveno kulturnih centara, na koji se prijavilo 35 gradova, a 20 odabranih dobilo je financijsku pomoć za izradu tehničke dokumentacije (usp. Mrakovčić, 2015: 78). Tonković i Pašalić smatraju da idealan prostor za nezavisnu kulturu treba osigurati grad ili država, te najam privatnih (poslovnih) ili institucionalnih prostora (poput kazališnih

dvorana), korištenje tuđih prostora (udruga, mjesnih odbora) ili skvotiranje napuštenih zgrada navode kao "strategije preživljavanja" aktera nezavisne kulture (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 276). Upravljanje društveno kulturnim centrom bi, naime, trebalo funkcionirati po principima javno-civilnog partnerstva, ili po nekim od modela sudioničkog upravljanja u kulturi (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 282).

Promjenom gradske vlasti u Zagrebu 2021. godine najavljene su i promjene u zagrebačkoj kulturnoj politici, te je ideja novog gradonačelnika da se kulturi ne pristupa stihijski, već postavi jasne ciljeve, jasno definira aktivnosti kako do tih ciljeva doći, u kojem vremenskom okviru i s kojim resursima.¹⁷ Jedna od najnovijih inicijativa u Zagrebu je *Posebni javni poziv za financiranje višegodišnjih programa institucionalne potpore neprofitnim organizacijama u kulturi*, čiji je cilj poboljšanje uvjeta rada neprofitnih organizacija u kulturi, povećanje njihovih ljudskih kapaciteta i podizanje razine održivosti. Otvoren je za neprofitne organizacije poput udruga, te se projektnim sredstvima mogu financirati plaće zaposlenih, administrativni troškovi, troškovi promocije i edukacije, nabave opreme i adaptacije prostora.¹⁸ Ovakav natječaj predstavlja potencijalnu svijetlu točku za male nezavisne glazbene prostore, jer ukoliko ga dobiju sredstva koja zarade mogu usmjeriti u poboljšanje glazbenih programa umjesto da njima "krapaju kraj s krajem" s tekućim troškovima. Upravo se nedostatak ovakvih oblika financiranja u postojećoj literaturi i istraživanjima često spominje kao veliki minus hrvatske nezavisne scene (Višnić, 2008; Mrakovčić, 2015).

¹⁷ <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/tomasevic-najavio-zaokret-u-kreiranju-kulturnih-politika-zagreba-nije-nam-cilj-raditi-stihijski-20220708> (pristup 7. kolovoza 2024.)

¹⁸ <https://zagreb.hr/posebni-javni-poziv-za-financiranje-visegodisnjih-/198878> (pristup 7. kolovoza 2024.)

2. Mali nezavisni glazbeni prostori u Zagrebu: četiri studije slučaja

2. 1. Autonomni kulturni centar Attack

Informacije o *Autonomnom kulturnom centru Attack* (AKC Attack, Attack) koje donosim u ovom dijelu rada najvećim dijelom dolaze iz polustrukturiranog intervjua koje sam vodila sa Sanjom Burlović, koordinatoricom udruge odgovornom za *fundraising*, komunikaciju i provedbu projekata, međunarodnu suradnju, razvoj publike i decentralizaciju kulture. Drugi izvori koje koristim u ovom dijelu rada su publikacija *Naša priča: 15 godina ATTACK!-a* (Cvek et al., 2013) te sadržaji objavljeni na web stranici Attack-a (attack.hr).



Slika 1 — Logotip Autonomnog kulturnog centra Attack

AKC Attack nalazi se i djeluje u okviru krovnog *Autonomnog kulturnog centra Medika* u centru Zagreba, na adresi Pierottijeva 11, na kojoj djeluje od 2009. godine.

U samom prostoru kluba Attack centar nudi događanja gotovo svaki vikend (petkom, subotom i nedjeljom), uz jedan ili dva dodatna programa radnim danom gotovo svaki tjedan. Glazbeni programi se najčešće (iako ne isključivo) događaju u večernjim satima, dok su preko dana učestalije radionice i drugi sadržaji.

Korijeni Attack-a sežu u devedesete godine dvadesetog stoljeća. Prvi prostor u kojem je udruga trebala djelovati bio je u Hebrangovoj ulici, no vlasnik je s *Attackovcima* raskinuo ugovor prije nego su uspjeli otvoriti klub, jer nije htio da "neke anarho-lezbače" djeluju u njegovom prostoru (Cvek et al., 2013: 25). Nakon toga, Attack 4. veljače 1998. godine unajmljuje nekadašnji prostor tvornice igračaka *Biserka* površine 230 četvornih metara, na adresi Heinzelova 33, i po prvi put se otvara za javnost 7. ožujka 1998. godine. Prostor je bio u privatnom vlasništvu, te im je nakon šest mjeseci otkazan ugovor radi incidenta sa *skinheads*-ima i "neispunjenih očekivanja" (Cvek et al., 2013: 51). U srpnju iste godine sele u privatni stan veličine 150 četvornih metara u Držislavovoj ulici, no zbog relativno skućenog

prostora u njemu nisu mogli održavati koncerte i veće događaje, te stoga nakon desetak mjeseci sele dalje. U ožujku 1999. privremeno mjesto nalaze u prostorima Antiratne kampanje (ARK) u Gajevoj ulici 55, no i u tom je trenutku riječ tek o uredskom prostoru nedovoljno prostranom za organizaciju javnih događanja. Organizirajući 6. studenog 1999. akciju *Juriš na Jedinstvo* uspijevaju skvotirati dio prostora bivše tvornice *Jedinstvo* na Trnjanskom nasipu. Nakon nekog vremena situacija je legalizirana te je *Attacku* pripala jedna podrumaska prostorija u kojoj su organizirali događanja i otvorili "cyber birtiju" *DATA-BASE-MENT*. *Attack* u Jedinstvu službeno je otvoren 16. lipnja 2000. godine. Prostor je, međutim, bio nedostatan i sklon poplavama, te je *Attack* iz njega iselio krajem 2003. godine. Od 2004. do 2008. djelovali su bez prostora. Sredinom prosinca 2008. organiziraju skvotiranje bivše tvornice *Medika* u Pierottijevoj ulici, a 29. prosinca iste godine potpisuju ugovor s Gradom Zagrebom za najam prostora *Medike* u kojem *Attack* djeluje sve do danas. Čitav je taj prostor u vlasništvu Grada Zagreba.

Današnji prostor *Attacka* nalazi se u istočnom dijelu prizemlja AKC-a *Medika*. Sam prostor kluba površine je 123 četvornih metara te se sastoji od šanka, odvojenog (ograđenog) prostora za majstora tona, plesnog podija i pozornice. Prostor može prihvatiti do 300 posjetitelja. Osim prostora kluba u prizemlju, *Attack* koristi i druge prostore unutar kompleksa *Medike* poput skladišta, odvojenih WC-a, ureda na katu i sl. Klub je nemoguće sterilno izdvojiti iz ostatka prostora *Medike*, jer iako se sâmi koncerti odvijaju u klubu, ljudi se druže i razgovaraju u zajedničkom dvorištu, ponekad tijekom večeri odlaze i u druge klubove u *Medici* (ili se pak isti događaj odvija u više klubova), te su posjetitelji svih klubova uvijek izmiješani u zajedničkom prostoru dvorišta.

Uređenje prostora ponajviše je obilježeno DIY principima, te su za uređenje često organizirane kolektivne akcije poput, primjerice, zajedničkog betoniranja poda u dvorištu. Sâm klub iznimno je jednostavno uređen—crni zidovi i strop i zeleni linoleumski pod, bez namještaja.

Od online prisutnosti *Attack* održava vlastitu web stranicu,¹⁹ *Facebook*,²⁰ *Instagram*²¹ i *Twitter*, a podatke o programima koje organizira moguće je pronaći i na raznim portalima

¹⁹ <https://attack.hr/> (pristup 6. svibnja 2024.)

²⁰ <https://www.facebook.com/akc.attack/> (pristup 6. svibnja 2024.)

²¹ <https://www.instagram.com/akc.attack> (pristup 6. svibnja 2024.)

alternativne kulture. Na svojim stranicama *Attack* redovito objavljuje informacije o svim događajima koje organizira.

U sâmom prostoru *Attacka* održavaju se ponajviše koncerti i slušaonice. Osim toga, *Attack* organizira i razne projekte vân prostora u Pierottijevoj, poput radionica, aktivističkih inicijativa, festivala, edukacija, projekata za decentralizaciju kulture i sadržaja za djecu i starije.

2. 1. 1. Motivacija i samoreprezentacija

Udruga *Autonomna tvornica kulture* osnovana je 1997. godine, u tranzicijskom poslijeratnom vremenu, kad se većina dotadašnjih kulturnih institucija transformirala ili nestajala, te je politička, ekonomska i društvena situacija u zemlji bila obilježena posljedicama rata. Neke od temeljnih ideja pri osnivanju *Attack-a* bile su antiratni pokret i anarhizam (usp. Cvek et al., 2013: 14).

U časopisu *Arkzin*²² 18. rujna 1997. objavljen je poziv, odnosno najava osnivanja udruge *Autonomna tvornica kulture*, skraćeno i stilizirano kao *ATTACK!*. Najava adresira nedostatak prostora za alternativnu kulturu u Zagrebu te poziva građane da se učlane u novonastalu udrugu (usp. Cvek et al., 2013: 15). Nešto manje od godinu dana kasnije, 8. srpnja 1998., održana je osnivačka skupština udruge te je donesen prvi statut (usp. Cvek et al., 2013: 18). Ideja je bila stvoriti platformu za različite tipove djelatnosti i interesa, i razne tipove aktivizma: feministički, anarhistički, antiratni, LGBT, medijski i ljudsko-pravni aktivizam. Također, u to doba je alternativna i *underground* kutura bila gotovo potpuno zamrla—zatvaranjem fizičkih prostora ili kao posljedica politički nepovoljnih i nesigurnih uvjeta za alternativnu kulturu. Za razliku od suvremenih prilika, tada je opasnost od fizičkog nasilja radi drugačijeg izgleda, načina odijevanja, načina života ili glazbe koju osoba sluša bila puno veća.

Konkretan problem bio je i činjenica da u Zagrebu tada "već godinama gotovo da nije postojao prostor u kojem se moglo svirati" (Cvek et al., 2013: 17). *Klub studenata elektrotehnike* (KSET) je imao ograničeno radno vrijeme (do 22h), te su se koncerti odvijali po vatrogasnim domovima, atomskim skloništim, prostorima mjesnih zajednica i drugim sličnim prostorima. Mladi ljudi su htjeli prostor za organiziranje koncerata koji parira sličnim prostorima u ostatku Europe, i bili su spremni za to se i potruditi.

²² *Arkzin* je bio časopis (politički, kulturni i umjetnički fanzin) koji je izlazio u Zagrebu od 1991. do 1998. godine. (<https://monoskop.org/Arkzin>; pristup 24. travnja 2024.)

Attack je svakako najdugovječniji prostor s najraznovrsnijim programima od svih koje sam istraživala. Ova činjenica sagledavanje isključivo glazbenog aspekta *Attacka* čini gotovo nemogućim, budući da su ostali sadržaji koje centar nudi podjednako važni, ako ne i ključni za njegov opstanak i dugovječnost. Centar djeluje i izvan gabarita samog klupskog prostora u prizemlju *Medike*. Također, teško je izdvojiti *Attack* izvan konteksta cjelokupnog prostora *Medike*, ali u svom radu ću se pokušati fokusirati isključivo na *Attack*.

Attack se predstavlja kao "nestranačka, neprofitna, nevladina udruga građana/ki koja djeluje u području izvaninstitucionalne kulture i mladih".²³ Cilj im je stvoriti kulturnu i političku alternativu, alternativnu ekonomiju te osigurati prostor u javnosti svima koji se žele kreativno izraziti i sudjelovati u promjenama na lokalnoj razini. Djeluju po "uradi sam", odnosno DIY principu i potiču aktivizam.

Glavna ideja organizacije je da služi kao platforma i da omogući prostor za djelovanje, stvaranje, promišljanje i prezentaciju svim neafirmiranim umjetnicima/cama, organizatorima/cama u kulturi, aktivistima/cama i mladima. *Attack* neposredno teži postići jačanjem pojedinaca/ki u vlastitoj afirmaciji, bilo da se radi o samom umjetničkom izričaju, bilo da je stvar konkretne produkcije događanja kulturne, političke ili umjetničke tematike. Kreiranje programa omogućeno je svim osobama koje dolaze sa konkretnim idejama, a unutar kolektiva nalaze direktnu organizacijsku potporu za realizaciju.²⁴

Ono što moja sugovornica ističe kao posebnost *Attacka* je:

Attack nije bio glazbeni klub... u tome je razlika između nas i drugih... nego smo ... hrpa ljudi koji se bave različitim stvarima i prema tome su nastajale i različite sekcije. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

2. 1. 2. Struktura organizacije

Attack se danas sastoji od udruge *Autonomni kulturni centar*,²⁵ osnovane 2001. godine, te jednostavnog društva s ograničenom odgovornošću (j. d. o. o.) za usluge *Nikad bolji Attack*,²⁶ u vlasništvu udruge. Udruga *Autonomni kulturni centar* registrirana je za organizaciju i produkciju glazbenih, dramskih, glazbeno scenskih i audiovizualnih događanja i festivala,

²³ <https://attack.hr/o-attacku/> (pristup 6. svibnja 2024.)

²⁴ <https://attack.hr/vise-o-attacku/> (pristup 6. svibnja 2024.)

²⁵ RegistarSKI broj u registru udruga RH: 21002152, OIB: 90772018493

²⁶ Matični broj: 05412854, OIB: 53561650037

izdavačku djelatnost, projektni menadžment, prodaju promotivnih materijala i iznajmljivanje imovine u vlasništvu udruge, a tvrtka *Nikad bolji Attack* primarno služi za ugostiteljsku djelatnost. Riječ je o društvenom poduzeću, te se dobit ne dijeli među fizičkim osobama (vlasnicima) nego se ulaže natrag u udruhu (isplaćivanje plaća, organizacija programa). Glavno pravno tijelo je udruga, dok je j. d. o. o. osnovan kako bi se legalno mogle odvijati neke aktivnosti poput prodaje pića na šanku. Područja djelovanja udruge su kultura i umjetnost, ljudska prava, međunarodna suradnja, obrazovanje i socijalna djelatnost.

Attack je strukturiran "nehijerarhijski" te je podijeljen u timove koji djeluju autonomno s obzirom na polja interesa i djelovanja. Drugim riječima, svatko je odgovoran za svoje polje, donosi odluke koje su u skladu s vrijednostima kolektiva, i niti jednu sekciju niti osobu ne kontrolira nitko nadležan, niti daje komande. Tek u slučaju da netko ne obavlja svoj posao kako treba, osoba ili tim biva pozvana na odgovornost te odgovara pred kolektivom.

Ljudi su naučeni da ti imaš jednu osobu koja će ti davati komande i onda ti prema tome se vodiš. A ovo je puno teže jer ljudi moraju shvatiti da nema tu jedne osobe koje će tebi reći šta ti trebaš raditi, nego ako si ti rekao da ćeš ti biti voditelj šanka, na primjer, ti si dobio zaduženja za vođenje šanka, i u jednom trenutku kada ... svi mi skontamo da to kiksa, da tu nešto ne valja, onda ćeš biti pozvan na odgovornost, ono, na sastanak. I u tom trenutku znaš ono, sad ti vidi ... dal' si odgovoran u izvršavanju svojih obaveza ili nisi odgovoran, znaš. Mislim, ... neće te odmah ono sad... kod nas se jako teško odjebava ljude, ... stalno se razgovara, stalno se daje 500 prilika... (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Tri su osobe zadužene za zakonsko zastupanje udruge, no ne uzimaju nikakvu hijerarhijsku poziciju, već postoje radi zadovoljenja legalne forme. Udruga je podijeljena na sekcije, te je klub je samo jedna od sekcija unutar koje djeluje nekoliko manjih timova: tehničari, šank i programski tim. Odgovorna osoba za klub je voditelj kluba, a "ispod" njega djeluju voditelj večeri, voditelj programa, *booker*,²⁷ voditelj tehnike, voditelj šanka i konobari te organizator koncerata.

Svakodnevno funkcioniranje udruge odvija se na odgovornost svake osobe i tima, a bitne odluke donosi kolektiv te ih pojedinac ne može sam donijeti:

Pa nemamo hijerarhiju. Znači imaš kolektive, i imaš te neke tehničke uloge kod ljudi. Znači jedan voditelj šanka koji ima odgovornost prema ono, obračunanima, novcima, računima i...

²⁷ Osoba zadužena za slaganje programa koja "samo zapisuje u kalendar" i pazi da se događaji ne preklapaju (npr. dva *trance* partija u istom tjednu).

... taj voditelj šanka nema pravo na svojevóljno donošenje odluka, nego se mora... Odluke se trebaju donijeti unutar kolektiva. Kao i booker, ono mislim, ne može on sad zabrazditi i početi raditi neki program koji nije ono... Znači postoje neki onako... modeli kako se dogovara, šta se dogovara i bla, i onda se prema tome on vodi. Ne može on sad ono ... [bukirati] *Mortal Kombat* koji je ono, mizogini bend. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Članovima su međusobno dostupni *online* obrasci te svi mogu vidjeti što ostale sekcije planiraju i intervenirati ako je potrebno. Vodi se računa o tome da se članovi ne preopterećuju i da se posao rasporedi, no onda je od iznimne važnosti da osoba koja je preuzela odgovornost za neki element pristupa odgovorno.

Attack se financira od prodaje pića, prodaje ulaznica,²⁸ EU projekata i institucionalnih potpora. Osim kluba, neke od sekcija *Attacka* uključuju Galeriju *Siva*, *FAKI: festival alternativnog kazališnog izričaja* i *OHOHO film festival*.

²⁸ Od prodaje ulaznica pokrivaju se troškovi za tu konkretnu večer—honorari za izvođače i sl.

2. 2. Brvnara

Informacije o *Brvnari* koje sažimam u ovom podpoglavlju prikupila sam putem njihove *Facebook* stranice i proširila u razgovoru s osnivačem ovog prostora. Pored toga i sama sam često izlazila u taj prostor u vremenu dok je javno djelovao, pa su neke pojedinosti vezane uz uređenje prostora i programe koji su se u njemu odvijali rekonstruirane na osnovu mojih vlastitih sjećanja.



Slika 2 — Logotip *Brvnare*

Brvnara je službeno otvorena u subotu, 28. svibnja 2016. godine, događajem naslovljenim *Veliko otvorenje udruge "Brvnara"—Neka scena živi!*,²⁹ a ja sam ju prvi put posjetila koji tjedan kasnije na prvom *Džemanju u Brvnari*.³⁰ O samom otvorenju postoji izvještaj s portala *mixeta.net*.³¹

Brvnara se nalazila u drvenoj kućici u prostoru između željezničkih pruga u blizini Ciboninog tornja i Tehničkog muzeja, službeno na adresi *Tratinska 2*. Da bi se do same *Brvnare* došlo, posjetitelji su morali proći pokraj *Casina* iza Tehničkog muzeja, i putem koji vodi preko parkirališta stići iza ugla, ili pak proći kolnim prilazom između kafića *Krivi put* i Fakulteta kemijskog inženjerstva i tehnologije te još nekoliko desetaka metara lutati kroz kućice u međupružnom prostoru. Zbog relativno komplicirane lokacije, na objavama događanja (uglavnom na *Facebooku*) redovito su pisale upute, a ponekad bi osvanulo i neko kreativnije rješenje poput onog prikazanog na Slici 3. Prostor nije imao službeno radno vrijeme, a

²⁹ <https://www.facebook.com/events/1204077719636373> (pristup 19. ožujka 2024.)

³⁰ <https://www.facebook.com/events/1619511021709670> (pristup 19. ožujka 2024.)

³¹ <https://www.mixeta.net/2016/06/21/zagrebu-otvorena-brvnara-okupljajiste-glazbenika-umjetnika/> (pristup 19. ožujka 2024.)

događanja su bila organizirana najčešće u večernjim satima. Prevladavali su vikendi, no radni dani nisu bili isključeni, kao ni dnevni događaji poput roštilja i *jam sessiona* u dvorištu.



Slika 3 — Rukom iscrtane upute za dolazak do *Brvnare*

Prostor je za javnost djelovao tek nešto duže od dvije godine, te je službeno zatvoren 18. kolovoza 2018. događajem *Zatvaranje Brvnare*.³² Unatoč tome, na *Facebook* stranici objavljen je još jedan javni događaj, te ih je vjerojatno bilo i još nekoliko neobjavljenih.

Danas *Brvnara* djeluje u drugačijem aranžmanu, kao prostor za najam za potrebe privatnih zabava, a o trenutnom vodstvu moj sugovornik nije htio razgovarati. S obzirom da mi novi oblik djelovanja prostora nije relevantan za rad, odlučila sam izostaviti istraživanje trenutnog stanja prostora.

Brvnara je prije preuređenja u klub bila drvena kućica u funkciji skladišta. Unutrašnjost prostora, veličine 150 četvornih metara, mogla je prihvatiti do 150 posjetitelja. Sastojala se od *open space* prizemlja u kojem su se održavali događaji i galerije na prvom katu koja je bila zatvorena za javnost. S desne strane ulaza nalazio se šank, a kroz prostor je bilo raštrkano nekoliko stolova, stolaca i kauča. Prostor nije imao formalnu (uzdignutu, odijeljenu) pozornicu, već su glazbenici i ostali izvođači nastupali u ravnini s publikom, te se samo mjesto "pozornice" često nalazilo u različitim dijelovima prostora. Osim glavnog ulaza sa zapadne strane, na južnoj strani kućice mogla se otvoriti velika kapija. Prostor je *Brvnare* bio u privatnom vlasništvu.

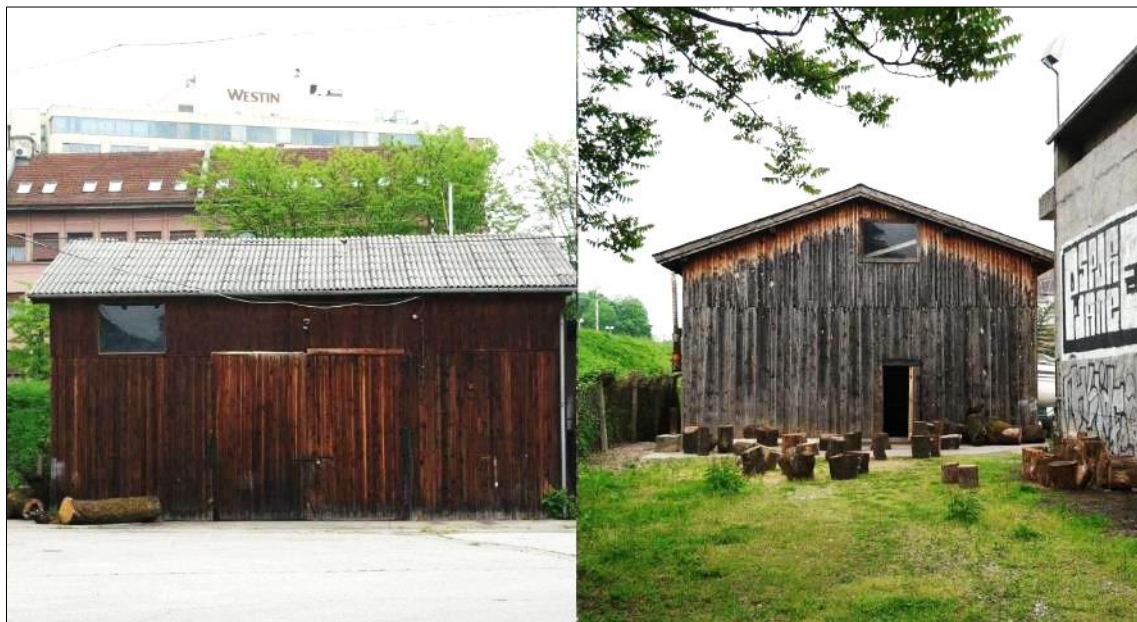
³² <https://www.facebook.com/events/281437465795157> (pristup 19. ožujka 2024.)



Slika 4 — Unutrašnjost *Brvnare*

Pored unutrašnjeg prostora, ispred glavnog ulaza u *Brvnaru* bilo je uređeno i dvorište—travnjak i panjevi na kojima se moglo sjediti.

Od internetskih medija *Brvnara* se koristila i oglašavala svoje programe većinom preko *Facebook-a*,³³ na kojem broji dvije tisuće pratitelja. Službene web stranice nema, kao ni profila na bilo kojoj drugoj društvenoj mreži ili mediju.

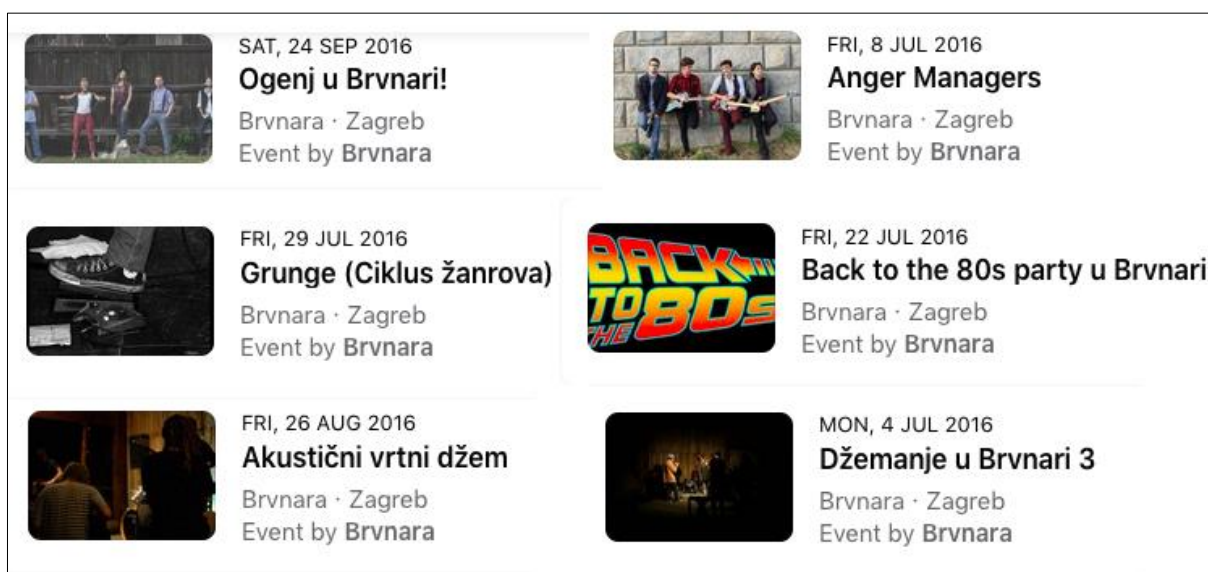


Slika 5 — Eksterijer *Brvnare*

³³ <https://www.facebook.com/brvnara1> (pristup 19. ožujka 2024.)

U *Brvnari* su se održavali razni glazbeni i neglazbeni događaji. Prema riječima osnivača, "bila je otvorena za bilo kakve vrste umjetnosti, pogotovo izvedbene" (Marko, u razgovoru s I. B.). Prvenstveno je, međutim, bila glazbeni prostor u kojem su se redovito održavali *jam sessioni*, slušaonice i koncerti glazbe raznih žanrova i izvođača (v. Sliku 6). Pored glazbenih sadržaja, u *Brvnari* su se održavale razne radionice (likovne, plesne, akrobatske, video radionice). Održavao se i ciklus sinestezijskih događaja *Spajanje slike i tona*, na kojima su nastupali glazbenici i izlagali likovni umjetnici. Još jedan specifičan ciklus bio je *Večer solo umjetnika*, čija je ideja bila da umjetnici nastupaju sami. Najčešće su dolazili glazbenici, ali bilo je i *stand-up* komedije, čitanja poezije i slično. Održavale su se i *speed dating* večeri.

Osim glazbenog sadržaja, u *Brvnari* su se održavale razne radionice, primjerice likovne, plesne, akrobatske i video radionice. Održavao se i ciklus sinestezijskih događaja *Spajanje slike i tona*, na kojima su nastupali glazbenici i izlagali likovni umjetnici. Još jedan specifičan ciklus bio je *Večer solo umjetnika*, čija je ideja bila da umjetnici nastupaju sami. Najčešće su dolazili glazbenici ali bilo je i *stand-up* komedije, čitanja poezije i slično. Održavale su se i *speed dating* večeri.



Slika 6 — Glazbena događanja u *Brvnari* (srpanj–kolovoz–rujan 2016.)

2. 2. 1. Motivacija i samoreprezentacija

Ideja za osnivanjem *Brvnare* potekla je iz osobne frustracije njezina osnivača činjenicom da u Zagrebu nije postojalo mjesto gdje se umjetnici mogu "slobodno izražavati" (Marko, u razgovoru s I. B.). Marko smatra da umjetnost treba biti nešto "živo i kreativno", a ne

suhoparno ponavljanje unaprijed određenih normi. I sâm je završio Muzičku akademiju, koja ga je razočarala i za koju tvrdi da umjetnosti pristupa "gotovo obrtnički". Bavio se, također, i uličnim sviranjem te je tijekom sviranja na ulici upoznao nekoliko istomišljenika i poželio sebi i njima osigurati prostor za kreativnost.

Kad već sviramo, kaj ne bi bilo fora kao napraviti kao neki prostor u kojem bi mogli tako doći različiti ljudi, iz kakvih god krugova, bitno samo da su kreativni, da vole muziku. Ono... da imamo mjesto gdje bi se mogli sastajati i zajedno svirati. (Marko, u razgovoru s I. B.)

Marko *Brvnaru* opisuje kao "utočište za umjetnike", što je također jedina rečenica koja stoji u opisu službene *Facebook* stranice (doduše na engleskom jeziku—*sanctuary for artists*).

2. 2. 2. Struktura organizacije

Marko ističe kako je predvodnik i idejni začetnik *Brvnare* bio upravo on, ali je ideju proveo u djelu surađujući s prijateljem. Taj mu je prijatelj pomagao od samih početaka, no, premda Marko tvrdi da je njihov odnos bio "praktički partnerski", prostor je *Brvnare* unajmio isključivo na svoje ime. Nakon uzimanja prostora u najam, zajedno su osnovali udruhu *Brvnara*.

Prostor u kojem je djelovala *Brvnara* nađen je ciljano i na neki način je predodredio cijelu priču. Osnivač se redovito vozio vlakom i prolazio pored tog prostora, učinio mu se zanimljivim i primijetio je da ga zapravo nitko ne koristi. Lokacija mu se također učinila dobrom, jer je "izolirano od svega, a opet u centru grada, tak da je i samim tim i u centru događanja i pogodno da se ljudi skupljaju" (Marko, u razgovoru s I. B.).

2. 3. Kulturni centar Multimedija

Osnovne podatke o djelovanju *Kulturnog centra Multimedija* (KCM) prikupila sam iz sadržaja objavljenih na njihovoj službenoj web stranici, člancima o glazbenim događanjima centra objavljenima na internetskim portalima, i kroz razgovor sa Zoranom, idejnim začetnikom KCM-a. Prvi prostor u Mesničkoj ulici i sama sam posjetila više puta, dok novi prostor u Kranjčevićevoj ulici, tijekom istraživanja nisam imala priliku posjetiti.



Slika 7 — Logotip *Kulturnog centra Multimedija*

Kulturni centar Mesnička otvoren je 28. siječnja 2018. godine na adresi Mesnička 12 u Zagrebu. Godine 2023. centar seli na adresu Kranjčevićeva 16a, mijenja ime u *Kulturni centar Multimedija*, te na toj adresi djeluje do početka 2024. godine. U trenutku nastajanja ovog rada djeluju bez konkretnog prostora otvorenog za javnost.

Prvi prostor KCM-a u Mesničkoj ulici sastojao se od vanjske terase, galerijskog prostora (20 m²), prostora kafića (100 m²), te podrumskog kluba (30 m²) s malom pozornicom. Prostor je bio privatnom vlasništvu.



Slika 8 — Pročelje zgrade KCM-a u Mesničkoj ulici

Prizemni prostor kafića bio namješten starinskim namještajem, na policama su se nalazile knjige i društvene igre koje su posjetitelji mogli slobodno koristiti, a zidovi su bili obojeni u tamnocrvenu nijansu. Manji prostor galerije bio je odvojen od prostora kafića, te su po potrebi i u njemu bili stolovi za goste. Podrumski klupski prostor sastojao se od male pozornice, zasebnog šanka i nekoliko stolova. Budući da je bio relativno skućen, često je tijekom koncerta bio dupkom pun posjetiteljima, koji su redovito sjedili po stepenicama i stajali oko zauzetih stolova.



Slika 9 — Podrumski klupski prostor KCM-a u Mesničkoj ulici











Od *online* prisutnosti KCM posjeduje vlastitu web stranicu,³⁴ *Facebook* i *Instagram*.

KCM je prvenstveno bio glazbeni prostor, a od glazbenih žanrova ponajviše je njegovao jazz. Uz koncerte, svaki ponedjeljak se održavao jazz *jam session*, improvizacijska večer u kojoj se bilo koji glazbenik upućen u sviranje jazz-a može pridružiti u muziciranju. Osim jazz-a, održavali su se koncerti raznih žanrova: rock, blues, world music, kantautorske večeri i sl. Jedan od konkretnih ciljeva KCM-a bio je "vratiti jazz na scenu", jer se u Zagrebu u 2010-ima, osim *Bacchusa* kao konstante, svakih nekoliko godina otvarao i ubrzo zatvarao novi jazz klub. Nisu bili ograničeni samo na glazbu, te su se u KCM-u organizirale i izložbe, tribine, predavanja, neglazbeni nastupi, kvizovi, radionice, sajmovi i "sve vrste predstavljanja umjetnika".³⁵ Osim umjetnosti, KCM promovirao je i OPG-ove, zdravu prehranu, brigu za okoliš i udruge za zaštitu životinja.

³⁴ <https://kcm-club.net/> (pristup 7. kolovoza 2024.)

³⁵ <https://www.facebook.com/KCMedija/> (pristup 7. svibnja 2024.)

Na Slici 10 vidljiva je raznolikost i frekventnost događaja u KCM-u: u samo četiri dana održana su tri koncerta, dvije slušaonice, dva predavanja, radionica, buvljak i večer poezije.

 <p>SUN, 14 MAY 2023 Priča o bluesu - gost - Toni Starešinić Kulturni centar Mesnička · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>	 <p>SUN, 14 MAY 2023 2. Početni tečaj salse u paru Kulturni centar Mesnička · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>
 <p>SUN, 14 MAY 2023 Slušaonica Rory Gallagher Kulturni centar Mesnička · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>	 <p>SAT, 13 MAY 2023 Zmaj Orko Star - Live at KCM Kulturni centar Mesnička · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>
 <p>SAT, 13 MAY 2023 Zagrebačke večeri poezije by Zdravko Odorčić Event by Kulturni centar Mesnička</p>	 <p>SAT, 13 MAY 2023 VI. KCM Buvljak Event by Kulturni centar Mesnička</p>
 <p>FRI, 12 MAY 2023 Večer sevdaha - Ružica Maurus - Live at KCM Kulturni centar Mesnička · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>	 <p>FRI, 12 MAY 2023 VI. IBT Tribina - Ciklus predavanja o 5G tehnologiji Event by Kulturni centar Mesnička</p>
 <p>THURS, 11 MAY 2023 Luka Bucić Live at KCM Event by Kulturni centar Mesnička</p>	 <p>WED, 10 MAY 2023 Zion Radio Show - Live @ KCM KCM, Kranjčevićeva 16 · Zagreb Event by Kulturni centar Mesnička</p>

Slika 2 — Događanja u KCM-u u četiri dana svibnja 2023. godine

Bavili su se i ugostiteljstvom, kao najvećim izvorom prihoda nužnim za opstanak takvog prostora.

Nama ti je ugostiteljstvo posljedica bavljenja kulturom. Kod nas to tako ide. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Ukratko, središnja ideja KCM-a bila je ponuditi "širi aspekt kulturnog života u ugostiteljskom objektu."

2. 3. 1. Motivacija i samoreprezentacija

Zoran, začetnik KCM-a motivaciju za osnivanjem vuče iz svog rodnog grada Požege:

Tokom moje mladosti ja sam imao u gradu klub koji je radio kulturni program, znači svaki dan od jutra do mraka. Takav jedan, kako bi rekao... jedno javno mjesto na kojem se kultura očituje utjecalo je na mene da sam si ja kasnije uvijek htio da imam takav klub. Zašto? Zato

što sam primijetio da je mene taj klub obrazovao k'o klinca već u tom smjeru da sam počeo slušati različitu glazbu, da nisam bio toliko materijalistički nastrojen nego sam više htio... druženje sa ljudima, taj neki javni život, da ako imaš neku umjetnost da je ponudiš ljudima i oni je ponude tebi jer gledaj, to je sve kultura. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Iako je inicijalno kulturni prostor želio otvoriti u Požegi, stjecajem okolnosti preselio je u Zagreb te stekao uvjete da ga otvori ovdje. Konkretizacija ideje dogodila se tek kada se ukazao adekvatan prostor. Zoran je dobio poticaje za samozapošljavanje i osnovao tvrtku *Only love for music* j. d. o. o.

Kraticu *KCM* Zoran obrazlaže kao "sveto trojstvo koje sam vizualizirao kako bih mogao privući ljude da dođu pogledati nekakav kulturni program." "K" predstavlja kulturu i komunikaciju, pojmove koje Zoran poistovjećuje tvrdeći da je svaka komunikacija neki oblik kulture. "C" označava centar okupljanja s naglaskom na fizički prostor, naspram virtualnog. "M" predstavlja multimediju, pojam kojim promovira susret uživo. Multimedija podrazumijeva komuniciranje informacija kroz kombinirane medije: tekst, vizualnost, zvuk, video i dr., te podrazumijeva interaktivnost (usp. Shuker, 2002: 171), što je jedan od aspekata koje *KCM* smatra iznimno važnima. Mogućnost da se na predavanju podigne ruka i postavi pitanje, ili nakon koncerta porazgovara sa glazbenicima. Veliku važnost pridaje okupljanju i druženju u stvarnom vremenu i dijeljenom prostoru:

Virtualni ne valja, ovo je bolje, ovakav kontakt kad smo ja i ti zajedno i recimo sad pričamo, dešavaju se neke razmjene, ja vidim tvoje geste rukama, otprilike prepoznajem tvoje biće k'o i ti moje. Na *Skype*-u vidimo samo jedno drugom glavu i ne dešavaju se nikakve, kak' bi ti rekao... te neke ezoterije među ljudima, te male i sitne ezoterije između mene i tebe, to međusobno prihvaćanje, to ti se ustvari zove kultura. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

2. 3. 2. Struktura organizacije

KCM se sastoji od dva pravna tijela—udruge *Kulturni centar multimedija*³⁶ i tvrtke *Only love for music* j. d. o. o.³⁷ Udruga *KCM* osnovana je 1. travnja 2008. godine i djeluje na području gospodarstva, kulture i umjetnosti, a cijevi joj uključuju povezivanje, podupiranje i promicanje svih oblika umjetnosti i kulture i kulturnog poduzetništva. Tvrtka *Only love for music* j. d. o. o.

³⁶ RegistarSKI broj u Registru udruga RH: 21006129, OIB: 65406756597

³⁷ OIB: 49440856967

registrirana je za djelatnost pripreme i usluživanja pića, te ponovno vidimo "zlatni primjer" kombinacije udruge namijenjene kulturnom sadržaju i tvrtke namijenjene ugostiteljstvu.

Vlasnik i zastupnik oba tijela je Zoran, idejni začetnik *KCM*-a, a ispod njega djelovala su tri voditelja/ice: voditelj glazbenog programa, voditelj galerije i voditelj šanka. Imali su i majstora tona te nekoliko konobara, a tim je imao 8 do 11 zaposlenih. *KCM* je imao nekoliko izvora prihoda: stalan i stabilan prihod donosila je prodaja na šanku i članarine udruge, a donacije za glazbenike skupljale su se svaku večer te su se direktno davale glazbenicima koji su tu večer nastupali. Osim toga, ponekad su primali i privatne donacije za poticanje daljnjeg rada. Nisu aplicirali za sredstva od grada, države, niti EU.

2. 4. Pločnik

Informacije o *Pločniku* pronašla sam web stranici krovne tvrtke *Pozitivan ritam*,³⁸ na njihovim društvenim mrežama: *Facebook*³⁹ i *Instagram*⁴⁰, te kroz razgovor s Vedranom, direktorom tvrtke i osnivačem *Pločnika*. Pored toga, i sama sam posjetila *Pločnik* više puta.



Slika 3 — Logotip *Pločnika*

Pločnik je otvoren 13. srpnja 2016. godine⁴¹ na adresi Međimurska ulica 21 u Zagrebu, u blizini Zapadnog kolodvora. Djeluje kao jedna od grana krovne tvrtke *Pozitivan ritam*. Od tog dana kontinuirano je radio do siječnja 2024. godine, kad je iz birokratskih razloga privremeno obustavljeno njegovo javno djelovanje kao kluba i kafića.

Pločnik je bio⁴² otvoren svaki dan u tjednu. Radno vrijeme kafića bez dodatnog večernjeg programa bilo je od 11:00 sati prijepodne do ponoći, a ako je postojao dodatni večernji sadržaj klub je radio najkasnije do 2:00 sata ujutro. Večernji programi održavali su se utorkom, srijedom, četvrtkom, petkom i subotom. Osim kafića i kluba, na istoj adresi nalazi se i prodavaonica ploča *PDV records*.⁴³

Prostor *Pločnika* je ekipa iz *Pozitivnog ritma* tražila tri godine, dok nisu našli savršen prostor koji im odgovara i lokacijski i prostorno. Također, prostor u zgradi u Međimurskoj pokazao se idealnim s obzirom da su u toj zgradi bili samo poslovni prostori, odnosno nitko u

³⁸ <https://www.pozitivanritam.hr/plocnik> (pristup 5. svibnja 2024.)

³⁹ <https://www.facebook.com/plocnikzg/> (pristup 5. svibnja 2024.)

⁴⁰ <https://www.instagram.com/plocnik.zg/> (pristup 5. svibnja 2024.)

⁴¹ Vedran navodi 13. srpnja kao rođendan *Pločnika*, a 2015. ili 2016. kao godinu otvaranja.

⁴² U trenutku pisanja rada prostor *Pločnika* u Međimurskoj ulici nije bio otvoren za javnost, te je plan ponovnog otvaranja bio predviđen za jesen 2024.

⁴³ U daljnjem tekstu fokusirat ću se samo na prizemni i podrumski prostor.

njoj nije stanovao, te nakon 17 sati i vikendom nikome nije smetala buka kafića i kluba. Prije *Pločnika* je u tom lokalnu bila trgovina, a prostor je u privatnom vlasništvu.



Slika 4 — Zgrada u Međimurskoj ulici, na čijem se uglu u prizemlju i podrumu nalazi *Pločnik*

Prostor se sastoji od tri etaže—u prizemlju je kafić, u podrumu "klub" u kojem su se održavale slušaonice i zabave, a na prvom katu se nalazi prodavaonica gramofonskih ploča. Ukupna površina iznosi oko 180 četvornih metara, a kapacitet varira—sjedećih mjesta u kafiću ima oko 25, a ukupni kapacitet stajaćih mjesta kreće se između 250 i 400.

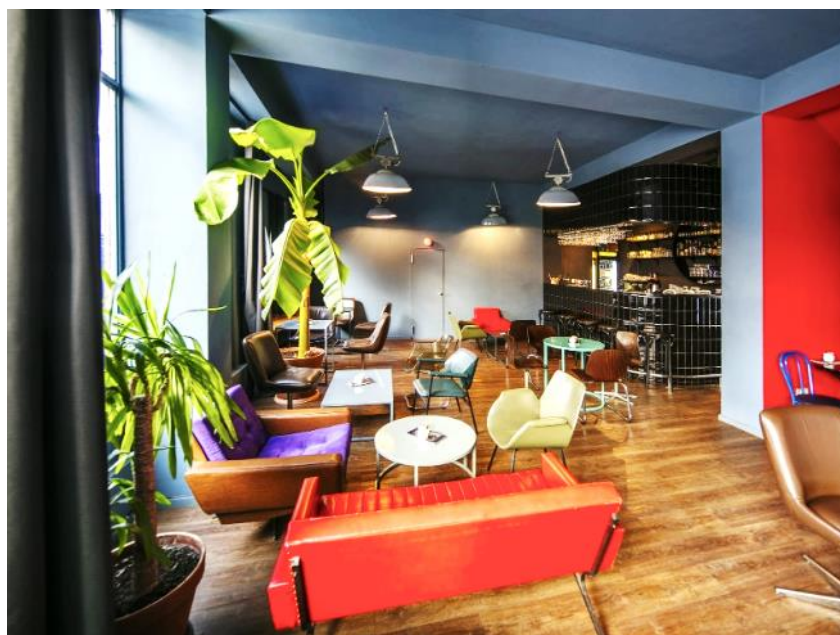
Pločnik je ime dobio iz više razloga:

Zašto *Pločnik*? Jer smo na pločniku, zato što su lajtmotiv interijera i eksterijera keramičke pločice, i zato što izdajemo i prodajemo gramofonske ploče. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Eksterijer je popločan pločicama boje čokolade, koje pašu uz zgradu koja se nalazi preko puta, a dizajn interijera potpisuje studio *Poop*. Prema riječima dizajnerice, ideja je bila postići zlatnu sredinu između atmosfere ugodnog kvartovskog dnevnog boravka i noćnog kluba.⁴⁴ Namješten je *vintage* namještajem i specijalnim namještajem dizajniranim za taj prostor. Prizemni dio sastoji se od nekoliko stolova s foteljama, šanka i toaleta, te je danju pun

⁴⁴ <https://www.iutarnji.hr/domidizajn/interijeri/zavirite-u-plocnik-spoj-ducana-s-plocama-udobnog-kafica-i-kluba-4654826> (pristup 5. svibnja 2024.)

dnevnog svjetla koje dopire kroz velike prozore, odnosno izloge, dok se noću izlozi zaklanjanju debelim zavjesama. Kafić je obojan tamnoplavom bojom.



Slika 13 — Interijer prizemlja *Pločnika*

Desno od ulaza nalazi se stubište, obojano u crveno, kojim se dolazi do gornjeg kata i prodavaonice ploča, ili donjeg, klupskog podruma. Podrum je jednostavna prostorija zagasito plave boje sa DJ pultom.



Slika 14 — Interijer podruma *Pločnika*

Od *online* prisutnosti, *Pločnik* ima vlastitu podstranicu na web stranici tvrtke *Pozitivan ritam*,⁴⁵ te profile na mrežama *Facebook* i *Instagram*. Na sva tri kanala objavljuju se informacije o svim događajima i drugi promotivni sadržaji.

U *Pločniku* su se, za razliku od ostala tri prostora gdje su prevladavali nastupi glazbenika i bendova, pretežito održavale glazbene slušaonice odnosno DJ set-ovi. Osim njih, održavani su i koncerti, kvizovi, *speed dating*, književne i filmske večeri, večeri poezije i *slam* poezije, *stand-up* komedija, predstave, promocije knjiga i glazbenih izdanja.

Jednostavno, ono što mi [*Pozitivan ritam*] radimo smo postavili na svakodnevnoj bazi. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

2. 4. 1. Motivacija i samoreprezentacija

Djelovanje i rad *Pločnika* teško je odvojiti od šireg konteksta tvrtke *Pozitivan ritam* i ostalih kulturnih djelatnosti kojima se tvrtka bavi. Korijeni cjelokupne organizacije potječu još iz devedesetih godina prošlog stoljeća:

Pozitivan ritam je posljedica kolektiva organizacije koji datira s početka devedesetih jer mi smo imali svi nekakve bendove, i onda je bilo ratno vrijeme ... i jedina regija koja zapravo nije imala ratni sukob u to vrijeme je bila Istra. ... I onda smo tamo počeli raditi festivale još davne '92., '93., ... i *uglavnom je bila motivacija da bendovi u kojima sviramo zapravo završe na nekoj pozornici.* (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Sama tvrtka pokrenuta je 2009. godine, zbog "velikih poslova koji su došli kao posljedica uloženog truda i napora" (Vedran, u razgovoru s I. B.)—ulazak u partnerstvo sa velikim britanskim glazbenim festivalima *Outlook* i *Dimensions* koji su se tada održavali u Puli. Sâm *Pločnik* nastao je iz više razloga. Kao prvo, sjedište tvrtke nalazilo se (i dan danas se nalazi) na Kajzerici, dislocirano od centra grada, te je ured malen i u njemu je bilo teško održavati sastanke sa potencijalnim poslovnim partnerima.

I odjedanput, mi smo počeli dobivati jako puno posla, i mene su ljudi pozivali zbog svojih potreba na niz sastanaka. Ja ih nisam mogao primiti u naš office. I onda sam ja zbog drugih ljudi išao non-stop na sastanke u grad, sjedio pod lošim kafićima, slušao lošu muziku, pio loše pivo... I onda kad su se zapravo pojavile mogućnosti smo rekli ajmo mi otvoriti naš prostor, bilo gdje, samo da je malo bliže centru, da nije baš na Kajzerici, i ajmo mi puštati svoju mjuzu

⁴⁵ <https://www.pozitivanritam.hr/plocnik> (pristup 10.08.2024.)

i piti kvalitetno pivo, i onda sve te ljude koji nas zovu za sastanke ćemo mi pozvati kod nas. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Drugi razlog koji Vedran navodi je ostvarenje njegovog dječaćkog sna. Govori kako se kao dijete zaljubio u glazbu i gramofonske ploče, te da je u nekom trenu i zamislio da ima prostor u kojem je u podrumu klub, u prizemlju bar, a na prvom katu dućan ploča.

Pločnik [je] naša dnevna soba, gdje radimo, živimo i boravimo, a ujedno i taj nekakav u kreativni hub gdje se stvari događaju, dogovaraju, stvaraju, zbivaju, a i prezentacija [je] onog šta mi radimo. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Ako promatramo *Pločnik* kao "dnevnu sobu" *Pozitivnog ritma* i prostor u kojem se predstavlja i *PDV Records*, teško je odvojiti žanrovske osnove svih entiteta. Vedranovim riječima žanrovi koje zastupaju su "analogna produkcija", odnosno rock sa svojim podžanrovima, i punk, hardcore, metal, stoner rock, grindcore i sl. Također, utjecajem *Seasplash* festivala, koji je pokrenuo domaću bass i soundsystem scenu, zastupljeni su i "karijski" žanrovi kao što su ska, rockstead, reggae, roots i dancehall, te razni žanrovi elektroničke glazbe: dub, drum and bass, jungle, breakbeat, dubstep, house i techno. A na *PDV Records* labelu prisutni su još i jazz, world music, eksperimentalna i ambijentalna glazba.

Toliko smo mali da se jako teško specijalizirati na jedan stil, nego to prezentiramo da pokušavamo objaviti i prezentirati ono što smatramo da su po najboljim ostvarenjima nezavisne glazbene svene u domaćem i regionalnom okruženju. ... I ono što želim reći, ne radimo naravno, stvari koje nam ne odgovaraju, koje ne volimo, to se naravno odnosi na sve ovo što trenutno najpopularnije u našoj zemlji. Uvijek smo... malo protiv toka rijeke, ili protiv vjetrenjača, donkihотовskim rječnikom. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

2. 4. 2. Struktura organizacije

Krovna organizacija unutar koje se nalazi *Pločnik* je tvrtka *Pozitivan ritam*, koja se bavi planiranjem, organizacijom i produkcijom klupskih događanja i programa te festivala. Također, imaju vlastitu izdavačku etiketu *PDV Records* i webshop, *booking* agenciju, PR agenciju, te nude usluge transporta, najam vozila i najam audio opreme.

Što se tiče izravno glazbenih djelatnosti, koordiniraju festivalsku sezonu na Martinskoj u okolici Šibenika, koja je 2024. uključivala devet festivala: *Sea Sound* (bivši *Seasplash*) festival, *Martinska punk*, *Kanal fest*, *Regius*, *Membrain festival*, *Blast fest* i *Preach the rič* festival.

Također, suradnici su dva britanska festivala s hrvatskom adresom: *Dimensions* i *Outlook*, koji su se 2024. godine održali na otoku Murteru. Uz *Pločnik* i *Dva osam* (bivša *Jabuka*) u Zagrebu, vode i klub *Kotač* u Puli.

Pored toga, bave se i izdavaštvom kroz vlastitu nezavisnu izdavačku kuću *PDV Records* fokusiranu na vinile, te proizvodnjom i distribucijom *merchandise*-a (majice i sl.) kao zastupnici za strane partnere. Kad veliki izvođači (primjerice Depeche Mode, 50 Cent i sl.) dolaze svirati u Hrvatskoj, *Pozitivan Ritam* tiska i prodaje majice na tim koncertima. Imaju i vlastiti PR odnosno marketinški servis, te osim vođenja marketinga vlastitim prostorima i festivalima, nude tu uslugu i drugim strankama. Naposljetku, njihov transportni sektor sastoji se od šest kombija koje iznajmljuju bendovima, te koordiniraju prijevoz posjetitelja sa primjerice aerodroma do festivalskih lokacija za međunarodne festivale *Outlook* i *Dimensions*. Vedranova uloga je uloga direktora i menadžera:

Moja uloga... kad imaš tim i kad radiš puno stvari, multitasking, ne možeš pobijedit zakone fizike i biti u isto vrijeme na više različitih pozicija. Utoliko kao direktor ili menadžer, moja uloga je dobrim dijelom menadžerirati. Znači davati zadatke i usmjeravati, stavljat tu odgovornost na različite članove tima. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

S obzirom na to, u *Pločniku* je bio zaposlen voditelj koji se bavio isključivo *Pločnikom*, koordinirao i dogovarao glazbeni program, zaposlenike u ugostiteljstvu (kombinacija stalno zaposlenih i studenata) i tehničara zaduženog za audio opremu. Vedran je, kao profesionalac s već etabliranom mrežom poznanstava, prvih nekoliko sezona pomagao voditelju dok on nije sâm "stao na noge". Imaju i nadležnog voditelja svih ugostiteljskih objekata unutar tvrtke, koji nadgleda i rad *Pločnika*.

Financiraju se najvećim dijelom od vlastitih prihoda na šanku, uz minimalan dodatak novca s javnih natječaja i sponzorstava (uglavnom vezanih uz piće).

3. Analize poslovanja i održivosti

Nakon kratkog pregleda i osnovnih informacija o svakom od prostora, u posljednjem dijelu rada donosim analize njihovog poslovanja i održivosti. Kao glavni alat koristila sam SWOT⁴⁶ analizu. SWOT je alat za analizu i strateško planiranje, namijenjen identificiranju snaga i slabosti kao unutarnjih čimbenika, te prilika i prijetnji kao vanjskih čimbenika koji utječu na bilo koju organizaciju (primjerice, tvrtku, klub ili udrugu) ili njen manji segment (primjerice, određeni tim ili događaj). Za analizu vanjskih čimbenika unutar SWOT analize koristila sam također ustaljen model PEST kojim se u analizi obuhvaćaju politički, ekonomski, socijalni odnosno društveni, te tehnološki čimbenici (usp. Aguilar 1967). Iako je SWOT analiza alat koji se koristi za strateško planiranje i unaprjeđenje organizacija, u radu ću ju koristiti kao apstraktniji alat za općenite zaključke oko vođenja nezavisnog glazbenog prostora.⁴⁷

Prije samih analiza, donosim tablicu u kojoj se nalaze razne karakteristike glazbenih prostora u koju sam po uzoru na članak Kennyja Forbesa o prostorima u Glasgowu (Forbes, 2012: 617) uključila podatke o klubovima koji su središtem mojeg istraživanja. Tablica je namijenjena sažetom pregledu informacija i infrastrukture koju svaki od prostora nudi.

	AKC Attack	Brvnara	KCM	Pločnik
vrsta prostora	klub	klub?	klub/kafić	klub/kafić
glazbeni žanrovi	punk, HC, dub, trance + ostalo	bez specifičnog fokusa	jazz + ostalo	elektronička glazba
bendovi/slušaoalice	pretežito bendovi	pretežito bendovi	pretežito bendovi	pretežito slušaoalice (DJ-evi)
drugi umjetnički sadržaji	festivalsi (kazalište, strip), izložbe, predstave, poezija	večeri poezije, stand-up komedija, izložbe	izložbe, večeri poezije, promocije izdanja,	koncerti, književne i večeri poezije, stand-up komedija,

⁴⁶ *Strengths, Weaknesses, Opportunities i Threats*, odnosno, na Hrvatskom "SSPP", snage, slabosti, prilike i prijetnje.

⁴⁷ S obzirom da je *Brvnara* zatvorena permanentno, bez planova za budućnost, a *KCM* također u stagnacijskoj fazi, bez prostora i s planom koji se podosta razlikuje od dosadašnjeg modela rada, analizirat ću aspekte njihova rada dok su bili otvoreni za javnost.

			dnevne slušaonice	predstave, promocije knjiga i glazbenih izdanja, filmske večeri
ostali sadržaji	radionice, projekti van prostora u Pierottijevoj, aktivističke inicijative, edukacije, sadržaji za sve uzraste, radio	speed-dating, radionice, predavanja	knjige i društvene igre dostupne za korištenje, radio	kvizovi, speed-dating
broj večernjih programa tjedno	3 (u prosjeku)	1–2	4–6	2–4
blizina javnog prijevoza	tramvaj 150 m	tramvaj 150 m	tramvaj 200 m	tramvaj 100/200 m
objekti	pozornica, plesni podij, pult ton majstora, šank	<i>open space</i> , stolovi i stolice, šank, WC, galerija	veći kafić, šank, podrumski klub, WC	kafić, šank, podrumski klub, WC
honorari za glazbenike	od ulaznica	nema/donacije	nema/donacije	postotak od šanka
poslovni model	j. d. o. o. + udruga	udruga	j. d. o. o. + udruga	d. o. o. + udruga
veličina tima	30	2 + dobrovoljci	8–11	7–10
podjela odgovornosti	svaki segment (šank, program, booking, hospitality, tehničar...) ima zaduženu osobu/tim	jedna odgovorna osoba + ispomoć	idejni začetnik i voditelj + voditelj glazbenog programa, voditelj galerije, voditelj šanka	ugostiteljstvo, program i PR
zvučna izolacija	da	ne	da	djelomično
blizina stambenih zgrada	relativno	da	da	da

3. 1. Analiza vanjskih čimbenika

Bilo koja organizacija, pa tako i kulturne, odnosno glazbene organizacije, postoje u širem kontekstu društva i sredine u kojima se nalaze te su neizbježno u međuodnosu sa raznim vanjskim čimbenicima. Vanjski faktori, odnosno politički, ekonomski, socijalni/društveni i tehnološki čimbenici se, s obzirom da se sva četiri prostora nalaze u istom gradu, te da ih analiziram u istom trenutku, velikim dijelom poklapaju. Sukladno tome, u kasnijoj SWOT analizi bit će dosta slični za sva četiri prostora, uz neke detalje koje ću istaknuti kao specifičnosti pojedinih prostora.

3. 1. 1. Politički čimbenici

Cijeli besmisao [je] da panker anarhist traži Republiku Hrvatsku da se ... poštuje zakon. I ništa nema smisla više.

(Vedran, u razgovoru s I. B.)

Politički faktori i kulturna politika neminovno utječu na male glazbene prostore. Trenutna vlast i općenita legislativa mogu pozitivno ili negativno utjecati na određene sektore kulturne industrije. Utjecaj može biti vrlo indirektan, primjerice uključenost umjetnosti u školski kurikulum, koji utječe na kulturno obrazovanje djece koja će jednog dana postati publika (usp. Varbanova, 2012: 90).

Situacija gradskih vlasti u Zagrebu zanimljiva je kombinacija toga da državnu vlast većinom čini desnica, a zagrebačku gradsku vlast stranka lijevog političkog usmjerenja. Gradonačelnik i stranka skloni su alternativnim glazbenim prostorima te ih podržavaju, no prostori nailaze na probleme zbog nadležnih institucija koje nisu u direktnom utjecaju gradske vlasti. Na primjer, *Pločnik* je prostor koji Grad podržava i teži njegovom ponovnom otvorenju, no zbog različite političke opcije u tijelu koje je iznad Grada u *Pločnikovom* sporu će se na ponovno otvorenje morati čekati duže.

Nas voli Grad Zagreb. Grad Zagreb vodi neka politička opcija, a vladino tijelo vodi HDZ, koji ne želi pomoći aktualnoj političkoj opciji. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Nadalje, natjecaji Ministarstva kulture i sličnih institucija mali dio "kolača" ostavljaju za nezavisne glazbene prostore. Konkretno, *Pločnik* je dobivao po 20,000.00 kuna (!) godišnje

putem javnih natječaja, pola od Ministarstva i pola od Grada, što je dovoljno tek za pokrivanje jednog do dva mjesečna najma i režija. Voditelji *Attacka* i *KCM*-a također smatraju da premali dio javnog novca odlazi u alternativnu kulturu:

Ministarstvo kulture je stvarno ono, srozalo svoje financiranje ... na minimum minimuma, i neki projekt koji je prije osam godina na primjer dobivao 10.000 eura, sad dobiva 2.500, a projekt se nije puno ... mijenjao. ... A pritom ono, ne rade se nikakve evaluacije od strane Ministarstva da bi ti dali konkretne odgovore. Mislim, točno se vidi taj njihov ono... pattern, ono što oni žele napraviti. Tako da ono, dobiješ neke novce sitne, ništa zapravo od ministarstva, ali na primjer grad je sad ... baš povećao ful sredstva da se može napraviti kako treba neki program koji prijaviš, stvarno super. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Iz citata je također vidljivo da je Grad skloniji alternativnoj kulturi nego Ministarstvo. Dapače, voditelji prostora pokazuju i zazor od institucija te tvrde da one ne samo da ne pomažu, nego teže i uništenju alternativne, nekomercijalne kulture:

Ministarstvo kulture ... ne prepoznaje uopće važnost nezavisne kulture i njima je to ono, agenda da se uništi nezavisna kultura. (Sanja, u razgovoru s I.B.)

Mi smo program radili ono, samosvjesno, jel', bez ikakvog upliva države, nikakvih ni lokalnih ovih... Gradskih ureda za kulturu, ma nitko ništa. ... Znači mi nemamo puno sa gradom, nama grad nije izašao u susret, ni u jednom slučaju. Znači mi od grada u šest godina nismo dobili jednu kartu za parkiranje, nego su nam, još bolje, svima zapisali kazne tamo koji su istovarivali slike ispred kluba i bubnjeve i to... Tako da mi nismo s njima nešto kliknuli. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Osim lokalnog financiranja, alternativni glazbeni prostori imaju i mogućnosti apliciranja na Europske natječaje. Na njima je konkurencija veća, ali su šireg obuhvata pa su šanse za dobivanje financiranja ponekad i veće nego na lokalnim natjecanjima.

3. 1. 2. Ekonomski čimbenici

Ekonomski čimbenici koji najviše utječu na kulturne organizacije su općenita ekonomska situacija: inflacija, ekonomski rast, recesija itd.; ukupna primanja građana koja im omogućuju ili onemogućuju trošenje novca na kulturni sadržaj; udio (ne)zaposlenosti; te privatizacija. Teško ih je odvojiti od društvenih i političkih faktora jer vrlo često ovise upravo o njima, o čemu će biti govora u daljnjem tekstu. Zanimljivo je da posjećenost kulturnih događanja ne

ispašta nužno u periodima finansijskih kriza, jer ljudi unatoč krizi imaju želju za participacijom u kulturnim sadržajima (usp. Varbanova, 2012: 88). Publika odlazi na koncerte da bi zaboravila na finansijske brige, te zanemaruju činjenicu da su i to morali platiti jer je vrijednost iskustva umjetnosti apstraktna, a ako je to iskustvo osobi vrijedno, ono nadilazi pripisanu novčanu vrijednost (usp. Behr et al., 2016: 416).

Svi se (aktivni) prostori obuhvaćeni mojim istraživanjem suočavaju s inflacijom i rastućim troškovima najma, režija, radnika, umjetničkih honorara i pića, što im otežava svakodnevno funkcioniranje. Rastući troškovi života općenito također onemogućuju publici da troši novac na kulturne sadržaje, a "proizvođači" kulturnih sadržaja ne mogu spuštati, odnosno ne dizati cijene svojih usluga jer inače ne bi mogli opstati. U studiji Amsterdamskog kluba *P60* jedno je od glavnih pitanja kako zadržati pristupačnost svojoj ciljanoj publici (mladima), koji ne troše puno novaca tijekom posjeta klubu, a opet povećati prihod. Oni smatraju mlade "skupom" publikom, te su prihod pokušali povećati uvođenjem događanja za širu publiku sa većom tendencijom trošenja novaca tijekom posjeta klubu (usp. Rex i Kimbell, 2019: 5).

3. 1. 3. Društveni čimbenici

Društveni (socijalni) faktori koji utječu na kulturne organizacije su tradicije, navike, religijska i nacionalna pozadina, razine pismenosti i razni drugi (usp. Varbanova, 2012:8), dok na alternativne glazbene prostore ponajviše utječu demografija i navike skupina koje su im najčešća i ciljana publika—mladi. Iako je generalni trend u Hrvatskoj da se mlađa populacija iseljava u inozemstvo, Zagreb kao glavni i najveći grad i sveučilišno središte Hrvatske ima konstantan priljev studenata iz svih krajeva zemlje. Dakle, populacije koja bi bila ciljana skupina za alternativne glazbene događaje *ima*, no oni se suočavaju sa vlastitim problemima. Zbog niskih primanja si ne mogu priuštiti mnogo večernjih izlazaka, koji obično podrazumijevaju izdatke poput plaćanja ulaznice, nekoliko pića, taksija i hrane u sitnim noćnim satima, što kada se zbroji može doseći i do između 30 i 50 eura po izlasku. Spomenute fenomene primijetili su i moji sugovornici:

Otišlo [je] pola milijuna ljudi iz ove zemlje, i to nisu ovi klinci i starci. To su mladi ljudi koji su inače targetirana publika za to što mi radimo. I to se osjeća na svakom koncertu, u svakom klubu, vidi se nedostatak publike. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Ako je to par studenata koji imaju iznajmljen stan u Zagrebu, citiram: Vedrane, prije je pizza bila 45 kuna, sad je 12 eura. Nas je dvoje, uzmemo si dvije pizze, dva piva i 100 kuna za duvat, nemamo više para za ići van! (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Znači, ljudi su [nas] od početka prepoznali [...] i onda ti se iskristalizirao jedan određeni broj publike koji je danas sve manji... Ljudi praktički nemaju više love da izađu ni jednom tjedno u grad, a kamoli dva, tri puta. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Nadalje, utjecaj ima i geografska distribucija populacije. U Hrvatskoj su kulturni sadržaji centralizirani u veće gradove (usp. Tonković i Pašalić, 2020: 268), a posebice u Zagreb kao glavni i najveći grad (usp. Mišković, 2015: 103). Pritom manji i srednji gradovi imaju po jedan, dva ili tri nezavisna kluba, dok ih Zagreb, pored ovih kojima se bavim u radu, broji još desetak.⁴⁸ Uz njih, u Zagrebu postoji mnoštvo manjih kafića koji povremenim nastupima ili glazbom koju puštaju podržavaju alternativnu glazbenu scenu.

Veći broj takvih prostora u jednu ruku predstavlja konkurenciju, što ne mora nužno biti loše samo po sebi. Glazbenici i drugi umjetnici imaju više prostora za nastupanje i prezentiranje svoje umjetnosti, a konkurencija održava visok nivo kvalitete alternativne kulture. Prostori, odnosno njihovi voditelji i organizacijski timovi često su i poznanici i suradnici, te suradnje između različitih prostora ne moraju biti isključene. Osim toga, iako četiri prostora u ovom radu privlače sličnu publiku, ipak nude različite sadržaje i žanrove glazbe pa si na neki način ipak ne predstavljaju konkurenciju.

3. 1. 4. Tehnološki čimbenici

Tehnološki faktori danas su neizbježan alat za funkcioniranje bilo kakvih kulturnih, pa tako i alternativnih glazbenih prostora. Društvene mreže i internet omogućuju jeftinu ili besplatnu promociju, bilo kroz vlastite objave ili objave posjetitelja i izvođača. Komunikacija s publikom je brža te je informacije o događanjima lakše pronaći, a geografska udaljenost više ne predstavlja problem za pronaći neki događaj koji posjetitelja zanima te potencijalno i doputovati u Zagreb (ili gdje drugdje) radi njega. Također, voditeljima prostora lakše je ostvariti međunarodne suradnje putem mreža, poput primjerice mreže *Trans Europe Halles*,⁴⁹

⁴⁸ U trenutku pisanja rada nezavisni klubovi koji su redovito održavali programe bili su *Močvara*, *Pogon Jedinstvo*, *KSET*, *Glazbena Kuća*, drugi klubovi unutar *AKC Medike*, *Dva Osam* (bivša *Jabuka*), *Booksa*, a u kategoriju bi se mogli uklopiti i jazz klub *Bacchus*, *Vintage Industrial Bar* i *Melin*.

⁴⁹ <https://www.teh.net/> (pristup 22. lipnja 2024.)

ili prilike za sufinanciranje. Izvođačima, lokalnim i internacionalnim, je jednostavnije stupiti u kontakt i organizirati koncert u bilo kojem od prostora.

Zanimljivo je da neki od voditelja ističu svojevrsan zazor od negativnih utjecaja tehnologije na njihov rad, koji je često povezan sa posljedicama pandemije koronavirusa. Tvrdi da ljudi generalno manje izlaze te se radije zabavljaju u udobnosti svog doma, unatoč tome što su klubovi ponovno otvoreni i rade kao prije pandemije.

I najveća zabluda svih je bila, kroz pandemiju, kako su svi govorili joj, sjeti se... joj kako će biti super kad prođe pandemija, svi će ići van. Ne, ljudi su ostali doma. Ljudi su ostali doma, sve im je skupo, ljudi vole biti sebi najpametniji u svom virtualnom svijetu, to je poraz jedan... Smisao našeg posla je okupljanje ljudi, socijalizacija, razmjena iskustava, komunikacija... Ljudi ipak vole biti doma i svako na svom mobitelu i najpametniji u svom svijetu. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Zazor je osobito zanimljiv, jer bez interneta i društvenih mreža bi značajno manji broj ljudi čuo za i posjetio događanja koja organiziraju. Iz citata je jasno da je fokus rada na okupljanju uživo, no danas je ono gotovo nemoguće bez *online* promocije.

... mi tebe pokušavamo privući kroz energiju kluba, da ti dođeš tamo, da nešto doživiš od knjige koje više nema, od pjesme koju više nitko ne prepoznaje, od slike koje više nitko ne gleda, a ne da smo ovak' svi [glumi da tipka na mobitel], kužiš? (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Onda, kad su predavanja da oni mogu pitat neko pitanje, znaš. Inače onda mogu gledati i na YouTube-u predavanje od Mišaka, pa jebiga, šta ti nije jasno možeš se jebat kad nije tu kraj tebe. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

3. 2. Analize unutarnjih čimbenika

Unutarnji faktori uključuju resurse, sposobnosti, procese i druge elemente koji organizaciju čine jedinstvenom, kompetentnom i inovativnom. Kod analize unutarnjih faktora treba uzimati u obzir snage unutar organizacije koje oblikuju ukus publike, nose se sa konkurencijom i generiraju profit, ali treba istaknuti i unutarnje slabosti i pokušati ih korigirati. Važno je uzimati u obzir i kapacitet tima i same organizacije za rast, ekspanziju i stabilnost. Također, postoji mogućnost da se isti unutrašnji faktor može promatrati i kao snaga i kao slabost (usp. Varbanova, 2012: 102).

Kod analize unutarnjih čimbenika koristila sam SWOT okvir analize snaga i slabosti, uz dodatak vanjskih čimbenika, odnosno prijetnji i prilika specifičnih za pojedine prostore. Analize su poredane po "uspješnosti": *AKC Attack* i *Pločnik* kao dva uzorna primjera prostora koji djeluju dugi niz godina te nastavljaju djelovati i danas, zatim *KCM* kao primjer prostora koji je postigao uspjeh i priznanje, ali je ipak silom prilika zatvorio svoja vrata, te naposljetku *Brvnara* koja je za javnost djelovala relativno kratko te se može promatrati kao "najneuspješniji" primjer.

3. 2. 1. AKC Attack i Pločnik

AKC Attack	
snage	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Dugovječna organizacija,iskusni voditelji • Raspodjela posla na mnoge timove i volontere • drugi sadržaji osim glazbenih • Žanrovska profiliranost, stalna publika • Uređenje prostora u skladu sa sadržajem • Udruga + tvrtka, legalan šank • Događanja na gotovo svakodnevnoj razini 	<ul style="list-style-type: none"> • Autonomija timovâ i članova timova • Velik tim, disperzija odgovornosti • Nekomercijalan sadržaj, loša isplativost
prilike	prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Koriste prostor u vlasništvu grada • Lokacija u uskom centru grada • Manji broj stambenih zgrada u neposrednoj blizini • Nedostatak neposredne konkurencije • Vanjski prostor prikladan za druženje 	<ul style="list-style-type: none"> • Loša infrastruktura samog prostora (posljedice potresa, neadekvatan sanitarni čvor) • Promjene vlasti i njihove agende (potencijalan gubitak prostora) • Financijska ovisnost o prodaji na šanku

Organizacijski tim *Attacka* čini nekoliko malih timova te je svaki tim autonomno zadužen za svoje polje, što ima i prednosti i mana. Timovi, odnosno radnici i volonteri nisu preopterećeni poslom te se mogu posvetiti svom polju, dok autonomija i nedostatak autoriteta može usporavati odluke, te je ponekad lako prebacivati odgovornost na onog drugog. Od snaga, dobro je što su profilirani kao prostor za punk, dub i trance te za te žanrove imaju stalnu i vjernu publiku, ali nisu zatvoreni ni za koncerte i slušaonice drugih žanrova. Prostor je uređen

tako da je prikladan i privlačan publici koja u *Attack* dolazi. Organizacija je koncipirana kao kombinacija udruge i tvrtke (j. d. o. o.), što im omogućava legalno poslovanje, prodavanje pića, isplaćivanje plaća itd. Događanja se odvijaju na gotovo svakodnevnoj razini, koncerti vikendom su obavezni dok se vrlo često nađe i koncert ili slušaonica po još dva do tri dana u tjednu. Od vanjskih prilika im u korist ide lokacija i manji broj stambenih zgrada u neposrednoj blizini (oko *Medike* nalaze se fakultet, hotel i željeznička pruga), te u Zagrebu nemaju neposrednu konkurenciju u obliku još jednog kluba s fokusom na punk i slične žanrove. Najveća vanjska prijetnja je neadekvatan i nesiguran prostor u kojem se nalaze. Napuštena tvornica *Medika* u lošem je stanju, oštećena je u potresu te joj je potrebna sanacija. Sanitarni čvor je na zlom glasu i predmet podsmijeha na zagrebačkoj sceni—nehigijenski, često poplavljen, a ponekad i potpuno zatvoren za korisnike.

Sanja je u razgovoru ovako komentirala financijsku održivost i dugovječnost *Attack*-a:

Pa nama se to isplati, ... da nam se ne isplati ne bi to radili, to je prvo. Drugo je naravno da bi mogli komercijalizirati programe, ali to ne želimo jer ne bi onda bili ovdje. Jer stvaramo neku alternativu tom mainstreamu i tim nekim kreativnim industrijama. Tako smo i nastali i ljudi koji ovdje rade svjesno ulaze u to i dolaze sa tih nekih scena kojima nije važan profit prvo, ... nego je važno da se možeš pokriti ... i da radiš nešto za te različite scene. ... ako hoćeš neke pare onda ćeš otvoriti trap cajke, i raditi ne znam ono, Mladena Grdovića. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Pa zato što nam nikad nisu bile upravo te stvari važne. Nije nam bilo važno koliko ćemo para zaraditi nego nam je bilo važno da preživimo. I zato što kad treba, ovdje se hrpu stvari radi volonterski, jer bez tog rada ne bi nikad mogli opstati. (Sanja, u razgovoru s I. B.)

Pločnik	
snage	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Iskusni voditelji • Trostruka djelatnost: kafić, klub i trgovina ploča • jak naglasak na dizajn i uređenje prostora, „dnevna soba“ • ne naplaćuju ulaz u klub • legalan šank • Događanja na gotovo svakodnevnoj razini • Kafić koji radi cijeli dan i donosi dobit 	<ul style="list-style-type: none"> • Mali tim, <i>multitasking</i> pojedinih članova • Kraće radno vrijeme (do 02:00) • Nekomercijalan sadržaj, loša isplativost

prilike	prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Dio tvrtke s dugogodišnjim iskustvom u industriji • Tvrtka se bavi drugim djelatnostima, profit Pločnika nije presudan za njegov opstanak • Jedini takav prostor na kvartu (Zapadni kolodvor/Črnomerec) 	<ul style="list-style-type: none"> • Korištenje prostora u privatnom vlasništvu • Prenamjena drugih prostora u zgradi iz poslovnih u dnevni smještaj (AirBnB) • Problemi sa ostalim korisnicima zgrade

Pločnik vodi manji tim ljudi koji se osim njime bave i drugim djelatnostima unutar tvrtke, te je slabost u tome što su pojedinci preopterećeni poslom. Jedna od specifičnih snaga je da nikad ne naplaćuju ulaz u klub, te računaju na zaradu od pića da pokrije sve troškove večeri. Uložili su dosta u dizajn prostora, te je sam kafić ugodan za boravak i danju i noću, a činjenica da se tijekom dana može sjesti i popiti kavu donosi im dodatnu zaradu na šanku. Zanimljiva je i kombinacija s dućanom ploča na gornjem katu, koji također vodi ista tvrtka. Jedna od prilika je da su jedini takav prostor na zapadnoj periferiji centra grada.

Pločnik i *Attack*, kao uspješni prostori organizacija koje djeluju već dugi niz godina (*Attack* od 1998., *Pločnik* od 2016., a organizacija *Pozitivnog ritma* seže u devedesete godine prošlog stoljeća) dijele i mnoge zajedničke karakteristike. Oba prostora vode profesionalci sa 20 i više godina iskustva, koji su posljedično dobro umreženi i prepoznati u krugovima glazbene industrije. Obje organizacije ne drže "sva jaja u istoj košari", te se bave mnogim drugim aktivnostima i djelatnostima kako bi omogućili i uspješno djelovanje sâmog prostora. Te se aktivnosti odvijaju i u samim prostorima i izvan njih. *Attack* organizira festivale različitih sadržaja, poput stripa i kazališta, projekte namijenjene djeci raznih uzrasta, mladima i penzionerima, te projekte decentralizacije kulture u manjim sredinama u Hrvatskoj. *Pločnik*, odnosno krovna tvrtka *Pozitivan ritam*, bavi se organizacijom ljetnih festivala na hrvatskoj obali, te raznim popratnim djelatnostima nužnima za glazbenu industriju.

Vedran spominje različite izvore profita *Pozitivnog ritma* i ističe važnost raspodjele izvora, i važnost poštivanja zakona:

Je, da. Mi se bavimo nezavisnom kulturnom scenom ... sa fokusom na glazbenu produkciju [i] zaključili smo da to neće plaćati račune. I često stvari koje smo ostvarili u tom nekakvom komercijalnom smislu, da bi platili račune, da bi napravili nekakvu profitnu marginu, ja priznajem, je od prodaje piva. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Mi na festivalima, za razliku od kada smo počeli ... i davali ugostiteljstvo i koncesije partnerima, sad radimo sve sami. I zapravo, uz *cashflow* koji postižemo, uz ugostiteljstvo, uz naravno da pišemo projekte, da za festivale tražimo nekakve sponzore, i onda sve stavljamo kroz taj *multitasking* u istu kasu, i onda uspijevamo držati glavu iznad površine vode. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Ja bi najradije htio biti u *undergroundu*, i ovim našim institucijama koji ne nude nikakav servis, a preskupe su, ne bih davao ništa. Međutim, onda ne bi mogli raditi. (Vedran, u razgovoru s I. B.)

Jedna od ključnih razlika je činjenica da se *Attack* nalazi u prostoru u vlasništvu grada, a *Pločnik* u privatnom prostoru. Gradski prostor je jeftiniji i predstavlja određenu sigurnost i stabilnost, jer bilo kakve promjene moraju proći kroz dugačak birokratski put da bi se ostvarile. Također, ako bi gradska vlast odlučila eviktirati korisnike prostorâ *Medike* u Pierottijevoj, nastao bi velik val protesta i nezadovoljstva među građanima, zbog čega zagrebačkoj vlasti (i prošloj i sadašnjoj!) nije u interesu izbaciti korisnike *Medike*. Lokal u privatnom vlasništvu u kojem se nalazi *Pločnik* skup je za najam, te su na kraju dana podložni odlukama vlasnika prostora. Ironično je da vlasnici lokala u Međimurskoj podržavaju rad *Pločnika*, te su problemi nastali zbog osobe koja je vlasnik susjednih prostorâ u zgradi. Ona predstavlja najveću prijetnju radu *Pločnika* jer te prostore prenamjenjuje iz poslovnih u smještaj za dnevni najam. Jedan od razloga zbog kojeg se *Pozitivan ritam* odlučio za zakup prostora u Međimurskoj je bio upravo činjenica da je lokal okružen uredima i lokalima koji su nakon radnog vremena prazni te im ne smeta buka kafića i kluba, stoga spomenute prenamjene okolnih prostora trenutno *Pločnik* onemogućuju u normalnom radu. Birokratski postupak je i dalje u tijeku te se voditelji *Pločnika* nadaju ponovnom otvorenju prostora u Međimurskoj za javnost do jeseni 2024.

3. 2. 2. Kulturni centar Multimedija

KCM	
snage	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Iskusni voditelji • Drugi sadržaji osim glazbenih • Žanrovska profiliranost bez isključivosti • Uređenje prostora u skladu sa sadržajem • Udruga + tvrtka • legalan šank 	<ul style="list-style-type: none"> • Ime brenda ovisno o adresi • Glazbenici honorirani iz donacija, potplaćeni • Averzija prema suradnji s institucijama • Predavanja o kontroverznim, pseudoznanstvenim temama

<ul style="list-style-type: none"> • Događanja na gotovo svakodnevnoj razini, više programa u jednom danu • Kafić koji radi cijeli dan i donosi promet • Sav višak profita se ulaže u unaprijeđenje • motivacija izvan materijalne dobiti • arhiva od preko 700 snimljenih koncerata 	<ul style="list-style-type: none"> • Nekomercijalan sadržaj, loša isplativost • Nedovoljna financijska sredstva
prilike	prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Lokacija u uskom centru grada (Mesnička) • Mali broj jazz klubova u Zagrebu, mala konkurencija • Nedostatak sličnih prostora u Zagrebu 	<ul style="list-style-type: none"> • Korištenje prostora u privatnom vlasništvu • Dislocirani od uskog centra grada (Kranjčevićeva) • Financijska ovisnost o prodaji na šanku • Nesklonost institucija

Voditelj *KCM*-a iskusan je u polju glazbe i glazbene industrije, no *KCM* mu je bio prvi prostor koji je vodio. Primarni žanr kojim su se bavili bio je jazz, a s obzirom da je zagrebačka jazz scena mala nije im bio problem privući ni glazbenike ni publiku. Ugodno uređen kafić privlačio je posjetitelje tijekom dana da uživaju u kavi i sudjeluju u dnevnim programima poput predavanja, pogledaju izložbu, ili ostanu do večernjeg glazbenog programa. Zanimljiv je fenomen da publika koja u večernjim satima posjećuje prostore da bi poslušala koncert također tijekom dana voli u istim prostorima popiti kavu, što tvori obostran odnos: prostor lijepim uređenjem i ugodnom atmosferom motivira publiku da ga posjećuje i mimo sadržaja, a publika ga, iz puke navike ili u želji da dodatno podrži prostor, odabire i za dnevni posjet. Daljnje snage su da je *KCM* nudio različite vrste događanja na svakodnevnoj razini, od popodneva do kasnih večernjih sati.

Glazbenici koji su svirali u *KCM*-u nerijetko su bili loše plaćeni (usp. Parežanin, 2022), i ponekad isključivo iz "škrabice" s donacijama posjetitelja te večeri. Dakle, ulaznicu nije bilo obavezno platiti, već je svaki posjetitelj proizvoljno birao i koliko će, i hoće li uopće donirati. Ta činjenica predstavlja prepreku za organiziranje koncerata etabliranih glazbenika koji skuplje naplaćuju svoj rad, ali očito je potreba za nastupanjem i pod takvim uvjetima postojala. Nova glazbena imena na sceni mogla su se predstaviti u poznatom prostoru u centru grada, što i jest jedna od ključnih značajki malih glazbenih klubova (usp. Behr et al., 2014: 2). Činjenica da su organizirali predavanja pseudo-znanstvenih tema svakako je bila

slabost, jer se onda prostor i posjetitelji prostora moglo asociirati sa poborništvo tih tema, što možda nije svima bilo u interesu, te je možda i odbijalo dio publike i izvođača.

Slabost i prijetnja *KCM*-u bila je njihova unutarnja averzija prema suradnji s institucijama, i vanjska nepristranost i nepodržavanje institucija prema njihovom radu. S obzirom da znam samo jednu stranu priče teško mi je donijeti objektivne zaključke, jer je priča voditelja *KCM*-a naravno subjektivna i prožeta frustracijom. Na pitanje zašto su morali iseliti iz Mesničke voditelj navodi niz događaja u uzročno-posljedičnoj vezi, uz to da je podloga za odvijanje njih bila i činjenica da su se odvijali neposredno nakon krize uzrokovane pandemijom koronavirusa zbog koje je *KCM* ionako bio u gubitku.

Glavni razlog je bio to što je grad došao bespravno i odnio nam terasu. Konobarica koja je radila iznijela [je] van papire za terasu koje smo netom izvadili sve nove, ... nisu [se] obazirali, demontirali su nam terasu i odnijeli sve, bacili na otpad. (Zoran, u razgovoru s I. B.)

Radi uklanjanja terase usred ljeta, vrijeme kada je terasa ključna, *KCM* je izgubio velik broj svakodnevnih posjetitelja i prometa.

Glavna prijetnja *KCM*-u, koja ih je naposljetku koštala evikcije iz oba prostora u kojima su radili je činjenica da su ti prostori u privatnom vlasništvu. Pošto je cijeli događaj oko terase u Mesničkoj bio medijski dobro popraćen, vlasnik prostora vidio je to kao priliku da im digne cijenu najma za gotovo 30%. S obzirom na posljedice pandemijske krize i smanjenog prometa zbog nedostatka terase, *KCM* si nije mogao priuštiti veću cijenu te su morali iseliti iz prostora. Voditelji su zatim pronašli prostor u Kranjčevićevoj, čiji su vlasnici obećali urednu papirologiju i mogućnost otvorenja u roku od mjesec dana. Međutim, papiri nisu bili uredni te je tim *KCM*-a prvo morao potrošiti vrijeme i resurse na razne dozvole, poput prodaje alkohola. Nastavili su plaćati najam, koristiti prostor, i narednih deset mjeseci nisu mogli normalno poslovati niti održavati program.⁵⁰ Nakon što su papiri bili riješeni, tim *KCM*-a zatražio je od vlasnika prostora smanjenje cijene najma radi gubitaka u kojima su bili, no vlasnik im je zahtjev odbio i početkom 2024. raskinuo ugovor.

⁵⁰ Unatoč tome u Kranjčevićevoj se znao odviti pokojni koncert, ali bez prodaje pića.

3. 2. 3. Brvnara

Brvnara	
snage	slabosti
<ul style="list-style-type: none"> • Atraktivan brend • Jedinstven koncept i uređenje prostora, nekonvencionalno • Ideja slobodnog izražavanja • drugi sadržaji osim glazbenih • motivacija izvan materijalne dobiti 	<ul style="list-style-type: none"> • Neiskusni organizacijski tim • Averzija prema birokraciji • Ilegalan šank • Udruga, bez tvrtke • Nedostatak honorara za glazbenike • Nekomercijalan sadržaj, loša isplativost • Nedovoljna financijska sredstva
prilike	prijetnje
<ul style="list-style-type: none"> • Lokacija u uskom centru grada • Vanjski prostor prikladan za dnevna druženja • Zanimljiv prostor 	<ul style="list-style-type: none"> • Korištenje prostora u privatnom vlasništvu • Prostor je registriran kao skladišni • Neposredna blizina stambenih zgrada • Nedostatak zvučne izolacije

Brvnaru možemo promatrati kao, nažalost, najneodrživiji primjer od četiri. U vrijeme otvaranja (2016.) u Zagrebu nije postojao prostor sličnog koncepta.⁵¹ Prostor je to zamišljen kao okupljalište i sjecišna točka za upoznavanje glazbenika i umjetnika iz svih polja i zajedničko kreativno izražavanje, osnovan bez cilja za financijsku dobit, što je zanimljiva ideja važna za napredak glazbene scene jedne sredine. Također, snagu predstavlja jednostavan, ali upečatljiv brend drvene kućice—brvnare. Sâm prostor bio je zanimljiv, pružao je ladanjsku atmosferu u samom centru Zagreba, te je bio ugodan za boravak bez obzira na doba dana.

Unutarnje slabosti *Brvnare* predstavljao je neiskusni voditelj, odnosno organizacijski tim, no nije problem u sâmom neiskustvu: svi, naime, moraju krenuti odnekud i iskustvo izgraditi. Problem, s kojim se vjerojatno susreću mnogi koji se prvi put okušaju u sličnim poslovima, je činjenica da je tim digao ruke i odustao kada su se javili problemi, razlog čega može biti višestruk. Ponajprije, odgovornost za *Brvnaru* ležala je većinski na jednoj osobi, voditelju. Iako su mnogi drugi volonterski pomagali i doprinosili *Brvnari*, nikada se nije dogodilo konkretno širenje tima i raspodjela odgovornosti kako bi se izbjegao *burn-out* koji je naposljetku snašao voditelja. Također, velik problem predstavljala je i njegova averzija i zazor od birokracije, zbog kojih nije poduzeo korake potrebne da *Brvnara* posluje pravno i legalno.

⁵¹ *KCM* možemo promatrati kao relativno sličan prostor, otvoren za ideje umjetnika i slobodnijeg pristupa programiranju, no on je otvoren 2018., kad je *Brvnara* već zatvorila svoja vrata.

Šank i ulaznice uvijek su funkcionirale na "minimalne donacije", koje se mogu nekako opravdati u okviru udruge, no dugoročno nisu održive jer predstavljaju zakonski "sivu zonu", te na kraju dana jednostavno nisu legalne. Nadalje, zbog spomenute averzije i nedostatka volje za birokratski i administrativni dio posla, pa *Brvnara* nije nikad aplicirala na natječaje niti tražila sponzore, već su ovisili isključivo o donacijama za udruhu i osobnim ulaganjima voditelja i volontera.

Povrh unutarnjih slabosti, preranom zatvaranju *Brvnare* doprinijele su i vanjske prijetnje—prostor nije bio zvučno izoliran,⁵² te je redovito iza 22 sata policija kucala na vrata jer su susjedi prijavljivali buku. Iako se lokacija *Brvnare* na prvi pogled može učiniti udaljenom od stambenih zgrada, buka iz zvučno neizoliranog prostora lako je dopirala do stanovnika Jukićeve ulice, a i u prostoru između prugâ se nalazi nekoliko kuća. Učestale prijave buke dovele su ne samo do toga da se više nije smjelo koristiti razglas na koncertima i *jam sessionima*, već se nije smjelo ni svirati udaraljke i bubnjeve ni bez razglasa. Također, problem buke i žamora posjetitelja koji se druže u dvorištu nije rješiv nikakvom zvučnom izolacijom. Problemi s bukom (planova za izvođenje adekvatne zvučne izolacije nije bilo) i nedostatak novaca nagnali su voditelja da sve češće počne iznajmljivati prostor za privatne zabave, a rjeđe organizirati javna događanja, da bi naposljetku u kolovozu 2018. zatvorio vrata za javna događanja u potpunosti.

Najslabija karika glazbene industrije su upravo mali i srednji nezavisni glazbeni prostori, čijoj bi široj društvenoj i kulturnoj vrijednosti kulturna politika trebala posvećivati više pažnje (usp. Behr et al., 2014: 23). Iz predstavljenih studija slučaja vidljivo je da prostori, koji podržavaju nezavisnu glazbenu scenu i marginalizirane žanrove pate od dihotomije javno - privatno kod vlasništva prostora u kojima djeluju. Lujo Parežanin kao rješenje predlaže pronalaženje hibridnih gradskih (ili državnih) prostora s klupskom infrastrukturom i javnim financiranjem programa, koji bi bili otvoreni za glazbenike na sličan način kao *KCM* ili *Brvnara* (usp. Parežanin, 2022). Vlast nije previše naklonjena ovakvim glazbenim prostorima, te nezavisne organizacije često teško i sporo dobivaju prostore (koji su inače prazni i van upotrebe, poput

⁵² Zvučna izolacija kućice sagrađene od drvenih greda bila bi izrazito skup pothvat.

bivših vojarni) za korištenje (usp. Mrakovčić, 2015: 76), a da bi dobili projektna sredstva (primjerice od zaklade *Kulturanova*) moraju prilagođavati svoj program ili kamuflirati postojeći da bi bili kvalificirani za financiranje (usp. Mišković, 2015: 101). Uz to, svi se od prostora suočavaju s posljedicama pandemije koronavirusa, inflacijom, rastom cijena najma i iseljavanjem stanovništva iz Hrvatske.

Još jedan općenit problem je da ne postoji zaštita prostora u kojima se nalaze nezavisne kulturne organizacije od volje vlasnika tih većinom privatnih prostora. U Velikoj Britaniji taj je problem riješen osnivanjem zaklade *Music Venue Trust*, koja financijski pomaže nezavisnim glazbenim organizacijama zadržati privatne prostore u kojima djeluju (Behr et al., 2014: 22). Slična bi zaklada mogla pomoći rješenju problema u Zagrebu i Hrvatskoj, no pitanje je u kojoj je mjeri vlast sklona nezavisnoj kulturi, te koliko smo daleko od toga da se slična zaklada osnuje.

Iz analize unutarnjih čimbenika vidljiv je očit kontrast između dugovječnih i iskusnih timova *Attacka* i *Pločnika*, i manje iskusnih voditelja *Brvnare* i *KCM*-a. Za uspjeh važno je transparentno i legalno poslovanje, što—koliko god to očito zvučalo—nije uvijek slučaj u praksi djelovanja nezavisnih kulturnih prostora. Nadalje, zvučna izolacija prostora štiti od banalnog, ali često kritičnog problema buke, koji takve glazbene prostore nerijetko dovode do ruba egzistencije i, posljedično, zatvaranja.

Da bi čitav sustav jednog glazbenog prostora funkcionirao treba moći financijski pokriti troškove vlastitog "hladnog pogona": radnike (ugostitelje, zaštitare, tehničko osoblje, PR, administracija, programski radnici), najam, režije, dozvole i druge tekuće troškove, uz honoriranje glazbenika i ostalih umjetnika koji nastupaju ili izlažu radove. Ako cijeli sustav ovisi o profitu od ulaznica na koncertima i programima, jako teško će biti održiv, te je potrebno imati druge izvore prihoda. Najčešće je glavni izvor prihoda zarada od prodaje (alkoholnih) pića na šanku, no neke organizacije pronalaze i druge načine financiranja, bilo na javnim natjecanjima ili kroz bavljenje drugim djelatnostima uz sâm klub.

Idealan scenarij bio bi prostor u javnom vlasništvu, u kojem bi organizacija bila sigurna i mogla nesmetano djelovati zaštićena od skokova cijena najma. Taj prostor trebao bi sadržavati svu potrebnu infrastrukturu, te bi uz iskusno i kvalitetno vodstvo mogao nastati "idealni" mali glazbeni i kulturni klub.

Zaključak

Istraživanjem na kojem počiva ovaj rad pokušala sam steći uvid u načine na koje mali nezavisni glazbeni prostori funkcioniraju "iza kulisa", odnosno saznati koji su problemi i izazovi s kojima se voditelji takvih prostora svakodnevno susreću, a koji publici koja takve prostore posjećuje ostaju nevidljivima i nedokučivima. Pored toga, istraživanjem sam nastojala doći do mogućih odgovora na pitanje postoje li neki "univerzalniji" mehanizmi koji čine distinkciju između "uspješnog" i "neuspješnog", odnosno "održivog" i "neodrživog" glazbenog prostora. Kroz analizu četiri zagrebačka nezavisna kluba—*Attack*, *Brvnara*, *KCM* i *Pločnik*—stekla sam svojevrsan uvid u *status quo* zagrebačke nezavisne glazbene i kulturne scene u trenutku obilježenom promjenom gradske vlasti, još uvijek prisutnim posljedicama pandemije i perpetuiranjem uvriježenog (i dugoročno duboko zabrinjavajućeg) obrasca gašenja malih nezavisnih glazbenih prostora diljem grada.

Jedan od ključnih zaključaka do kojih me dovelo istraživanje vezan je uz činjenicu nedovoljne kapacitiranosti i potplaćenosti pojedinaca koji su ključnim akterima u svojevrsnom ekosustavu malih nezavisnih glazbenih prostora. Pojedinci koji se upuste u osnivanje i vođenje nezavisnih glazbenih prostora (ili bilo kakvih drugih nezavisnih kulturnih organizacija) često to rade iz entuzijazma i ljubavi prema umjetnosti i na volonterskoj bazi. Volonterski pristup, osobito kad je riječ o malim timovima (ili u nekim slučajevima čak i o samo jednoj osobi) dugoročno je neodrživ, jer ljudi očekuju zasluženu kompenzaciju za uloženi trud, vrijeme i rad, za koju, nažalost, nije nemoguće da u potpunosti izostane. Na primjerima *Brvnare* i *KCM*-a vidimo očit *burnout* njihovih voditelja, koji su pod teretom odgovornosti i zbog premalo sredstava na kraju odlučili ugasiti svoje klubove, dok *Attack* i *Pločnik* i dalje opstaju jer imaju, makar malenu, financijsku sigurnost. Još jedan ključan problem je što kulturne organizacije djeluju uglavnom u prostorima u privatnom vlasništvu, gdje cijene najma diktira komercijalno tržište i u kojima ne postoji nikakva zaštita od deložacije. Treći je problem da državna tijela zadužena za kulturu nezavisnoj kulturi uglavnom ostavljaju "mrvice" nakon što se sredstva podijele drugim institucijama, te je potrebno da vlast uvidi vrijednost i važnost nezavisne kulturne scene za širu kulturnu sliku jedne države. Realnost malih nezavisnih glazbenih prostora slična je diljem svijeta, pa tako problemi poput recesije, rasta najamnine,

neprepoznate kulturne vrijednosti i potkapacitiranosti ne zaobilaze ni razvijenije države od Hrvatske.

U budućim istraživanjima malih nezavisnih glazbenih prostora od iznimne bi važnosti bilo pokušati načiniti povijesni pregled koji bi sezao unatrag barem do početka devedesetih godina 20. stoljeća. Takav pregled mogao bi ukazati na (ne)postojanje obrasca gašenja starih i osnivanja novih malih glazbenih prostora, ali i u svojevrsnom vremenskom odmaku jasnije ukazati na međuovisnost političkih, društvenih i ekonomskih čimbenika i njihov utjecaj na dinamiku djelovanja, mehanizme i prakse koje potencijalno pridonose održivosti takvih prostora. Također, bilo bi nužno analizirati ne samo druge male nezavisne prostore, već i veće, komercijalne klubove te usporediti rezultate i nešto naučiti iz rada komercijalnih glazbenih prostora. Konačno, bilo bi zanimljivo usporediti Zagreb s drugim hrvatskim gradovima ili bliskim europskim metropolama poput Ljubljane ili Beograda. Nadam se da će bar neki od uvida do kojih je dovelo ovo istraživanje biti korisnom početnom točkom za širenje ove istraživačke teme.

Literatura i izvori

Abramović, Ana. 2023. "Prostor kao teret i potreba". *MANEK: Magazin nezavisne kulture*, 12: 12–18.

Aguilar, Francis Joseph. 1967. *Scanning the Business Environment*. New York: MacMillan.

Behr, Adam, Matt Brennan i Martin Cloonan. 2014. *The Cultural Value of Live Music from the Pub to the Stadium: Getting Beyond the Numbers*. Edinburgh – Glasgow: University of Edinburgh – University of Glasgow.

Behr, Adam, Matt Brennan i Martin Cloonan. 2016. "Cultural Value and Cultural Policy: Some Evidence from the World of Live Music". *International Journal of Cultural Policy*, 22(3): 403–418. <https://doi.org/10.1080/10286632.2014.987668>

Belfiore, Eleonora. 2015. "'Defensive Instrumentalism' and the Legacy of New Labour's Cultural Policies". *Cultural Trends*, 21(2): 103–111. <https://doi.org/10.1080/09548963.2012.674750>

Bourdieu, Pierre. 1984. "The Forms of Capital". U *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. John Richardson, ur. New York: Greenwood, 241–258.

Božić, Marija i Borislav Matić. 2023. "Prostori nade u kulturi štednje: uvodnik". *MANEK: Magazin nezavisne kulture*, 12: 4–5.

Byrne, David. 2012. *How Music Works*. San Francisco: McSweeney's.

Cvek, Sven, Boris Koroman, Sunčica Remenar i Sanja Burlović (ur.). 2013. *Naša priča: 15 godina ATTACK!-a*. Zagreb: Autonomni kulturni centar.

Forbes, Kenny. 2012. "Glasgow as a Live-Music City: An Analysis of the 'Legendary' Apollo Venue and Its Audience". *Social Semiotics*, 22(5): 605–621. <http://dx.doi.org/10.1080/10350330.2012.731904>

Frith, Simon, Matt Brennan, Martin Cloonan i Emma Webster. 2013. *The History of Live Music in Britain. Volume 1: 1950–1967, from Dance Hall to the 100 Club*. Farnham: Ashgate.

Grassroots Music Venues (GMVs) – Definition. 2015. Arts Council England—The Department of Culture, Media and Sport. <https://musicvenue trust.com/wp-content/uploads/2016/09/Defining-Grassrots-Music-Venues.pdf>

Holden, John. 2004. *Capturing Cultural Value: How Culture Has Become a Tool of Government Policy*. London: DEMOS.

Laing, Dave. 2003. "Promoter". U *Continuum Encyclopedia of Popular Music of the World. Volume 1: Media, Industry and Society*. John Shepherd, David Horn, Dave Laing, Paul Oliver i Peter Wicke, ur. London: Continuum, 561–562.

Milioto Matsue, Jennifer. 2009. *Making Music in Japan's Underground: The Tokyo Hardcore Scene*. New York: Routledge.

Mišković, Davor. 2015. "Zavisna nezavisna kultura". *MANEK: Magazin nezavisne kulture*, 4: 100–103.

Mrakovčić, Matija. 2015. "Prostori nezavisne kulture u Hrvatskoj". *MANEK: Magazin nezavisne kulture*, 4: 72–79.

Novak, David. 2008. "2.5 x 6 Metres of Space: Japanese Music Coffeehouses and Experimental Practices of Listening". *Popular Music*, 27(1): 15–34. <http://www.jstor.org/stable/40212442>

Parežanin, Lujo. 2022 (18. kolovoza). "Privatni prostori, javna infrastruktura". *Kulturpunkt*. <https://kulturpunkt.hr/tema/privatni-prostori-javna-infrastruktura/> (pristup 25. lipnja 2024.)

Razumović Žmara, Tena. 2018 (30. siječnja). "Novo mjesto u Mesničkoj u koje ćete uvijek rado svraćati>". *Journal*. <https://www.journal.hr/lifestyle/interijeri/kulturni-centar-mesnicka-novi-klub/> (pristup 7. kolovoza 2024.)

Rex, Bethany i Lucy Kimbell. 2019. *Case Study: P60*. Trans Europe Halles.

Shuker, Roy. 2002. *Popular Music: The Key Concepts*. London: Routledge.

Stilwell, Robynn J. 2001. "Alternative music". *Oxford Music Online*. <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.40609>

Silver, Daniel i Jonathan Bunce. 2023. *Reimagining Music Venues: Toward New Models of Conservation and Innovation for Ontario's Live Music Spaces*. Toronto: University of Toronto.

https://hive.utoronto.ca/public/sociology/Reimagining%20Music%20Venues_Final%20Report.pdf (pristup 15. svibnja 2024.)

Todorović, Milan i Ali Bakir. 2005. "Inaudible Noise: Belgrade's Academy Club: Legacy, Old Locals and New Spaces". *Leisure Studies*, 24(4): 415–434. <http://dx.doi.org/10.1080/02614360500200763>

Tonković, Željka i Hrvoje Pašalić. 2020. "Nezavisna kulturna scena kao akter promjena u urbanom prostoru: primjer Zadra". *Sociologija i prostor*, 58/218(3): 267–289. <https://doi.org/10.5673/sip.58.3.3>

Understanding Small Music Venues. 2015. London: Music Venue Trust. <https://www.musicvenue trust.com/wp-content/uploads/2015/03/music-venue-trust-Report-V5-1.pdf>

Varbanova, Lidia. 2012. *Strategic Management in the Arts*. New York: Routledge.

Verbuč, David. 2017. "'Houses provide a spatial backbone for virtually everything we do': An Anthropological Study of DIY ('do-it-yourself') House Shows in the US". U *Keep It Simple, make It Fast! An Approach to Underground Music Scenes, Volume 3*. Paula Guerra i Tania Moreira, ur. Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Letras, 13–24.

Višnić, Emina. 2008. *Kulturne politike odozdo: nezavisna kultura i nove suradničke prakse u Hrvatskoj*. Amsterdam – Bukurešt – Zagreb: Policies for Culture.

Westover, Jonas. 2018. "Venues, performance (USA)". *Oxford music online*. <https://doi.org/10.1093/omo/9781561592630.013.3000000069>

Whiting, Sam. 2021. "The Value of Small Live Music Venues: Alternative Forms of Capital and Niche Spaces of Cultural Production". *Cultural Sociology*, 15(4): 558–578.