

## CIJELI SVIJET U MOM SELU GLOBALNA NASPRAM LOKALNE KULTURE, LOKALIZIRANJE GLOBALNOG I GLOBALIZIRANJE LOKALNOG

**SANJA KALAPOŠ**

Institut za etnologiju i folkloristiku  
10000 Zagreb, Ul. kralja Zvonimira 17  
e-mail: sanja@ief.hr

**UDK: 39.01:316.75**

Izvorni znanstveni rad  
Primljeno: 15.06.2000.  
Prihvaćeno: 19.09.2000.

*Rad tematizira glazbu kao vid popularne kulture kroz koji se reflektira odnos tzv. globalne naspram lokalne kulture, procese kroz koje različiti oblici tzv. globalne kulture bivaju prilagođeni lokalnim kulturnim scenama, kao i suvremene mehanizme (poput tiskanih i elektronskih medija) koji omogućuju odvijanje tih procesa.*

*Ključne riječi: popularna kultura / glazba / globalizacija / lokalizacija*

Na tematskoj, metodološkoj, a i sasvim konkretnoj, vremenskoj *klackalici* između dvadesetog i dvadesetprvog stoljeća, u doba u kojemu su u aktivnoj uporabi vjerojatno stotine definicija pojma kulture i desetljećima nakon pedantnog skupljanja istih u sustavne zbirke namijenjene studentima i stručnjacima, pojam popularne kulture gotovo je nemoguće definirati, a pogotovo je teško reći koji su sve sadržaji našli svoje mjesto pod njegovim okriljem. Uporaba pojma popularne kulture od samih je svojih početaka podrazumijevala postojanje neskrivene hijerarhijske razlike između tzv. visoke i tzv. niske kulture, razlike koja je u sebi sadržavala i klasne razlike konzumenata ta dva suprotstavljena oblika kulture<sup>1</sup>: “uspostavljanjem odnosa između visoke kulture i viših klasa te popularne kulture i nižih klasa, kriteriji sa sobom donose odnose superiornosti i inferiornosti te manjine i većine. (...) Ta se razlika s vremenom u tolikoj mjeri promijenila da je proizvela radikalnu promjenu u značenju pojma popularne kulture”<sup>2</sup> (Barbu 1976:55). Prema riječima Petera Burkea, povjesničari su popularnu kulturu uvijek smatrali nepouzdanim povijesnim izvorom i promatrali s mnogo sumnje, zbog čega je ostala u sjeni političke povijesti i do danas nedovoljno istražena. U skladu s romantičarskim svjetonazorom pripadnika građanske klase osamnaestoga i

<sup>1</sup> Odmah na početku valja napomenuti da je u etnologiji, osim pojmova visoke ili elitne, s jedne i niske ili popularne, s druge strane, prisutan i pojam narodne kulture, koja se od popularne uglavnom razlikuje po kriteriju autorstva. Naime, iako samo ime popularne kulture, izvedeno od latinske riječi “populus”, koja u doslovnome prijevodu znači “puk”, upućuje na pučki ili narodni značaj njezinih (glazbenih, vizualnih i inih) sadržaja, oni u pravilu imaju imenovane autore, a njihovo se popularno/pučko definiranje objašnjava činjenicom da su namijenjeni takozvanoj širokoj publici, dok su autori sadržaja koje smatramo dijelom *narodne kulture* - što god pod tim pojmom podrazumijevali i koliko god ona bila okamenjena ili instrumentalizirana u najrazličitije svrhe (usp. Bausinger 1984 i Rihtman-Auguštin 1991) - uglavnom anonimni.

<sup>2</sup> Citate sa stranih jezika na hrvatski je prevela autorica.

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

devetnaestoga stoljeća, koja seljački sloj smatra dijelom prirode, a ne kulture (i društva), i koji je još uvijek u tragovima prisutan i u humanističkim i društvenim istraživanjima, popularna se kultura, za razliku od visoke, ponekad smatra i (stilski) nepromjenjivom kategorijom (Burke 1976:76, 81).

Od uspostave građanskog društva do danas procesi demokratizacije i modernizacije odigrali su svoju ulogu u brojnim aspektima života, pa tako i u području kulture: oblici kulture koji su još donedavno smatrani elitnima i bez razmišljanja svrstavani u visoku kulturu, u današnje su doba lako dostupni pripadnicima svih društvenih slojeva, što pojmove visoke i popularne kulture stavlja u sasvim novi kontekst. Naime, upravo kriterij dostupnosti, koji je dugo vremena bio glavnim razlikovnim kriterijem tih dviju kultura, rapidno nestaje: uzmemo li, primjerice, u obzir da velike svjetske izložbe u njujorškim, londonskim, pariškim, bečkim ili venecijanskim muzejima i galerijama dnevno vidi i po nekoliko tisuća posjetitelja<sup>3</sup>, pred nama je sasvim drugo pitanje - nije li donedavna visoka kultura postala popularna, nisu li djela umjetnika poput Van Gogha ili Cézannea postala dijelom suvremene popularne kulture?

Tako je - u znanosti zastarjelo - pitanje dostupnosti dovelo suvremene istraživače popularne kulture pred zadaću postavljanja kriterija koji bi bili u stanju oblikovati njezinu novu definiciju. Likovna je umjetnost postala dostupnom izložbama, monografijama i reprodukcijama; gramofonske ploče, kompakt diskovi i kasete sa snimkama klasične glazbe prodaju se u milijunskim nakladama, kao i knjige, a u javnim su knjižnicama dostupne uz upravo simboličnu cijenu članarine. Tomu valja pridodati i posredničku ulogu masovnih medija, osobito elektronskih - radija, televizije i interneta, koji su omogućili trenutni prijenos informacija iz jednoga kutka Zemlje na drugi, kao i stvaranje još dviju potkategorija potrošača popularne kulture: pripadnike relativno novonastale stručne skupine kritičara te precizno ciljanu (široku) publiku, čija recepcija proizvoda popularne kulture ne mora biti međusobno usklađena, ali je od presudnoga značenja za njihov daljnji život. Valja napomenuti da različiti kulturni sadržaji tijekom nekoliko posljednjih stoljeća *šeću* od kategorije popularne do kategorije visoke kulture i natrag i da - ne samo zbog te mobilnosti kulturnih sadržaja već i zbog neprekidno odvijajućih stilskih promjena - popularna kultura nipošto nije ni statična ni nepromjenjiva. "Čini se da se popularna kultura može pretvoriti u 'visoku' jednostavnim činom prosudbe. Te su dvije kategorije (kategorije visoke i popularne kulture, nap.) doista toliko labave da popularna kultura jednoga naraštaja može postati visokom kulturom idućega i obratno - ta se činjenica ne odnosi samo na *pojedine umjetnike* već i na *žanrove* (kazalište, roman, film), *podžanrove* (farsa, znanstvena fantastika, detektivska proza) i *stilove* (romantizam, realizam)" (Biggsby 1976:17).

Stoga valja, proučavajući popularnu kulturu i pokušavajući odrediti koji joj kulturni sadržaji pripadaju, a koji ne, imati na umu da je njezina definicija šira no ikada prije: "istraživanja popularne kulture prigrlila su vrlo široku definiciju kulture, odbacila

<sup>3</sup> Primjerice, u svome tekstu objavljenome u "Vijencu" Ljerka Schiffler navodi brojke za 1999. godinu: izložbu djela Van Gogha u Washingtonu dnevno je posjetilo 5400, a Moneta 5300 posjetitelja (Schiffler 1999).

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

bilo koji konkretni skup teorija i metodologija te su, iznad svega, radila na proširivanju ili, točnije rečeno, na odbacivanju pojma kulturnog kanona uopće. Nijedan oblik i nijedna razina kulturne aktivnosti ili teksta nije automatski nepogodna za istraživanje” (Cawelti 1996:5). Iako su se, kako vidimo, visoka i niska, elitna i popularna kultura s vremenom i nizom procesa međusobno, mogli bismo čak reći i stopile, razlikovanje tih dvaju pojmova još je uvijek prisutno u svakodnevnom građanskom - ali i u stručnom - vokabularu.

Iako prisutna među pripadnicima svih društvenih slojeva, popularna je kultura prije svega autorski proizvod pojedinca ili skupine ljudi; industrija popularne kulture ili, kako se to (neprecizno) uobičava reći, industrija zabave, posljednjih se desetljeća razvila u složen mehanizam u koji je uloženo previše sredstava da bi proizvodnja njezinih sadržaja, njihova prezentacija, pa dijelom i recepcija bile prepuštene slučaju. Utjecaj popularne kulture, poglavito popularne glazbe i njezina moć mobilizacije mase pretvorile su je u utjecajnu silu: “popularna se glazba kao oblik kulture može istraživati putem značenja koja joj pridaju njezini proizvođači, a publika ih dešifrira. Preciznije rečeno, proizvođači se glazbe kreću u kontekstu određenih političkih, društvenih i gospodarskih prilika te pritom imaju svoje namjere. (...) Glazba se kao oblik popularne kulture stvara djelovanjem pojedinca i zajednice” (Chye & King 1996:215, 228). I sami su autori glazbe, dakle kompozitori i tekstopisci, kao i pripadnici svih drugih karika u lancu proizvodnje popularne glazbe uglavnom svjesni utjecaja koje njihov proizvod može imati: “takozvana ‘elitna’ kultura ili ‘kultura manjine’ može, ovisno o stupnju do kojega je predstavljena publici i ulozi koju ima u njezinu svakodnevnu životu, imati određeni utjecaj. Međutim, popularna je kultura već prisutna među publikom, ona je dio njezine svakodnevice, obraća joj se njezinim jezikom. Zbog toga je neodoljivo utjecajna” (Browne 1984:1). Upravo taj utjecaj popularnu kulturu čini doslovce *proizvodom* namijenjenim ciljanoj i pažljivo odabranoj publici - *potrošačima* - a njezin su utjecaj i moć jedna od primarnih tema istraživanja popularne kulture provedenih tijekom posljednjih desetljeća.

Iako su proizvodi ili sadržaji popularne kulture namijenjeni pripadnicima svih dobnih skupina, popularna je glazba<sup>4</sup> ipak u prvome redu namijenjena pripadnicima mlađe dobnе skupine; ona je desetljećima smatrana jednim od glavnih mehanizama grupne i generacijske identifikacije. Primjer istraživanja u Velikoj Britaniji s kraja osamdesetih godina dvadesetoga stoljeća, u kojemu se glazba, uz nogomet i odjeću, svrstava u glavno zanimanje i definira kao primarni element identifikacije mladih (Brake 1990), samo je jedan u nizu, primjenjiv i na hrvatske prilike. Ta neupitna privlačnost glazbe možda dijelom leži i u činjenici da je popularna i rock glazba u samim svojim korijenima prije svega urbana pojava, koja ne samo da odgovara urbanom načinu života već donosi i “dašak grada” u manje sredine: “rock je sadržavao i sadržava novu vrsnoću i u svomu sadržaju i u svomu obliku, u svojim porukama i u

<sup>4</sup> Popularna je glazba promatrana kao jedan od u medijima najistaknutijih i od potrošača najšire prihvaćenih sadržaja popularne kulture.

svojim multimedijским reprezentacijama, kao autentični izraz zajedničkoga iskustva u uvjetima urbanoga života” (Mayer 1984:151). Iduća komponenta *privlačnosti* glazbe zasigurno počiva na činjenici da se popularni glazbeni stilovi smatraju globalnom pojavom te stoga svojim potrošačima omogućavaju osjećaj pripadnosti “globalnom selu”, osjećaj da su u tijeku sa svjetskim (glazbenim) zbivanjima<sup>5</sup>.

Međutim, kao i kod termina popularne i visoke kulture, u čijoj se uporabi stručnjaci ne slažu s njegovom svakodnevnom uporabom, tako je i pojam globalne kulture podvrgnut stručnim promišljanjima: “suprotno općem mišljenju popularna glazba nije univerzalna, ne samo stoga što univerzalna glazba ne postoji već i zbog tipa utjecaja na društvo u cjelini. Ona može biti ‘globalna’, njezini proizvodi mogu biti prodavani u milijunima primjeraka gramofonskih ploča, kompakt diskova i kasete, može biti prenošena cijelim svijetom, emitirana putem satelita i lokalnih radio i televizijskih mreža, no još uvijek nijedan popularni hit nije prihvaćen ili čak poznat svakoj osobi ‘globalnog sela’” (Muršič 1996:59-60). Drugim riječima: iako se proces globalizacije odvija već desetljećima, globalna kultura kao njegov rezultat ne postoji. Pojam globalne kulture i njezinih sadržaja odnosi se u prvome redu na pojedine kulturne elemente razvijenih postindustrijskih zapadnoeuropskih i sjevernoameričkih (uz djelomičnu iznimku Australije i bogatijih dijelova Azije) država i kultura. Naime, za sudjelovanje u procesu globalizacije potrebni su financijski preduvjeti i raspolaganje određenim količinama materijalnih dobara. Usporedno sa znanstvenim raspravama o pojmu globalizacije, na cijelome svijetu - pa i Europi - žive milijuni ljudi kojima tehnologija, pa čak i najosnovnije obrazovanje nisu dostupni, milijuni nepismenih ljudi, te onih koji umiru od raznih epidemija i gladi i koji sasvim sigurno ne sudjeluju u procesima globalizacije, a vjerojatno nisu ni upoznati sa sadržajima takozvane globalne kulture - od rock glazbe preko McDonald’ ovih restorana, Coca-Cole i sadržaja interneta do meksičkih ili hollywoodskih sapunica. Stoga je uporaba pojma globalne kulture kao termina čiji se sadržaji sami po sebi podrazumijevaju tek suvremeni oblik etnocentrizma (a i prilično je pouzdan pokazatelj globalnih odnosa moći) te zahtijeva pažljivo promišljanje, a po potrebi i uvijek nove, precizne i široko obuhvaćajuće definicije.

Način na koji znanost promatra “globalnu kulturu” pomalo podsjeća na način na koji su se znanstvenici bavili pojmom identiteta, koji je prešao put od različito, ali ipak strogo definirane kategorije do pojma koji obilježava stalno mijenjajući proces. Njegova već desetljećima labava definicija podrazumijeva skup karakteristika od kojih neke nestaju, nove se javljaju, a one stabilnije međusobno izmjenjuju mjesta na ljestvicama važnosti. Slična je situacija s istraživanjima tzv. globalne kulture - ono što se, poglavito u građanskom vokabularu bez pretjeranog propitivanja smatra globalnom kulturom, tek su elementi koji se stalno mijenjaju, rađaju, nestaju, zauzimaju manje ili više važno mjesto. Stoga bi globalnu kulturu valjalo tretirati isključivo na dva načina: ili kao

<sup>5</sup> Valja napomenuti da namjera ovog teksta nije dati pregled rasprava o temi globalizacije koje se vode u inozemnim stručnim publikacijama, već samo osvjetliti jedan njezin aspekt, služeći se u prvome redu literaturom o popularnoj kulturi.

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

**proces** čija je dinamika promjene neprekidna ili kao **skup** čiji su elementi također aktivni i mobilni. "Teorija kulture, ili u ovom slučaju globalne kulture, ne bavi se kulturom/globalnom kulturom, već konceptima koje ta kultura proizvodi, konceptima koji su sami u manje ili više složenim odnosima s drugim konceptima i drugim praksama" (Surin 1997:202); ono što nazivamo "globalnom kulturom" u stvari je, rekla bih, *globaliziranje lokalnoga* - izdvajanje pojedinih lokalnih kulturnih elemenata i mobiliziranje različitih (najčešće ekonomskih i medijskih) mehanizama koji te izdvojene elemente prilagođuju "globalnom ukusu" i predstavljaju "globalnoj publici". To, drugim riječima, znači da im se procesom proizvodnje i omasovljavanja oduzimaju one značajke za koje se smatra da ih ne bi mogla lako prihvatiti široka i ekonomski zanimljiva skupina potrošača na drugim kontinentima, ili im se pak naknadno pridodaju značajke koje im omogućuju bolju recepciju i samim time cjelokupni proces čine isplativijim. Najočitiiji su primjeri *globaliziranja lokalnoga* oni s kojima se susrećemo u svakodnevnome životu - primjerice hrana. Dok su u našem dijelu Europe japanski, kineski ili meksički restorani još uvijek neka vrsta *egzotike*, a posjet njima iskorak iz svakodnevnih prehrambenih navika, prosječni stanovnik zapadnoeuropskih zemalja ili sjevernoameričkoga kontinenta više ne radi razliku između konzumiranja jela svoje nacionalne ili neke zemljopisno udaljene kuhinje.

Međutim, bez obzira na način tretiranja "globalne kulture" u svojim istraživanjima, u humanističkim su se znanostima, a prije svega u etnološkoj, posljednjih godina pojavila istraživanja procesa suprotnoga smjera: prilagodbe tzv. globalne kulture ili - mnogo preciznije rečeno - elemenata koji trenutačno konstituiraju skup koji nazivamo globalnom kulturom, konkretnim lokalnim prilikama, nazivajući taj proces prilagodbe *glokalizacijom (glocalisation)* (usp. Maase 1998) ili, kako bih ga ja nazvala, *lokaliziranjem globalnoga*. **Glokalizacija se rađa iz želje da se iz inventara kulturnih i drugih elemenata koji čine određeni identitet odaberu oni koji se smatraju izvornim ili originalnim obilježjima određene skupine i/ili prostora te da se kombiniraju s onima koji se smatraju globalnima.** Dakle, procesom glokalizacije nestaje strah od gubljenja vlastitoga identiteta, u mnogim europskim državama nametnut od dijela javnosti koji u procesu globalizacije vidi smanjenje značenja ili posvemašnji nestanak malih (često nacionalnih) kultura, zbog prisutnosti spomenutih *izvornih i drevnih* lokalnih značajki; s druge strane nestaje i strah od kulturne ili ikakve drukčije izolacije do koje potencijalno može doći ne sudjeluje li određena zajednica u procesu globalizacije. Drugim riječima, članovima užih zajednica s jedne je strane ponuđeno aktivno sudjelovanje u procesima globalizacije, a time i konzumiranje sadržaja "globalne" kulture, dok im, s druge strane, dobropoznati elementi lokalne kulture nude mogućnost (ionako redovitoga) obnavljanja već postojeće identifikacije i osiguravaju osjećaj kontinuiteta *vlastitoga*.

Reprezentativan primjer procesa glokalizacije unutar širega područja popularne kulture nedvojbeno je popularna i rock glazba pjevana na nacionalnim (čitaj: neengleskim) jezicima. Popularna i rock glazba s jedne strane podrazumijeva glazbu kao "globalnu" pojavu s kojom se identificira velik dio mlade populacije, dok uporaba

nacionalnoga jezika, s druge strane, toj istoj populaciji pruža - osim samog (i pouzdanog!) razumijevanja teksta pjesama - jednu sasvim drukčiju, opipljiviju razinu identifikacije. Osim ovih razloga, na svakom stupnju proučavanja popularne glazbe valja imati na umu i činjenicu da je ona, kao što je već bilo rečeno, dio razvijene industrije; uporabom nacionalnih jezika pridobiven je dio publike koji iz bilo kojeg razloga ne konzumira njezine proizvode na engleskome, te je tako ostvarena dodatna zarada. Naravno, proces lokalizacije ide i dublje i uže od nacionalnoga i može se ostvarivati na regionalnim i lokalnim razinama. U tom slučaju standardnu (književnu) varijantu nacionalnog jezika zamjenjuje dijalekt, no glavni sastojci formule i dalje ostaju isti: kulturni element koji se smatra lokalnim, izvornim i *svojim* (primjerice dijalekt) plus jedan od sadržaja kulture koji se smatra globalnim (pop i rock-glazba).

Glazbenici koji se u svojim tekstovima koriste standardnim oblicima svojih materinskih ne-engleskih jezika možda i nisu svjesni jezika kao komunikacijskog medija tekstualne poruke poput onih koji se, promišljeno i svjesno, služe dijalektom. Dijalekt se u cijeloj Europi, pa tako i u Hrvatskoj, uglavnom rabi kao jedan od osnovnih označitelja regionalnoga identiteta, prisutan tek u lokalnim medijima, na lokalnim kulturnim manifestacijama i često predstavljan kao izraz *izvornog, autohtonog, tradicijskog i nekrivotvorenog*, štogod to u pojedinom kontekstu značilo. Stoga je zanimljivo baciti pogled na hrvatsku situaciju. Iako popularna glazba na dijalektu - no namijenjena u prvome redu odrasloj publici - u gotovo svim hrvatskim regijama postoji već desetljećima i njeguje se putem lokalnih festivala i medija, jedan od prvih novinskih tekstova o popularnoj i rock-glazbi na dijalektu - kojoj su primarna ciljna skupina mladi - objavljen je 14. listopada 1994. godine u zagrebačkim dnevnim novinama "Vjesnik" (Knezović et al., 1994), u kojemu autori u kratkome uvodu ponajprije opisuju ovu pojavu koja se vrlo brzo raširila cijelom Hrvatskom (navodeći krapinskog pjevača Dreletronica kao začetnika stila) da bi kasnije pojedinačno predstavili najpoznatije izvođače, od kojih većina tvrdi da su baš oni tvorci cijelog tog *dijalektalnog trenda* u glazbi. Iz toga je članka vidljivo da se glazbenici čiji je verbalni medij dijalekt mogu pronaći u gotovo čitavoj Hrvatskoj - skupina Battifiaca iz Lovrana, Gustafi iz Vodnjana, ViM Forte iz Rijeke, Alen Vitasović iz Orbanica, Dreletronic iz Krapine, Zadruga iz Zaboka, Vještice iz Zagreba, Gego Bend sa Hvara, Šajeta & Capra d'oro iz Opatije i konačno Kuzma & Shaka Zulu iz Splita. No autori su propustili spomenuti da je rock, pa čak i alternativna glazba na dijalektu postojala još i u osamdesetima: sjetimo se izvođača poput Francija Blaškovića ili Azre.

Iako su mnogi od ovih izvođača nestali prije no što su uspjeli postati poznati široj publici, iako su se u međuvremenu pojavili novi i iako neki od spomenutih i dalje postoje na hrvatskoj glazbenoj sceni, izvođači su iz Istre, poglavito trojac Gustafi - Alen Vitasović - Šajeta, bez obzira na međusobne stilske različitosti, na području cijele Hrvatske postali poznati pod zajedničkim imenom "ča-val". To je bio naziv top-liste čakavske (istarske i kvarnerske) glazbe na riječkome radiju, a nakon što su ga novinari iz tiskanih i elektronskih medija počeli rabiti za glazbu tih regija općenito, naziv se udomaćio i u svakodnevnu govoru. Time je Istra (uz Kvarner, koji ipak nije bio toliko

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

eksponiran) postala jedina hrvatska regija čija je popularna i rock glazba na dijalektu tvorila jedinstveni stil, u jednome trenutku možda čak i pokret, prepoznatljiv i poznat na području cijele države.

Budući da su sadržaji popularne kulture, kao što je već rečeno, proizvod pojedinca ili manje skupine ljudi namijenjen što široj publici<sup>6</sup>, važno je imati na umu što je (osim želje za prodajom proizvoda) motiviralo pojedinog izvođača da upotrijebi dijalekt ili čak njegove lokalne inačice u kombinaciji s popularnom i rock glazbom, koja se smatra globalnim kulturnim dobrom. Stoga se neću zadržavati na životopisima ili opisu karijera pojedinih izvođača, kao ni na međusobnim stilskim razlikama, već na njihovim objašnjenjima uporabe dijalekta, objavljenima u hrvatskim novinama i časopisima. Tiskani je medij upotrijebljen kao izvor iz dvaju razloga: ponajprije, on je sâm dio popularne kulture i zanimljivo je promatrati kako jedan njezin vid (novinski, tiskani, verbalni) opisuje i definira drugi (glazbeni, pjevani, svirani). Budući da imaju moć oblikovati javni ukus i utjecati na način razmišljanja velikoga broja ljudi, novinski se članci već desetljećima smatraju važnim etnološkim izvorom (usp. Martischnig 1988:27), pogotovo u istraživanjima popularne kulture. Drugi je razlog činjenica da su novinski intervjui, osim same glazbe, osnovni način komuniciranja glazbenika s publikom, s ciljem da joj približe svoju umjetnost, objasne možebitne nejasnoće, otklone moguće nesporazume i, konačno, konstruiraju sliku o sebi, svoj javni imidž koji ne samo što ih razlikuje od ostalih već i igra veliku - ponekad odlučujuću - ulogu u prodaji njihova proizvoda: glazbe.

Osim Francija Blaškovića, koji je sa svojom skupinom Gori uši Winnetou još osamdesetih postao kulturna ličnost istarskoga prostora i kojeg svi predstavnici "ča-vala" gotovo pobožno imenuju svojim idolom i začetnikom stila (a koji se u jednome od svojih rijetkih intervjua u devedesetima u splitskom tjedniku "Feral Tribune" ne samo obrušio na sam "ča-val" i komercijalizaciju *beside*, već i eksplicitno odredio *očinstva*, usp. Lucić 1996.), na lokalnoj se razini istodobno afirmirala skupina pod nazivom Gustaph y njegovi dobri duhovi, kasnije preimenovana u Gustafi. Od tri najprominentnija izvođača "ča-vala" oni su prvi koji su postali poznati u Istri, no vrata prema ostatku Hrvatske otvorila im je nevjerojatna popularnost Alena Vitasovića, koji je 1994. godine pobijedio na svim glazbenim festivalima na kojima je nastupio i koji je često progovarao o razlozima pjevanja na čakavskom narječju: "Pitaju me zašto ne pjevam na hrvatskome književnom jeziku. Zašto ne, i toga će vjerojatno biti, ali sada te pjesme najbolje osjećam na čakavskom. (...) Ja pjevam čakavski, istarski, i što možeš više za svoj kraj napraviti ako si glazbenik? Kužite? Meni nije potrebno mahati zastavicama s kozama." (Brnabić 1994); "Meni su već dosadila pitanja tipa zašto pjevaš baš na istarskom dijalektu. To je moj materinji jezik, govorim ga otkad znam za sebe i njime se mogu najbolje izraziti. Naravno, znam ja govoriti i štokavski..." (Matković 1994); "Mislim da jezik s vremenom neće uopće više stvarati teškoće na estradi i dijalekti neće više biti

<sup>6</sup> Što, ponavljam, ne bi trebalo stavljati njezine sadržaje ni u kakav hijerarhijski odnos s visokom ili elitnom kulturom, čiji su proizvodi namijenjeni užoj publici.

prepreka uspjehu. Cijenit će se ponajprije kvaliteta” (Balen 1994); “U Puli na Đoserovom memorijalu cijelu sam večer proveo s Dreletronicom. On je govorio kajkavski, ja čakavski i super smo se razumjeli. Pjevač protežira svoj kraj, zašto ne?” (Cigoj 1995); “Kako govorim kod kuće, tako pjevam u svojim pjesmama. Katkad me ljudi pitaju kako to da ja znam govoriti i štokavski. Pa, kako ne bih znao, učio sam u školi. Ja sam Hrvat, moram znati naš službeni jezik” (Jurić 1995). Ovo su tek neke od brojnih Vitasovićevih izjava o jeziku i glazbi, iz kojih je vidljivo da se dijalektu ponajprije pripisuju emotivne značajke: pjevač koristi jezik uz koji je odrastao, jer mu upravo on omogućava da na najbolji mogući način otpjeva pjesmu i publici pruži što osobniju interpretaciju. Međutim, Vitasović također nikada nije zaboravio spomenuti da uporaba *starinskog* i *arhaičnog*, pa i *seljačkog* dijalekta ne utječe na glazbenu stranu pjesama koje izvodi: “Cilj svega mi je dobra glazba, iskrena moja glazba, američki ritam i blues, a samo je tekst čakavski. Zašto ne bi bio ako ga i govorim?” (Marijačić 1994); “Ja se poput Šajeta ugledam na američku glazbu i svjetske standarde, što znači na modernu glazbu s primamljivim tekstom” (Balen 1994). Upravo je ta kombinacija tzv. globalnoga (ili, Vitasovićevim riječima, *američkoga*, što se u slučaju popularne glazbe, bez obzira na brojne druge nacionalne glazbene produkcije, može smatrati gotovo i sinonimom) i lokalnoga savršen primjer procesa globalizacije.

Osim Vitasovićeve emotivne, uporaba dijalekta u pjesmama opatijske skupine Šajeta sadrži i povijesne i političke dimenzije. Vođa grupe, Dražen Turina, koji je početkom devedesetih osnovao skupinu Yars i time se proglasio začetnikom *punka na dijalektu* ubrzo je osnovao i skupinu pod nazivom Šajeta & Capra d'oro (*Munja i zlatna koza*), kasnije preimenovanu u Šajeta. Prvi je uspjeh izvan granica Istre i Kvarnera postigao sredinom devedesetih, nakon što je Alen Vitasović već odavno bio etablirana estradna ličnost. O korištenju čakavskoga dijalekta u svojoj glazbi kaže: “Čakavski je zapravo predivan jezik. Malo je arhaičan, pa je teže na njemu pisati. (...) Ponosni smo što smo pjevali na tom jeziku, premda nismo pjevali zato što smo mislili da će to biti hit i biznis, nego iz čiste radosti jer zbog toga su jezika naši ‘nonići’ dobivali žlicu ricinusa u usta za vrijeme fašizma” (Morić 1996); “Napravit ćemo i ono što sam dugo najavljavao, bit ćemo prvi ča-val bend koji će napraviti stvar na hrvatskom (...). Vjerojatno bi to mnogi autori iz ča-vala napravili, ali treba to nekako napraviti prvi, a tko će biti pizda koja izda. Zato je ‘Šajeta’ odlučila bit malo pizda koja izda, ali ćemo vratiti dug jer ćemo napraviti prepjev pjesme ‘Sve još miriše na nju’ od ‘Parnog valjka’. ‘Na nju još se diši’, tako glasi naslov te pjesme na čakavskom. Bit te pjesme je u pristupu dijalektološkoj glazbi, tako bih ja to nazvao. (...) Ja sam htio prevesti jednu pjesmu na čakavski, ali napraviti jedan ozbiljan prepjev. Oduvijek sam htio prevoditi s nekog jezika, ali ne znam niti jedan strani jezik (...). Nikad nisam uspio ostvariti taj san, pa sam sad konačno našao sebe u prepjevima sa štokavštine na čakavštinu” (Bosnić 1996); “Ča val je bitan, jer čakavština je postala ‘in’, i danas klinici koji su postali naši fanovi govore s radošću na tom dijalektu, koji se nekad smatrao jezikom težaka” (Latinović 1997); “Stvar je u tome što se istarska čakavština napokon uspjela probiti, što je još jedino uspjelo dalmatinskoj čakavštini. Ne zaboravimo da su Dalmatinci imali velike povlastice



Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

u tome - zvane Oliver Dragojević i 'Malo misto'. (...) Ča val je uspio približiti čakavštinu mladima. Već sam jednom rekao da su se mladi sramili govoriti čakavštinom. Danas je čakavština u Istri *in*, mladi se trude pisati na čakavštini, bendovi se trude kopirati 'Šajetu' i Alena Vitasovića. Spremam knjigu čakavske poezije, a u uvodu sam napisao - zbog tog su jezika naši djedovi dobivali u usta žlicu ricinusa, mi smo došli samo naplatiti dug" (Lacko 1997).

Vidimo da se Turina ovdje ne poigrava samo emotivnim konotacijama dijalekta, već mu pridaje i političke dimenzije: glazba na dijalektu i njegovo populariziranje kod mlađe publike neka je vrsta odmazde za razdoblje u kojemu je tadašnja talijanska vlast strogo sankcionirala uporabu slavenskih, odnosno hrvatskih i slovenskih dijalekata na području Istre i Kvarnera. Nekoliko je - široj publici manje poznatih - izvođača "ča-vala" sredinom devedesetih prevelo aktualne hitove sa standardnog hrvatskoga jezika na čakavski dijalekt, no ti su prepjevi u pravilu bile parodije. Skupina Šajeta svojim je *ozbiljnim* prepjevom pjesme zagrebačkog Parnog valjka "Sve još miriše na nju" pokazala da svoj dijalekt ne smatra tek *jezikom težaka*, a "ča-val" prolaznom lokalnom *zezancijom*, već je istarski čakavski dijalekt i na području pop i rock glazbe stavila u rang jezika ravnopravnog s državnim lingvističkim standardom. Time je Turina kao autor prepjeva i nesvjesno potvrdio stav jezikoslovaca koji tvrde da je svaki dijalekt zasebni lingvistički sustav i može se smatrati jezikom, dok sâm pojam dijalekta spada u područje sociolingvistike i rabi se tek za označavanje međusobnih odnosa standardnog i lokalnih jezika: "Jedan leksem možemo držati za dijalektalizam samo ako ga promatramo u odnosu na književni jezik (...) Lingvistički status dijalekta isti je kao onaj jezika i o tome moramo voditi računa" (Damjanović 1980:24).

Valja imati na umu da i Turina, kao autor glazbe skupine Šajeta, lokalni identifikacijski element kombinira s glazbom koja odgovara suvremenim zapadnoeuropskim i svjetskim standardima. Glazbene ukuse najbolje ilustrira ljestvicom svojih deset najdražih pjesama, objavljenih u rubrici "Deset glazbenih vječnosti" riječkoga "Novog lista": na prvome je mjestu pjesma "Adio Pola" skupine Gori uši Winnetou, nakon koje slijede beogradski Partibrejkerski i zagrebački Haustor. Međutim, od trećeg do desetog mjesta nalaze se isključivo američki i zapadnoeuropski izvođači: Chuck Berry, Kraftwerk, Bronski Beat, Iggy Pop, Monty Phyton i The Doors, a Turina ističe da bi obavezno spomenuo i The Rolling Stones, The Clash, The Beatles te slovenske Pankrte (Kolonić 1993). Ovaj popis izravno odaje glazbene uzore jednog od najpopularnijih predstavnika "ča-vala", koji se kreću od klasika rock'n'rolla, preko punka do popa i elektronske glazbe osamdesetih i koji je i sâm uspješno spojio svjetske glazbene trendove s lokalnim idiomom.

Dakle, iz navedenih je iskaza razvidno da izvođači dijalektu pridaju nekoliko razina značenja: od emotivne (u kojoj je bitno da je izvođač iskren prema publici, a najiskrenije interpretira pjesmu na jeziku koji mu je najbliži i kojime se služi u svakodnevnu govoru) preko želje za afirmacijom regije na širem prostoru države, do političkih i povijesnih (uporaba jezika koji je još prije nekoliko desetljeća bio zabranjivan i čiji su govornici bili progonjeni). Brojne su konotacije koje se pridodaju lokalnom

jeziku - on prestaje biti puko sredstvo komunikacije i prenositelj informacija: "dijalekt ne podrazumijeva samo govor ljudi s ulice, već i povijesno definiranog jezika ('prije') naroda koji je usko povezan s prostorom i zemljom ('svi') (...) **on sâm prenosi poruke**" (Köstlin 1990:162; 163; istakla S. K.). Dijalekt se doživljava kao značajka regije *par excellence* i kao takvomu mu se daju brojne konotacije identiteta. S druge su strane jednadžbe popularna i rock glazba koje su modernom produkcijom i usklađivanjem sa suvremenim inozemnim trendovima okrenute prije svega mladoj publici, kojoj je konzumacija kulturnih elemenata jedan od glavnih načina oblikovanja skupnog i individualnog identiteta - pri čemu je konzumacija glazbe, prema recentnom istraživanju britanskih znanstvenika, na visokom drugom mjestu (usp. Miles, Cliff i Burr 1998).

"Ča-val" se može promatrati u hrvatskome kontekstu, ali i u kontekstu svjetskoga trenda tzv. etno-glazbe i općenitog vezivanja tzv. globalnih elemenata s lokalnima, do čega dolazi iz više razloga. Primjerice, zemlje Europske zajednice pokušavaju uporabom vlastitih **kulturnih** elemenata nadomjestiti gubitak **političke** važnosti nacionalnih država i njihovih institucija (usp. Delanty 1997); zemlje u tranziciji, koje uglavnom teže europskim integracijama, s jedne se strane trude mnoge aspekte svojih društava prilagoditi europskim standardima, dok im se s druge strane čini da su u opasnosti izgubiti velik dio elemenata koji su im desetljećima, a možda i duže, služili za samoidentifikaciju. Stoga posežu za kulturnim elementima čija uporaba ne opstruira političke procese integriranja s europskim političkim i vojnim institucijama, ali istodobno umanjuje osjećaj gubitka *vlastitosti*. Da je prisutnost elementa *izvornosti*, bila ona izražena dijalektom, glazbom ili nekim drugim medijem koji potrošačima popularne kulture nudi mogućnost izravne identifikacije, itekako potrebna, govori i bugarski primjer: na glazbenom i filmskom festivalu održanom u ožujku 2000. u Sofiji nastupila je, između ostalih, makedonska skupina Anastasia, poznata po istodobnom korištenju motiva narodne i elektronske glazbe. Iako su članovi skupine unaprijed najavili pomak od tzv. etno-motiva, publika, koja se skupila u velikom broju, bila je razočarana: "svojim nastupom Anastasia nije ispunila očekivanja publike (...) Dominiranje techno orijentacije iznenadilo je, ako ne i šokiralo, većinu od četiri tisuće ljudi koji su prisustvovali koncertu. (...) U svakom slučaju, čini se da je publika bila razočarana ne stoga što nisu čuli malo tradicijskog folklora, već stoga što folklora uopće nije bilo" (Apostolov 2000).

I bez obzira na to što se na prvi pogled može steći pogrešan dojam da globalnoj i popularnoj kulturi zbog njihovih "preopćenitih značajki" i iluziji stvaranja "jedinstvene" svjetske kulture i istodobnog navodnog nestanka lokalnih i nacionalnih obilježja nije mjesto pod okriljem etnoloških istraživanja, upravo se iz regionalnih i nacionalnih razlika u adaptiranju tzv. globalnih kulturnih elemenata mogu iščitati i same razlike između pojedinih kultura i zajednica. To se ne odnosi samo na prilagođavanje popularne i rock glazbe nekoj određenoj sredini već i bilo kojeg drugog "globalnog" elementa. Primjerice, čak se i iz uniformiranih jelovnika velikih *fast food* korporacija mogu razlučiti razlike u prehrambenim navikama i preferencijama pripadnika različitih kultura. Stoga su upravo etnolozi pozvani provoditi istraživanja ove vrste. Švedski

etnolog Orvar Löfgren nedavno je, promišljajući europsku etnologiju, napisao da bi "znanja etnologa trebala biti šire primijenjena u studijama načina kako lokalno, nacionalno i globalno stupaju u interakciju, stvaraju jedno drugog, miješaju se, stapaju ili ostaju međusobno udaljeni" (1996:167). Također valja imati na umu da se procesima globalizacije - već i odabir lokalnog elementa koji se stapa s "globalnim" mnogo govori - mogu istraživati i brojni drugi aspekti kulture, primjerice konstrukcija lokalnih, regionalnih i nacionalnih razina identiteta (vidi Kalapoš 2000:171-213), koji su u (ne samo hrvatskoj) etnologiji ionako bili zanemareni (usp. Löfgren 1991, Rihtman-Auguštin 1994 i Rihtman-Auguštin 1997). Popularna kultura nipošto nije nevažan predmet etnološkog istraživanja. Upravo ona reflektira mnoge procese koje etnolozi intenzivno proučavaju, ali usredotočujući se na druge predmete, smatrajući popularnu kulturu *banalnom*: "Kao etnolozi, trebali bismo posvetiti više pozornosti 'nacionalizaciji trivijalnosti' (...), načinima na koji su nacionalne razlike prisutne u ostvarivanju svakodnevna života, a ne samo načinima na koje se izražavaju retorikom mahanja zastavama i nacionalnim ritualima" (Löfgren 1996:164). Glazba ima mnogobrojne mogućnosti društvenoga, pa i političkoga djelovanja - bez obzira jesu li njezini autori toga svjesni ili ne, jesu li dali svoj *blagoslov* društvenoj i političkoj uporabi svoje glazbe ili nisu. Austrijski muzikolog Helmut Brenner je, proučavajući ulogu glazbe za vrijeme nacionalsocijalizma, izdvojio tri osnovne razine koje omogućuju povezivanje glazbe s politikom: na prvome je mjestu tekst, koji može imati izravne ili neizravne političke konotacije; slijede glazbeni elementi (primjerice, izbor glazbala) i simbolika, odnosno neglazbeni elementi poput konteksta, kompozitora ili izvođača te mjesta izvođenja (Brenner 1992:18-24). Pogotovo bi se u regiji dinamične prošlosti i multietničkoga sastava poput Istre povezivanje glazbe i dijalekta te uporaba dobivene kombinacije kao eksplicitne i višeslojne poruke trebalo promatrati u širem kontekstu društvenih, povijesnih i političkih prilika (usp. Starec 1999). Moć je popularne kulture golema, a razvojem elektronskih medija iz dana u dan raste; ona estetizira (usp. Tschofen 1995), oblikuje (usp. Löfgren 1991 i 1996) i politizira (usp. Hutnyk i Sharma 2000) svakodnevnicu i svojim višestrukim utjecajem izravno sudjeluje u neprestanom procesu (pre-)oblikovanja svih razina identiteta.

### IZVORI (NOVINSKI ČLANCI)

- BALEN**, Marko (1994): Čakavštinom do srca publike, u: *Slobodna Dalmacija*, 24. studenoga, Split.
- BOSNIĆ**, Karmen (1996): Nikad nećemo svirati za HDZ, u: *Novi list*, 26. listopada, Rijeka.
- BRNABIĆ**, Vesna (1994): Najbolje pjevam na istarskom!, u: *Večernji list*, 9. rujna, Zagreb.
- CIGOJ**, Mark (1995): Mojoj mami je žao što sam postao zvijezda jer nikada nisam kod kuće!, u: *ST ekskluziv*, 3. veljače, Zagreb.

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

**JURIČ, Boris** (1995): Moji me prijatelji iz IDS-a razumiju jer znaju da za HDZ pjevam iz financijskih, a ne iz političkih razloga!, u: *Globus*, 27. listopada, Zagreb.

**KNEZOVIĆ, Pavica, KORUNIĆ, Marko, MATKOVIĆ, Majda, MUŠČET, Bojan, PELAIĆ Goran** (1994): Što? Ča, kaj!, u: *Vjesnik*, 14. listopada, Zagreb.

**KOLONIĆ, Sandra** (1993): "Gori Usssi Winnetou" uvijek na prvom mjestu, u: *Novi list*, 24. prosinca, Rijeka.

**LACKO, Renata** (1997): 'Ča val' više nije pokret, u: *Večernji list*, 27. lipnja, Zagreb.

**LATINOVIĆ, Vesna** (1997): Ča val nije prolazna egzotika, u: *Glas Slavonije*, 23. svibnja, Osijek.

**LUCIĆ, Predrag** (1996): Nije glazba muzika!, u: *Feral Tribune*, 22. siječnja, Split.

**MARIJAČIĆ, Ivica** (1994): Alen je važniji za Istru od IDS-a, u: *Panorama*, 26. listopada, Zagreb.

**MATKOVIĆ, Majda** (1994): Od šoldi do gušta, u: *Vjesnik*, 16. rujna, Zagreb.

**MORIĆ, Danijela Ana** (1996): Ako je riječ o djevojkama, bolji sam od Banderasa!, u: *Večernji list*, 23. kolovoza, Zagreb.

**SCHIFFLER, Ljerka** (1999): Bečke ljetne razglednice (2), u: *Vijenac* 145, Zagreb.

## LITERATURA

**APOSTOLOV, Apostol** (2000): Global Music, Local Trends: The Sofia Music and Film Festival 2000, u: *Central Europe Review: The Weekly Journal of Central and East European Politics, Society and Culture*, <http://www.ce-review.org/00/21/apostolov21.html>.

**BARBU, Zev** (1976): Popular Culture: A Sociological Approach, u: ur. C. W. E. Bigsby, *Approaches to Popular Culture*, Edward Arnold (Publishers) Ltd, s.l., str. 39-68.

**BAUSINGER, Hermann** (1984): Konzepte der Gegenwartsvolkskunde, u: *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, Neue Serie Band XXXVIII, Gesamtserie Band 87, Wien, str. 89-106.

**BIGSBY, C. W. E.** (1976): The Politics of Popular Culture, u: ur. C. W. E. Bigsby, *Approaches to Popular Culture*, Edward Arnold (Publishers) Ltd, s.l., str. 3-25.

**BRAKE, Michael** (1990): Changing Leisure and Cultural Patterns among British Youth, u: ur. Lynne Chisholm, Peter Büchner, Heinz-Hermann Krüger & Philip Brown, *Childhood, Youth and Social Change: A Comparative Perspective*, The Falmer Press, London et al., str. 213-225.

**BRENNER, Helmut** (1992): *Musik als Waffe? Theorie und Praxis der politischen Musikverwendung, dargestellt am Beispiel der Steiermark 1938-1945*, H. Weishaupt Verlag, Graz.

**BROWNE, Ray B.** (1984): Popular Culture as the New Humanities, u: *Journal of Popular Culture* 17.4, Ohio, str. 1-8.

Sanja Kalapoš: Čijieli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

**BURKE, Peter** (1976): *Approaches to the History of Popular Culture*, u: ur. C. W. E. Bigsby, *Approaches to Popular Culture*, Edward Arnold (Publishers) Ltd, s.l., str. 69-84.

**CAWELTI, John G.** (1996): *Popular Culture/Multiculturalism*, u: *Journal of Popular Culture* 30.1, Ohio, str. 3-19.

**CHYE, Phua Siew, KING, Lily** (1996): *Ideology, Social Commentary and Resistance in Popular Music: A Case Study of Singapore*, u: *Journal of Popular Culture* 30.1, Ohio, str. 215-231.

**DAMJANOVIĆ, Stjepan** (1980): *Jezik hrvatske srednjovjekovne književnosti*, u: *Istra: kultura - književnost - društvena pitanja* 3/4, god. 18, Pula, str. 17-24.

**DELANTY, Gerard** (1997): *Models of Citizenship: Defining European Identity And Citizenship*, u: *Citizenship Studies* 1/3, Abingdon, Oxfordshire, str. 285-303.

**HUTNYK, John, SHARMA, Sanjay** (2000): *Music & Politics: An Introduction*, u: *Theory, Culture & Society: Explorations in Critical Social Science* 17/3, London, str. 55-63.

**KALAPOŠ, Sanja** (2000): *Region, Ethnizität und Musik: Identitätskonstruktion in Istrien*. Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades an der Geisteswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien, Beč, IEF rkp 1719.

**KÖSTLIN, Konrad** (1990): *Dialekt als Fachsprache*, u: ur. Hermann Bausinger, *Redewesen: Aspekte gesprochener Sprache. Festgabe für Arno Ruoff*, Tübinger Vereinigung für Volkskunde, Tübingen, str. 156-165.

**LÖFGREN, Orvar** (1991): *The Nationalization of Culture: Constructing Swedisness*, u: *Studia ethnologica* 3, Zagreb, str. 101-116.

**LÖFGREN, Orvar** (1996): *Linking the Local, the National and the Global: Past and Present Trends in European Ethnology*, u: *Ethnologia Europaea* 26, Copenhagen, str. 157-168.

**MAASE, Kaspar** (1998): *Nahwelten zwischen "Heimat" und "Kulisse": Anmerkungen zur volkskundlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung*, u: *Zeitschrift für Volkskunde*, Göttingen, 1, str. 53-71.

**MARTISCHNIG, Martin** (1988): *"Die Z(eitung)-Dokumentation zur Gegenwartsvolkskunde" des Instituts für Gegenwartsvolkskunde der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und die Struktur der Österreichischen Tagespresse*, u: ur. Klaus Beitzl, *Methoden der Dokumentation zur Gegenwartsvolkskunde: Die Zeitung als Quelle*, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien, str. 4-75.

**MAYER, Günter** (1984): *Popular Music in the GDR*, u: *Journal of Popular Culture* 18.3, Ohio, str. 145-158.

**MILES, Steven, CLIFF, Dallas, BURR, Vivien**: *"Fitting In and Sticking Out": Consumption, Consumer Meanings and the Construction of Young People's Identities*, u: *Journal of Youth Studies* 1/1, Abingdon, Oxfordshire, str. 81-96.

Sanja Kalapoš: Cijeli svijet u mom selu. Globalna naspram lokalne kulture, lokaliziranje...

**MURŠIĆ, Rajko** (1996): A "Black-Box" of Music Use: On Folk and Popular Music, u: *Narodna umjetnost* 33/1, Zagreb, str. 59-74.

**RIHTMAN-AUGUŠTIN, Dunja** (1991): Istinski ili lažni identitet - ponovno o odnosu folkloru i folklorizmu, u: ur. Dunja Rihtman-Auguštin, *Simboli identiteta (studije, eseji, građa)*, Hrvatsko etnološko društvo, Zagreb, str. 78-89.

**RIHTMAN-AUGUŠTIN, Dunja** (1994): Ethnology Between Ethnic and National Identification, u: *Studia ethnologica Croatica* 6, Zagreb, str. 151-158.

**RIHTMAN-AUGUŠTIN, Dunja** (1997): Hrvatska etnologija poslije Gavazzija i Bratanića. Razmišljanje o političkom angažmanu u etnologiji, u: *Etnološka tribina* 20, Zagreb, str. 83-93.

**STAREC, Roberto** (1999): The Three Goats: Ethnic Groups, Political Borders and Regional Identity in Istria, u: ur. Bruno B. Reuer, *Musik im Umbruch: Kulturelle Identität und gesellschaftlicher Wandel in Südosteuropa/New Countries, Old Sounds? Cultural Identity and Social Change in Southeastern Europe. Beiträge des Internationales Symposiums in Berlin (22.-27. April 1997)*, Verlag Südostdeutsches Kulturwerk, München, str. 99-108.

**SURIN, Kenneth** (1997): On Producing the Concept of a Global Culture, u: ur. V. Y. Mudimbe, *Nations, Identities, Cultures*, Duke University Press, Durham, London, str. 199-219.

**TSCHOFEN, Bernhard** (1995): "Verfremdungen". Ethnizität und alltagsästhetische Erfahrungen, u: *Ethnologia Europaea* 25, Copenhagen, str. 25-31.

## THE WHOLE WORLD IN MY VILLAGE GLOBAL VERSUS LOCAL CULTURE, LOCALISATION OF THE GLOBAL AND GLOBALISATION OF THE LOCAL

### Summary

The paper discusses popular and rock music as a part of the wider category of popular culture that reflects the relationship between the so-called global and the local culture. Some elements of what is considered to be "the global" have been used in combination with the elements considered to be local in order to achieve the balance between the preservation of the *original* and *ancient* and participation in the *global* trends. The paper presents an example from the Croatian part of the region of Istria, where a local dialect is used in the combination with the contemporary pop and rock music, presenting the young audience with the key to re-invention of different levels of its identity.

**Keywords:** popular culture / music / globalisation / localisation