

povijest/  
etnologija  
i kulturna  
antropologija

# Marta Fiolić

## RAZVOJ GLAZBENE INDUSTRIJE ILI OD MAŠTE I EKSTRAVAGANCIJE DO INDUSTRIJE I SVAKODNEVNICE

### Ključne riječi:

glazbena  
industrija,  
20. stoljeće,  
SAD, Europa,  
produkcijske  
kuće,  
konkurencija,  
nosači zvuka.

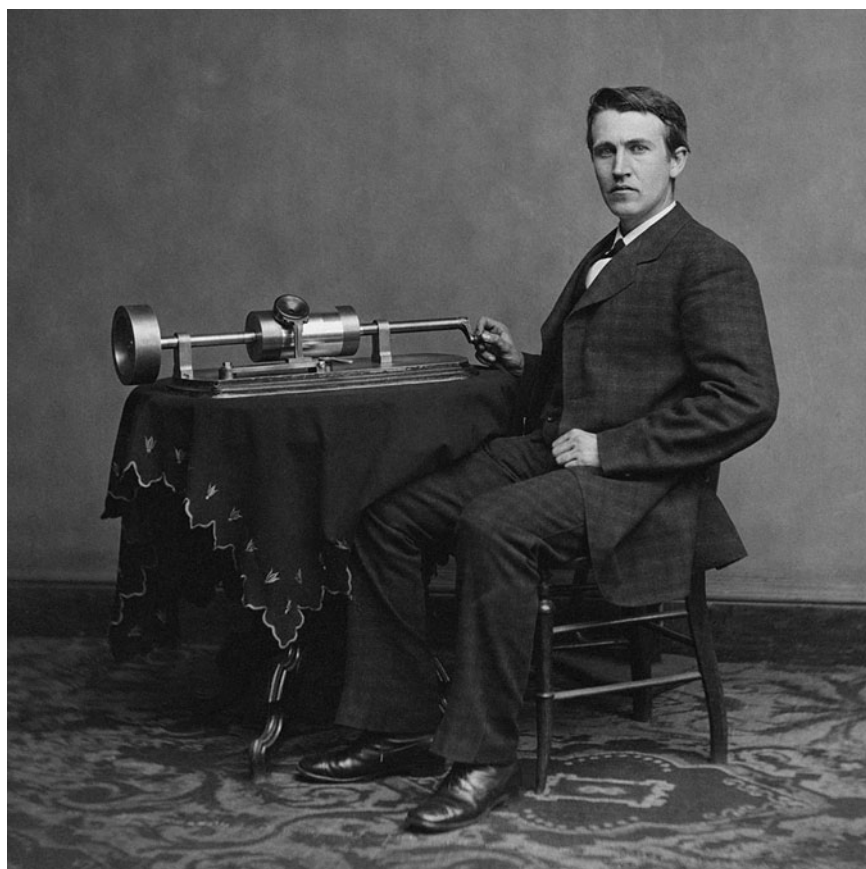
Na osnovi literature koja se bavi glazbom i njenom pratećom industrijom, autorica analizira razvoj dotične industrije, glazbenih medija i nosača zvuka od kraja 19. pa kroz cijelo 20. stoljeće i to klasifikacijom po desetljećima. Imajući na umu osnovnu metodologiju poduzetničke historije autorica traži odgovore na pitanja o razvoju i smjerovima razvoja te industrije gledano iz dugoročne perspektive.

Glazba, kao i svaka druga grana umjetnosti, spaja ljude i ogoljuje njihove emocije, od početka ljudskoga postojanja, sve do danas. Ovaj se članak, ipak, ne bavi snagom i ljepotom glazbe, već nešto prizemnijim njenim aspektom, poviješću njene industrije te ekonomijom tj. profitom koji se njome ostvaruje. Od prvog snimljenog zvuka i prvih slušatelja, do industrije u kojoj se okreću basnoslovni iznosi i u kojoj, čini se, emocije više nisu u prvom planu. Ovaj članak nastao je kao plod ljubavi prema glazbi i zanimanja za ovu drugu, njenu manje spominjanu stranu. On nastoji prikazati razvoj poduzetništva u glazbi i to prvenstveno kroz glazbene kuće. Noseći se s naglim razvojem tehnologije kroz dvadeseto stoljeće, one opstaju ili propadaju, ovisi o njihovim mogućnostima, zatim prilagodljivosti potrebama potrošača, odgovorima konkurenciji te snalazljivosti onih ljudi koji su se u ključnim trenucima našli na bitnim i odgovornim pozicijama.

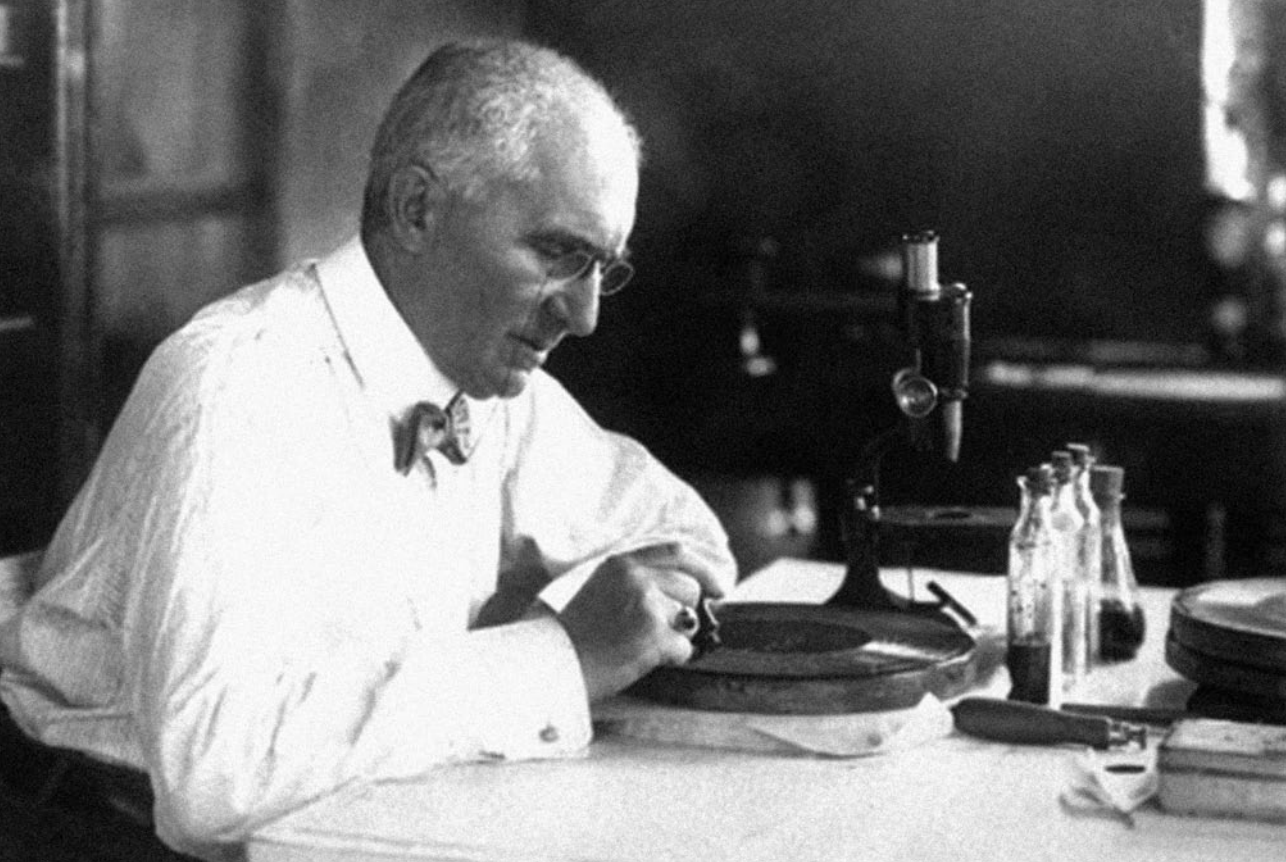
Godine 1877. Thomas Alva Edison izumio je fonograf. Da bi isprobao funkcionalnost svoje nove ideje, Edison je u mikrofona izgovorio riječi „Mary Had a Little Lamb“ i uspješno ih reproducirao.<sup>1</sup> Rođena je praksa bilježenja zvuka. Njegovu ideju slijedili su mnogi imitirajući ga, neki uspješnije, neki malo manje. Od svih imitacija, najbolji i najuspješniji pokazao se „grafofon“ koji su osmislili Charles Sumner Tainter i Chichester Bell. Razlika je u materijalu na koji se snimao zvuk.



**Slika 1.**  
Reklama  
grafofona iz  
1901. godine.  
Slika preuzeta  
s [www.okladki.net/images/spec/nosniki2.jpg](http://www.okladki.net/images/spec/nosniki2.jpg).



**Slika 2.**  
Edison  
sa svojim  
fonografom.  
Slika preuzeta  
s [www.zgapa.plzgapediadata\\_pictures\\_uploads\\_wikieEdison\\_and\\_phonograph\\_edit2.jpg](http://www.zgapa.plzgapediadata_pictures_uploads_wikieEdison_and_phonograph_edit2.jpg).



**Slika 3.**

Emil Berliner,  
osnivač  
Deutsche  
Gramophon  
GmbH, prve  
tvrtke koje se  
bavila isključivo  
proizvodnjom  
gramofonskih  
ploča.  
Slika preuzeta s  
[www.info.biz.hr/  
Typo3/typo3\\_01/  
dummy3.8.0//  
uploads/pics/11\\_  
emil\\_berliner\\_  
rad\\_na\\_ploci.jpg](http://www.info.biz.hr/Typo3/typo3_01/dummy3.8.0/uploads/pics/11_emil_berliner_rad_na_ploci.jpg)

Kod fonografa se radilo o aluminijskoj foliji, a kod grafofona o voštanom cilindru, što mu je omogućilo da zvuk zabilježi trajno.<sup>2</sup> Grafofon je preuzeo dosta toga od svog deset godina starijeg srodnika, ali već 1898. Edison poboljšava svoj fonograf koristeći upravo grafofon.

Očekivala se velika parnica u kojoj se trebalo dokazati pravo na određene ideje, međutim spor je riješio čovjek po imenu Jesse Lippincott kupivši oba uređaja i plasiravši ih na tržište namijenjeno poslovnim ljudima, pravnicima, sudskim službenicima kako bi zamijenili stenografe. Ipak, veći interes potakla je tek zabavna industrija.<sup>3</sup> Nažalost, Lippincott to nije vidio na vrijeme. Potrošio je sav svoj novac i umro ubrzo nakon bankrota. Zanimljivo je da je za otkup patenta od Edisona platio 435 000 američkih dolara, a kada ga je Edison nakon njegove smrti ponovo otkupio, trebao je isplatiti samo 13 500.<sup>4</sup>

Iako Edisonova prva ideja nije bila reprodukcija glazbe, ubrzo su se gotovo svi uređaji temeljeni na njegovoj ideji okretali upravo njoj, glazbi.<sup>5</sup> Godine 1899. izumljen je *coin-operated* fonograf, preteča *jukeboxa*, koji je glazbu mogao reproducirati i snimati ubacivanjem kovanice.<sup>6</sup> Načinivši uređaje za snimanje i reprodukciju kompaktnijima i jeftinijima, proizvođači su se nadali da će ući u kućanstva. „Take an Edison concert machine to the countryside“ glasila je reklama, ali cijena od 40 dolara 1896. godine za većinu je još bila preskupa.<sup>7</sup> Ipak, već tri godine nakon toga cijena je pala na 7,5 dolara.<sup>8</sup> Tijekom devedesetih godina provedena su različita probna snimanja. Na taj način su svoje glasove sačuvali za budućnost npr. papa Lav XIII., Otto von Bismarck ili Florence Nightingale, a najstariji sačuvani zapisani glas pripada glavnom guverneru Kanade s otvorenja industrijske izložbe u Torontu. Od



glazbenika, iz onog vremena je vjerojatno najpoznatija snimka Johannesa Brahmsa koji je nekoliko godina pred smrt pred fonografom izveo svoj Mađarski ples br. 1., a glasove pjevača njujorškog *Metropolitana* amaterski je zabilježio njihov knjižničar. Fonograf je koristio i Béla Bartók kako bi snimio narodne priče i napjeve Mađarske i okolice, a na sličan su način neki američki znanstvenici uspjeli sačuvati barem djelić indijanske kulture Sjeverne Amerike. Fonograf je ovjekovječio i posljednjeg kastrata u europskoj operi, Alessandra Moreschija, *Andela Rima*.<sup>9</sup> Tako je i Caruso 1901. godine snimio svoju prvu kvalitetnu snimku, a samo tri godine nakon toga imao i svoju prvu ploču milijunske naklade.<sup>10</sup>

Ipak, ideja o jeftinom uređaju koji će reproducirati snimljen zvuk urodila je plodom, i to u obliku gramofona. Još je Edison razmatrao tu ideju, no u djelo ju je proveo Emile Berliner. Od te se konkurencije fonograf nikada nije oporavio. Interes za njega je polako jenjavao dok se 1920. godine nije u potpunosti ugasio.<sup>11</sup>

Kod gramofona, snimalo se na ploču, a ne više na cilindar, što je znatno olakšalo kopiranje već snimljenog i samim time, polako sve masovniju produkciju. To je i bio Berlinerov cilj. Godine 1893. svoj jeftin uređaj plasirao je na tržište. Tri godine poslije, povezo se s mehaničarom Eldrigem Johnsonom iz New Jerseya koji je za Berlinera dizajnirao poboljšani gramofon.<sup>12</sup> Njihova suradnja iznjedrila je *Victor*<sup>13</sup> *Talking Machine Company* koja se do početka 20. stoljeća razvila u jednog od najvažnijih proizvođača „talking machines“ i ploča. Sjedište su ubrzo premjestili u Philadelphiju spremni da se prošire i na američko tržište. Na europskom tržištu oni su bili *Gramophone Company*, ali poznatiji su nazivi *HMV (His Master's Voice)* ili *Nipper the dog* (koji je kasnije postao i maskota kompanije).<sup>14</sup>

#### Slika 4.

His Master's Voice, tj. pas Nipper koji sluša gramofon.

Slika preuzeta s [www.thebsreport.files.wordpress.com/2009/07/his-masters-voice.jpg?w=400&h=300](http://www.thebsreport.files.wordpress.com/2009/07/his-masters-voice.jpg?w=400&h=300)

Prve ploče za njih proizvodila je njemačka tvornica igračaka *Kämmerer & Reinhardt* iz Thüringena, a sam aparat proizveo je isti proizvođač između 1888. i 1891. i plasirao na tržište u Berlinu.<sup>15</sup> Najpopularnije pjesme su među kupcima bile *The Lord's Prayer* i *Twinkle Twinkle, Little Star*. U Berlinerovom godišnjem izvještaju za 1897./1898. godinu objavljena je impresivna brojka od 11 211 prodanih gramofona i 408 195 ploča.<sup>16</sup> Uskoro, *Big Three* na američkom tržištu ploča i gramofona bili su *Edison*, *Victor* i *Columbia*, a Europu su preuzeli *HMV* i različite podružnice *Edisona* i *Columbijje*. Samo u SAD-u, do 1900. godine prodavano je više od 3 milijuna ploča na godinu. Uspjeh je bio neminovan i u sljedećih dvadesetak godina glazbena industrija postala je jedna od najvažnijih na svijetu.<sup>17</sup>

Na prijelazu stoljeća, industrijalizacija postaje sve proširenija, a njome i dosezi poduzetnika i poduzeća počinju podrazumijevati čitav svijet. Za time se povela i glazbena industrija. *Victor* kao jedna od najmoćnijih tvrtki te grane industrije zauzeo je istočnu Aziju te Sjevernu i Južnu Ameriku, a svojem je europskom partneru *Gramophone Companyju* prepustio ostatak Azije, Afriku i Australiju, i naravno, Europu. Zadaću istraživanja tog dijela tržišta preuzela su braća Fred i Will Gaisberg koji su pritom snimali najpopularnije izvođače pojedine zemlje čime su trebali potaknuti prodaju gramofona. Takva politika kompanije višestruko se isplatila. Zabilježeno je da je *Gramophone Company* u razdoblju između 1898. i 1921. godine snimio čak 200 000 različitih ploča. Potaklo je to gradnju novih tvornica zbog potreba za većim kapacitetom. *Victor* je zauzimao oko trećine američke prodaje koja se od 1903. do 1915. popela s 2 na 18,6 milijuna ploča. Između 1910. i 1915. na svjetskoj razini prodavalo se čak 50 milijuna ploča!<sup>18</sup>

U počecima snimanja, glazbena industrija zanimala se za klasičnu glazbu pa su snimali većinom virtuozne – pijaniste, violiniste, operne pjevače i sl. Rjeđe, ali znalo se dogoditi da snime i nastup u cabaretu ili poneku šansonu. Sjedište američke glazbe nalazilo se u New Yorku i interes se nije širio u periferne gradove. Preokret se dogodio 1917. kada je Victor odlučio snimiti Original Dixieland Jass<sup>9</sup> Band iz New Orleansa. Njihova ploča s dva singla - *Dixie Jass Band One-Step* i *Livery Stable Blues* prodala se u stotinama tisuća primjeraka i započela je era jazza.<sup>20</sup> Novi zvuk proširio se kao pošast čitavim SAD-om, pa i Europom. Mladi su poludjeli za novom glazbom, uz koju su išli i novi plesovi, nova moda. Od tog trenutka, promjene su bile sve brže i brže.

Razvoj glazbene industrije, pratio je i tisak. Diljem svijeta, glazbeni magnati izdavali su časopise namijenjene reklami i poboljšanju prodaje. SAD su tako izdavale *Talking Machine World*, Engleska *Talking Machine News*, Njemačka *Phonographische Zeitschrift*, a Rusija *Grammofonnij mir*. Iako su ove tiskovine bile dobre, „običnim slušačima“ nisu bile namijenjene. Ipak, jedan engleski zaljubljenik u gramofon odlučio je ispraviti tu nepravdu i za svoje sunarodnjake počeo uređivati *The Gramophone* koji se u prodaji našao 1923. godine. Časopis i danas postoji kao najstarija glazbena publikacija.<sup>21</sup>

Nakon godina blagostanja, uslijedio je strašan pad. U dvadesetim i tridesetim godinama 20. stoljeća, mnogo faktora našlo se na putu glazbenoj industriji u cvatu. Jedan od njih bila je i prevelika konkurencija koja je neprestano snižavala cijene i tome se nije vidio kraj. Radilo se o impresivnoj brojci od preko 150 kompanija iz Njemačke, Engleske, Francuske, Rusije, ali je možda ipak najveća prijetnja bio njemački konglomerat okupljen oko Carla Lindströma ili francuska tvrtka braće Pathé.<sup>22</sup> Konkurenciju

**Slika 5.**

Prva ploča  
Original  
Dixieland Jass  
Banda.  
Slika preuzeta  
s [www.static.  
rateyourmusic.  
com/  
album\\_images/  
a7e1d61aagaefc  
4167a157cfb7ae  
020c/584863.jpg](http://www.static.rateyourmusic.com/album_images/a7e1d61aagaefc4167a157cfb7ae020c/584863.jpg)

je predstavljala i jedna medijska novina – radio. On je u svojim programima nastojao nadmašiti ono što su pružale ploče i u tome je očito i uspijevao jer su kućanstva vrlo brzo odustajala od klasičnih gramofona i prelazila na nove prijenosnike zvuka. Tijekom dvadesetih godina njegovo redovno emitiranje proširilo se u čitavom SAD-u i Europi. Općenito, u prvoj polovici dvadesetih godina 20. stoljeća industrija je opadala, da bi se u drugoj oporavljala. U skladu s tim, pred kraj desetljeća predstavljeno je električno snimanje s nadom da će vratiti barem dio kupaca. Poboljšana verzija ploče snimljene na taj način uključivala je snimanje zvuka uz mikrofone i pojačala u studiju, ali se mogla slušati i na starim gramofonima. Neki su se pak proizvođači dosjetili drugačijeg osvajanja kupaca i to spojivši radio i fonograf. Međutim, novi zalet spriječila je Velika gospodarska kriza (1929.-1933.) s kojom se oslabljeni proizvođači nosača zvuka nisu mogli samostalno nositi. *Edison* je propao 1929., *Victora* je preuzeo *Radio Corporation of America*, a *Columbia Broadcasting System* manju *Columbiju* koja je zatim, unatoč krizi, uspjela plasirati na tržište prvi prenosivi gramofon. Ostali proizvođači jednostavno su nestali. Nezaposlenost je u samo dvije godine porasla s deset na gotovo trideset posto, a u istom je periodu svjetska ekonomija zabilježila pad od gotovo šezdeset posto. Glazbena industrija je značajno propatila. Ona je pak zabilježila pad sa sto pedeset na samo deset milijuna od 1929. do 1933.<sup>23</sup> Unatoč toj katastrofi, prodaja ipak nije umrla zahvaljujući malenom broju glazbenih entuzijasta i radio emitiranjima.<sup>24</sup> Sa strane ekonomske povijesti glazbene industrije, jedan od važnijih događaja u ovom razdoblju je britansko spajanje *Gramophonea* i *Columbije* u *EMI* (Electric and Music Industries) koja je uskoro preuzela veliku većinu europskog i dobar dio američkog glazbenog tržišta.<sup>25</sup>



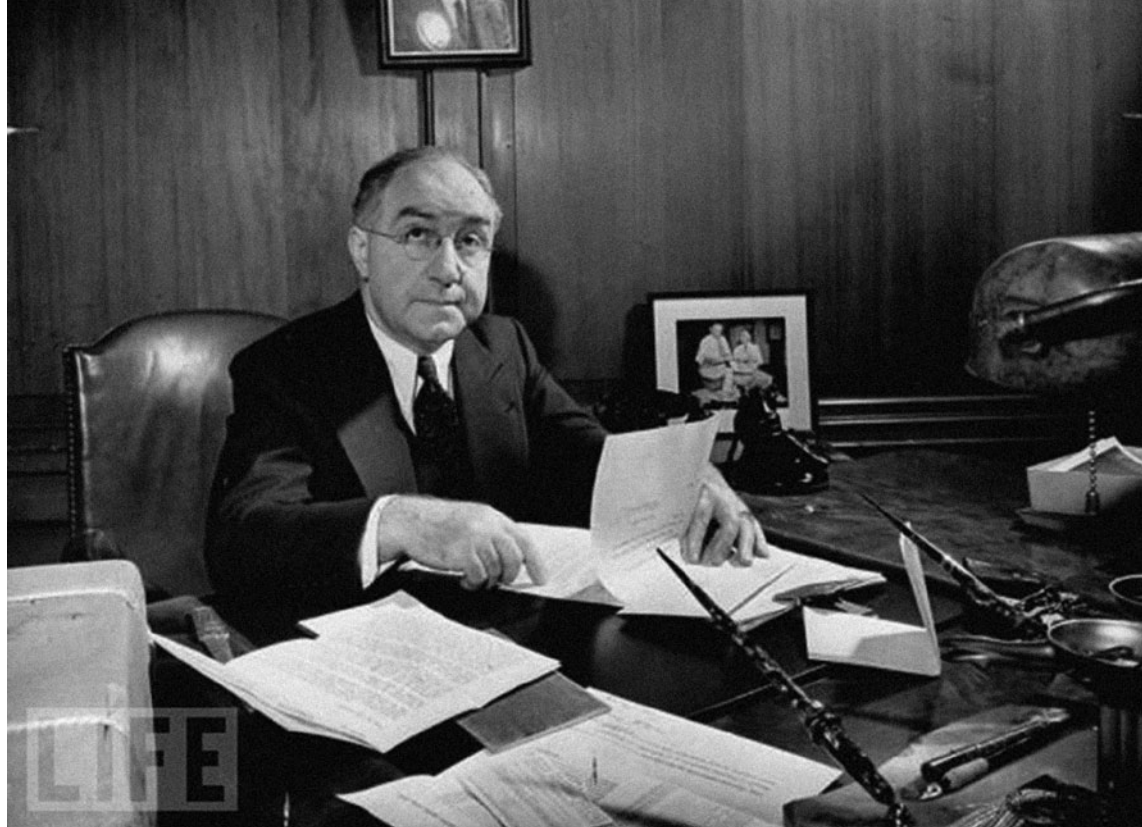
**Slika 6.**

Louis Armstrong  
i Bessie Smith.  
Slika preuzeta  
s [www.ytimg.com/vi/MgSQdSLW27Q](http://www.ytimg.com/vi/MgSQdSLW27Q)  
/o.jpg

Dvadesete godine 20. stoljeća godine su procvata jazz, ragtimea i mjuzikala. Njujorški Broadway u tim je godinama u samo jednoj sezoni znao postaviti čak pedeset predstava. Svoju karijeru započinju između ostalih Louis Armstrong i Bessie Smith. U tridesetim pak započinje era swinga. Pojavljuju se imena poput Dukea Ellingtona, Glenna Millera, Elle Fitzgerald ili Billie Holliday koji su i danas poznati kao glazbene ikone.

Nova prilika za glazbenu industriju pokazala se pojavom filma i filmske industrije. U samom početku, oni su za glazbu koristili upravo ploče. Novac od filmaša je u glazbenoj industriji korišten za istraživanja i nova tehnološka dostignuća. Tako je i prva stereo snimka predstavljena upravo kroz film.<sup>26</sup> Ipak, glazbena industrija trebala je dočekati kasne tridesete da bi prodaja ploča opet počela rasti. Djelomično, za to je zaslužna i oporavljena ekonomija, posebno u SAD-u, ali i povećan broj *jukebox*-a u opticaju na kojima je uglavnom jednom tjedno mijenjan repertoar, naravno, na pločama.<sup>27</sup>

Glazbena industrija nastavila je uzlaznom putanjom koju joj je omogućio Drugi svjetski rat. Zahvaljujući vladama i vojsci, porasla je potražnja za opremom za snimanje zvuka, a zabavna je industrija doprinosila snimanjem glazbe za vojne trupe. Za njih je snimano na novu V-ploču,<sup>28</sup> 16-inčnu ploču napravljenu od fleksibilnog vinila. Njen veći promjer značio je i veću količinu materijala na njoj, a čvrsta vinilna plastika omogućavala je siguran prekooceanski transport. Vojska je eksperimentirala i s drugim oblicima i načinima snimanja, primjerice magnetnim zapisom na žicu za potrebe novinara. Sve ovo nabrojano, u to vrijeme nije puno utjecalo na samu glazbenu proizvodnju, no navijestilo je vrijeme koje će doći.<sup>29</sup>



Za vrijeme rata, dok se njihove vojnike na bojištima „zabavljalo“, kućanstva u Americi su proživljavala glazbenu sušu. U tom pogledu i na teritoriju SAD-a vladalo je ratno stanje, a bitke su vodili *American Federation of Musicians* pod vodstvom Jamesa Petrilla protiv radio kompanija koje su umjetnicima odbijale plaćati tantijeme. Budući da nisu mijenjali svoj stav, Petrillo se u ljetu 1942. godine odlučio na drastičan potez – prekinuta je sva glazbena proizvodnja, osim one za vojne potrebe. Takvo stanje potrajalo je sve do studenog 1944. godine.

Glazbena industrija ponovo je patila i svršetkom (oba) rata nadala se obnovi interesa za svoje usluge u kućanstvima diljem svijeta.<sup>30</sup> Ipak, iz četrdesetih pamtimena imena kao što su Frank Sinatra, Charles Mingus, Dizzy Gillespie ili Nat King Cole.<sup>31</sup>

Velike promjene već su inicirane i godinama u tijeku, ali tek sada dolaze do izražaja. Još tijekom tridesetih godina, njemačke kompanije *AEG* i *I.G. Farben* su značajno unaprijedile magnetne snimače zvuka, a sada, kada su ih od Nijemaca „oslobodili“ Saveznici, postale su sinonim za izvrsne studijske magnetofone. Njihova upotreba dovela je do revolucije u snimanju ploča i filmskih *soundtracka*. Ubrzo nakon Drugog svjetskog rata, novonastala engleska kompanija *Decca* započela je s prodajom tzv. „high fidelity“ ploča, a *Victor* i *Columbia* su krajem četrdesetih predstavili novu ploču od 45 okretaja u minuti za singlove i „longplejku“<sup>32</sup> za albume.<sup>33</sup>

Popularnost „high fidelity“ ploča samo je rasla kroz pedesete. LP je doživjela uspjeh kakav joj nitko nije predviđao, budući da je bila skuplja od svojih prethodnica i nije bila namijenjena singlovima koji su dotad bili glavni proizvod glazbene industrije. Poticaj je došao što od hi-fi pokreta, što od uspona brodvejske i filmske glazbe, ali ipak, najviše su je pogurnuli sami proizvođači kad su shvatili da, ako se hit ne nađe na ploči

#### Slika 7.

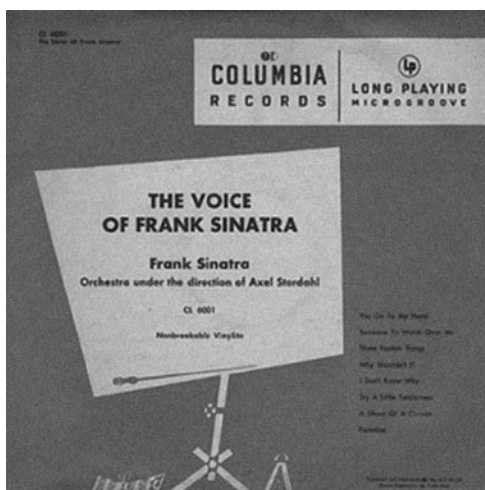
James Petrillo,  
predsjednik  
American  
Federation of  
Musicians.

Slika preuzeta  
s [www.cache4.  
asset-cache.net/  
xc/50441375.jpg?  
v=1&c=IWSAsse  
t&k=2&d=E41C9  
FE5C4AA0A14E7  
D049735FED9B  
B559D5D93209FC  
0F2B84AE59E8B  
4B2F8CA0B01E7  
0F2B3269972](http://www.cache4.asset-cache.net/xc/50441375.jpg?v=1&c=IWSAsset&k=2&d=E41C9FE5C4AA0A14E7D049735FED9B559D5D93209FC0F2B84AE59E8B4B2F8CA0B01E70F2B3269972)

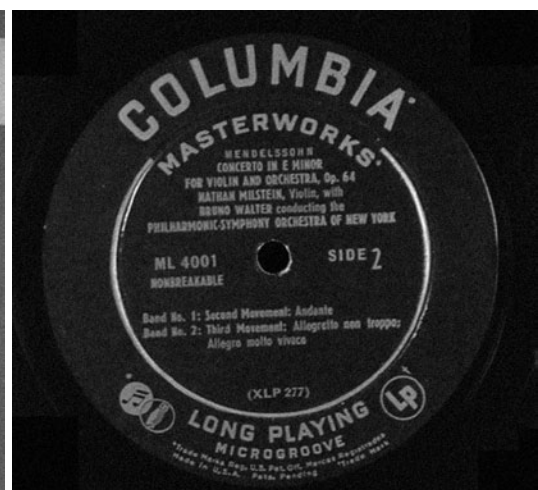


**Slika 8.**

Prva 10-inčna LP ploča bilo je ponovno izdanje albuma Franka Sinatra *The Voice of Frank Sinatra* 1948. godine. Slika preuzeta s [www.ribbie.files.wordpress.com/2009/06/voicoffranksinatra.jpg?w=300&h=300](http://www.ribbie.files.wordpress.com/2009/06/voicoffranksinatra.jpg?w=300&h=300)

**Slika 9.**

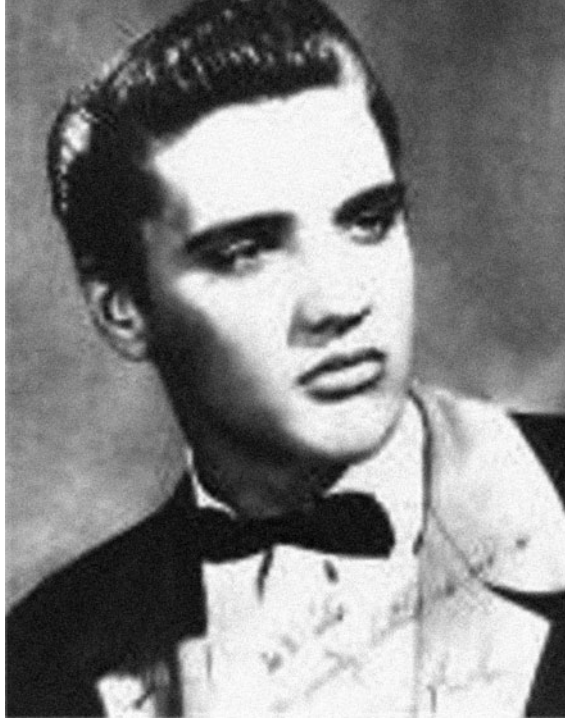
Prva 12-inčna LP-ploča bila je snimka Mendelsohnovog koncerta za violinu i orkestar, op. 64 u izvedbi Nathana Milsteina i Simfonijskog orkestra New Yorka pod ravnanjem Brune Waltera. Slika preuzeta s [www.33audio.com/enter/pics/4001label.jpg](http://www.33audio.com/enter/pics/4001label.jpg)



od 45 okretaja, ljubitelji će biti prisiljeni kupiti koji dolar skuplju varijantu.<sup>34</sup> Na taj način je po prvi puta bilo moguće objaviti da je glazbena industrija dosegla zaradu od 500 milijuna dolara, što je *EMI* izračunao krajem pedesetih.<sup>35</sup> U to vrijeme svoje karijere započinju velika imena poput Raya Charlesa, Elvisa Presleyja ili Johnyja Casha.

Usljedio je paradoks. Tehnologija namijenjena kvaliteti zvuka i reprodukciji „visoke vjernosti“ originalnoj izvedbi, upravo je od njih udaljila svoje žarište. Izvođači su u studiju snimali „uživo“ sve do pojave magnetofona koji je omogućio da se krivo odsviran dio jednostavno „izreže“ i zamijeni boljom verzijom, zatim, omogućio je umjetnicima dodavanje različitih efekata i trikova koji se nisu mogli izvesti „uživo“, a pojavom višekanalnih magnetofona počelo se snimati i pojedinačno različite instrumente, glasove, sola. Popularna glazba usavršila je te novitete. Dvokanalno stereofono snimanje je u tridesetima služilo kako bi prenijelo što realističniju sliku, no do šezdesetih godina i njime se već manipuliralo.<sup>36</sup> Tijekom tog razdoblja mladi diljem Amerike i Europe poludjeli su za novim zvukom rock'n'rolla. Prodaja je nezaustavljivo rasla, a zarada je 1960. iznosila čak 600 milijuna američkih dolara.<sup>37</sup>

Nakon Drugog svjetskog rata u središte zanimanja brojnih tehničara smjestila se prenosivost. Iako je takvo nešto već ispunjeno djelomično i u tridesetim i četrdesetim godinama, za pravu prenosivost zaslužan je tek tranzistor. Mali radio aparati s tranzistorima pojavili su se sredinom pedesetih i vrlo brzo postali pravi hit, pogotovo s obzirom na malu cijenu koja ih je približila brojnim mladima koji su u tom razdoblju postali glavni potrošači. Postojali su i fonografi s tranzistorom, ali su u popularnosti prvi ipak bili takvi magnetofoni. Kvaliteta zvuka koju su pružali bila je gotovo nika-kva, ali to mladima diljem SAD-a i Europe, poludjelima za njima, očito nije smetalo.



**Slika 10.**  
Elvis Presley.  
Slika preuzeta s  
[www.jerrypippin.com/Elvis%203.jpg](http://www.jerrypippin.com/Elvis%203.jpg)

Godine 1962. na svjetsko tržište europska tvrtka *Phillips* izbacila je kazetu kakvu smo donedavno znali. Njena upotreba u početku je bila vrlo skupa jer je *Carry-Corder*, pomoću kojeg se reproducirala, stajao čak 75 američkih dolara. No, bez obzira na to, mnoge druge tvrtke ubrzo su prisvojile ovaj novi model, a neke azijske su napravile i njegove niskobudžetne verzije. Do kraja šezdesetih, *Carry Corder* i njegove varijante, prvi su na tržištu.

Ipak, glazbena industrija nije odmah prepoznala potencijal kazete. Mnoge od njih još su se čvrsto držale magnetofona, tako je npr. *RCA-Victor* ustrajao u proizvodnji skupih kućnih magnetofona i vrpce za njih iako su se loše prodavali. Općenito, snimanje na magnetofonsku vrpcu glazbena industrija je skupo platila. Međutim, osmotračna kazeta polučila je iznenađujući uspjeh. Namijenjen prvenstveno automobilima, osmotračni sustav već je 1965. ušao u Ford i do početka sedamdesetih godina zauzimao čak jednu trećinu tržišta glazbene industrije. Unatoč takvom blistavom stanju, sjaj tog sustava ubrzo se ugasio, ali je njegov značaj u tome što je ostavio otvorena vrata za uspjeh kazeta kao nosača zvuka. Upravo za kazetu osmišljeni su noviteti poput redukcije šuma *Dolby B* i metalne vrpce, a od već poznatih dobrih karakteristika kazeta je preuzela *high fidelity* i prenosivost. Kombinacija ovog potonjeg predstavljena je 1978. u proizvodu pod imenom *Walkman* kazetofon. On i njegove različite imitacije su zajedno s novim *boom boxom*<sup>38</sup> zasjenili LP-ploču i, zasjevši na njeno mjesto, do 1990. preuzeli prvo mjesto u glazbenoj tehnologiji u kućanstvima. Sada su i izdavačke kuće uvidjele snagu kazete i počeli gotovo svu svoju glazbu izdavati upravo na njoj. „Longplejke“ su ostale rezervirane samo za najpopularnija izdanja.<sup>39</sup>

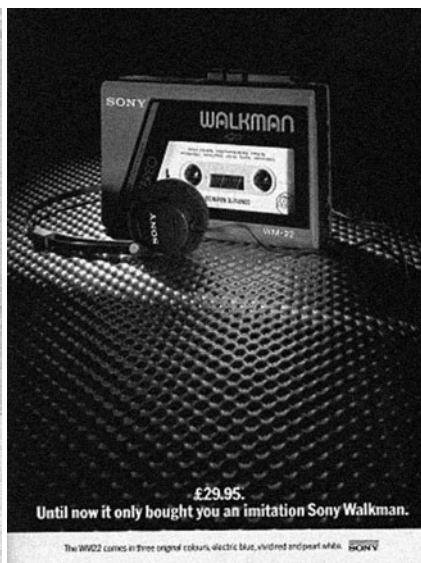
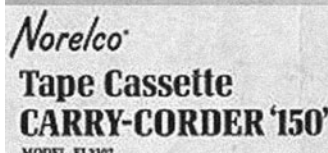
Slika 11.

Phillipsov Norelco Carry-Corder i pripadajuća kazeta. Slika preuzeta s [www.radiomuseum.org/images/radio/north\\_american/norelco\\_carry\\_corder\\_150\\_el3302\\_490971.jpg](http://www.radiomuseum.org/images/radio/north_american/norelco_carry_corder_150_el3302_490971.jpg)



Slika 12.

Reklama za Sony Walkman iz studenog 1984. Slika preuzeta s [www.1.bp.blogspot.com/\\_AzT5pruwnbg/RXdf7Aszqcl/AAAAAAAAAE8/Ulp3tSzUkS4/s400/walkman1984.jpg](http://www.1.bp.blogspot.com/_AzT5pruwnbg/RXdf7Aszqcl/AAAAAAAAAE8/Ulp3tSzUkS4/s400/walkman1984.jpg)



Tijekom šezdesetih i sedamdesetih, budžet su produkcijskim kućama popunjivali glazbenici različitih žanrova, a u tom su razdoblju bitni bili Beatlesi, Beach Boysi, Rolling Stonesi, Bob Marley, Jimi Hendrix ili Bob Dylan, da bi u osamdesetima tu zadaću preuzeli Queen, Judas Priest, Metallica, Madonna, Michael Jackson itd.<sup>40</sup>

Ipak, za bolji pregled one poduzetničke strane, trebamo se vratiti koje desetljeće unatrag. Značajne promjene počele su se događati sredinom šezdesetih kada je tržište zaista postajalo svjetsko, u punom smislu te riječi, a distribucija glazbe čvrsto se smjestila u ruke nekolicine korporativnih divova kao što su *RCA*, *CBS*, *Warner* i *Communications* s američke te *EMI* i *PolyGram* s europske strane. Do kraja sedamdesetih, zarada se popela na nevjerojatne 4 milijarde.<sup>41</sup>

U posljednjim desetljećima 20. stoljeća glazbena industrija je doživjela neviđeni rast i nije izgledalo kao da namjerava stati. Poticaji su dolazili sa svih strana. Cvala je svjetska ekonomija, počeli su se kombinirati različiti efekti sa hi-fi sustavom, svi su poludjeli za novim vrstama glazbe i nije ni čudo da su glazbena i elektronička industrija ubirale bogate plodove. Prodaja albuma u SAD-u je u samo deset godina porasla za 600 milijuna dolara. Plodove glazbene industrije sada su, uz već velike *RCA-Victor*, *Columbia* i *EMI*, odlučile brati i brojne manje novonastale tvrtke poput *Capitola*, *Atlantica*, *Motowna* ili *Elektre* koje su često ciljale samo određene glazbene preferencije ili grupacije širokog tržišta.<sup>42</sup> Međutim otvaranje svjetskog tržišta, odnosno drastični pad cijena, značio je i propast mnogi etabliranih proizvođača. Tako je njemački koncern zabavne industrije SABA već 1950-ih usporio s profitom na području glazbe, da bi 1963. pokrenuo vlastitu proizvođačku kuću jazz ploča, koja je polučila malo uspjeha i limitirala svoje tržište na vrlo uske sladakusce.<sup>43</sup>



**Slika 13.**  
The Beatles.  
Slika preuzeta  
s [www.blogs.tampabay.com/.a/6a00d83451b05569e20120a5afe6aeg70c-450wi](http://www.blogs.tampabay.com/.a/6a00d83451b05569e20120a5afe6aeg70c-450wi)

Nov trend od šezdesetih godina je i udruživanje filmskih i glazbenih kompanija, pa se tako osamdesetih pojavio još i dan danas popularan *MTV* ili *Music Television* koji potiče glazbenu industriju distribucijom spotova. Istovremeno, *RCA-Victor* se gasi. Kupila ga je prvo tvrtka *General Electric*, da bi ga kasnije prodala u Njemačku *Bertlesmannu*.<sup>44</sup>

Posljednje doba u dosadašnjem razvoju glazbene industrije započelo je udruživanjem snaga *Phillipsa* i *Sonyja* u stvaranju digitalnog magnetofona kasnih sedamdesetih. Nov medij, za razliku od „longplejki“ bio je manji i kompaktniji i otuda mu i ime – CD (*Compact Disc*).

Široj javnosti je predstavljen tek 1982. jer je cjenovno bio još prilično nepristupačan.<sup>45</sup> Ipak, do sredine desetljeća, ovakav sustav moglo se nabaviti za do 350 dolara, a kasnije još i manje. *Sony* je osamdesetih postao svjetski poznata kompanija, uz uspjeh CD-ova, zahvaljujući i kupnji *CBS Recordsa* (bivše *Columbije*), a uspješan niz je i nastavio 1989. kupnjom *Columbia Pictures Entertainmenta*. Nova digitalna tehnologija unaprijedila je i rad u studijima ujediniвши dotad nespojivo – glazbene instrumente, snimače zvuka i računala. Iako vrlo uspješna u studijima, ta nova tehnologija pokazala se kao promašaj za kućanstva. Ipak, u devedesetim godinama, ponovo se u tom sektoru javio interes, ali su glazbene kompanije reagirale burno na mogućnost piratstva. No i one do kraja devedesetih popuštaju jer su *CD playeri* potukli sve svoje prethodnike. Istovremeno, potrošači su upoznati i s formatom *MP3* i *Napsterom* koji je omogućavao povezivanje i razmjenjivanje glazbe preko interneta zbog čega je i panično povučen, no ta praksa je ostala. Na taj način, danas stojimo na točki s koje je već upitan opstanak fizičkih nosača zvuka.<sup>46</sup> Danas se često

**Slika 14.**

Za prvi, testni, CD snimljena je u Hannoveru 1981. godine Eine Alpensinfonie Richarda Straussa u izvedbi Berlinske filharmonije pod dirigentskom palicom Herberta von Karajana. Slika preuzeta s [www.images.blogcn.com/2007/2/8/9/zheyin1985\\_20070208162538.jpg](http://www.images.blogcn.com/2007/2/8/9/zheyin1985_20070208162538.jpg)



raspravlja o problemu „skidanja“ s interneta i zajedno s njim pitanje (ne)legalnosti tako nabavljene glazbe te zaštita glazbenika i autorskih prava.<sup>47</sup>

Vidljivo je kako su za glazbenu industriju osamdesete i devedesete bile prilično dramatične godine. Različite kompanije trebale su se brzo i efikasno snaći u svim tim promjenama što u tehnologiji, što na tržištu, što u organizaciji istog.<sup>48</sup>

Glazbena industrija ipak ne propada. Trenutno vodeći izdavači, *Big Four* današnjice, su *Universal Music Group*, *Sony Music Entertainment*, *EMI Group* i *Warner Music Group* koji svaki u sebi naravno ima još niz malih izdavačkih kuća.<sup>49</sup> Trenutni izvještaj IFPI-a (*International Federation of the Phonographic Industry*) pokazuje zaradu od 17 milijardi američkih dolara unatoč padu od 7,2% u odnosu na prethodnu godinu.<sup>50</sup>

Teško je pronaći jedinstveno rješenje kada je u pitanju kronologija razvoja glazbene industrije. To ovisi prvenstveno o tome iz kojeg se aspekta taj razvoj promatra, ali i o brojnim drugim čimbenicima. Najjednostavnija i najraširenija je raščlamba na desetljeća. Na taj način se gotovo paralelno mogu pratiti razvoj i mijene u tehnologiji, žanrovima, pa i samoj industriji. Ta industrija koja je svoj razvoj službeno započela krajem 19. stoljeća, ubrzano rasla i razvijala se kroz čitavo 20. stoljeće, niti sada, na početku 21. stoljeća ne pokazuje namjere da zaustavi svoj daljnji napredak. Kroz desetljeća je zaokupila čitav svijet, pa tako ni najudaljeniji njegovi dijelovi nisu ostali zakinuti za novitete u glazbi. Ono što je stoljećima bila tek igra mašte i snova, u nešto više od stoljeća doživjelo je inkarnaciju u jedan od najraširenijih svjetskih medija.

## RÉSUMÉ

## LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DU DISQUE – DEPUIS L'IMAGINATION ET L'EXTRAVAGANCE JUSQU'À L'INDUSTRIE ET LA VIE QUOTIDIENNE

De Thomas Edison et de son phonographe, l'industrie de la musique a passé une route longue avec une grande quantité de nouveautés, avec des agitations, des ascensions et des chutes, mais elle est allée en avant continuellement. Après ils se suivent le graphophon et le gramophone avec sa disque. Tous les industries se mettaient en mouvement, et l'industrie de la musique pareillement. Les noms, par exemple Edison, Victor, Columbia, Gramophone Company (HMV) se distinguent. Au début les maisons de production s'intéressaient à la musique classique seulement, mais ce n'est pas longtemps que la musique d'agrément entra dans la répertoire aussi. La nécessité de la publicité a provoqué, entre des autres choses, l'apparition de la presse dans le monde entier. Pendant la Grande Dépression, une grande nouveauté – la radio – a sauvé l'industrie de la musique. Bientôt, dans cette industrie, le film deviens le facteur très important. Vers la fin du 1940ème, la popularité du disque LP rend possible la gain de 500 mille dollars américains, pour la première fois en histoire. Ensuite arrive le magnétophone multipiste à cause duquel jouer en direct dans les studios devenait la rareté. De plus en plus la production expérimente avec le son et ses effets diverses. Les nouveautés se suivent comme la réduction du bruit Dolby B et cætera. De 1960ème à 1970ème les noms nouveaux, Phillips et Sony apparaissent. Ainsi, cet ouvrage vient de l'époque finale de développement de l'industrie de la musique en 20ème siècle. Compact Disc, avec tous ses qualités, a surpassé des autres supports d'enregistrement quels ont été jusqu'alors. Pourtant, à la fin du siècle, le mp3 et Internet mettent en question l'existence des supports d'un enregistrement physique. Alors, l'industrie de la musique tient tête à cette problème efficacement, comme avec tous les turbulences jusque-là.

## BILJEŠKE

- 1 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 1.
- 2 Walter Leslie Welch, Leah Brodbeck Stenzel Burt et al., *From Tinfoil to Stereo. The Acoustic Years of Recording Industry. 1877 – 1929* (Florida University Press: Gainesville, 1994.), 22.
- 3 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 4.
- 4 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 4.
- 5 Michael Chanan, *Repeated takes: A short History of Recording and its effects on Music* (Verso: London, 1995.), 3.
- 6 <http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz2.php> (20.8.2010.).
- 7 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 5.
- 8 Asa Briggs i Peter Burke, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (Polity Press: Cambridge, 2009.), 159.
- 9 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 5.-6. i 13.
- 10 Asa Briggs i Peter Burke, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (Polity Press: Cambridge, 2009.), 159.
- 11 Walter Leslie Welch, Leah

- Brodbeck Stenzel Burt et al., *From Tinfoil to Stereo. The Acoustic Years of Recording Industry. 1877 – 1929* (Florida University Press: Gainesville, 1994.), 96.
- 12 Još 1895. godine Berlier je u Njemačkoj osnovao *Berliner Gramophone Company*.
- 13 „Victor“ u čast pobjedi u sporu oko patentnih prava s Tainterom i Bellom (1898. godine).
- 14 Owen, izvršni direktor *Gramophone Company* na prijelazu stoljeća, vidio je sliku jednog engleskog umjetnika pod nazivom His Master's Voice koja je prikazivala psa (Nipper) s fonografom. Za 50 funti je umjetnik zamijenio fonograf gramofonom i uskoro se taj prizor nalazio na svim pločama Victora/Gramophone Companyja. (Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 10-11.).
- 15 Stefan Gauss, *Nadel, Rille, Trichter: Kulturgeschichte des Phonographen und des Grammophons in Deutschland (1900-1940)* (Böhlau Verlag: Köln Weimar, 2009.), 42.
- 16 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 8.-9.
- 17 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz2.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz2.php) (20.08.2010.).
- 18 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 11.-12.
- 19 Bend je 1918. promijenio „jass“ u „jazz“ i tako osigurao toj glazbenoj vrsti konstantan i općepoznati termin.
- 20 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 15.-27.
- 21 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 33.
- 22 Ibid 12.
- 23 Nigel Parker, *Music Business: Infrastructure, Practice and Law* (Sweet&Maxwell: London, 2004.), 67.
- 24 Russell Sanjek, *American Popular Music and its Business. The First Four Hundred Years. Part III. From 1900 to 1984* (Oxford University Press: New York, 1988.), 31.
- 25 Nigel Parker, *Music Business: Infrastructure, Practice and Law* (Sweet&Maxwell: London, 2004.), 68.
- 26 Bilo je to u dijelu filma „Fantasia“ Walta Disneya (1940.).
- 27 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz3.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz3.php) (20.8.2010.).
- 28 Eng. V-disc u kojem V označava riječ „victory“ (pobjeda).
- 29 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php) (20.8.2010.).
- 30 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php) (20.8.2010.).
- 31 Pekka Gronow i Ilpo Saunio, *An International History of the Recording Industry* (Cassel: London, 1998.), 116.
- 32 Eng. Long Play disc (LP).
- 33 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz4.php) (20.8.2010.).
- 34 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz5.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz5.php) (20.8.2010.).
- 35 Harold L. Vogel, *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis* (Cambridge University Press: London, 2007.), 230.
- 36 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz5.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz5.php) (20.8.2010.).
- 37 Geoffrey P. Hull, *The Recording Industry* (Routledge: New York, 2004.), 2.
- 38 *Boom box* je američki naziv za prijenosni radiokazetofon s pojačalom i zvučnicima, u Jugoslaviji popularno nazivan „jugošvaba“.
- 39 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz6.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz6.php) (20.8.2010.).
- 40 R. Serge Denisoff, *Tarnished Gold – The Record Industry Revisited* (Transaction publishers: New Brunswick, 1997.), 9.
- 41 Harold L. Vogel, *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis* (Cambridge University Press: London, 2007.), 230.
- 42 Ibid 230.
- 43 Hartmut Berghoff, *Moderne Unternehmensgeschichte: eine themen- und theorieorientierte Einführung* (UTB: Paderborn, 2004.), 119.
- 44 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz6.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz6.php) (20.8.2010.).
- 45 Početkom osamdesetih, CD je stajao 12-16 američkih dolara, a pripadajući *player* čak 2 000.
- 46 [www.recording-history.org/HTML/musicbiz7.php](http://www.recording-history.org/HTML/musicbiz7.php) (20.8.2010.).
- 47 Asa Briggs i Peter Burke, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (Polity Press: Cambridge, 2009.), 237.
- 48 Geoffrey P. Hull, *The Recording Industry* (Routledge: New York, 2004.), 2.
- 49 [www.playlistresearch.com/recordlabels.htm](http://www.playlistresearch.com/recordlabels.htm) (20.8.2010.).
- 50 [www.ifpi.org/content/section\\_news/20100428.html](http://www.ifpi.org/content/section_news/20100428.html) (20.8.2010.).



Pro Tempore



# Pro Tempore

ČASOPIS STUDENATA POVIJESTI BROJ 8/9, 2010.-2011.

# Pro Tempore

Časopis studenata povijesti  
godina VII, broj 8-9, 2010-2011.

Glavni i odgovorni urednik  
Filip Šimetin Šegvić

Počasni urednik  
André Burguière

Uredništvo  
Tomislav Brandolica, Marko Lovrić,  
Andreja Piršić, Filip Šimetin Šegvić,  
Nikolina Šimetin Šegvić, Stefan  
Treskanica

Urednici pripravnici  
Marta Fiolić, Kristina Frančina, Sanda  
Vučićić

Redakcija  
Tomislav Brandolica, Marta Fiolić,  
Kristina Frančina, Marko Lovrić,  
Andreja Piršić, Nikolina Šimetin Šegvić,  
Filip Šimetin Šegvić, Stefan Treskanica,  
Sanda Vučićić

Tajnica uredništva  
Martina Borovčak

Recenzenti  
dr. sc. Damir Agičić  
dr. sc. Ivo Banac  
dr. sc. Zrinka Blažević  
dr. sc. Ivan Botica  
Miodrag Gladović, d.i.e.  
dr. sc. Borislav Grgin  
dr. sc. Mirjana Gross  
dr. sc. Željko Holjevac  
dr. sc. Nenad Ivić  
Branimir Janković, prof.  
dr. sc. Bruna Kuntić-Makvić  
mr. sc. Hrvoje Klasić  
dr. sc. Isao Koshimura  
dr. sc. Mirjana Matijević Sokol  
dr. sc. Hrvoje Petrić  
dr. sc. Radivoj Radić  
Danijel Rafaelić, prof.  
dr. sc. Drago Roksandić  
dr. sc. Relja Seferović  
dr. sc. Boris Senker  
Marina Šegvić, prof.  
dr. sc. Božena Vranješ-Šoljan

Lektura i korektura  
Marta Fiolić  
Ana Jambrišak  
Vedrana Janković  
Nikolina Kos  
Marko Pojatina  
Tihomir Varjačić  
Tajana Vlaisavljević

Dizajn i priprema za tisak  
Tomislav Vlainić  
Lada Vlainić

Prijevodni s engleskog jezika  
Tomislav Brandolica  
Jelena Krilanović  
Tina Kužić, prof.  
Marko Lovrić  
Marija Marčetić  
Judita Mustapić  
Andrea Pečnik  
Marko Pojatina  
Prijevodi s njemačkog jezika  
Sara Katanec  
Mirela Landsman Vinković  
Azra Plićanić Mesić, prof.  
Filip Šimetin Šegvić  
Prijevodi s francuskog jezika  
Marta Fiolić  
Tea Šimičić  
Marina Šegvić, prof.  
Mihaela Vekarić  
Prijevodi sa slovenskog i srpskog jezika  
Krešimir Matešić  
Prijevodi s talijanskog jezika  
Marina Šegvić, prof.

Izdavač  
Klub studenata povijesti - ISHA  
Zagreb

Tisak  
ZT ZAGRAF

Naklada  
Tiskano u 300 primjeraka

ISSN: 1334-8302

Tvrđnje i mišljenja u objavljenim  
radovima izražavaju isključivo stavove  
autora i ne predstavljaju nužno stavove  
i mišljenja uredništva i izdavača.

Izdavanje ovog časopisa financijski su  
omogućili:  
Odsjek za povijest Filozofskog fakulteta  
Sveučilišta u Zagrebu,  
DTM GRUPA d.o.o.,  
NARCOR d.o.o.,  
TRANSPORTI KRAJAN d.o.o.,  
HEMA d.o.o.,  
KEMOKOP d.o.o.,  
EUROGRAF d.o.o.,  
Privatne donacije: S. S., M. F., prof.  
dr. Drago Roksandić, Marko Lovrić,  
Filip Šimetin Šegvić, Nikolina Šimetin  
Šegvić, Tomislav Brandolica.

Redakcija časopisa Pro tempore svim  
se donatorima iskreno zahvaljuje na  
financijskoj podršci!  
Redakcija se također posebno  
zahvaljuje gospodinu Zlatku Ožboltu,  
dia na trudu i pomoći. Zahvaljujući  
njemu, put do izdavanja ovog broja  
bio je mnogo lakši. Gospodinu Zoranu  
Ivankoviću isto tako dugujemo veliku  
zahvalu što nam je izašao u susret  
prilikom tiskanja časopisa.

Časopis se ne naplaćuje.

Adresa uredništva:  
Klub studenata povijesti - ISHA  
Zagreb  
(za: Redakcija Pro tempore),  
Filozofski fakultet  
Sveučilišta u Zagrebu,  
Ivana Lučića 3, 10000 Zagreb

E-mail:  
pt.redakcija@gmail.com  
phillip.simetinsegvic@gmail.com