

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Cvetko

**Klubska kultura v sociologiji prostora: vpliv globalizacije na kraj in  
simbole klubske kulture**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Cvetko

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar

**Klubska kultura v sociologiji prostora: vpliv globalizacije na kraj in  
simbole klubske kulture**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2019

## **Klubska kultura v sociologiji prostora: vpliv globalizacije na kraj in simbole klubske kulture**

Klubska kultura je družben, politični in ekonomski fenomen, osredinjen okoli potrošnje elektronske glasbe v specifičnih prostorih, kot so klubi. Povezuje se jo s specifičnim setom simbolov, ki, poenostavljeno spadajo v dualizem med političnim in hedonizmom. Klubska kultura so v njenem začetku oblikovali lokalni konteksti specifičnih mest. Določen kraj, v katerem se je manifestirala je predstavljal estetsko in vsebinsko preslikavo glasbe, to določevalno moč identitete pa je kraj izgubil zaradi globalizacije. Kljub temu simbolna ekonomija klubske kulture temelji na specifični identitetni podobi kraja, čeprav z njim geografsko, ni nujno več povezana, različni kraji pa se povezujejo z različnimi simboli, kar vpliva na razumevanje določene scene. Globalizacija je omogočila globalno razširitev klubske kulture, kar je obenem pripeljalo do homogenizacije in heterogenizacije, oziroma univerzalizacije in partikularizacije.

Določene podoba krajev, ki že vsebuje in producira simbole ter fizični prostor, se je posledično razširila po celem svetu. Pri tem lahko gre za podobo določene žanrske scene ali institucionalizirane forme. Skozi slednje se klubska kultura razume kot revitalizacijsko ali razvojno strategijo postindustrijskih mest.

**Ključne besede:** klubska kultura, sociologija prostora, globalizacija, simbolna ekonomija, podoba kraja.

## **Club culture in sociology of space: the influence of globalization on place and symbols of club culture**

Club culture is a social, political and economic phenomenon, centered around the consumption of electronic music in specific places, like clubs. It is connected to a specific set of symbols, which, simplified, can be divided in a dualism between the political and the hedonistic. At first, club culture was formed by local contexts of specific cities. A specific place in which club culture manifested, represented the aesthetic and context mirroring, but place lost this determining power of identity because of globalization. Nevertheless the sign economy of club culture is based on the specific identity of place image, even if it is not necessarily connected to a geographic place. Different places are connected to different signs, which impacts the understanding of a specific scene. Globalisation enabled a global expansion of club culture, which lead to both its homogeneity and heterogeneity or respectively, to universalization and globalization. Specific place images, which already contain and produce signs and the physical space, consequently spread through the world. With it, it can be the case of proliferation of a specific genre scene place image or an institutionalised form. Through the latter club culture is understood as a revitalization or developmental strategy of postindustrial cities.

**Keywords:** club culture, sociology of space, globalization, sign economy, place image.

## KAZALO

KAZALO.....	4
1 UVOD.....	5
2 KLUBSKA KULTURA V DRUŽBI IN AKADEMSKI SFERI.....	7
2.1 Avtentičnost klubske kulture.....	7
2.2 Zgodovinenje klubske kulture.....	8
2.3 Akademsko raziskovanje klubske kulture.....	9
2.4 Scena - konceptualno domovanje klubske kulture.....	10
3 GLOBALIZACIJA.....	12
3.1 Robertson o globalizaciji - glokalizaciji.....	13
3.2 Glasba v globalizaciji.....	13
4 KRAJ.....	16
4.1 Lefebvre o kraju.....	16
4.2 Mesta v prostoru tokov.....	17
5 SIMBOLNA EKONOMIJA.....	19
5.1 Simboli klubske kulture.....	21
5.1.1 Klubska simbolna ekonomija.....	23
6 KLUBSKA KULTURA IN KRAJ.....	24
6.1 Začetek - enačenje klubske kulture s krajem.....	24
6.2 Nadaljevanje - klubska kultura kot del kozmopolitanskega svetovnega mesta.....	25
6.3 Zaključek - klubska kultura v prostoru tokov.....	27
7 PRIMERJAVA KRAJEV KLUBSKE KULTURE V PROSTORU TOKOV.....	29
7.1 Podoba krajev: Ibiza in Berlin.....	29
7.1.1 Primer 1: Ibiza.....	29
7.1.2 Primer 2: Berlin.....	30
8 SKLEP.....	32
9 VIRI.....	34

## 1 UVOD

"Clubbing je postal, če že ne globalni, pa vsaj mednarodni označevalec za *going out dancing*" (Rief, 2009, str. 2)". Trditev, ki jo Silvia Rief v Club Cultures izreče v uvodu svojega dela o simboliki in industrializaciji moderne klubske kulture, je nemara za nekatere predrzna. Zmožnost, da lahko pojav, oziroma njegovo bistvo zajamemo v enem stavku je majhna, a podana trditev je odličen začetek razmisleka. Kako raziskovati klubsko kulturo kot globalno poenoten signifikator in pojav, če se zavedamo, da moramo na njo gledati tudi iz njene nasprotne prizme lokalnega, nenazadnje pa tudi, kako in kje se omenjena pola dopolnjujeta in izključujeta. Kakšen je njen status v družbi in kako tega razumeti v relaciji do njegovega ekonomskega ali kulturnega izkoriščanja v določenem prostoru, oziroma kraju?

Klubsko kulturo moramo torej vzeti resno in ne le kot banalen ter občasen individualen užitek v nočnem življenju. Pojav bomo razumeli kot skupek kulturnih produktov, praks, ritualov, ter družbenih in epistemoloških izkušnje povezanih s prostori, kjer je v središče postavljena elektronska glasba. Dvoreznega meča estetskega klasifikatorja glasbe klubske kulture se bomo v nadaljevanju dotaknili, za pridobivanje občutka o njeni raznolikosti pa se napotite na žanrski repozitorij ENO ("Every Noise at Once", b.d.). Bistvenega pomena za pričujočo diplomsko nalogo je materialističen in simbolni pogled, s katerima bomo analizo usidrali v sociologijo prostora in v simbolno ekonomijo. Njun kontekst je pogojen z enim izmed največjih vplivov na današnji svet, globalizacijo, zato moramo med analizo klubske kulture upoštevati makro in mikro kontekst, oziroma primerjati pojav na obeh ravneh, globalni in lokalni.

Zavzemamo torej pozicijo, da obstaja globalna klubska kultura, ki je ne gre več omejevati oziroma enačiti z nacionalnim okvirjem, ter ima lastno definirajočo glasbo, estetiko in ekonomijo. Obenem je izoblikovana s strani lokalnih političnih, družbenih, ekonomskih, pravnih in simbolnih kontekstov ter zgodovin, lokalne variacije se zaradi tega pozicionirajo na drseči lestvici drugačnosti oziroma enakosti v razmerju do globalne klubske kulture. Z ozirom na akademsko sfero sociologije prostora, bomo raziskovali scene klubske kulture, ki so situirane v specifičnih prostorskih izrazih, vsem pa je skupen poudarek na prej naštetih lastnosti, tj. klubska kultura kot praksa različnih glasbenih izrazov, ki spadajo pod meta žanr

elektronske glasbe, ter s kulturo povezanih estetskih in časovnih okvirjev. Zanimalo nas bo, ali lahko določeni kraji s prioritizacijo klubske kulture na področju različnih simbolnih ekonomij, kot sta turizem ali kreativna industrija, dosežejo razvoj samega kraja ali z njo pridobijo distinktivno podobo, ki jo lahko tržijo. Klubska kultura s tem redefinira prostor, seveda pa je tudi sama vplivana s strani kraja v katerem jo najdemo.

Upoštevajoč povedano, je naše raziskovalno vprašanje, kako je proces globalizacije oziroma glocalizacije vplival na trenutno moderno klubska kultura. Zastavljamo si s tem, dve povezani trditvi. Razkriti ali se povečuje pomen kraja (ang. place) kot posebno definirajočega za klubska kultura, ter drugič, trditev, da je klubska kultura v glocalnem postala specifična simbolna ekonomija, ki producira tako simbole kot fizični prostor. Naštete cilje bomo dosegli s kvalitativno analizo primarnih in sekundarnih virov.

## **2 KLUBSKA KULTURA V DRUŽBI IN AKADEMSKI SFERI**

Klubska kultura v mislih najhitreje povežemo z njenim glasbenim aspektom. Ta, elektronska glasba bi naj bila namenjena plesu in razpoznavna po uporabi repetitive in variacije različnih glasb, ki v ospredje postavljajo beat. Taisto definicija se za enako veljavno postavlja sedaj, kot pred tridesetimi leti, ko je bila klubska kultura prvič potisnjena pred širšo javnost z drugim poletjem ljubezni (do) rejsa v Veliki Britaniji leta 1988. Če želimo govoriti o modernem fenomenu globalne klubske kulture ne potrebujemo predruščiti kriterijev definicije, moramo pa razširiti polje v katerem elektronsko glasbo klubske kulture najdemo. Vsebinsko bogatenje kulture pripisujemo procesu globalizacije, ki je raven mobilnosti (objektov in subjektov) in komunikacije predruščil iz nacionalnih, lokalnih, regionalnih okvirjev na globalno raven in s tem povzročil večjo dostopnost do globalnih in lokalnih fenomenov obenem. Če je kanon tradicionalne klubske kulture vseboval house, techno in druge žanre, zdaj med njega na primer štejeemo gamelan, iz Indonezije izvirajoč žanr sakralne glasbe, ali kuduro, gqom in reggaeton. V tem trenutku je torej še toliko bolj pomembno, da o kulturi ne odločamo izključno na podlagi vključevanja ali izključevanja "objektivnih" glasbenih lastnosti zaprtih žanrskih sklopov. Temveč, da pri vzpostavljanju relacije do drugih glasbeno centričnih kultur k njej pristopamo, na podlagi vprašanj, kdo, kako, zakaj, kdaj in kje se jo udejanja, ne pa kako se jo dejansko sliši. Še večja in pomembnejša sprememba, je premik od razumevanja klubske kulture kot množice specifičnih žanrsko centričnih kultur, (klubske kulture techna, klubske kulture trancea, klubske kulture duba,...) do žanrsko vseobsegajočega fenomena klubske kulture.

### **2.1 Avtentičnost klubske kulture**

Če bomo razumeli zakaj je takšna konceptualizacija produktivnejša, bomo skozi njeno rešitev uspeli priti do razumevanja simbolne ekonomije klubske kulture. Kamen spotike, ki ga imamo v mislih je seveda prej omenjena žanrska estetska in glasbena podoba. Zaradi množice glasbeno, estetskih variacij si je skorajda nemogoče predstavljati, da je izraznost (pod)žanrov lahko razumljena enako, oziroma, da se jih lahko misli kot del splošne klubske kulture s skupnimi značilnostmi. Že, če na primer vzamemo podobe razpadajočih stavb in temačne

atmosfere, ki se povezujejo z berlinskim technom na eni in psihedelično barvitostjo trance-a na drugi strani, se nam zazdi, da smo prišli do nepremostljive težave. Nick Wiltsher (2016) problem reši, ko se poglobi v vzpostavljanje estetike elektronske glasbe kot filozofskega področja in osnuje prehod čez nam enak problem, z vpeljavo koncepta avtentičnosti v diskurz. V članku izpostavi možnost uporabe avtentičnosti kot deskriptivnega in ocenjevalnega označevalca in vzpostavi dualizem med avtentičnim, resničnim in undergroundom (alternativnim) ter ponarejenim, overgroundom in mainstreamom (populističnim). Pogosto ista oznaka vsebuje tudi razmerja neprofitnost - profit, posameznik - glasbena industrija, nekomercialnega - komercialnega in druge. Ta ohlapnost koncepta je lahko ambivalentna, saj "avtentičnost implicira, da ima nekaj značilnost avtentičnega in, oziroma ali, da to (nekaj) vsebuje značilnost, ki je vredna. Postavlja se tudi nadaljnje vprašanje, ali ima ta značilnost vrednost zaradi estetskega, etičnega, drugega, ali večih naštetih razlogov skupaj" (Wiltsher, 2016, str. 416). Na koncu koncev za Wiltsherja torej ni pomembno, kako se stvar vidi ali sliši na estetski ravni primerjave različnih (pod)žanrov, temveč da obstaja možnost koherentne in poenotene kulture v njeni poziciji do avtentičnega ali mainstreama. Na tem mestu naj samo povemo, da ustvarjanje divizije med avtentičnim in mainstreamom služi legitimizaciji dela kulture, čeprav sta dela drug drugemu dopolnjujoča. A, ker se je in se še v določenih diskurzih avtentično povezuje z alternativo, politično/družbeno angažiranim in inovativnim, se to ceni višje, tudi zato, ker bi se naj koncept obvaroval pred komercializacijo, ki se jo očita mainstreamu.

## **2.2 Zgodovinjene klubske kulture**

Takšnemu pozicioniranju med alternativo sledijo tudi zapisi zgodovinjene klubske kulture, med katerimi so najuporabnejši in najmnožičnejši, delno prvoosebni zapisi o specifičnih klubskih kulturah, ki poskušajo vzpostaviti razvoj kulture oziroma zgodovinsko evolucijo žanra. Matos (Matos, 2015) na primeru razvoja alternativne elektronske glasbe v ZDA, uspešno enkapsulira izpostavljeno dihotomijo glasbe. Za njega je ta po "definiciji populistična, a mnogo fenov je karkoli drugega kot takšnih" (Matos, 2015, str. 10). Ključni deli iz področja sta Reynoldsov (2008) Energy Flash, ki predstavlja razvoj klubske oziroma rejev kulture predvsem v povezavi z Veliko Britanijo, od poznih 80ih do konca tisočletja, ter Altered State (Collin, 2009), ki, se mu lahko očita rigidna linearna narativa, a mu kljub temu



uspe predstaviti najkosciznejšo naracijo zgodovine, v začetkom v 60ih letih disko kulture v ZDA.

### **2.3 Akademsko raziskovanje klubske kulture**

Vprašanje dualizma avtentično/neavtentično je vodilo tudi prve poskuse akademskega raziskovanja, ko je to iz laičnega zgodovinjca, ki se opira predvsem na estetsko vprašanje, preide v raziskovanje formiranja družbenih skupin. Klubska kultura, se je v Evropi mislilo skozi subkulturne študije Birminghamskega Centra za sodobne kulturne študije, čemur je botrovalo dejstvo, da je bil eden izmed prvih globalno pomembnih centrov zanjo prav Velika Britanija. Klubska kultura se je tako razumela kot subkultura v pomenu "tesno povezane, razpoznavne, robne, prestopniške skupine delavskega razreda" in v tesni povezavi s časovno omejenim trajanjem "mladostniške subkulture" (Huq, 2006, str. 91). V luči tega naj bi plesna elektronika significirala boj proti hegemonskim konzervativnim močem, moč za boj rejverske subkulture pa bi naj izvirala iz dejstva, da je "rejev v večini, če že ne ekskluzivno, mladostniški fenomen in, da je na splošno mladost vitalna komponenta rejev kulture" (Tomlinson, 1998, str. 199).

Čeprav je bila klubska kultura v Veliki Britaniji skorajda nemudoma politicizirana, s strani medijev zaradi navideznega prestopništva in moralne panike, ki je okbrožala povezavo med subkulturo in uporabo drog, je bila klubska kultura vedno politična. V nasprotju s prejšnjimi (tipično) mladostniško asociiranimi subkulturami, kot so bili hipiji in punki, se resda niso vedno neposredno aktivistično in politično udejstvovali, a sam obstoj kulture je bil že od začetka političen. V svojem izvoru je klubska kultura služila in ponujala prostor marginaliziranim skupinam. Iz ZDA izvirajoča house in techno žanra, ki veljata za enega izmed ključnih izvorov klubske kulture, sta svoj obstoj dolžna LGBTQ+, temnopolti sceni delavskega razreda (Lawrence, 2011). Priročen pregled akademske literature v relaciji do subkulturne sfere klubske kulture je razdelal Conner (2015, str. 16–19), ki poda več iztočnic za raziskovanje politiciziranega aspekta. Splošno pa Conner študije klubske kulture situira na študije deviantnih aspektov subkulture, še posebej uporabe drog, na študije, ki poskušajo vzpostaviti razumevanje do subkulture na podlagi njene zgodovine ali z njo povezanih sistemskih dejavnikov (rasa, spolna usmerjenost, itd.), na kritične študije in na študije postmodernih pristopov. Osredotočenost na subkulturno razumevanje klubske kulture, za naše

raziskovanje ne predstavlja pravšnjega pristopa, saj koncept subkulture otežujejo predpostavljene povezave s samoumevno mladostjo, prestopništvom, političnostjo akterjev, alternativnostjo kulture ali s strukturnim determinizmom.

## 2.4 Scena - konceptualno domovanje klubske kulture

Kot alternativni konceptu subkulture, sta se vzpostavila koncepta neo-plemen in scene, čeprav, vse tri Hesmondhalgh (2005) predstavi kot akademsko neplodne, če že ne neustrezne. Kljub temu je za nas koncept scene pravšnji, prvič že zaradi tega, ker ne zapademo v problem, da bi kot "raziskovalci termin uporabili le za označevanje glasbenih praks katerihkoli žanrov znotraj partikularnega mesta" (Hesmondhalgh, 2005, str. 29), temveč klubsko kulturo mislimo kot prakso, grajeno okoli meta žanra elektronske glasbe. In drugič, ker lahko pri sceni pravtako potrdimo značilnosti, ki ga ima za Hesmondhalgha koncept žanra, četrta in alternativna rešitev konceptualizacije raziskovanja. Značilnosti le-tega so, da o njem razmišljamo kot o "sistemu orientacij, pričakovanj in konvencij, ki povezujejo tekst, industrijo in občinstvo" (Neale, 1980<sup>1</sup>, str. 19 v Hesmondhalgh, 2005, str. 32), kar nakaže potrebo po skupni obravnavi simbolne, potrošniške in produkcijske ravni.

Večina scenskega pisanja se je razvila iz dveh konceptualizacij, na eni strani skozi Shankovo pisanje o rock'n'roll sceni v Austinu, kjer avtor sceno razume kot "transformativno prakso lokalne, prostorsko zaprte skupnosti, ki se ukvarja z dediščino osnovano na geografskih koreninah" (Hesmondhalgh, 2005, str. 27–28). Drugi originator konceptualizacije scen je Straw (1991), ki sisteme (glasbene) artikulacije zaradi procesa globalizacije, v kulturi, ekonomiji ali institucijah, vidi "kot kompleksno raznolike, ne pa koherentno uniformne", in posledično glasbeno sceno razume kot prostor, ki je zaznamovan s kontradiktornim ravnovesjem med željo po stabilnosti ter gradnji na dediščini lokalnega, in z željo po kozmopolitanizmu, ki izvira iz sprememb in motenj (Straw, 1991, str. 372–373). Glasbena scena je za Strawa kulturni prostor, kjer se prostorska raznolikost vedno znova vzpostavlja. Za takšno na primer vidi klubsko kulturo, ne pa rocka, kar očita tudi Shanku. Klubska kultura je v Strawovi misli zaznamovana s "policentričnostjo, ker jo karakterizira hkratni obstoj velikega števila lokalnih ali regionalnih stilov", geografskih glasbenih originatorjev, "in drugih regionalnih centrov, ki so ključni kot kraji predelave in transformacije stilov od drugod. Sledeča značilnost klubske

---

<sup>1</sup> Neale, S. (1980). *Genre*. British Film Inst.

kulture je dvojna usmerjenost: ena vleče lokalno glasbeno aktivnost k enemu, ali večim drugim dominantnejšim avtohtonim produkcijam ali zvokov; in druga, ki artikulira te stile v centre in procese spreminjanja drugod" (Straw, 1991, str. 381).

Za nam primernege teoretika se izkaže Straw, saj o scenah istočasno razmišlja na lokalni in globalni ravni. Lahko bi rekli, da klubska kultura razume kot krovno enoto na eni strani in na drugi strani kot množico njenih različnih izrazov, ki izvirajo iz določene lokalnosti, a se pojavijo, spremenjeni ter apropiirani tudi drugod. Rešitve za raziskovanje povezav, tokov med scenami pa poda Crang (1996), skozi raziskovanje geografij potrošništva. Crang s pojmom premestitve poda premislek o tem kako različne geografije predstavljajo potrošniške svetove, ki so zaznamovani predvsem z geografijami povezanimi z različnimi vrstami potovanja in mobilnostjo, ne pa toliko s točkami v prostoru, kjer se zgodijo. Med seboj so povezane tri takšne geografije, "prve so geografije lokalnih krajev potrošništva, drugič so to prostorske strukture na globalni ravni, ki se raztezajo dalje od krajev potrošnje, a so ključne za njihovo sestavo in tretjič, so to geografski pomeni asociirani z materialom, ki potuje med temi sistemi (npr. izvorni kraj, primerno okolje za uporabo)" (Crang, 1996, str. 48).

### 3 GLOBALIZACIJA

Če torej izhajamo iz klubske kulture kot dejavnosti specifične potrošniške porabe in vzpostavljalca določene identitete, skupine osredotočene okoli glasbe, je neizbežno raziskovanje povezave med lokalnim in globalnim, v želji definirati kaj so globalni univerzalizmi in kaj lokalni partikularizmi, oziroma kako so ti med seboj povezani.

Globalizacija je brez dvoma eden izmed najkompleknejših in najpomembnejših konceptov, ki so vstopili v operacijo v zadnjih tridesetih letih. Zagotovo temu botrujejo razlike med zelo razširjeno uporabo v vsakdanjem, kot akademskem jeziku, dejstvo, da se na globalizacijo gleda kot na proces, ali že uveljavljeno dejstvo, ter zaradi fleksibilnosti, ki jo koncept ima, glede na to v kateri raziskovalni sferi je uporabljen. Za teorijo družbe je globalizacija pomenila ponovno prostorjenje le-te akademske sfere in zamenjavo nacionalne države za globalni okvir oziroma enoto raziskovanja. Koncept v veliki večini postavljajo ob bok modernizaciji, ali v smislu njegove posledice ali razloga za njo, čeprav se moramo zavedati, da se v relaciji do modernizacije, ali kakršnihkoli novih form, ki jih globalizacija prinese, te razpenjajo po pluralnosti izbire in izidov (Featherstone in Lash, 1995, str. 1–3). Ne glede na to, ali globalizacijo gledamo iz političnega, ekonomskega ali kulturnega vidika, ta v osnovi pomeni "občutek globalne kompresije, v katerem se svet vse bolj obravnava kot en kraj, kjer postane vse težje za države, da se izključijo ali izognejo posledicam povečanega skupnega deleža in hitrosti, blaga, ljudi, tehnologije in podob" (Featherstone, 1995, str. 81). Jedro akademske spotike pa hitro postane vprašanje, kako razumeti globalno in lokalno, saj moramo razmišljati o lokalnih specifikah in kako se te situirajo v globalizirajočem procesu. Dejstvo je, da se naša realnost ne začne in konča na globalni ravni, temveč imamo "močno povečano zavest o istočasnosti dogodkov in izkušenj, ki se dogajajo v geografsko oddaljenih lokacijah" (Urry, 1995, str. 121). Eden izmed prvih, ki je uspešno zapopadel opisano dualnost je Zdravko Mlinar (Mlinar, 1994), za katerega ima globalizacija sama svoj nasproten, oziroma v delovanju dopolnjujoč proces, individuacijo. Ta procesa, za njega predstavljata okvir in jedro (konceptualne) protislovnosti in pogon za razvojne spremembe. Mlinar izpostavlja bifurkacijo, proces v katerem se globalno in lokalno hranita z drug drugega, to pa na primer

povzroči hkratno rast decentralizacije in supranacionalizma ter nadnacionalne integracije in regionalizma. Ko globalizacija povečuje medsebojno odvisnost v svetovnem merilu, večja dominacija enih in odvisnost drugih delov sveta in privede do časovno-prostorske konvergence, individuacija na drugi strani zmanjšuje določenost na podlagi teritorialne ali generacijske pripadnosti, povečuje kontrolo nad vplivi iz okolja in med drugim povečuje raznovrstnost časovno prostorskih poti (Mlinar, 1994).

### **3.1 Robertson o globalizaciji - glokalizaciji**

Koncept globalizacije pa je razširil tudi Robert Robertson (Robertson, 1995), ki globalizacijo vidi kot institucionalizacijo dvojnega procesa - univerzalizacije partikularizma in partikularizacije univerzalizma. Proces lahko tako kot pri Mlinarju (prav tam, str. 9) razumemo za bifurkacijskega, in ne determinističnega, kot napetost med kulturno homogenizacijo in heterogenizacijo, ki ju povzroča globalizacija. Robertson (1995) se osredotoči na lokalno kot vidik globalnega, in zaradi pomembnosti prostora, prostor globalnega (univerzalnega) in lokalnega (partikularnega) eksplicitno združi v koncept glokalizacije. Glavno vprašanje, ki ga želi razrešiti je kako "razložiti načine, na katere se homogenizacijske in heterogenizacijske težnje medsebojno implicirajo". Napačno je torej en ali drugi vidik postavljati v boju ali kot nadvlado drugim, kot se to zgodi pri teoriji kulturnega imperializma. Za njega je "lokalnost producirana pod globalnimi pogoji, a to zdaleč ne pomeni da so vse forme lokalnosti homogenizirane", pravzaprav se zdi, da obstaja svetovna maksima, "v katerem je pričakovanje unikatnosti postalo vse bolj institucionalizirano in globalno" (Robertson, 1995, str. 27–31). Ob vsem moramo obdržati zavedanje, da glokalizacija etimološko izvira iz ekonomskega principa mikrotrženja "globalne strategije, ki se ne trudi prisiliti (sprejemanja) standardnega produkta ali podobe, temveč ga prilagodi zahtevam lokalnega trga" (Featherstone in Lash, 1995, str. 9), tem bolj diferenciranih lokalnih in partikularističnih trgov. Robertson (1995) vidi lokalnosti in mikrotrženje kot konstrukcijo, izumljanje, kar je pomembno, če želimo razumeti, da nek kraj ali produkt ni "naraven" temveč interpeliran v že obstoječa, dinamična razmerja konceptualizacij.

### 3.2 Glasba v globalizaciji

V tem momentu pa se moramo posvetiti globalizacijskim tokovom in njihovim vplivom in se vprašati, kako je svet, oziroma v našem primeru klubska kultura povezana na globalni ravni. Pomemben doprinos k univerzalizaciji in partikularizaciji klubske kulture prispevajo "transnacionalni tokovi afinitet, čez nacionalne in kontinentalne meje, kot tudi občutek pripadanja partikularnemu klubskemu občinstvu" (Laing, 1997, str. 130 v Bennet in Peterson, 2004, str. 9). Prvi tokovi povezani z globalizacijo so definitivno migracijski tokovi, povečana kvaliteta in kvantiteta katerih, je eden izmed definirajočih aspektov globalizacijskega koncepta. Drugič so tukaj potovanja, ki podajo možnost, da, na primeru klubske kulture, konzumacija kulture ni več vezana na določen lokalni prostor, temveč ga presega tako skozi fizično kot komunikacijsko-informacijsko potovanje. Primeri vplivov migracij in turizma na glasbo skozi lečo globalizacije so zbrani v zborniku Krügerjeve in Trandafioiujeve (2013), kjer avtorici pokažeta, kako se občutek in pomen kraja spremeni, z njima pa se predela naš odnos med krajem in identiteto, kar pripelje do novih konfiguracij glasbenih praks in oddaljitvev od tradicionalno fiksiranih struktur. Ne gre za izgubo konteksta, temveč transgresijo tradicionalno definiranih meja. Connell in Gibson (2002), izpostavita, da "termini kot so globalno, lokalno ali njuna variacija glocalizacija, reificirajo status geometričnega prostora, nad dinamičnimi okoliščinami pod katerimi se prostor aktivno izoblikuje in konzumira, s strani podjetij, institucij in posameznikov" (Lefebvre, 1991 v Connell in Gibson, 2002, str. 17). Med drugim vidita glasbo in identiteto/kulturo redefinirano s strani tehnologije, ki spreminja globalne/lokalne tokove, preko trženja krajev ter metaforične in fizične mobilnosti. Njuna končna pozicija je, da je stanje globalizacije in posledično glasbe, v nenehnem spreminjanje in limbu med fluidnostjo in fiksiranostjo, kar velja tudi za vprašanje homogenizacije ali heterogenizacije kultur. Glasba "tako kot drugi aspekti globalizacije, črpa iz množice referenc, ki so zlite, reartikulirane in ponovno prikazane" (Massey, 1998, str. 122 v Connell in Gibson, 2002, str. 271), njeni potrošniki pa so vpleteni v geografije potrošništva dobrin (Crang, 1996), med katerimi obstajajo skrajno različni pomeni (Connell in Gibson, 2002, str. 270–281).

Za pričujočo diplomsko nalogo je glocalizacija ključnega pomena, saj postavi bazo hipotezi o povečani pomembnosti kraja, lokalnosti, s tem ko gleda na globalno in lokalno na enakovredni ravni. Nadalje nakaže, da lahko klubska kultura jemljemo kot univerzalizacijo

partikularizma, set njenih družbenih in simbolnih pomenov ali pravnih okvirjev lahko najdemo po celem svetu, v določenih lokalnostih pa ima obenem lahko popolnoma različne konotacije, kar sledi logiki partikularizacije univerzalizma. Če je za Robertsona eden izmed najpomembnejših vidikov glokalizacije "proces institucionalizacije, v katerem se globalno ustvarja lokalnost" (Featherstone in Lash, 1995, str. 4), bomo v odnosu do klubske kulture institucionalizacijo locirali v konceptih oziroma globalno razširjenih implementacijah simbolne ekonomije, kot se kaže v vzpostavitvi nočne ekonomije, kulturnih industrij, 24h mesta in drugih alternativ. Zato, ker te opcije izražajo že sprejete institucionalizacije, po katerih se določene lokalnosti ravnaajo v razmerju do klubske kulture. Preden preidemo na simbolno ekonomijo, ki jo navedene opcije predstavljajo, moramo le tej tlakovati bazo v kraju.

## 4 KRAJ

Na tem mestu pa je potrebno razumeti teorijo produkcije prostora (space) oziroma kraja (place), če želimo raziskovati kraje klubske kulture. V sociologiji prostora poznamo prostor, ki se nanaša na nevrednotno dimenzijo in obstaja kot fizična lokacija. Redukcionistično lahko pojem opredelimo kot abstraktno dimenzijo na eni strani, ali kot relacijsko na drugi strani. Njegova konceptualna protiutež je kraj, koncept, povezan z identiteto in specifičnostjo, ki je definiran preko družbeno kulturne percepcije prostora. Kraj je prav tako relacijski koncept, ki povezuje elemente v prostoru skozi družbeno kulturni fokus (Jenkins, 2004, str. 15–16). Teoretiki kot so Castells, Harvey in Robins (Jenkins, 2004, str. 19), so v sklopu globalizacije videli zaton krajev, katerih mesto bi naj prevzel prostor tokov, in zamenjal star prostor krajev. Zraven tega bi naj kraj izgubljal moč določevati identiteto, zagotovo pa bi naj skozi globalizacijo spreminjal svojo identiteto. V tej točki se moramo vrniti na, in zapopasti samo produkcijo prostora oziroma kraja kot takega.

### 4.1 Lefebvre o kraju

Teorijo baziramo na Lefebvrovi karakterizaciji prostorskeosti kot nikoli končani materialni in simbolni produkciji prostora. Lukasz Stanek (2011) je analiziral konceptualno in historično okolje, ki je Lefebvra pripeljalo do knjige *The Production of Space*, ponudi pa tudi kritiko na njegovo teorijo. Lefebvre (Stanek, 2011, str. 128–132) je svojo teorijo osnoval na marksistični konceptualizaciji, s poudarkom na perspektivi semiologije urbanega in fenomenološkega opisa urbanega življenja. Prostor je za Lefebvra vedno v procesu družbenih odnosov, ter sloni na dveh triadah. Prva je konceptualna triada, ki prostor razdeli na zaznaven (*perçu*), zasnovan (*l'espace conçu*) in živ prostor (*l'espace vécu*), ki se prevede v sledečo triado prostorskih terminov; prostorsko prakso (zaznaven prostor), reprezentacijo prostora (zasnovan prostor) in prostor reprezentacije (živ prostor). Avtorjeva posebnost je dialektično delovanje triade, kjer tretji termin, ni obrat od prvega in drugega, temveč je skupek (rezultat) njunih procesov, kar za empirično raziskovanje potrди potrebo po skupnem upoštevanju vseh sklopov. V štartu se nam prikaže zaznavan prostor, ki je "zdravorazumski", vsakodnevno uporabljan prostor, povezan tudi s poljem fizičnosti (tj. naravo in materialnostjo), oziroma praktičnim in



senzoričnim. Naslednji je zasnovan prostor, ki se dotika diskurzivnih režimov, polja logične in formalne abstrakcije, ki je definiran s strani matematike in filozofije ter zamišljen s strani stroke. Če razmišljamo o njegovem ekvivalentu prostorskega termina, reprezentaciji prostora, je ta idealizirana podoba ideologije in znanja, moč katere vihti urbanistična, arhitekturna, kartografska in institucionalna stroke. Kot tretji in zadnji obstaja živ prostor, modificiran v vsakdanjem življenju, dejanski, živeč prostor, pri katerem obstaja težnja apropiacije in spreminjanja. V prakso prevedeni prostori reprezentacije dobivajo pomen od simbolnih objektov, podob, narativov, medtem ko povezujejo posameznika s skupnostjo skozi izkušnjo. Čeprav se morda zdi, da se lahko odločimo za eno ali drugo triado (abstraktno ali prostorsko) je za Staneka nujno, da se "splošni opis produkcije prostora situira v specifične, zgodovinske in lokalizirane družbene prakse" (Stanek, 2011, str. 132), čeprav Lefebvre govori o konkretni abstrakciji kot filozofski kategoriji (Stanek, 2011, str. 133–164).

#### **4.2 Mesta v prostoru tokov**

Zapisi smo že, da so nekateri teoretiki, kot je Castells (prav tukaj, str. 16), o kraju v procesu globalizacije, razmišljali v smeri zmanjševanja njegove pomembnosti. Iz pred-globalizacijskega prostora krajev, smo se sledeč njim, pomaknili k prostoru tokov. Kot paradni konj globalizacije se velikokrat izpostavlja koncept svetovnih mest, ki bi naj med drugim bila svetovna središča ekonomije, kulture, ali transnacionalnih korporacij. Teoretiki, ki so najpomembneje prispevali k grajenju takšne pozicije, so med drugim Geddes, Friedmann, Sassen (Beverstock, Smith in Taylor, 2005, str. 63), ter Florida (2003). Koncept svetovnih mest prelomi s tradicionalno hierarhijo, saj v središče postavi določeno mesto, in ne državo. Svetovna mesta po Beaverstocku, Smithu in Taylorju (2000) obstajajo, ker izvirajo iz pomembnosti povezav, so del omrežja, torej niso izolirane enote. Pri tem pride do vprašanja rangiranja po pomembnosti, kjer avtorji običajno uporabljeno metodo štetja mestnih atributov označijo za napačno in naredijo zasuk k teoriji Castellsa. Sledeč njegovi misli, so 'svetovna mesta pomembna, ker so povezana v globalno mrežo', njihovo mesto na lestvici "torej definira kaj teče skozi njih, ne pa kaj mesta statistično vsebujejo" (Beverstock in drugi, 2000, str. 126). Kljub splošni sprejetosti Castellsove teorije, je večkrat izpostavljeno kvantitativno pomanjkanje empiričnih študij. Beaverstock in drugi (2000) predstavljajo enega izmed redkih poskusov empirije, raziskovali so strategije globalnega lociranja podjetja naprednih storitev

oziroma sproducirali način kako lahko rangiramo mesta glede na moč povezav. Takšna študija je izven dosega pričujoče diplomske naloge, a v empiričnem delu bomo upoštevali Castellsov poudarek na tokovih. Zraven do sedaj povedanega, je potrebno upoštevati kritiko Castellsove teorije, ki "problematizira Castellsov fokus na specifičen tip kraja, svetovna mesta, saj bi naj moč v globalizaciji bila razpršena, relacijska in večplastna" (Staeheli, 2006 v Hubbard, 2011, str. 104). Na koncu naj samo spomnimo, da smo pomen kraja v klubske kulturi že situirali v tokovih, ko smo klubske kulturo povezali s Strawovim (1991) konceptom scene, ki ju kategorizirata dve smeri, oziroma tokova. To so kraji, oziroma tokovi globalno-lokalne ravni, med in po katerih potujejo scene, v tem pa se scene transformirajo, postajajo večje ali artikulirajo drugod.

## 5 SIMBOLNA EKONOMIJA

Do sedaj smo obravnavali kako kraj razumeti ločeno od fizičnega prostora in poudarili, da koncept bazira na značilnosti edinstvenega in specifični identiteti, čeprav se je v zadnjem času razumevanju obrnilo stran od pomembnosti kraja kot takega, k pomenu omrežja (vezi), ki jih kraji sestavljajo. V nadaljevanju bomo prikazali kako deluje simbolna ekonomija, saj klubska kulturo vidimo kot njen odraz, pogledali kako se v njej konstituirajo simboli ter potrdili pomembnost njenega situiranja v kraj, ki tekmuje v relaciji do drugih v omrežju.

Silvia Rief (2009) gradi argument o konzumaciji, produkciji in kroženju klubske kulture tako na ravni posameznika kot družbe. Na ravni posameznika izpostavi tri teme, gradnjo subjektive identitete, njegovo senzorično doživljanje v klubskem prostoru in gradnjo alternativnih svetov s klubsko kulturo. Na drugi strani, obstajajo entitete, ki klubska kulturo konceptualizirajo skozi kreativne industrije, nočno ekonomijo ali revitalizacijo. Konzumacija, produkcija in kroženje obeh možnosti vidika kulture pa temeljita na razumevanju le-te kot kulture, ekonomije simbolov, ki jih različni akterji vzpostavljajo glede na svoje namere in želje. Da bi razumeli globalno klubska kulturo, moramo razumeti nianse zakaj in kako vzpostavljamo simbole povezane s "clubbingom", saj klubska kultura definitivno ni osamljen primer fenomena trenutnega časa, v katerem se vrednost in pomen entitet izraža preko simbolov.

V *Economies of Signs and Spaces*, Scott Lash in John Urry (1994) povežeta koncept reflektivne modernosti s proizvodnjo ekonomije simbolov in krajev. Vrednost objekta ali subjekta, ni več povezana z njegovo uporabnostjo, temveč z njegovo estetsko vsebino, s simboli. Te, produkt pridobi skozi proces dizajna, ali v trenutku konzumacije. Za najbolj razširjen primer, zagotovo velja turistična ekonomija, v kateri turisti konzumirajo storitve in izkušnje tako, da jih pretvorijo v znake skozi semiotsko transformacijo, kar je opisal Urry v knjigi *The Tourist Gaze* (Urry, 1990). Akumulacija slik oziroma simbolov je povezana z reflektivno, ponovno subjektivizacijo prostora, ki je odvisna od mednarodnih tokov oziroma ekonomije simbolov v prostoru. Tokovi so determinirani s strani institucij ekonomskega upravljanja, ki so obenem institucije prostorskega upravljanja, zaradi njih pa nastajajo globalni centri, mesta, kjer sta obenem najbolj izraziti globalizacija in lokalizacija (Lash in

Urry, 1994, str. 17). Za Lasha in Urrya (Lash in Urry, 1994, str. 193–222) povečana refleksivnost subjektov pomeni povečanje vezi med potrošniško izbiro in ozaveščenostjo glede simbolov nekega produkta. Takšno ekonomija je povezana s postindustrijskimi prostori, potrošništvom storitev v njih in njihovo specializacijo. Potrošniška storitev med procesom produkcije pridobi določene simbole družbenih značilnosti in točko razlike v primerjavi s podobnimi produkti, tisto kar jo dela "posebno". Zraven tega je potrošnja takšnega objekta odvisna od konteksta potrošnje, svojega družbenega in fizičnega okolja v katerem je zaužita. Del storitve je pravzaprav "fizičen in semiotski kontekst, ki ne sme biti prepuščen naključju, temveč močno oblikovan" (Lash in Urry, 1994, str. 204). Simboli imajo kognitivno, moralno, čustveno, estetsko, narativno in pomensko dimenzijo. Vsi vidiki prispevajo k potrošnji storitev in restrukturiranju kraja, pri čemer je njihova internacionalizacija neenakomerna, velikokrat vključuje povečano pozornost lokalnim lastnostim, presečišče različnih storitev pa bo rezultiralo v lokalno specifičnih kombinacijah. Restrukturiranje kraja lahko vodi v trženje kraja ali mesta, kakšne pa so posledice in načini za to, bomo pregledali v povezavi s specifičnimi primeri klubske kulture v naslednjem poglavju. Rdeča nit raziskovanja, je za nas vprašanje kako "kritična masa ljudi restrukturira simbole in kraje, kot proizvajalci simbolov in potrošniki procesiranih simbolov, ki delajo in živijo v določenih mestih" (Lash in Urry, 1994, str. 222). Sharon Zukin (2012) je ena izmed prvih teoretikov, ki raziskuje kako simbolna ekonomija vpliva na, in ustvarja sodobna mesta. Kulturo vidi ne le odražajočo se v materialnem svetu, ampak tudi kot politično in ekonomsko moč. Tisti, ki odločajo kakšna kultura bo razvidna (tržena) v mestu, z njo producirajo fizičen prostor in simbole, s tem pa ustvarjajo specifično družbeno identiteto in družbeno kontrolo. Ponovno se za argument izkaže dejstvo, da je kreiranje kulture vse bolj pomembno, saj prebivalstvo postaja vse bolj mobilno, različno, tradicionalne institucije pa izgubljajo svojo moč kot entitete skozi katere se gradi identiteta. Za Zukinovo se sodobna simbolna ekonomija odvija od 1970ih dalje in poseduje tri značilnosti; "simbiozo podobe s produktom (in obratno), nacionalno ali celo globalno raven prodajanja podob in vlogo, ki jo ima simbolna ekonomija v reprezentiranju mesta" (Zukin, 2012, str. 351). Če Zukin govori o reprezentiranju mesta, pa Lash in Urry (str. 214–216) uporabljata termin *place image* oziroma podoba kraja. Mesta rekonstruirajo kot centre za potrošnjo, kar je vskladu s postindustrijsko ekonomijo in željo po enakovrednem statusu v globalni ekonomiji. Vsak kraj želi doseči specifično podobo, ki je odvisna od ekonomskih, družbenih in političnih determinant, obstoječih storitvah in od vezi, ki jih ima z

drugimi v omrežju. Determinante, ki uokvirjajo podobo kraja so: družbena kompozicija populacije (kdo lahko vpliva na odločanje in kako to storijo), vzorci gibanja, obstoječe in potencialne podobe kraja ter raven (ne)konfliktnosti s podobami področja, dediščina grajenega okolja, set estetskih interesov različnih družbenih skupin (in njihov kapital, da te uresničijo), (ne)obstoj lokalne tradicije podjetništva in z njim povezanega gibanja, ali obstaja lokalni hegemonski razvojni projekt (do kakšne mere) ter splošni kulturni premiki v potrošnji in kulturi (npr. cenjenje nišnih marketov, turizma, dediščine).

Čeprav za simbolno ekonomijo trdimo, da ima svojo osnovo v izkušnji posebnega, specifičnega, je potrebno poudariti, da je v realnosti dovolj le, da potrošnika podoba kraja prepriča o posebnosti, ni pa nujno, da je ta zares poseben. To je razumljivo, če upoštevamo Robertsonovo premiso, da prihaja do univerzalizacije in partikularizacije form (Robertson, 1995). Čeprav se je njihov nabor (zaradi partikularizacije) povečal, lahko podobne ali enake podobe krajev (zaradi univerzalizacije) najdemo po celem svetu, saj je ustvarjanje podob krajev osnova simbolne ekonomije, logika katere napaja delovanje klubske kulture, ki je uporabljena, ali jo lahko štejemo pod izkustveno ekonomijo (Scott, Laws in Boksberger, 2009), turistično ekonomijo (Urry, 1990), revitalizacijske poskuse kulturnih oziroma kreativnih industrij (Lovatt in O'Connor, 1995; Chatterton in Hollands, 2003) in druge primere trženja simbolov. Kot izpostavita Cohen in Roberts, kakršnokoli poimenovanje podamo uporabi kulture kot orodju za preoblikovanje mest, regij, takšno predrugačenje simbolne ekonomije je del širšega prestrukturiranja, ki ga vodi politika in ekonomija neoliberalizma (Cohen in Roberts, 2013, str. 37).

## **5.1 Simboli klubske kulture**

Klubska kultura je bila vedno proizvajalec in potrošnik simbolov, le kontekst v katerem so jo razumeli in njeno vrednotenje se je vedno spreminjalo. Simbolno ekonomijo klubske kulture se situira v različne, že prej omenjene kontekste - turističnega, identitetnega, prostočasnega, ekonomskega (strategije revitalizacije, kreativnih mest). Če se vrnemo na zgodovinski začetek, na subkulturne konceptualizacije klubske kulture, bi sledeč misli, da "tradicionalni modeli mladostniških kultur diktirajo premik od subkulturne čistosti do inkorporiranja kulture v mainstream" (Hebdige, 1979<sup>2</sup> v Huq, 2006, str. 65), sedanjo klubsko kulturo povezali s

---

<sup>2</sup> Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. Routledge.

simbolno neavtentičnostjo. Pri takšni teoriji moramo zavzeti kritično distanco, saj so (in še imajo) tudi druge kulturne skupine proces produciranja simbolov, preko katerih vzpostavljajo lasten simbolni (in drug) kapital. Lažnost tega dualizma, v relaciji do ustvarjanja simbolov v klubske kulturi razdela Sarah Thornton (2013), ki prikaže, da gre pri kakršnikoli klubske kulturi za konstruiranje in potrošnjo simbolov, ki služijo vzpostavitvi skupnega okusa.

Prav tako velja povezava med klubske kulturo in širšo industrijo prostega časa za njeno alternativno kot mainstream sfero. Farrer in Field (2015, str. 11–12) se na primeru šanghajske klubske kulture, osredotočita na moč nočnega življenja, ki jo ta ima v privabljanju ljudi, zaradi njene konceptualizacije kot liminalne dejavnosti med dnevnim življenjem dela, ter zabavo noči. Nanašata se seveda na teorijo Victorja Turnerja (Teodorescu in Calin, 2015), ki liminalno vidi kot prostor in stanje, med znanim in novim, oziroma kot prostor, kjer vsakdanje meje ne obstajajo. Klubska kultura gradi svojo simbolno ekonomijo ravno na tej transgresivnosti, ki jo lahko zreduciramo na dve izpeljanki. "*Clubbing* je vsekakor zavezanost hedonizmu, ki ga vpodbuja 24h potrošniška kultura, vendar pa je obenem tudi predanost spoštljivosti in toleranci proti drugim, slavljenju življenja skozi glasbo in ples" (Moore, 2004, str. 459). Citat jasno nakaže prvo izpeljanko transgresije klubske kulture, hedonizem, torej eskapizem od obvez vsakdanjega življenja. Druga izpeljanka transgresivnosti pa je zamaskirana v spoštljivost, ki jo moramo povezati s toleranco do drugačnih (rasno, etnično, po spolni usmerjenosti,...itd.), ki je implicirana v klubske kulturi. Spoštljivost in toleranca tako postaneta sinonim za političnost, ki skupaj z eskapizmom oziroma hedonizmom tvori dopolnjujoči se strani kovanca, ki napaja klubske simbolno ekonomijo. V nekaterih primerih je že sam obstoj klubske kulture političen, najsi ga za takšnega mislijo tisti zunaj kulture, ali njeni udeleženci. Meja med hedonizmom in političnostjo je velikokrat nejasna, sam hedonizem je prav tako političen, saj si oba pola delita eskapistično intenco. Ta lahko predstavlja nasprotovanje vsakdanjim družbenim normam, klubske kulturo na primer LGBTQ+ skupnost vidi kot možnost grajenja varnega, skorajda utopičnega sveta družabnosti in politične angažiranosti (Buckland, 2002; Roseneil, 2006). Tržna moč prodajanja simbolne transgresije klubske kulture se navezuje na še eno značilnost prej omenjenega Turnerjevega koncepta liminalnosti. To je eskapizem od vsakdanjega, normativnega časa in prostora. Klubske kulturo se misli kot tranzitoren čas in prostor, ki vsebuje namišljeno ali realno potovanje skozi poslušanje glasbe, ter kot minljivost in spreminjanje krajev povezanih s klubske kulturo. Ideja mobilne klubske kulture je blizu tako alternativni kot mainstream sceni,

saj bi naj bilo "naravno stanje" klubske kulture, njeno potovanje, izkušnja večih prostorov, realnih in zamišljenih, hkrati (Krüger in Trandafoiu, 2013, str. 14–18). Ob tem se lahko transgresija vsakdanjega življenja klubske kulture razume tudi kot liminalna religijska izkušnja (Jaimangal-Jones, Pritchard in Morgan, 2010), gradnja skupnosti (Hobbs in drugi, 2000<sup>3</sup>, str. 712 v Rief, 2009, str. 4), ali oboje skupaj (Lau, 2006; St John, 2006).

### 5.1.1 Klubska simbolna ekonomija

Naštete simbole klubske kulture je možno kapitalizirati ne samo v družbenem, temveč tudi v striktno finančnem smislu. Nočna ekonomija, med katero se kot del ali kot celoto pojmuje klubska kultura, je bila že v 90ih v Veliki Britaniji predstavljena kot strategija urbane revitalizacije (Hannigan, 1998; Hollands in Chaterton, 2002, Crawford in Flint, 2009; Roberts, 2006<sup>4</sup> v Fuller, 2018, str. 25), v večini pa se jo je videlo kot problematično in potrebno regulacije, zaradi povezave z liminalnostjo, nemočjo in kriminalom (Lovatt in O'Connor, 1995). Zadnje čase se negativna podoba globalno rehabilitira s pobudami po organih zadolženih za nočno ekonomijo, specifično z vlogo župana noči oziroma nočnega župana (*night mayor*), ki skrbijo za povezovanje različnih akterjev ("Global Cities", b.d.; "Greater London Authority", b.d.; "Clubcomission", b.d.). Pri večini pobud pa gre za povezovalno ali svetovalno telo, ki nima regulatorne moči (Poon, b.d.), kar lahko sproži razočaranje (O'Sullivan, b.d.). O praktičnih smernicah in težavah vodenja nočne ekonomije s temeljem v lokalnih primerih govori Sound Diplomacy in Seijas (2018), ki prikažejo kako univerzalne pristope partikularizirati na lokalni nivo.

---

<sup>3</sup> Hobbs, D., Lister, S., Hadfield, P., Winlow, S. in Hall, S. (2002). Receiving shadows: Governance and liminality in the night-time economy. *British Journal of Sociology*, 51(4): 701–717.

<sup>4</sup> Roberts, M. (2006). From "creative city" to "no-go areas" - the expansion of the night time economy in British town and city centres. *Cities*, 23(5): 331–338.

## 6 KLUBSKA KULTURA IN KRAJ

### 6.1 Začetek - enačenje klubske kulture s krajem

Klubska kultura je od svojega začetka temeljila na kraju, saj se je kot skupnost izoblikovala na večih krajevnih, lokalnih scenah (Reynolds, 2008). To je zlahka razbrati iz poimenovanj nekaterih žanrov, kot so chicao house, detroit techno, goa trance, balearic ibiza, z dodatkom geografskega signifikatorja, ki pa danes, po večini nima več tako centralnega pomena v vsakdanji jezikovni uporabi. Drugi žanri oziroma scene, so tudi brez eksplicitnega poimenovanja vezani na določen kraj, takšen je na primer gqom iz Durban, Južna Afrika (Hulyer, b.d.), gabber (Rotterdam) in deconstructed club music (dekonstruirana klubska glasba), katerega vir je internet. Če naredimo še korak dalje v smeri individualizacije, se s kraji (in njihovimi scenami) enačijo tudi določeni klubi, takšna sta na primer bila New Yorška kluba Loft in Studio 54 (Mancuso, b.d.), ali še obstoječa berlinski Berghain in Tresor. Čeprav je takšno gledišče, torej enačenje geografskega kraja in scene, eno izmed najtradicionalnejših in morda konzervativnejših, ni zastarelo, če te žanrske scene sedaj razumemo kot ne več fiksirane in spreminjajoče. Skupaj ustvarjajo globalno mrežo klubske kulture po kateri potujejo, pri tem pa moramo razumeti specifične scene v relaciji do njihovega izvora in pogledati kje se nahajajo sedaj, ter kakšne relacije imajo do drugih scen.

Nomadstvo klubske kulture po prostoru in času, ki smo ga povezali z liminalnostjo, občinstvo postavi v določen prostorski in časovni kontekst. "Čikago se razume kot mitologiziran kraj izvora house glasbe (Rietveld, 1998), Ibiza (Bennet, 2004), Koh Samui (Connell in Gibson, 2002, str. 230) ali Goa (St John prav tu) pa so mitski kraji potrošnje določene glasbe zaradi mistične resonance z glasbo" (Krüger in Trandafoiu, 2013, str. 14). Seveda gre za grajenje določene podobe kraja, katera se navezuje na preteklost. Straw (1991, str. 374) na splošno kulturne prostore, kraje z določeno identiteto razume zaznamovane z različnimi časovnostmi. Te se lahko navezujejo na poskuse legitimizacije, uveljavljanje kanonizacije lastnega obstoja, pozitivno vrednotenje novega, svežega, dolgo obstojnega, in tako dalje. Klubska kultura je na enak način odvisna od vrednotenja časovnosti in od tega s katerimi se poistoveti. Bolj kot smo specifični v lociranju časovnosti, bolj specifičen postane tudi kraj. Začetek acid housea se povezuje z britanskim mestom Manchester in specifično s klubom Hacienda, hardcore, ki se



je razvil v začetku 1990ih je povezan z Rotterdamom in festivalom Thunderdome (Dicker, b.d.). Tudi brez žanrskega označevalca je možno slediti tej miselni liniji, ki je na široko opisana v knjigi *Night Fever* (Kries in drugi, 2018), ki o krajih klubske kulture razmišlja preko dizajna in arhitekture, ta faktorja vplivata tudi na to kako se znotraj scene, oziroma kluba razume gibanje, mobilnost (Biehl Missal, 2019). V vsakem primeru, ne smemo zreducirati klubske kulture ali določene scene na esenco specifičnega kraja, saj lahko krajem preveč hitro pripišemo večji pomen in težo, kot pa jo dejansko imajo v mreži globalne klubske kulture.

Kraj in klubska kultura, ter njen zvok, pa nista povezani le preko situiranja ene v drugi. Klubska kultura, bi naj odražala kraj, oziroma kraj bi naj informiral klubsko kulturo. To ni mišljeno samo v družbenih in prostorskih značilnosti, temveč in predvsem v setu simbolov družbenih in prostorskih značilnosti kraja, ki se preslikajo v sceno. Klubska kultura za določene kraje pomeni tudi možnost kapitaliziranja simbolne ekonomije klubske kulture, s katero kraj in scena vsozajemno legitimizirata določeno podobo.

## **6.2 Nadaljevanje - klubska kultura kot del kozmopolitanskega svetovnega mesta**

Ker je klubska kultura z njenimi specifičnimi scenami globalni fenomen, posledica globalizacije, ki se primarno dogaja v prostoru tokov, moramo govoriti o krajih (v množini), ki si med seboj delijo, izmenjujejo in gradijo isto ali podobno podobo oziroma reprezentacijo (Lash in Urry, 1994; Zukin, 2012).

Na začetku klubske kulture je bilo možno govoriti samo časovnosti originalnih podob krajev klubske kulture, oziroma izvorih le-te, ter optimistično, linearnemu vzpostavljanju novih scen, ki so vznikala iz izvornih, mitologiziranih krajev. Tok med enimi in drugimi, bi naj deloval na linearni časovni poti od predhodnika do naslednika in posledično vzpodbujal razmišljanje o centraliziranih točkah moči, ki so si pomen pridobile zaradi kontinuirane pomembnosti. Svetovno povezan kraj je tukaj poglavitnega pomena, saj predstavlja domovanje klubske glasbene kulture, ki ima kozmopolitsko naravo, njena pozornost pa je usmerjena izven nje same, na povezovanje z drugimi podobnimi kraji, kar ji pomaga začititi globalno enotnost kulture, v nasprotju z drugimi glasbenimi kulturami, ki so striktno vezane na moč, pridobljeno iz lokalnega konteksta (Straw, 1991, str. 374). Takšno kozmopolitsko stanje lahko povežemo

z doseženo določeno kontinuiteto klubske kulture, ki je skozi globalizacijo dobila možnost razširitve svojega dosega in med tem mutirala ter ustvarjala nove forme. Na primeru trance scene, Graham St John (2010, str. 3) procesu kulturnega širjenja pripiše odvisnost od rasti eksotičnih krajev potovanj, izmenjav in izvajanj, kozmopolitskih centrov, interneta (možnostim komunikacije, deljenja informacij, glasbe,...) in široke mreže dogodkov in festivalov. Kozmopolitanizem lahko razumemo kot zavračanje individualne nacije, ter klic po globalni naciji in državljanstvu, a tudi kot razširjeno globalno zavest (Gregory, Johnston, Pratt, Watts in Whatmore, 2009, str. 117–118). Globalna zavest se močno naslanja na zavest o mnoštvu razlik, ki gradijo svet, a le-te presega, je intelektualna in estetska odprtost do drugačnih kulturnih izkušenj in inkluzivnost do teh drugačnosti (D'Andrea, 2007, str. 15–17). Glasbeno, bi naj elektronska glasba in klubska kultura pomenile univerzalni jezik, ki presega nacionalne meje, ter kliče po univerzalističnem humanizmu, udeleženci klubske kulture v tem pogledu postanejo državljani globalne nacije (Maira, 2003, str. 17–23). Kozmopolitski diskurz sprejemanja drugačnosti je mogoče povezati z globalnim kapitalom in specifičnim družbenim tipom. Nocija globalne nacije je povezana s tistimi, ki posedujejo globalni kapital (finančni, socialni, in drugi), kar jim omogoča sodelovanje v globalni klubski kulturi (Maira, 2003, str. 21). Klubska kultura je posledica kozmopolitanizma občutila tudi zaradi korporativne kapitalizacije koncepta. V mainstream klubske sferi se množijo univerzalizirani korporativni prostori močnih znamk klubske kulture, ki bi se naj navezovali na določen identitetni kraj, a kot ta funkcionirajo le posredno (Chatterton in Hollands, 2003, str. 121–123). Zraven tega prostori klubske kulture postajajo čistejši, kozmopolitom estetsko privlačnejši, kar je med drugim posledica povečane udeležbe žensk in mešanja LGBTQ+ klubske kulture z mainstreamom (Chatterton in Hollands, 2003, str. 86). Kljub očitkom površinske in elitističnosti usmerjenima h kozmopolitskim subjektom, D'andrea (2007, str. 22–32) locira "refleksivne expatriate", kot mobilne subjekte, sprejemajoče, a kritične do ideologije kozmopolitanizma. Ti so povezani v transnacionalno omrežje, ki se reteritorializira v vozliščih, krajih kot sta Ibiza in Goa. Drugo rešitev za premik na pozitivno konotacijo kozmopolitanizma glede klubske kulture je predstavila Kira Kosnick (2015), ki post-migrantske identitete, diasporične klubske kulture želi "rehabilitirati" preko argumenta, da so ti subjekti kozmopoliti v globalnem mestu, tj. da brez njih kozmopolitskost globalnega mesta ne more obstajati, velja pa tudi obratna dispozicija. Enako poskušata storiti Farrer in Field (2015) na podlagi klubske kulture Šanghaja, ki postane kozmopolitanska zaradi sprejemanja

kulturnih vplivov tujcev in uresničevanja želje po uveljavljanju na globalnem toku idej, podob in ljudi.

Iz povedanega sklepamo, da je kozmopolitski subjekt povezan v globalno omrežje, še vedno pa ga najbolj definira njegova povezanost s svetovnim, globalnim mestom in ne tokovi, ki proizvajajo to isto mesto. To za naše raziskovalno vprašanje, naredi koncept zastarel, saj pod vprašaj ne postavi samoumevnosti kraja, oziroma se v drugih besedah ne vpraša kako in zakaj je ta kraj nastal, ter ali je na koncu kraj kot takšen še pomemben. Iz tega razloga, se v nadaljevanju obračamo k prostoru tokov.

### **6.3 Zaključek - klubska kultura v prostoru tokov**

Klubska kultura je povezana v globalno omrežje, po tokovih katerega krožijo ljudje, prakse, artefakti, narativi in simboli kulture. Potrebno je ugotoviti, kako in kateri tokovi, omrežja vzdržujejo, oblikujejo in na splošno vplivajo na klubska kultura. Rief (2009, str. 2) klubska kultura razume kot policentrično omrežje, ki jo sestavljajo mesta iz celega sveta. Zanj je klubska kultura medsebojno povezana preko globalnih multimedijskih podjetij, mednarodnih poslovnih sodelovanj, mednarodnih turnej didžejev, osebnih zvez zaposlenih v industriji in interneta. Klubska kultura je internet že zgodaj posvojila za orodje, ki (re)producira klubska kultura (St John, 2010, str. 6), saj ima ključno vlogo za dostopnost do (še) nepoznanega v globaliziranem svetu, zaradi tega pa je sestavni del formacije lokalnih scen (Ryan, 2010, str. 186–202). Lambert (2010) na primeru avstralske psytrance scene prikaže, kako žive dogodke vzdržuje preko interneta organizirana scena. Med drugim je internet ključen za možnost mreženja na individualni in sistemski ravni, točke srečevanja na njem predstavljajo družbeno in čustveno podporo ter subkulturni kapital za skupine, ki so v klubska kulturi marginalizirane (Farrugia, 2012, str. 67–89). Izpostavimo še mednarodna sodelovanja med katerimi najdemo izvažanje določene klubske kulture v druge (predvsem turistične) destinacije (Rief, 2009), kar se velikokrat nanaša na podružniške festivale in zabave. Kljub temu pa se takšnemu sodelovanju pogosto očita enosmernost povezovanja (Montalvo, b.d.; Rief 2009, str. 50). Ob tem obstajajo platforme, kot je evropsko omrežje Shape ("Shape Platform", b.d.) ki omogoča glasbeno izmenovanje, kar omogoči legitimizacijo klubske kulture v necentraliziranih krajih, tam kjer klubska kultura še ni uveljavljena.

Klubske kulture pa niso povezane samo preko producentov, akterjev klubske industrije. Kot med drugimi ugotovita Farrer in Field (2015), je definirajoča značilnost moderne globalne klubske kulture nejasnost meja ali celo izničitvev le-teh med producenti in potrošniki povezani s klubsko kulturo. Potrošniki lahko spremljajo globalno diseminacijo simbolov in informacij povezani s klubsko kulturo, najsi gre za njim geografsko oddaljeno ali bližnjo sceno. Množico raznovrstnih krajev, ki gostijo klubsko kulturo lahko med drugim spoznamo iz različnih serij glasbenih medijev, kot sta "Clubbing in..." ter "Real Scenes" ("Resident Advisor", b.d.) in Bandcampovim (b.d.) še bolj decentraliziranem pokrivanju. Potrošniki v fizičnem svetu obiskujejo kraje klubske kulture, so del klubskega turizma, zrcalo tega je virtualen, nefizičen svet digitalnih tehnologij, ki klubsko kulturo spremljajo vse od njenega začetka in so bile ključnega pomena za ustvarjanje globalnega decentraliziranega omrežja (Seago, 2004) skozi udeležbo na forumih, pretočnih platformah kot sta Youtube ali za klubsko kulturo specializirani kanal Boiler Room (Heuguet, 2016), spremljajo internetne radie ter medijske platforme, kot so Resident Advisor, DJ Mag in Fact Mag. Skozi reflektivno delo ustvarjanja simbolov potrošniki obenem postanejo producenti klubske kulture. Še enkrat poudarimo, da kulturo producirajo na globalni ravni tudi zaradi cenovno ugodnih letalskih povezav, ki pripomorejo k prilivu klubskih turistov v že uveljavljene centre in omogočijo pojav novih centrov (Iwanicki in Dłużewska, 2015). Tobias Rapp (2009) je prvi tip fenomena opisal kot Easyjet set, poimenovan po eni izmed nizkocenovnih letalskih firm, pomeni ogromen dotok mednarodnih "vikend uživačev" klubske kulture. Vpliv fenomena opazi tudi pri producentih, ki za svoje domovanje izberejo najživahnejšo in najbolj omreženo točko, kar jim omogoči delo izven najbližjega geografskega kroga.

## 7 PRIMERJAVA KRAJEV KLUBSKE KULTURE V PROSTORU TOKOV

Po mreži klubske kulture zraven ljudi, praks in artefaktov, potujejo simboli in podobe krajev klubske kulture. "Pozicioniranje preko spreminjajočih (shifting) prostorov omrežja ni več specifično unikatna pozicija diasporičnih skupnosti, temveč normalna praksa globalizacije" (Trandafoiu, 2013, str. 312). Tokovi klubske kulture se vzpostavljajo s prepoznavanjem in izmenjavo drugih delov mreže klubske kulture. Če jim sledimo, ti narišejo mapo povezav, ki pa medsebojno niso enakovredne. Prav tako ni enakovredna njihova kvantiteta, v določenih točkah pride do zgoščanja, centrov moči. To ne pomeni, da drugod klubska kultura ne obstaja, le da nima enake moči vplivati na globalno sceno. Allington, Dueck in Jordanous (2015) takšno stanje pripišejo dejstvu, da kraj, oziroma lokacijo še vedno vrednostno pojmujejo, tudi če gre za analizo "nekrajevne" (*placeless*) glasbene platforme kot je Soundcloud. Po enakem principu delujejo promotorji, ki svojo sceno in klub legitimizirajo s tem, ko omenijo osebna poznanstva, ki jih imajo z akterji klubske scene drugod po mreži (Picaud, 2019, str. 40), na enak način delujejo mediji, ki s primerjavo kažejo na podobnosti med geografsko oddaljenimi akterji (Picaud, 2019, str. 44), ali preko primerjanja izpostavljajo trendovske ali zastarele točke.

### 7.1 Podoba krajev: Ibiza in Berlin

#### 7.1.1 Primer 1: Ibiza

Beli otok, sinonim za Ibizu, hedonistično enklavo ali utopični paradiž, je eden izmed štirih Balearskih otokov, ki pripadajo Španiji. Identiteta Ibize po Berrozpeju, Campo in Yagüe (2017) temelji na urbanem in obmorskem delu otoka, ki gosti klube ter bare, ki predvajajo elektronsko glasbo, nikoli pa se je ne povezuje z ruralno notranjostjo. Otok personalizira ljubezen do zabave, svobodo in toleranco, ter najpomembneje užitek (hedonizem) in elektronska glasba. Psihološke identitetne značilnosti otoka podpira ideja o obiskovalcih, ki bi naj bili mladi, tujci, določen del njih pa je bogat. Konceptualizacija izvira iz monopola, ki ga ima simbolna ekonomija klubske kulture. Ta se je začela v 1960ih s prihodom hipijevske subkulture, ter razcvetela v 1980ih z britanskimi backpackerji (D'Andrea 2007, Gibson in Connell, 2005, str. 190–197), ki so iz otoka, zvok acid housea in "balearsko hipijevske etiko

ljubezni" uvozili v kulturo rejva Velike Britanije (Reynolds, 2008). Podoba Ibize bazira na ideji otoka, ki je globalno pozicioniran, in ne na poudarjanju distinktivnih lokalnih značilnosti (Gibson in Connell, 2005, str. 194). To je opazno iz primata, ki ga imajo globalne znamke superklubov, kot so Amnesia, Cream ter Pacha, ki dominirajo na otoku (Chatterton in Hollands, str. 39–40), Ibizu pa uporabljajo za predstavitev lastnih znamk na globalni sceni (D'Andrea, 2007, str. 103–108) in povezanost v turistično mrežo ponudnikov (paketi potovalnih agencij, nizkocenovnih letalskih družb), ki Ibizu povežejo z drugimi destinacijami klubske kulture (Sellars, 1998<sup>5</sup> v Gibson in Connell, 2005, str. 100). Povedano drugače, Ibiza se je kot kraj ustvarjala preko globalnih povezav, a kritični moramo biti do enosmernosti tokov vpletenih v podobo kraja, saj ibizino omrežje sestoji iz uvažanja tujih akterjev klubske scene med poletno sezono, kar lahko vodi v splošno homogenizacijo kulture (Huq, 2006, str. 99). Glavna gradnika ibizine podobe, užitek in globalna pozicija, sta konstantna, a opazen je splošen premik v potrošnji, od množičnega turizma k luksuzni izkušnji (Cappela Miternique, 2018). Kljub centralnosti klubske kulture za Ibizu, ta presenetljivo nima posebnega organa, kot je nočni župan (Steinmetz, b.d.), čeprav želijo ob vse večjem neodobravanju lokalcev (Serra-Cantalops, 2016; Hawthorn, 2019) spremeniti negativne trende povezane z industrijskim monopolom klubske kulture.

Če je Ibiza nekoč držala primat nad podobo s soncem obsijane otoške utopije klubske kulture, je posebnost te podobe kraja do sedaj izgubila, saj so se po svetu uveljavile druge lokacije z enako simbolno podobo. Med takšnimi so Zrče (Hrvaška), Budva (Črna Gora), festivali na hrvaški obali (Dimensions in Outlook v Puli, Ultra v Splitu,...), destinacije v Grčiji (Kamenidou in Kukkinis 2013) in drugod.

### **7.1.2 Primer 2: Berlin**

Podoba kraja mesta Berlin je berlinska techno scena, demokratičnost katere je karakterizirala združevanje dveh Nemčij po padcu berlinskega zidu leta 1991 in "ponudila nevtrarno okolje za raziskovanje novih identitet in na "novo" najdenega užitka" (Connell in Gibson, 2002, str. 205). To okolje je pomenilo neželjeno in zapuščeno arhitekturo, kraji katere so morali ustrezati zvoku (Schofield in Rellensmann, 2015, str. 120), ki je temačen in apokaliptičen. Centralno mestno lokacijo, je scena dobila zaradi premika od industrijske do postindustrijske

---

<sup>5</sup> Sellars, A. (1998). The influence of dance music on the UK youth tourism market. *Tourism Management*, 19:611–615.

produkcije, v nasprotju z mesti, ki so imela drugačne prostorske načrte, zalogo stavb, potek gentrifikacije ali drugačno mladostniško populacijo (Rief, 2009, str. 49). Iz enake situacije je zrasla tudi detroitska techno scena (Rietveld in Kolioulis, 2019), ki je neposredno povezana z berlinsko, pred njo celo zgodovinsko prednjači, a je sedaj razumljena le kot zgodovinska referenca, povezana v lokalno/državno omrežje, v nasprotju z berlinsko globalno sceno (Peter, 2014). Podoba kraja temelji na surovi postindustrijski pokrajini hedonizma in političnega, plodnih tal alternative (Bader, 2010; Shaw, 2005), kar vzpodbuja techno turizem, preko katerega obiskovalci sodelujejo v omrežju, ki povezuje geografsko oddaljene točke (Garcia, 2016). Tako kot pri Ibizi, je tudi pri Berlinu prišlo do razširitve oziroma povezovanja, nekoč ekskluzivne identitete kraja z geografsko oddaljenimi kraji. Med temi so se znašli Beograd (Eror, b.d.), Tbilisi, Kiev (Ivin in Villevoye, 2016), določeni klubi in festivali, ali kar celotna vzhodna Evropa (House, b.d.), skupna lastnost vseh naštetih pa je specifična glasba (techno) ter uporaba industrijskih objektov ali sledenje industrijski estetiki.

## 8 SKLEP

Dobrih trideset let in proces globalizacije je potrebovala klubska kultura, da je začela realizirati ideal glasbe brez meja, ki jo je vsebovala že na začetku. Proces globalizacije je preko višje ravni povezanosti, vznika novih univerzalnih form in globalnega distribuiranja starih partikularističnih form, razpršitve in centralizacije moči, torej lovljenja ravnotežja med delovanjem individuacije in globalizacije, destabiliziral stare omejitve klubske kulture, ki so klubsko kulturo kot spone vezale na lokalno.

V uvodu smo izpostavili pomen materialističnega pogleda na klubsko kulturo. Kraj v klubske kulturi, proti našim pričakovanjem zmanjšuje vpliv. Določen kraj vnaprej več ne določa identitete svoje klubske kulture, kakšna scena se bo vzpostavila in v kakšno simbolno interpretacijo se bo ta obrnila. Na prvi pogled se zdi, da "naravne" oziroma človeško narejene lastnosti določenega prostora vplivajo na razvoj ali razumevanje določene scene klubske kulture, a to ni res. Zapuščeni industrijski objekti lahko ponekod predstavljajo prototip za ilegalno plesišče, drugod bodo takšne stavbe umetno naredili v poskusu duplikacije določene scene, v tretjem kraju ne bodo nikoli uporabljene za klubsko kulturo.

Povečana reflektivnost in možnost izbire v globalizaciji, je razbila določitev klubske kulture s strani "unikatne" identitete (podobe) kraja, saj prihaja do homogenizacije. Pri globalizaciji torej ne prihaja samo do partikularnosti, kar bi okrepilo moč krajevne identitete, temveč tudi do univerzalizacije, ki rezultira v dislokaciji in ponovni lokaciji scen, gruzijska techno scena je tako podobna, oziroma celo enaka berlinski techno sceni, njenemu zgodovinskemu originatorju. Čeprav prihaja do homogenizacije klubske kulture, je ta vedno situirana v lokalnem, kjer na njo vplivajo lokalne tradicije in zgodovine, družbeni, politični in ekonomski konteksti, ter demografske značilnosti. Specifičnost, oziroma identiteta se uporablja le kot model, kar privede do proliferacije in prilagajanja enega in istega imaginarija in narativa podob krajev po celem svetu, to pa prvotnemu mitologiziranemu kraju izvora klubske kulture spodjeda pomembnost, saj lahko vsepovsod najdemo njemu podobne različice. Prednost tega je zmanjšana odvisnost določene scene klubske kulture od kraja, saj se neodvisno od geografske lokacije lahko vzpostavijo centri, ki pravtako postanejo ključni za predelavo in razširjanje kulture. Takšno stanje je posledica visoke omreženosti in hitrosti informacij



deljenih skozi prostor tokov, ki omogoča deljenje vplivov med kraji vključeni v policentrična omrežja, čeprav obenem prihaja do prioritizacije in posledično višje legitimizacije določenih krajev, kot sta Ibiza in Berlin. Takšno stanje izhaja iz dolgoročnega vpliva, ki ga še ima pretekkel, hierarhičen prostor krajev na infrastrukturne (transportne) poti ter zgoščevanje drugih dejavnikov (npr. finančnega ali kulturnega kapitala).

Kot smo nakazali že prej, se zaradi delovanja simbolne ekonomije protislovno večja vrednotenje kraja s strani trga. Specifično gre za večanje pomena zaznane podobe kraja, individualnost katerega je uporabljena le kot tržna strategija in nima veze z njegovo dejansko (ne)unikatnostjo. Zaradi simbolne ekonomije pa se je klubska kultura v nekaj več kot tridesetih letih obstoja uspela legitimizirati kot lastna industrija. Ta je seveda odvisna od lokalnih kontekstov, za večino, ki govorijo v njej prid, prikazuje rešitev za postindustrijsko dobo, v asociaciji z revitalizacijskimi in razvojnimi projekti. Deluje tako v nekdanjih industrijskih mestih, kot tudi tistih, ki so že naredila preskok, ni pa od poseganja mesta v klubska kultura odvisna uspešnost industrije le-te. Največkrat se jo asociira z nočno ekonomijo ali regulatorno in svetovalno funkcijo nočnega župana, pred globalizacijo, pa to področje skozi podani rešitvi, ni bilo univerzalizirano do te mere, zagotovo pa ni predstavljalo institucionalizacije globalnega fenomena klubske kulture. Predvsem preko simbolne ekonomije, oziroma materializacije željene podobe kraja, vidimo moč zavestnega produciranja prostora, ki ga ima klubska kultura.

Oblikovanje kraja, oziroma prostora je navsezadnje odvisno od razširjanja simbolov klubske kulture in multipliciranja raznolikih konstelacij, ki jih ti simboli lahko sestavijo. Globalizacija zagotavlja mednarodno širitev dveh prevladujočih simbolnih tem, hedonizma in političnega, ki sta uporabljeni, ko pride do opisovanja in legitimiziranja klubske kulture kot industrije prostega časa ali kot zagonske sile političnih in družbenih sprememb. Globalizaciji se imamo ob tem zahvaliti tudi za možnost vzpostavljanja avtentičnega stika s klubska kultura na globalni ravni, tudi ob predpostavki nje kot potrošne dobrine, saj jo vsaka lokalnost vzame in preoblikuje na svoj način. Diplomsko delo je nakazalo na povišano tendenco izkoriščanja klubske kulture v določenem kraju za ekonomski in kulturni dobrobit, kar je med drugim posledica globalne uveljavitve klubske kulture kot dela simbolne ekonomije, globalizacija in ne tržni aspekt pa je klubska kultura pripeljala v nove kraje, kar je prevetrilo izgled in razumevanje njenega fizičnega prostora in prostora v družbi.

## 9 VIRI

1. Allington, D., Dueck, B. in Jordanous, A. (2015). Networks of value in electronic music: Soundcloud, London, and the importance of place. *Cultural Trends*, 24(3), 211–222.
2. Bader, I. in Scharenberg, A. (2010). The Sound of Berlin: Subculture and the Global Music Industry. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(1), 76–91.
3. Bandcamp. (b.d.). Dostopno prek <http://www.bandcamp.com>
4. Beaverstock, J.V., Smith, R.G. in Taylor, P.J. (2000). World-City Network: A New Metageography. *Annals of the Association of the American Geographer*, 90(1), 123–134.
5. Beaverstock, J.V., Smith, R.G. in Taylor, P.J. (2005). World-City Network: A New Metageography? V R. N. Fyfe in J.T. Kenny (ur.), *The Urban Geography Reader* (str. 63–74). Routledge.
6. Berrozpeju, A., Campo, S. in Yagüe, M.J. (2017). Understanding the Identity of Ibiza, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(8), 1033–1046.
7. Biehl-Missal, B. (2019). Filling the "empty space": Site-specific dance in a techno club. *Culture and Organization*, 25(1), 16–31.
8. Buckland, F. (2002). *Impossible Dance: Queer Culture and World-Making*. Wesleyan University Press.
9. Cappela Miternique, H. (2018). The Ibiza's Nightlife as a Bend from Marginalization to Tourism Centrality. V M. Koderman in S. Pelc (ur.), *Nature, Tourism and Ethnicity as Drivers of (De)Marginalization: Insights to Marginality from Perspective of Sustainability and Development* (str. 109–118).
10. Chatterton, P. in Hollands, R. (2003). *Urban Nightscapes: Youth Cultures, Pleasure Spaces and Corporate Power*. Routledge.
11. Clubcomission. (b.d.). Dostopno prek <https://www.clubcommission.de>

12. Cohen, S. in Roberts, L. (2013). Heritage Rocks! Mapping Spaces of Popular Music Tourism. V S. Krüger in R. Trandafoiu (ur.), *The Globalization of Musics in Transit: Music Migration and Tourism* (str. 35–59). Routledge.
13. Collin, M. (2009). *Altered State: The Story of Ecstasy Culture and Acid House*. Serpent's Tail.
14. Conner, C.T. (2015). *Electronic Dance Music: From Deviant Subculture to Culture Industry* (doktorska disertacija). Dostopno prek <https://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/2528>
15. Crang, P. (1996). Displacement, consumption and identity. *Environment and Planning, 28*, 47–67.
16. D'Andrea, A. 2016). *Global Nomads: Techno and New Age as transnational countercultures in Ibiza and Goa*. Routledge.
17. Dicker, H. (b.d.). Thunderdome: 25 Years of Hardcore. Dostopno prek <https://www.residentadvisor.net/features/3149>
18. Eror, A. (b.d.). Belgrade is not the new Berlin: what's stopping Serbia's capital from rising to the top? Dostopno prek <https://www.calvertjournal.com/articles/show/7894/belgrades-not-berlin-serbia-youth-nightlife-culture>
19. Every Noise at Once. (b.d.). Dostopno prek <http://everynoise.com>
20. Farrer, J. in Field, A.D. (2015). *Shanghai Nightscapes: A Nocturnal Biography of a Global City*. The University of Chicago Press.
21. Farrugia, R. (2012). *Beyond the Dance Floor: Female DJs, Technology and Electronic Dance Music Culture*. Intellect Bristol, UK/Chicago, USA
22. Featherstone, M., in Lash, S. (1995). Globalization, Modernity and the Spatialization of Social Theory: An Introduction. V M., Featherstone, S., Lash in R., Robertson (ur.), *Global Modernities*. (str. x–1). SAGE Publications.
23. Florida, R. (2003). Cities and the Creative Class. *City & Community, 3*, 3–19.
24. Füller, H., Helbrecht, I., Schlüter, S., Mackrodt, U., Gielle Ruppe, P., Genz, C., ... Dirksmeier, P. (2018). Manufacturing marginality. (Un-)governing the night in Berlin. *Geoforum, 94*, 24–32.
25. Garcia, L.M. (2016). Techno-tourism and post-industrial neo-romanticism in Berlin's electronic dance music scenes. *Tourist Studies, 16*(3), 276–295.

26. Gibson, C. in Connell, J. (2005). *Music and Tourism: On the Road Again*. Channel View Publications.
27. Global Cities After Dark. (b. d.). Dostopno prek <https://www.globalcitiesafterdark.com>
28. Greater London Authority. (2017). Culture and the night-time economy: SUPPLEMENTARY PLANNING GUIDANCE. Dostopno prek <https://www.london.gov.uk>
29. Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M. in Whatmore, S. (2009). *The Dictionary of Human Geography (5th ed.)*. Wiley-Blackwell.
30. Hawthorn, C. (b.d.). Ibiza's San Antonio council fines The West End venues nearly €1.4 million since passing stricter licensing laws in 2017. Dostopno prek <https://www.residentadvisor.net/news/43487>
31. Hesmondhalgh, D. (2005). Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above. *Journal of Youth Studies* 8(1), 21–40.
32. Heuguet, G. (2016). When Club Culture goes Online: The Case of Boiler Room. *Dancecult*, 8(1), 73–87.
33. House, A. (b.d.). Clubbers, forget London and Berlin - the place to dance is Eastern Europe. Dostopno prek <https://www.theguardian.com/music/2016/sep/21/clubbing-london-berlin-eastern-europe-closure-fabric>
34. Hubbard, P. (2011). Manuel Castells. V P. Hubbard in R. Kitchin (ur.), *Key Thinkers On Space and Place* (str. 98–105).
35. Hulyer, J. (b.d.). The Rise of Gqom. Dostopno prek <https://daily.redbullmusicacademy.com/2016/01/gqom-feature>
36. Huq, R. (2006). *Beyond Subculture: Pop, youth and identity in a postcolonial world*. Routledge.
37. Ivin, T. (režiser) in Villevoeye, K. (producent). (2016). *Exploring Ukraine's Underground Rave Revolution* [Film]. i-D. Dostopno prek <https://www.youtube.com/watch?v=P4G1r2u8m9g>
38. Iwanicki, G in Dłużewska, A. (2015). Potential of city break clubbing tourism in Wrocław. *Bulletin of Geography*, 28, 77–89.

39. Jaimangal-Jones, D., Pritchard, A. in Morgan, N. (2010). Going the distance: locating journey, liminality and rites of passage in dance music experiences. *Leisure Studies*, 29(3), 253–268.
40. Jenkins, P. (2004). Space, place and territory: an analytical framework. V C. Hague (ur.), *Place Identity, Participation and Planning* (47–66). Routledge.
41. Kamenidou, I. in Kukkinis, G. (2013). Image components of nightlife-clubbing destinations. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 8(3), 99–111.
42. Kosnick, K. (ur.). (2015). *Postmigrant Club Cultures in Urban Europe*. PL Academic Research.
43. Kries, M., Eisenbrand, J., Rossi, C. in Serulus, K. (ur.). (2018). *Night Fever - Designing Club Culture: 1960–Today*. Vitra Design Museum.
44. Krüger, S in Trandafoiu, R. (ur.). (2013). *The Globalization of Musics in Transit: Music Migration and Tourism*. Routledge.
45. Lambert, A. (2010). Narratives in Noise: Reflexivity, Migration and Liminality in the Australian Psytrance Scene. V G. St.John (ur.), *The Local Scenes and Global Culture of Psytrance* (203–220). Routledge.
46. Lash, S. in Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*. SAGE Publications.
47. Lau, S. (2006). Churched Ibiza: Evangelical Christianity and Club Culture. *Culture and Religion*, 7(1), 77–92.
48. Lawrence, T. (2011). DISCO AND THE QUEERING OF THE DANCE FLOOR. *Cultural Studies*, 25(2), 230–243.
49. Lovatt, A. in O'Connor, J. (1995). Cities and the Night-time Economy. *Planning Practice and Research*, 10(2), 127–134.
50. Maira, S. (2003). TranceGlobalNation: Orientalism, Cosmopolitanism, and Citizenship in Youth Culture. *Journal of Popular Music Studies*, 15(1), 3–33.
51. Mancuso, D. (2013). (b.d.). New York Stories: David Mancuso. Dostopno prek <https://daily.redbullmusicacademy.com/2013/05/new-york-stories-david-mancuso>
52. Matos, M. (2015). *The Underground is Massive: How Electronic Dance Music Conquered America*. HarperCollins.
53. Mlinar, Z. (1994). *Individuacija in globalizacija v prostoru*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.

54. Montalvo, V. (b.d.). Opinion: Cultural exchanges must work both ways. Dostopno prek <https://www.residentadvisor.net/features/3401> Moore, K. (2004). A commitment to clubbing. *Peace Review*, 16, 459–465.
55. O'Sullivan, F. (b.d.). The Night Mayor Goes Global. Dostopno prek <https://www.citylab.com/solutions/2017/12/the-night-mayor-goes-global/547757/>
56. Peter, B. (2014). Breaching the Divide: Techno City Berlin. V G. Stahl (ur.), *Poor, But Sexy: Reflections on Berlin Scenes* (str.173–190). Peter Lang.
57. Peterson, R. A. in Bennett, A. (2004). Introducing Music Scenes. V A. Bennett in R. A. Peterson (ur.), *Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual* (str. 1–18). Vanderbilt University Press.
58. Picaud, M. (2019). Putting Paris and Berlin on Show: Nightlife in the Struggles to Define Cities' International Position. V G. Stahl in G. Bottà (ur.), *Nocturnes: Popular Music and the Night* (str. 35–48). Palgrave Macmillan.
59. Poon, L. (b.d.). So You Want to Be a 'Night Mayor'. Dostopno prek <https://www.citylab.com/life/2018/12/night-mayor-office-of-nightlife-and-culture-washington-dc/573484/>
60. Rapp, T. (2009). *Lost and Sound: Berlin, Techno und der Easyjetset*. Suhrkamp Verlag.
61. Resident Advisor. (b.d.). [file://localhost/Dostopno\\_prek\\_https://www.residentadvisor.net](file://localhost/Dostopno_prek_https://www.residentadvisor.net)
62. Reynolds, S. (2008). *Energy Flash: A Journey Through Rave Music and Dance Culture*. Pan Macmillan.
63. Rief, S. (2009). Club Cultures: Boundaries, Identities and Otherness. Routledge. Rietveld, H.C. in Kolioulis, A. (2019). Detroit Techno City. V B. Lashua, S. Wagg, K. Spracklen in M. Selim Yavuz (ur.), *Sounds and the City: Volume 2* (str. 33–53).
64. Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity. V M. Featherstone, S. Lash in R. Robertson (ur.), *Global Modernities* (str. 25–44).
65. Roseneil, S. (2006). Club Culture. V D.A. Gerstner (ur.), *Routledge International Encyclopedia of Queer Culture*. Dostopno prek [https://books.google.si/books?id=851qoMjA3icC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.si/books?id=851qoMjA3icC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

66. Ryan, J. (2010). Weaving the Underground Web: Neo-Tribalism and Psytrance on Tribe.net. V G. St John (ur.), *The Local Scenes and Global Culture of Psytrance* (str. 203–219).
67. Schofield, J. in Rellensmann, L. (2015). Underground Heritage: Berlin Techno and the Changing City. *Heritage & Society*, 8(2), 111–138.
68. Scott, N., Laws, E. in Boksberger, P. (2009). The Marketing of Hospitality and Leisure Experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2–3), 99–110.
69. Seago, A. (2004). The “Kraftwerk-Effekt”: Transatlantic circulation, global networks and contemporary pop music. *Atlantic Studies: Literary, Cultural and Historical Perspectives*, 1(1), 85–106.
70. Serra-Cantalops, A. in Ramon-Cardona, J. (2016). Host community resignation to nightclub tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(6), 566–579.
71. Shape Platform. (b.d.). Dostopno prek <http://shapeplatform.eu>
72. Shaw, K. (2005). The Place of Alternative Culture and the Politics of its Protection in Berlin, Amsterdam and Melbourne. *Planning Theory and Practice*, 6(2), 149–169.
73. Sound Diplomacy in Seijas, A. (2018). *Sound Diplomacy: A Guide to Managing Your Night-Time Economy*. Sound Diplomacy.
74. St John, G. (2006). Electronic Dance Music Culture and Religion: An Overview. *Culture and Religion*, 7(1), 1–25.
75. St John, G. (2010). Psytrance: An Introduction. V G. St John (ur.), *The Local Scenes and Global Culture of Psytrance* (str. 1–20).
76. Stanek, L. (2011). *Henri Lefebvre on Space: Architecture, Urban Research, and the Production of Theory*. University of Minnesota Press.
77. Steinmetz, J.T. (b.d.). Ibiza Nightlife Association demands Night Mayor. Dostopno prek <https://www.eturbonews.com/253233/ibiza-nightlife-association-demands-night-mayor/>
78. Straw, W. (1991). Systems of articulation, logics of change: Communities and scenes in popular music. *Cultural Studies*, 5(3), 368–388.
79. Teodorescu, B. in Calin, R. A. (2015). The Base Articulations of the Liminality Concept. *Review of European Studies*, 7(12), 97–102.
80. Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Polity.

81. Tomlinson, L. (1998). "This Ain't No Disco" ... or is it? Youth culture and the Rave Phenomenon. V J. Epstein (ur.), *Youth Culture: Identity in a Postmodern World* (str. 195–211).
82. Trandafoiu, R. (2013). Music in Cyberspace: Transitions, Translations, and Adaptations on Romanian Diasporic Websites. V S. Krüger in R. Trandafoiu (ur.), *The Globalization of Musics in Transit: Music Migration and Tourism* (str. 298–317). Routledge.
83. Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. SAGE Publications.
84. Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Routledge.
85. Wiltsher, N. (2016). The Aesthetics of Electronic Dance Music, Part I: History, Genre, Scenes, Identity, Blackness. *Philosophy Compass*, 11(8), 415–425.
86. Zukin, S. (2012). "Whose Culture? Whose City?". V J. Lin in C. Mele (ur.), *The Urban Sociology Reader* (str. 349–357). Routledge.