

# Parti elektroničke glazbe kao liminoidni fenomen u potrošačkom društvu

---

Ćurković, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:580237>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-28**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET

Lucija Ćurković

**Parti elektroničke glazbe kao liminoidni  
fenomen u potrošačkom društvu**

(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI  
FILOZOFSKI FAKULTET  
Odsjek za kulturalne studije

Lucija Ćurković

Matični broj: 0066291544

Parti elektroničke glazbe kao liminoidni fenomen u  
potrošačkom društvu

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: prof.dr.sc., Diana Grgurić

Rijeka, 05.09.2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

FILOZOFSKI FAKULTET

IME I PREZIME STUDENTA: Lucija Ćurković

MATIČNI BROJ: 0066291544

**IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI RADA**

Izjavljujem da sam završni rad pod nazivom Parti elektroničke glazbe kao liminoidni fenomen u potrošačkom društvu izradila samostalno te sam suglasna o javnoj objavi rada u elektroničkom obliku. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, internetske stranice, zakoni i sl. u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature. U Rijeci, \_\_\_\_\_.2023.

---

## **Sadržaj**

1. Uvod.....	1
2. Ukratko o žanru .....	2
2.1. Ideološka nastojanja: tehno-utopija i znanstvena fantastika .....	2
3. Liminalnost i liminoidnost na partijima elektroničke glazbe.....	4
3.1. Parti elektroničke glazbe kao liminalni fenomen .....	5
3.2. Elektronička glazba i communitas.....	6
3.3. Parti elektroničke glazbe kao liminoidni fenomen .....	9
4. Festivali elektroničke glazbe i kupovanje iskustava u potrošačkom društvu.....	11
4.1. Iskustvena društva .....	11
4.2. Romantična etika i duh konzumerizma.....	12
4.3. O prirodi festivala .....	13
5. Analiza primjera: Outlook i Dimensions .....	15
5.1. Brendiranje.....	15
5.2. Prodaja identiteta: “Ono si što slušaš” .....	18
5.3. Butik festivali i kako underground postaje roba.....	19
6. Zaključak.....	21
7. Sažetak .....	22
8. Literatura:.....	24
9. Izvori .....	24

## 1. Uvod

Elektronička glazba i pripadajuća klupska scena predstavljaju specifičan fenomen unutar popularne kulture koji je redefinirao i promijenio tradicionalne norme vezane uz glazbenu produkciju i recepciju. Iako promjene u praksama stvaranja i slušanja glazbe nastaju kao rezultat tehnoloških inovacija, rastuća popularnost<sup>1</sup> ove glazbene scene ukazuje na potrebu da se istraži uloga partija i festivala elektroničke glazbe kao osnovnih društvenih situacija vezanih uz potrošnju popularne elektroničke glazbe (uz ostale sekundarne poput slušanja kod kuće ili u autu, korištenja u druge svrhe poput reklamnih itd.). Stoga je cilj rada razumijevanje ovog recentnog fenomena kao odraza potreba, svjetonazora i praksi suvremenog potrošačkog društva. Prvi dio rada započinje kratkom analizom estetike žanra kako bi se opisala njegova ideološka nastojanja i time pružio okvir za razumijevanje kasnije opisanih događaja (partija i festivala) elektroničke glazbe. Analizi se pristupa tako da se partije elektroničke glazbe uspoređuje s liminalnim obredima prijelaza, pri čemu se ocrta njihova ritualna uloga, ali i otvara pitanje o mogućnosti adaptacije predmodernih rituala u modernim društvima, kao i rezultatima takve adaptacije. Ta problematika uvodi u drugi dio rada u kojem se analiziraju festivali kao najprofitabilniji događaji ove scene, te se pomoću teorija potrošnje pokazuje kako preuzimaju prethodno opisanu ritualnu logiku u svrhu ostvarivanja profita.

Komodifikacijski proces pokazuje se i na konkretnom primjeru festivala Outlook i Dimensions. U pozadini ovih opisa je dinamika slobode i neslobode u potrošnji glazbenog žanra, pri čemu se u tradiciji kulturalnih studija kapitalističke operacije i potrošačku kulturu gleda kritički - kao na pol relativne neslobode, uslijed usmjerenosti na profit ili na puko izvlačenje materijalne koristi, koje barem dijelom narušava ili potiskuje slobodarske ili utopijske potencijale žanra.

---

<sup>1</sup>“Nastupi i festivali su ključni pokretač rastuće EDM industrije od 2010. Očekuje se da će Tomorrowland i drugi festivali, kao što je Electric Daisy Carneval proširiti tržište elektroničke plesne glazbe” (Future Market Insights, 2023) (<https://www.futuremarketinsights.com/reports/electronic-dance-music-market>)

## 2. Ukratko o žanru

Žanr elektroničke glazbe obuhvaća mnoštvo stilova koji su u konstantnom razvoju, a svaki od tih stilova ima distinktivna (pod)žanrovska obilježja koja se odražavaju i u praksama slušanja, oblikujući manje zasebne scene, od kojih bi svaka mogla biti predmet zasebne analize.<sup>2</sup> No, kako je cilj rada opisati funkciju koju događaji elektroničke glazbe imaju u suvremenom društvu, usmjerit ću se na one žanrovske odrednice koje su zajedničke svim stilovima, a kojima se elektronička glazba razlikuje od ostalih žanrova popularne glazbe. Time će se istaknuti općenitije žanrovske odrednice koje su u uskoj vezi s praksama slušanja i njihovom društvenom funkcijom. Kao ključni razlikovni element ističem uporabu nove tehnologije koja mijenja strukturu pjesme, pa tako i načine slušanja, te ulogu DJ-a kao osobe koja stvara glazbu pomoću te tehnologije.

### 2.1. Ideološka nastojanja: tehno-utopija i znanstvena fantastika

Za razliku od mnoštva popularnih formi koje evociraju nostalgiju, žanr elektroničke glazbe se u ideološkom smislu usmjerava prema novom i prema budućnosti; stilovi i podstilovi formiraju se i razvijaju paralelno s tehnološkim intervencijama, a ponekad se i samim nazivima - na primjer, *techno* ili *electro*, slavi elektronički zvuk. Fetišizacija mašine svoj trijumf doživljava rađanjem *techna*, čija je pojava „predstavljala prvi vidljiv simptom tehnološki orijentisanih kulturnih rekonfiguracija i kao takva je u kolektivnoj svesti doživljavana kao popularni agens ekspanzivne mašinizacije kulture“ (Sretenović, 2001: 325).

Analizirajući žanr znanstvene fantastike, Darko Suvin (1979: 4) uvodi koncept *novuma* koji definira kao isprva očuđujuće novine koje rezultiraju „spoznajnim očuđenjem“. Suvin kaže

---

<sup>2</sup> „...popularna elektronička glazba (EDM) raznolik je sveobuhvatni glazbeni žanr s više od 300 različitih podžanrova (McLeod u Cannon, Greasley, 2021:1).

„Od raštrkanih ritmova half-time dubstepa (D’Errico, 2015.) do ponavljajućih, hipnotizirajućih fraza transa (Shapiro, 2000.), EDM obuhvaća niz različitih elektronički proizvedenih glazbenih stilova.“ (Cannon, Greasley, 2021:1).

(1979: 5) kako žanr znanstvene fantastike „počiva na nadi pronalaska idealnog okoliša, plemena, stanja, inteligencije u nepoznatom“, pri čemu se pretpostavlja „mogućnost drugih, čudnih kovarijantnih koordinatnih sustava i semantičkih polja“. U elektroničkoj glazbi dolazi do dekonstrukcije semantičkog značenja, te „dekonstrukcije formativnih obrazaca pop muzike (fokus se pomera sa muzičke forme na teksturu zvuka i tembra)“ (Sretenović, 2001: 326): naglasak je na tzv. *kicku* i na sinkronizaciji ritma tijela i zvuka. Suvinov koncept koristan je za razumijevanje estetskog potencijala žanra elektroničke glazbe jer, na sličan način na koji žanr znanstvene fantastike sanja futurističke imaginarije u kojima tehnologija omogućuje ostvarenje fikcionalnih koncepata kao što su putovanje kroz vrijeme i paralelni svjetovi, u elektroničkoj glazbi tehnologija omogućuje eksperimentiranje sa zvučnim materijalom koje rezultira sintetičkim zvukom i sintetičkim iskustvom. Ljubav prema „mašinama“ i „neprirodnom“ zvuku<sup>3</sup> koji one sintetiziraju u znaku su tehno-utopijske težnje koja je prisutna i kod znanstvene fantastike, a *techno*, inspiriran zvukovima iz detroitskih tvornica izravan je primjer pronalaska glazbene inspiracije u promjenama koje je donijelo novo tehnološko doba. Nadalje, prepoznatljiv *acid* zvuk kojeg proizvodi sintesajzerski sekvencer samim nazivom upućuje na kemijsko, očuđujuće iskustvo<sup>4</sup>, dok *psytrance* i *dub*, poigravajući se sa zvučnim efektima stvaraju psihodelični, halucinogeni zvuk.<sup>5</sup> Ideološki temelji žanra znanstvene fantastike koje navodi Suvin - tehno-utopijska težnja, te želja za *novum*-om i očuđenjem u estetskom smislu – prisutni su i kod elektroničke glazbe. Strahovi o propasti smisla u tehnološkom dobu zamjenjuju se dubokim uranjanjem u tehnološko i pronalaženjem estetskog užitka u njemu: nova tehnologija ne postaje samo sredstvo elektroničke glazbe, već i simbol. Ono što je u povijesnoj avangardi (prvenstveno u talijanskom futurizmu) bilo tek obećanje i od društva slabo prihvaćen eksperiment, u suvremenosti postaje masovna činjenica življene kulture.

Fetišizacija mašine u žanru elektroničke glazbe dovela je do dehijerarhizacije uloga čovjeka i mašine u stvaralačkom procesu, pri čemu „mašina više nije samo instrument, alatka ili medij u službi umetničke imaginacije, (...) već aktivan, ravnopravan partner programiran za

---

<sup>3</sup> Neprirodnom u smislu da se zvučni materijal prerađuje pomoću tehnologije, za razliku od zvuka koji proizvode instrumenti

<sup>4</sup> Acid kao ulični naziv za LSD

<sup>5</sup> „Neko je zabeležio da dobar dub zvuči kao da studio za snimanje počne da halucinira.“ (Sretenović, 2001: 335)



punopravnu interakciju sa ljudskom inteligencijom.“ (Sretenović, 2001: 325). U kulturnoj pjesmi pionira elektroničke glazbe Kraftwerk, robotski glas ponavlja „We are the Robots“, a Ralf Hütter, jedan od članova sastava izjavio je: “Mi sviramo na našim muzičkim mašinama, a ponekad one sviraju nas.”(Sretenović, 2001: 326). Ako se publika okuplja pred DJ-pultom promatrajući ga kao svojevrsni oltar, onda DJ svoje 'sveto' prijestolje zasigurno dijeli s tehnologijom koja zauzima jednako važnu poziciju u kreiranju glazbe, a ponekad ga čak i zasjenjuje. Takvo gotovo religijsko štovanje tehnologije posebno je izraženo u *soundsystem* kulturi gdje audiofili svoju strast prema kvaliteti ozvučenja izražavaju erotizacijom zvučne opreme koja dovodi do savršenstva audio reprodukcije kakvo može proizvesti jedino nepogrešivost strojeva. Tako se na partijima *soundsystem*-a publika okreće prema zvučnicima i okuplja oko njih, čak i onda kada to znači da treba okrenuti leđa DJ-u i MC-ju.

Tehnologija je, kako se vidi, redefinirala tradicionalne glazbene norme i prakse slušanja, te omogućila etički ili ideološki pomak prema tehno-utopizmu. Pri tome se parti elektroničke glazbe znatno razlikuje od koncerta ostalih žanrova popularne glazbe. Neke temeljne razlike su: (1) neprekinutost trajanja (koja se očituje dugim setovima, pri čemu se izvedbe DJ-eva pretapaju jedna u drugu bez stanke, a partiji i festivali ponekad traju i danima); (2) interakcija publike i DJ-a se ne temelji na verbalnoj komunikaciji, kao ni interakcija među posjetiteljima, već je naglasak na plesu i kolektivnom doživljaju glazbe; (3) ova se glazbena scena više nego ijedna druga veže uz konzumiranje droga.

Sve ove specifičnosti podržavaju ideju o partiju kao imerzivnom (uranjajućem) iskustvu koje bi se moglo opisati i kao duhovno i transformativno. Pa premda je glazba oduvijek imala važnu ulogu u ritualnim praksama, te je služila kao sredstvo koje pomaže čovjeku da se približi duhovnim spoznajama, u modernim zapadnim društvima, u kojima su naglašeni individualizam, vjera u znanost i tehnološki napredak, dolazi do preispitivanja i odbacivanja predmodernih ritualnih praksi. Pri tome partiji u određenim segmentima preuzimaju funkciju tih praksi. Zato će se u nastavku priroda partija, te limiti njegovog utopijskog potencijala u potrošačkom društvu, promotriti iz perspektive antropologije.

### **3. Liminalnost i liminoidnost na partijima elektroničke glazbe**

Ranije navedene odlike elektroničke glazbe, poput repetitivnog ritma i dodatne dekonstrukcije semantike, ali i brisanje granice kreacija, izvedbe i potrošnje, kao i imerzivna priroda izvedbeno-plesnih okupljanja, naizgled odvaja rejvere od strukture svakodnevnog života. Zato

se na njihovo specifično iskustvo mogu primijeniti teorije liminalnosti, liminoidnosti i communitasa američkog antropologa Victora Turnera i njegovih teorijskih nasljedovatelja.

### **3.1. Parti elektroničke glazbe kao liminalni fenomen**

Referirajući se na Arnolda van Gennepa i njegovo temeljno djelo *The Rites of Passage* (1960), Victor Turner obrede prijelaza definira kao „rituale koji prate svaku promjenu mjesta, stanja, društvenog položaja i dobi“ (Turner, 1966:94). Sastoje se od tri faze. Prva faza obuhvaća “simboličko ponašanje koje označava odvajanje pojedinca ili grupe bilo od ranije fiksne točke u društvenoj strukturi, od skupa kulturnih uvjeta ("stanja"), ili od jednog i drugog“ (Turner, 1996: 95). Druga faza tj. liminalno razdoblje jest ono u kojem su „karakteristike ritualnog subjekta dvosmislene; on prolazi kroz kulturno područje koje ima malo ili nimalo atributa prošlog ili nadolazećeg stanja“ (Turner, 1996:95). Treća faza tj. reagregacija ili reinkorporacija jest ona u kojoj je transformacija završena, te subjekt rituala “ponovno ima prava i obveze prema drugima jasno definiranog i ‘strukturalnog’ tipa; od njega se očekuje da se ponaša u skladu s određenim običajnim normama“ (Turner, 1996: 95). Turner se posebno bavi liminalnošću, tranzicijskom fazom obilježenom stanjem koje je „nužno dvosmisleno, budući da to stanje i osobe koje se u njemu nalaze izmiču ili klize kroz mrežu klasifikacija koje inače lociraju stanja i pozicije u kulturnom prostoru“ (1966: 95). Drugim riječima, subjekt u liminalnom stanju napušta simboličku mrežu koja gradi strukturu društva i kulture, a bivanjem u prostoru između dva značenja odudara od poznatih normativnih kategorija. Ova simbolička nedorečenost, za Turnera „antistruktura“<sup>6</sup>, smješta liminalne entitete u položaj koji je „ni tamo, ni ovdje; oni su između pozicija uređenih zakonom, običajem, konvencijom i ceremonijalom“ (Turner, 1966: 95). Zbog imerzivne prirode takvih događaja, iskustvo partija elektroničke glazbe pokazuje sličnosti s liminalnim stanjem: plesači ulaskom u 'rave zonu' zaboravljaju svoje društvene uloge, otkrivajući tako organizirani prekid u strukturi.

Anistrukturalnost partija se ogleda u nekoliko karakteristika; prvenstveno, u odabiru lokacija

---

<sup>6</sup> „...pod tim (antistruktura) nisam mislio na strukturalni preokret, na odraz u zrcalu "profane" svakodnevne socioekonomske strukture, ili fantazijsko odbacivanje strukturalne "nužnosti", već oslobađanje ljudskih sposobnosti spoznaje, afekta, volje, kreativnosti, itd., od normativnih ograničenja nametnutih zauzimanjem niza društvenih statusa, igranjem mnoštva društvenih uloga i oštrom sviješću o sudjelovanju u nekoj korporativnoj grupi kao što je obitelj, loza, klan, pleme, nacija itd., ili o pripadnosti nekoj prožimajućoj društvenoj kategoriji kao što je klasa, kasta, spol“ (Turner, 1982: 44)

(poput mjesta u prirodi, podruma, napuštenih prostora i sl.) izoliranih od gradske svakodnevice i udaljenih od pogleda autoriteta. Također, uređenje tj. scenski dizajn prostora, obično usmjeren na svjetlosne i vizualne efekte, kao što su laseri, 3D projekcije i svjetlosne instalacije, koji mogu utjecati na percepciju fizičkog prostora - također ostavlja dojam neuobičajenog i transformativnog okruženja. Osim izmijenjene percepcije prostora, zbog dugog trajanja i kontinuiranog toka glazbe, kod sudionika može doći i do izmijene u percepciji vremena. Ovakvom vremensko-prostornom distorzijom ostvaruje se preduvjet za doživljavanje trenutka, „koji je 'unutar i izvan vremena', te unutar i izvan sekularne društvene strukture“, što je specifično za liminalne obrede (Turner, 1966: 95). Dijeljenje liminalnog iskustva posjetiteljima otkriva „prepoznavanje (u simboličkom obliku koji nije uvijek jezik) temeljne društvene veze“, odnosno *communitasa* (Turner, 1966: 95). Prema Turneru (1966: 97), društvo je „strukturiran, diferenciran i često hijerarhijski sustav (...) koji razdvaja ljude pojmovima 'više' ili 'manje““. Ljuska povezanost u društvenoj zajednici postoji jer ih društvo kao organizirani sustav drži na okupu, ali ih istovremeno i odvaja rasporedom u strukturi - takva veza čini jedan od dva oblika međuljudske povezanosti. Suprotno tomu, *communitas* postoji kao model koji se javlja „prepoznatljivo u liminalnom razdoblju“ jer se tada društvo doživljava „kao nestrukturiran ili rudimentarno strukturiran i relativno nediferenciran *comitatus*, zajedništvo jednakih pojedinaca koji se skladno podvrgavaju općem autoritetu obrednih starješina.“ (Turner, 1966: 96). Kod liminalnih rituala, dolazi do „gubitka ili homogenizacije sekularnih distinkcija statusa“ (Turner, 1966: 95), a na sličan način se na partijima elektroničke glazbe kroz kolektivno iskustvo glazbe i plesa stvara osjećaj jedinstva; društvene norme i hijerarhije postaju fleksibilnije, čineći vjerojatnijim ostvarivanje veza i interakcija koje se možda ne bi dogodile u svakodnevnom životu.

### **3.2. Elektronička glazba i *communitas***

Svi navedeni elementi pridonose imerzivnom iskustvu partija, no pri tome važnu ulogu ima i imerzivnost (uranjajuća priroda) same glazbe koja sadrži ponavljajuće taktove, hipnotičke ritmove i slojevit u zvučnu teksturu. Estetika elektroničke glazbe temelji se na konstruiranju zvuka „koji koristi vibracije kako bi, osim sluha, potaknuo taktilna, haptička i kinestetička osjetila“ (Garcia, 2015: 60). Luis-Manuel Garcia, etnomuzikolog koji se posebno bavi elektroničkom glazbom, objašnjava kako ovi stilovi prizivaju taktilnost kroz niz modaliteta, između ostalog kroz „žanrovsku estetsku konvenciju stavljanja beat-a u prvi plan“, odnosno „prevagu perkusivnih zvukova, koji služe kao zvučni indeksi objekata iz stvarnog svijeta koji

udaraju, trljaju se i vibriraju“(Garcia, 2015: 61). Takvi zvukovi generiraju „osjećaj tjelesnog utjecaja kroz pojačane bass frekvencije i oštro nagnute ovojnice amplitude“ (Garcia, 2015: 61). Osobitost elektroničke plesne glazbe autor objašnjava ovako:

*„Sveprisutnost i fundamentalnost bass-kick-a može se vidjeti u njegovoj kolokvijalnoj nomenklaturi unutar EDM scene kao 'beat' ili 'beatovi', pripisujući metričko-strukturne kvalitete jednom sloju zvučne teksture. Doista, česta kritika na račun žanra jest da se sastoji 'samo od beat-ova', dajući prednost elementima koji bi se konvencionalno smatrali funkcionalnima, na račun glazbenog 'sadržaja' kao što su melodija i harmonija. Ali ono što signalizira prazninu ovog žanra njegovim kleveticima, također je ono što prenosi osjećaj punoće njegovim ljubiteljima. Zaista, glazbene teksture većine EDM pjesama sastoje se primarno od višestrukih slojeva perkusije kroz više frekvencijskih raspona.“* (Garcia, 2015: 61)

Nadalje, autor svoju argumentaciju o taktilnosti zvuka popularne elektroničke glazbe potvrđuje i referirajući se na DJ-a Nicka Höppnera, te producenta, DJ-a i teoretičara afekata u studijama zvuka Stevea Godmanna. Hoppner opisuje iskustvo slušanja techna kao „ono u čijoj su biti glasnoća i bas“ pri čemu „ne samo da čujete glazbu, već ona također ima izravan, tjelesni utjecaj“ (Hoppner u Garcia, 2015: 61), a ovu tvrdnju temelji „na učincima kombinacije niskih frekvencija i visokih amplituda koje utječu, prodiru i rezoniraju u tijelu“ (Garcia, 2015: 62). Godmann pak govori o perkusijama niskih frekvencija unutar tzv. 'sub-bass' raspona koji se proteže ispod praga ljudskog sluha - iako se zvuk na ovim frekvencijama ne može čuti, osjeti se u tijelu kao vibracija. Godmann objašnjava (Godmann u Garcia, 2015: 63) da se zvuk „potpuno rastvara u taktilne vibracije na frekvencijama od oko 20 herca“. Time se naglašava svojstvo niskofrekventnih zvukova da “'protječu' kroz niz senzornih oblika kao što su sluh, dodir i propriocepcija“ (Garcia, 2015: 64).

U kasnijem istraživanju Garcia pristupa emski i primjećuje da ljubitelji elektroničke glazbe govore o „vibe-u“<sup>7</sup> kako bi opisali osjećaj zajedništva koji se na partiju ne izražava riječima ili

---

<sup>7</sup> „Upotreba "vibe-a" u ovim kontekstima prvenstveno je metaforička, ukazuje na raspoloženje, atmosferu, kolektivni osjećaj i osobno raspoloženje. Međutim, ova uporaba potječe iz više doslovnog razumijevanja vibracije koje proizlazi iz korijena pojma na sjecištu afričkog i europskog kontrakturnog naslijeđa (St. John

drugim uobičajenim socijalnim interakcijama, već doživljavanjem iste 'vibracije' koju predvodi DJ-ev set: *beat* ili *vibe* utjelovljuje zvuk kao afektivnu silu „zaslužnu za dovođenje rasplesane publike u sinkronizaciju i solidarnost“ (Garcia, 2020: 2). Na njujorškoj *underground* sceni 90-ih, „vibe“ se počinje koristiti kako bi se označio „oblik energije koji urušava granice između individualnog i kolektivnog glazbenog iskustva, koji proizlazi iz interakcije DJ-a i plesača, te ritma plesne glazbe kao 'sinkronizacijske sile““ (Fikentscher u Garcia, 2020:80). Zvuk prolazi kroz tijela koja, ako se sinkroniziraju sa zvukom, na neki način postaju njegovo utjelovljenje. Sinkronizirajući svoje tijelo s 'beat-om', plesači se sinkroniziraju i s prostorom koji zvuk ispunjava, ali i međusobno. Takvo vibracijsko usklađivanje („vibracijska afektivnost“) „preoblikuje događaje elektroničke plesne glazbe u mjesta društvenog, zvučnog i afektivnog *usklađivanja* – što se odnosi na ulazak (ili ispadanje iz) 'sinkronizacije' s 'vibrom' drugih i/ili okoline.“ (Garcia, 2020: 10) Tako gledano, 'vibe' predstavlja metaforu za afektivno stanje ali i „sastavni element zvuka kao utjelovljenog iskustva“ (Luis-Manuel, 2020: 8), a kao kolektivna energija koju generira elektronička glazba, analogan je Turnerovom konceptu *communitasa*: „pojedinci koji stupaju u interakciju jedni s drugima u spontanom *communitasu*, postaju potpuno apsorbirani u jedan sinkronizirani tekući događaj“ (Turner, 1966: 48).

Jasno je iz svega navedenog da parti kao plesni događaj ima neke odlike liminalnosti, te, u afektivnom smislu, zadovoljava definiciju *communitasa*. Nije dakle neobično da su pojedini 'nasljednici' Turnera zainteresirani za elektroničku glazbenu scenu bili spremni slaviti njen utopijski i transformativni karakter:

„*Rave i drugi plesni događaji preuzeli su transformacijsku logiku obreda prijelaza („rites of passage“), pri čemu su rejveri 'liminari' par excellence. Bilo da se radi o izvještajima praktičnih istraživačkih pristupa, ili o znanstvenim raspravama, ili o onima koji kombiniraju*

---

2013). Ulazak termina u leksikon kontrakture oslanjao se na vernakularne pojmove alternativnog, subverzivnog znanja koji su bili utemeljeni na teozofskim/spiritualističkim idejama 'kozrogene vibracije' kao i tehnološkog napretka u prijenosu zvučne vibracije u elektromagnetsku informaciju. (Kahn 2004, St. John 2013) Osobito istaknute u psihodeličnoj kontrakturni – koja je i sama važna preteča kulture elektroničke plesne glazbe – vibracije su zamišljene kao nevidljiva povezujuća sila između sudionika, koja obećava stvoriti veze kroz zvuk i prevladati hijerarhije i antagonizam hegemonističke kulture.“ (Luis-Manuel 2020:7, 8).

*te pristupe, literatura o kulturi elektroničke plesne glazbe nudi svjedočanstva o moći koju rave, techno, house, psytrance itd., imaju u transformaciji sudionika, koji obično tvrde da su navedeni događaji promijenili njihove živote, uzrokujući formiranje društvenih veza, preispitivanje stila života, potrošačkih i odnosnih obrazaca, te kreiranje sve više i više rejvova. U onim događajima gdje se potiče ekonomski i estetski doprinos sudionika, kulture endogene za te događaje pečatirane su imprimaturom transformativne mogućnosti.“*  
(Graham, 2017:10)

Ipak, cilj ovog rada je kritički nadopuniti ovakvu pozitivnu i pomalo naivnu viziju događaja elektroničke glazbe. Pri tome je moguće ostati unutar konceptualnog aparata Victora Turnera.

### **3.3.Parti elektroničke glazbe kao liminoidni fenomen**

Žanrovske karakteristike elektroničke glazbe, mjesta na kojima se partiji održavaju, prostorno uređenje, a ponekad i razne droge, pa čak i sam ples, djeluju zajedno kako bi pojačali senzacije i potaknuli postizanje afektivnih stanja svijesti sličnih liminalnom stanju, pri čemu se mijenja percepcija vremena i prostora, subjektivnost se gubi, a osjećaj zajedništva raste. Pritom sudionici privremeno napuštaju svoje društvene uloge, da bi kasnije bili spremni za povratak u strukturu svakodnevice. No, dok sve spomenute karakteristike nalikuju 'antistrukturi', ovakvi događaji ne dovode do trajnih promjena položaja u društvenoj strukturi. Ključno pitanje je „olakšavaju li ti događaji transformacije u osobnim, društvenim i kulturnim uvjetima u skladu s modelom obreda prijelaza koji obično preuzimaju, ili su više slični prijelaznim svjetovima, paralelnim kulturnim svemirima i liminalnim mini-državama u koje se posjetitelji događanja i oduševljeni liminari uvijek iznova vraćaju?“ (Graham, 2017: 17).

U kasnijem radu Turner (1982) uvodi pojam liminoidnosti kako bi istaknuo razliku između više strukturiranih obreda prijelaza s jasno definiranim tranzicijama i društvenim ulogama koje subjekt zauzima prije i poslije obreda, te onih iskustava koja pokazuju elemente liminalnosti ali se javljaju u manje formalnim kontekstima, spontanija su, nemaju strogo definirane simbole i prakse, i dio su osobnog izbora pojedinca. Njihov je transformativni potencijal bitno smanjen, kao i njihova antistrukturalna uloga. Liminalni fenomeni su specifični za predmoderna društva, dok se liminoidnost javlja „s počecima industrijalizacije i mehanizacije, pretvorbom rada u robu i pojavom stvarnih društvenih klasa“ (Turner, 1982: 53). U modernim društvima, kultura „pokušava pomiriti razlike između ljudskosti i tehnologije, (...) zamjenjujući prirodne ritmove logikom tehnoloških procesa, te istovremeno

prikrivajući njihov eksploativni karakter“, a u konačnici dolazi do toga da se „smanjuju potencijalno neograničene slobode liminoidnih žanrova u proizvodnji formi srodnih cilju integracije humanizma (u smislu modernog, neteističkog, racionalističkog gledišta koje smatra da je čovjek sposoban za samoispunjenje (...)) i tehnologije“ (Turner, 1982: 53, 54). Turner (1982: 55) tvrdi da, s obzirom na to da je u pitanju voljni odabir, a ne društvena obaveza, većina ljudi doživljava liminoidnost kao slobodniju u odnosu na liminalnost. No, upravo zbog toga je „liminoidnost više poput tržišne robe - dakako, često je roba koju netko odabire i plaća – nego liminalnost, koja pobuđuje odanost i vezana je uz nečije članstvo ili željeno članstvo u nekoj visoko korporativnoj grupi“ (Turner, 1982: 55). Time se nazire veza s komercijalnim aspektom događaja elektroničke glazbe koji kao voljni odabir posjetitelja, te manje strukturirani ritualni oblik nego što su to predmoderni ritualni, pripada kategoriji liminoidnih fenomena. Kako je zapravo riječ o obliku plaćene zabave, spontanost postaje ključna te izostaju strogo definirane ritualne prakse, a time i ključni prijelaz iz jedne društvene pozicije u drugu. Ako se napravi analogija s konceptima igre i rada, koji se u kapitalističkom svijetu poimaju kao polarne suprotnosti, tada je liminoidnost vezana uz igru i nastaje kao jedan oblik ispunjavanja slobodnog vremena u potrošačkom društvu. Liminoidno iskustvo je ono kod kojeg dolazi do „odvajanja od strukture bez ukorijenjenosti u zajednici, ritualu transformacije ili odgovarajućeg ritualnog vodstva“, te je u mnogim slučajevima „umjetno i ne uključuje nužno kritični aspekt prijelaza iz jednog stanja bića u drugo“. <sup>8</sup> To vrijedi i za partije elektroničke glazbe, jer se nakon završetka događaja posjetitelji vraćaju svojim prethodnim stanjima i ulogama u društvu.

Ako kultura, kao što Turner smatra, pokušava pomiriti razlike između tehnologije i ljudskosti, onda se i partiji elektroničke glazbe mogu razumjeti kao popularnokulturna liminoidna forma koja obnaša ovu funkciju tako što nudi privremeni bijeg od mehanicističkog života u tehnološkom dobu, čineći ga podnošljivijim. Eksploativni karakter prikriva se samim time što se pronalaze i nude načini koji nedorečenosti sustava čine prihvatljivima, ali i time što su i glazbena i kreativna industrija nerijetko vođene logikom profita, a ne stvarnim potrebama

---

<sup>8</sup> Carson, T. (n.d.) A Liminality Primer, The Liminality Project, URL: (<https://www.theliminalityproject.org/the-liminality-primer/>)

publike. Liminoidni fenomeni stoga nastaju kao varijacija liminalnosti koja ne podriva sustave na kojima moderna društva počivaju.

Vraćajući se na početno pitanje, potrebno je nadopuniti interpretaciju partija kao forme liminalnog obreda; onom koja uzima u obzir da događaji elektroničke glazbe, kao zasebni svjetovi, na pojedinačnoj razini nude liminoidna iskustva i tako obnašaju važnu ritualnu ulogu u kontekstu suvremenog društva.

U nastavku rada, argument o partiju kao liminalnom i liminoidnom iskustvu, nadopunit će se kritičkim razmatranjem festivala elektroničke glazbe kao oblika višednevnog partija koji se na tržište plasira u komercijalne svrhe, te dodatno napušta utopijski i transformativni impuls liminalnosti, umanjujući potencijal liminoidne igre.

#### **4. Festivali elektroničke glazbe i kupovanje iskustava u potrošačkom društvu**

Parti elektroničke glazbe glavni je oblik realizacije scene i jedna od njezinih najvažnijih praksi. Festivali elektroničke glazbe u najjednostavnijem smislu mogu se opisati kao više susljednih i obično preklapajućih partija, koji traju i po nekoliko dana, pa ne čudi da su jedan od najprofitabilnijih sektora ove glazbene industrije. U širem smislu oni su odraz promjene ideološkog fokusa i širih društvenih mijena u kapitalizmu. Festivalizacija se javlja u drugoj polovici 20.st.<sup>9</sup> te je povezana s komodifikacijskim procesom koji tada počinje zahvaćati sve više segmenata čovjekova života.

##### **4.1. Iskustvena društva**

Waldemar Cudny se u knjizi *Festivalisation of urban spaces: Factors, processes and effects* (2016) bavi definiranjem pojma i pojavom trenda festivalizacije. Autor „festivalski boom“ objašnjava u kontekstu širih društvenih promjena: pojavu trenda smješta (Cudny, 2016:11) u 20. st. koje je obilježeno prijelazom na postindustrijski način proizvodnje, te porastom životnog standarda i demografskim rastom. Ljudi imaju i više sredstava i više slobodnog vremena, osnovna egzistencija više nije upitna, pa se javlja želja za ispunjavanjem ‘viših potreba’ što rezultira time da kultura postaje sve važniji ekonomski sektor. Porast značaja kulturne industrije i njezinih proizvoda događa se paralelno s formiranjem kreativne klase čiji

---

<sup>9</sup> “Pojavu festivalskog 'boom'-a u drugoj polovici 20.st. objasnio je Cudny (2014b).” (Cudny, 2016: 21)



proizvodi nisu više rezultat obrtničkog i manufakturnog rada, već su to informacije, znanje i ideje. Još jedan faktor ključan za pojavu festivalizacije je „fenomen etike igre i iskustvenog društva”, tipičan za tzv. „hiperfestivna društva“ ili „društva spektakla“ (Davies u Cudny, 2016: 29). Ta su društva obilježena promjenom u kojoj „roba koja se prodaje na tržištu više nisu samo konkretni proizvodi, već i emocije i iskustva“ (Stasiak u Cudny, 2016:30). Koncept iskustvenih društava razradio je Jeremy Rifkin u knjizi *Doba pristupa: Nova kultura hiperkapitalizma u kojoj je život iskustvo za koje se plaća* (2005). Referirajući se na Rifkina, Krešimir Peračković (2008:990) objašnjava ideju o „životu kao iskustvu za koje se plaća“. Naime, Rifkin tvrdi da smo ušli u „doba pristupa“ u kojem se vlasništvo više ne prodaje, već posuđuje, a time se i klasične uloge prodavača i kupca zamjenjuju ulogama poslužitelja i klijenta. Još jedna odrednica doba pristupa je da se „industrijska proizvodnja zamjenjuje kulturnom proizvodnjom“, čime se uspostavlja osnova hiperkapitalizma u kojem se trguje „pristupom kulturnim iskustvima“ (Rifkin u Peračković, 2008: 990). Etika rada zamjenjuje se etikom igre - ne komodificiraju<sup>10</sup> se samo proizvodi rada već i igra, „jer se sada prodaju kulturna dobra u obliku plaćene zabave“ (Peračković, 2008:991). Iz takve vrste komodifikacije nazire se paradoks kapitalističke ideologije koja nalaže da je potrebno raditi, kako bi se tijekom slobodnog vremena moglo uživati u potrošnji. U konačnici, sve „osim obiteljskih odnosa“<sup>11</sup> poprima robne karakteristike, svaki segment života postaje iskustvo za koje se plaća. Pretvorba doživljaja i iskustva u robu dovodi do „potrage za iskustvenim praznicima”, što podržava „usmjeravanje prema većoj potrošnji kulturnih dobara i iskustava, uključujući festivale“ (Quin u Cudny, 2016:30).

#### **4.2. Romantična etika i duh konzumerizma**

Komodifikacija iskustava javlja se paralelno sa spomenutim promjenama koje su pratile razvoj potrošačkog društva. No, za bolje razumijevanje novih potrošačkih navika potrebno je dublje istražiti njihove korijene. Colin Campbell temelj iz kojeg se izgradilo potrošačko

---

<sup>10</sup> Komodifikacija nastaje kao rezultat procesa marketizacije društva, a označava „proširenje koncepta robe od materijalnih proizvoda i usluga do međuljudskih odnosa, simboličkih značenja, prodaje osobnosti i nekih nematerijalnih resursa postindustrijskog doba kao što su npr. doživljaj, ugođaj, događaj i iskustvo“ (Peračković, 2008: 986).

<sup>11</sup> „Kapitalističko putovanje započelo je komodificiranjem prostora i materijalnog, a završilo komodifikacijom ljudskog vremena i trajanja te je gotovo svaka djelatnost izvan granica obiteljskih odnosa postala iskustvo za koje se plaća...“ (Peračković, 2008: 991)

društvo nalazi već u 18.st. u tadašnjoj „romantičnoj etici“ koja je pratila industrijalizaciju (Campbell u Storey, 2017:11). Campbell prepoznaje (Campbell u Storey, 2017:13) pomak od potrage za užitkom u posjedovanju objekata ili određenim praksama (u specifičnim iskustvima) prema potrazi za užitkom u značenju objekata i praksi (u svim iskustvima), na temelju kojeg određuje razliku između tradicionalnog i modernog hedonizma. Taj pomak nastaje kao rezultat svijesti da subjekt ima kontrolu nad emocijama: „Uvjerenja, postupci, estetske preferencije i emocionalni odgovori više nisu bili automatski diktirani okolnostima, već voljom pojedinca“ (Campbell u Storey, 2017: 11). Romantični koncept sebstva uključivao je vjeru u vlastite osjećaje i oslanjanje na vlastitu unutrašnjost, te se javlja 'predanost iskustvu' kao „doktrina koja tvrdi da treba tražiti iskustva i zatim iz njih učiti“ (Storey, 2017: 12). Stoga postaje važno doživjeti različita iskustva, a izričito užitak. U skladu s time, romanticizam je obilježen specifičnim pristupom umjetnosti, posebno poeziji<sup>12</sup>, prema kojem je čitatelj kreativni akter koliko i pisac jer jedino kreativnim promišljanjem može interpretirati i generirati značenje, a takvo ga iskustvo obogaćuje. Campbell zaključuje da je predanost iskustvu užitka „doktrina koja pruža intelektualno opravdanje potrošačkom načinu života kao moćnom iskustvu pomoću kojeg možemo spoznati sebe i svijet“ (Campbell u Storey, 2017: 12). Festivali elektroničke glazbe također postaju prilika za ostvarivanje novih i neobičnih iskustava koja obogaćuju potrošača nudeći mogućnost generiranja kulturnog i društvenog kapitala. Pozivajući na danonoćnu zabavu, festivali gotovo materijaliziraju hedonizam i “predanosti iskustvu”, te su primjer koji pokazuje kako se doktrine romantične etike u suvremenom potrošačkom društvu dovode do ekstrema.

### **4.3. O prirodi festivala**

Sam pojam festivala je kompleksan jer obuhvaća široki spektar događaja koji potječu iz najstarijih čovjekovih ritualnih praksi. Suvremeno poimanje festivala vezano je uz promjenu u shvaćanju uloge kulture u društvu koja se događa „prijelazom s industrijske na postindustrijsku ekonomiju“, te „deindustrijalizacijom društava čija se ekonomija temeljila na uslugama, uključujući one vezne uz zabavu i kulturu“ (Cudny, 2016: 13). Kulturni proizvodi

---

<sup>12</sup> Campbell tvrdi da je romantičarska teorija poezije, s vjerovanjem u moralnu obnovu kroz užitak, 'dovela do stvaranja distinktivnog ideala karaktera, koji je, iako se najočiglednije primijenjivao na umjetnika, također trebao služiti potrošaču ili 'rekreatoru' njegovih [ili njezinih] proizvoda' (Stoery, 2017: 13)

postaju sve važnija komponenta ekonomije razvijenih zemalja, gradeći tako „kulturnu ekonomiju“ (Cudny, 2016: 13), a šira ponuda kulturnih proizvoda znači i veći broj festivala. S obzirom na to da su festivali kulturni događaji, Cudny polazi od objašnjenja pojma događaja (eng. *event*), oslanjajući se pritom na definiciju Donalda Getza u kojoj se kao važan aspekt planiranih događaja ističe da „nikada nisu isti i morate biti prisutni kako biste u potpunosti uživali u jedinstvenom iskustvu; ako propustiš događaj, to je izgubljena prilika“ (Getz u Cudny, 2016: 14). Iz navedenog proizlazi da je „temelj svake manifestacije pravilno osmišljeno, zanimljivo, neobično i jedinstveno iskustvo“ jer takva ponuda privlači publiku (Getz u Cudny 2016: 15). Ovaj naglasak na iskustvenom faktoru događaja pokazao se ključnim za proliferaciju festivala u novom potrošačkom društvu, a posebno festivala elektroničke glazbe gdje se zbog vremenske i prostorne koncentracije sadržaja prije navedene značajke partija intenziviraju.

Nakon definiranja „događaja“, Cudny nudi sistematičan pregled definicija festivala koje dolaze iz različitih disciplinarnih područja, a svaka naglašava neki drugi aspekt.

Najrelevantnija za ovaj rad je definicija antropologa Alberta Piettea prema kojoj su festivali sredstva kojima se „osnažuje uspostavljeno društvo“, kontradiktorni u svojoj osobitosti da „poništavaju društvene konvencije kako bi ih ojačali“ (Piette u Cudny, 2016:17). Time je festival „izbačen iz svoje prave logike, logike rituala, pravila i propisa, igre i ambivalencije“ (Piette u Cudny, 2016:17). Takav tip festivala Piette (Piette u Cudny, 2016: 17) određuje kao ‘transgresijske’, a u tu kategoriju spadaju glazbeni i ostali festivali namijenjeni kulturama mladih. Kao njihovu funkciju ističe privremeno remećenje uspostavljenog društvenog poretka, a takva je definicija u skladu s prethodnom opisanom funkcijom partija elektroničke glazbe kao liminoidnih prostora 'antistrukture', koji privremeno poništavaju strukturu kako bi je ojačali. Pritom festivali kao koncentrirani i dugotrajniji događaji u još većoj mjeri nego partiji preuzimaju “liminalne uvjete i karnevalesknu logiku” obreda prijelaza (Graham, 2017:10). Spomenuta kontradikcija se krije upravo u takvoj vrsti privremenog i površnog odbacivanja strukture, koje naposljetku pomaže u njezinom perpetuiranju. Za razliku od toga, Alessandro Falassi (Cudny, 2016:17) ističe subverzivni karakter festivala transgresije definirajući ih kao “posebnu vrstu događaja koje organiziraju ljudi protiv establišmenta i društvenog poretka koji on predstavlja“. Bez obzira pristupi li se glazbenim festivalima kao događajima koji poništavaju konvencije kako bi ih ojačali, ili pak kao izrazu subverzije, važan aspekt festivala transgresije je da „omogućavaju ljudima bijeg od svakodnevne rutine,

napuštanje svakodnevnih uobičajenih društvenih uloga i prelazak u svijet hedonističke, često nekontrolirane zabave“ (Cudny, 2016:17). Drugim riječima, takvi događaji “odvođe ljude izvan njihovog uobičajenog ponašanja u vremenu i prostoru” tako što “nude neobične aktivnosti i izazivaju osjećaje i emocije koji su vrlo različiti od uobičajenih i materijalnih rutina radnog dana“ (Davies u Cudny, 2016: 17). Jasno je kako su ove interpretacije klasičnog festivala u bliskoj vezi, ali dijelom i u "političkoj" suprotnosti sa suvremenim komercijalnim festivalom elektroničke glazbe koji uglavnom nije transgresivan ili subverzivan. U trenutku kada festivalizacija umjesto prigrljivanja transgresije i utopije postaje primarno kapitalistička "eventizacija" i iskaz spektakla, parti elektroničke glazbe se pretvara u svoju ideološku sjenu.

## 5. Analiza primjera: Outlook i Dimensions

*Outlook* festival održavao se na utvrđi Fort Punta Christo u Štinjanu od 2010. do 2019.g., a na istoj lokaciji se od 2012. g. pod istim organizacijskim timom počinje održavati i *Dimensions*. Iako su usmjereni na različite vrste elektroničke glazbe, *Dimensions* i *Outlook* se mogu promatrati kao jedan brend (odnosno 2 proizvoda jednog brenda) koji godinama uspješno održava poziciju na vrlo konkurentnom tržištu. Analizirat će se način na koji se formira imidž robne marke; kroz same proizvode koje plasira (realizirani festivali), te kroz medijsku reprezentaciju - a s ciljem da se pokaže kako se komodifikacijski procesi odvijaju na sceni *underground* elektroničke glazbe.

### 5.1. Brendiranje

*Outlook* je festival bas glazbe i *soundsystem* kulture, a *Dimensions* nastaje kao svojevrsna inačica namijenjena ljubiteljima „house-a, techna i više eksperimentalnim oblicima EDM-a“ (Mouraviev, 2022). Oba festivala brendiraju se kao *underground* festivali, što je vidljivo s obzirom na produkciju festivala, ali i kroz komunikaciju s publikom na društvenim mrežama i *web* stranicama. Brendiranje nastaje kao rezultat komodifikacijskog procesa u kojem ljudi počinju pridavati simboličko značenje robi, što se odnosi na “pripisivanje neke dodane, kulturno definirane vrijednosti” (Peračković, 2008: 997). Identitet branda izražava se kroz komunikacijske strategije i sam proizvod ili uslugu, no prije analize konkretnog primjera, potrebno je razmisliti o pojmovima 'underground' i 'mainstream' koji se nalaze u većini stručne literature i medijskih tekstova o elektroničkoj glazbi, ali njihovo kontekstualno značenje uglavnom ostaje nerazjašnjeno. Općenito, 'underground' znači “ono što postoji izvan establišmenta; ono što je proizvedeno izvan establišmenta, posebno od strane avangarde”, dok

'mainstream' znači "imati, odražavati ili biti kompatibilan s prevladavajućim stavovima i vrijednostima društva ili grupe"<sup>13</sup>. Počeci elektroničke glazbe i pripadajuće klupske scene pripadali su *underground*-u; mali broj posjetitelja odlazio je na ilegalne partije u napuštenim prostorima. *Underground* je ono što je neovisno o dominantnim stavovima i idejama, pa tako i u financijskom smislu neovisno o komercijalnim institucijama. Stoga *underground* glazba ne podliježe komercijalizaciji, nije motivirana maksimizacijom profita i ne koristi obrasce koji su se već pokazali uspješnima kod publike, već teži originalnosti i kreativnosti. Unutar žanra elektroničke glazbe glavna tenzija je također ona između autentičnosti i komercijalizacije. Elektronička glazbena scena je iz kontrakulture prerasla u globalni fenomen što je značilo više publike, DJ-eva, glazbe i podžanrova. Od *underground* početaka do danas, vidljiv je proces komercijalizacije koji se očituje u proliferaciji masovnih glazbenih događaja „s velikim sponzorima i brendovima koji ulažu milijune dolara u ove događaje“, usmjerenih na „headlinere i poznate izvođače, a ne na eksperimentalnije zvukove koji pomiču granice i koji neprestano definiraju underground scenu te potom prodiru u mainstream“<sup>14</sup>. Komercijalizacija znači da profit postaje prioritet, a rezultat je nedostatak inovativnosti i autentičnosti u žanru, budući da će se „umjetnici i izdavačke kuće vjerojatnije držati provjerenih formula za koje postoji veća vjerojatnost da će biti komercijalno uspješne“<sup>15</sup>. Takva se politika protivi vrijednostima na kojima se scena izgradila.

*Underground* vrijednosti Outlook-a i Dimensions-a vidljive su prvenstveno u glazbenom programu koji se sastoji od nekomercijalne glazbe i izvođača koji su nerijetko reformirali ili oformili određeni podžanr - ali su ostali dosljedni originalnosti i neprestanom eksperimentiranju sa zvukom, te u tom smislu (bez obzira jesu li stekli širu popularnost)

---

<sup>13</sup> „underground“, Merriam-Webster.com (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/underground>); „mainstream“, Merriam-Webster.com (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/mainstream>)

<sup>14</sup> Groove, A. (2023.) *From Underground to Mainstream: The Impact of Commercialization on Electronic Music's Authenticity and Inclusivity*, electronic groove, (<https://electronicgroove.com/from-underground-to-mainstream-the-impact-of-commercialization-on-electronic-musics-authenticity-and-inclusivity/>)

<sup>15</sup> Groove, A. (2023.) *From Underground to Mainstream: The Impact of Commercialization on Electronic Music's Authenticity and Inclusivity*, electronic groove, (<https://electronicgroove.com/from-underground-to-mainstream-the-impact-of-commercialization-on-electronic-musics-authenticity-and-inclusivity/>)

ostaju izvan mainstream-a - ili izvođača koje široj publici tek treba predstaviti. Kod Outlook-a se to očituje i u „bliskoj povezanosti sa 'zlatnim dubstepom, drum & bassom, [i] britanskim garage-om' (Unicomb 2018), pri čemu je 'zlatno doba' šifra za britanske formacije ovih žanrova prije njihove asimilacije u mainstream EDM kulturu nakon 2008.“ (Mouraviev, 2022.) Autentični – „ne iz SAD-a“ dubstep (Mouraviev, 2022) sama je srž festivala koji među publikom dobiva status istinskog dubstep događaja. 2015-te g. slogan festivala je glasio: „najveća proslava soundsystem kulture u Europi“, a to potvrđuju i ostali mediji iz svijeta elektroničke glazbe. Resident Advisor u jednoj od reportaža Outlook opisuje kao „vjerojatno najbolji događaj bass glazbe na svijetu“<sup>16</sup>, dok ga hrvatski portal Pozitivan Ritam naziva „najvećim europskim festivalom bass glazbe i soundsystem kulture“<sup>17</sup>. Velika posjećenost Outlook-a i skupa tehnička oprema koja se dovodila u Štinjan iz Velike Britanije potaknuli su organizatore na proširenje ponude izvan granica bass glazbe; odluka da se održi još jedan festival na istoj lokaciji, tjedan dana nakon *Outlook*-a, smisljeni je poduzetnički pothvat. Na službenoj *web* stranici, *Outlook* se predstavlja kao „svjetski poznati festival koji slavi žanrove unutar soundsystem kulture; grime, garage, afrobeats, hip hop, rap, reggae, dub, dubstep, jungle, drum & bass i sve između“, a kao kvalitete naglašavaju se „pozornost na detalje, puristički, *underground* etos i umjetnički program“<sup>18</sup>. Iako na *web* stranici *Dimensions-a* nema odjeljka „about“, na društvenim mrežama festivala se mogu prepoznati iste vrijednosti koje Outlook postavlja kao prioritet: *underground* etos vidljiv je u opisima poput „(...)

---

<sup>16</sup> Unicomb, M. (2018). Outlook Festival 2018. Resident Advisor (<https://ra.co/reviews/23079>)

<sup>17</sup> „Outlook festival – najveći europski festival bass glazbe i soundsystem kulture uskorona tvrđavi Fort Punta Christo pored Pule“(n.d.) Pozitivan Ritam (<https://www.pozitivanritam.hr/novosti/outlook-festival-najveci-europski-festival-bass-glazbe-i-soundsystem-kulture-uskoro-na>)

<sup>18</sup> „About Outlook“ (n.d.), Outlook Festival (<https://outlookfestival.com/about>)

istraživanje elektroničkih *underground* zvukova od sumraka do zore - bila je to još jedna godina izuzetne glazbe“<sup>19</sup>, te na crno-bijelim videima partija u podzemnim tunelima.<sup>20</sup>

Važnu ulogu u reprezentaciji čini i odabir lokacije: deset pozornica postavljalo se unutar i okolo zidina austrougarske utvrde Fort Punta Christo, a sama utvrda nalazi se uz more i okružena je zelenilom.<sup>21</sup> Koncerti otvorenja održavali su se u pulskoj Areni, a dio programa bio je smješten i u podzemne tunele Zerostrasse. Održavanje događaja u nekonvencionalnim prostorima poput starih tvrđava je također u skladu s antiestablišmentskim stavom koji odbacuje ili izaziva *mainstream* norme. Povijesna infrastruktura stvara dojam bezvremenskog iskustva, a takve monumentalne građevine festivalski tim oprema najboljom tehničkom opremom. Pritom se visoka produkcija ne odnosi samo na ozvučenje već i na izgled pozornica: prigušena svjetla, bez jakih lasera i reflektora, doprinose intimnijoj atmosferi, za razliku od velikih *mainstream* festivala koji su skloni vizualnom spektaklu. Umjesto blještavih svjetla, na *Outlook*-u i *Dimensions*-u postavljaju se vizualno-umjetničke dekoracije: projekcije, crteži i svjetlosne instalacije.

## 5.2. Prodaja identiteta: “Ono si što slušaš”

Među mnoštvom festivala elektroničke glazbe, ovi se festivali ističu dosljednošću *underground* glazbi i inzistiranjem na kvaliteti, a za potrošače je to važno jer kroz potrošnju izražavaju svoj identitet: “Naši identiteti dijelom su izgrađeni od stvari koje konzumiramo – što slušamo, što gledamo, što čitamo, što nosimo itd.“ (Storey, 2017: 89). Takvo gledište na odnos između identiteta i potrošnje podržano je postmodernim shvaćanjem identiteta kao fluidnog i ovisnog o povijesnom i društvenom kontekstu; postmoderni fragmentirani subjekt

---

<sup>19</sup> [@dimensionsfestival] (2018) Another selection of our highlights - from the nights of Dimensions 2018. From a memorable opening concert, tunnel parties under [Video]. Instagram. (<https://www.instagram.com/reel/BsDLmUEhRQP/>)

<sup>20</sup> [@dimensionsfestival] (2017) Earlier today we revealed the line-ups for this year's underground parties with Resident Advisor. Tickets are now on-sale for festival. [Video]. Instagram.

(<https://www.instagram.com/reel/Bvj93uJhI2E/>); [@dimensionsfestival] (2017) Wander into the beating heart of the Fort this summer with selections and live performances with some of the finest [Video]. Instagram. (<https://www.instagram.com/p/BTI7V-yF4jF/>)

<sup>21</sup> „Outlook Festival 2018 - Site Walkthrough (Fort Punta Christo)“ (2019) YouTube ([https://www.youtube.com/watch?v=yhTqd6pU4h8&ab\\_channel=OutlookFestival](https://www.youtube.com/watch?v=yhTqd6pU4h8&ab_channel=OutlookFestival)); [@dimensionsfestival] (2019) *Since this summer will be our last at Fort Punta Christo, make sure you take your chance to visit this* [Video]. Instagram. (<https://www.instagram.com/reel/BtJccOihXJb/>)

idealni je potrošač jer je uvijek spreman odbaciti stare trendove kako bi preuzeo nove. Michel Foucault već o modernom subjektu govori kao onom koji „proizvodi samoga sebe“ (Foucault u Storey, 2017:88) što se danas doslovno realizira kupovanjem identiteta i predodžbi o sebi. Potrošačka kultura učinila je potrošnju „možda jednim od najznačajnijih načina na koji performiramo osjećaj sebstva“, pa su „identiteti također formirani muzikom koju slušamo“ (Storey, 2017:89, 90). Na toj logici počivaju robne marke koje ne predstavljaju sam proizvod koliko i „ideje, pristup, vrijednost i iskustvo“ (Klein u Peračković, 2008: 989). Robne marke ili brendovi trguju simboličkim značenjem, pa odabirom određenog branda, potrošači teže ostvarivanju iskustva za koje vjeruju da će ga u nekom smislu unaprijediti.

Outlook i Dimensions predstavljaju očuvanje *underground* vrijednosti i nekomercijalni pristup glazbi, nudeći glazbeno iskustvo koje se ne može pronaći na bilo kojem festivalu. Prodaja iskustva je i izravno izražena u promotivnom videu Outlooka 2019-te g. kroz slogan „*underground* iskustvo poput nijednog drugog“<sup>22</sup>, a proživljavajući takva iskustva, posjetitelji se identificiraju kao poznavatelji kvalitetnih izvođača koji izrazito poštuju tradiciju *soundsystem* kulture, preteče ostalih žanrova elektroničke glazbe: „U proteklih 14 godina festival je postao poznat na međunarodnoj sceni (...), stvarajući rastuću zajednicu predanih, angažiranih obožavatelja glazbe iz cijelog svijeta.“<sup>23</sup> Odabirući ove festivale umjesto većih i više komercijalnih festivala poput Ultra ili Sonusa na Zrću, potrošači kupuju određeno iskustvo i tako kroz potrošnju (glazbe, ali i doživljaja) performiraju vlastiti identitet kao autentičan. Outlook i Dimensions zajamčili su svoj opstanak u moru festivala elektroničke glazbe formirajući se kao brend koji se usmjerava na publiku strastvenu prema glazbi.

### **5.3. Butik festivali i kako *underground* postaje roba**

Naglasak na kvaliteti a ne kvantiteti, jedinstvena lokacija, intimnija atmosfera, stvaranje i okupljanje zajednice istomišljenika po pitanju glazbenog ukusa, te opozicijski stav prema *mainstream* tokovima svrstavaju *Outlook* i *Dimensions* u kategoriju butik festivala. Takav tip

---

<sup>22</sup> „an underground rave experience unlike any other“ (0:13) *Outlook Festival 2019 - The Final Fort: Tunnel Parties Revealed* (2019.) YouTube. (<https://www.youtube.com/watch?v=Cy4SxYBvf8M&list=PLaZgEs7PdGS5mLMITDQAgN8tGWOs2AeuL&index=5>)

<sup>23</sup> About Outlook“ (n.d.) Outlook Festival (<https://outlookfestival.com/about>)



festivala posjetiteljima nudi „intelektualno i estetsko zadovoljstvo“, a sudjelovanje na butik festivalu ujedno je i „način bijega od (kulturnog) *mainstreama* i način sudjelovanja u kontrakulturi i antikorporacijskim senzibilitetima“ (Cudny, 2016: 37). No, činjenica da se takvi senzibiliteti na butik festivalima ipak ostvaruju kroz potrošnju ukazuje na to da se - čak i kada je u pitanju *underground* glazba - kultura i ostali segmenti čovjekova života beskompromisno komodificiraju. Autentično iskustvo i alternativna glazbena scena postaju temelj za marketinški uspjeh brendova poput Outlook-a i Dimensions-a, a odabirući takve festivale, potrošači daju izjave o vlastitom ukusu: „nasuprot sponzoriranom hipermedijalnom događaju kojim dominira 'mainfloor' mentalitet, butik festival predstavljen je kao 'izbor informiranog potrošača' (Johansson and Toraldo u Graham, 2017: 11). Hiperprodukcija dovodi do mnoštva neautentičnih, jednoličnih proizvoda, pa u društvu u kojem se identitet formira kroz potrošnju biti "informirani potrošač" postaje poželjna autoreprezentacija. To ne poriče da posjetitelji zaista uživaju u glazbi i iskustvu koje Outlook i Dimensions nude, kao ni kvalitetu ovih festivala, već pruža uvid u širu sliku suvremenog potrošačkog društva u kojem gotovo svaki dio čovjekova života, pa čak i identiteta, poprima obilježja robe. U konkretnom primjeru se *underground* vrijednosti uspješno prodaju na tržištu, pri čemu je podlijeganje *underground* elektroničke glazbe komodifikacijskim procesima pokazatelj sposobnosti kapitalizma da prisvoji antikapitalističke vrijednosti i inkorporira ih u svoju ideologiju. Takve kontradikcije otkrivaju „odvajanje od *mainstreama* implicitno za 'boutique iskustvo' kao iluzornu predstavu“ koja omogućava samo „privremene kontrakturne izvedbe identiteta“ (Johansson i Toraldo u John, 2017: 12). Time se koncept informiranog potrošača dekonstruira kao privid o postojanju slobodnog izbora potrošača po pitanju sudjelovanja u praksama potrošnje jer i nekomercijalni odabiri u konačnici vode u potrošnju. Čak i ako se informirani potrošač formira kao rezultat nemogućnosti da se odbije sudjelovati u suvremenoj potrošačkoj kulturi - pa subjekt 'natjeran' na potrošnju odlučuje barem biti savjestan pri odabiru proizvoda - subverzivni karakter informiranog potrošača ostaje upitan. Iz tog kuta gledišta, autonomija, sloboda i autentičnost ostvareni sudjelovanjem na butik festivalima umjesto opozicije *mainstream* komercijalnim procesima, pribjegavaju istoj konzumerističkoj logici kao i ti procesi: “Unutar intenzivnog natjecanja na festivalskom tržištu, opstanak i rast događaja oslanjaju se na postajanje događaja strateški različitih od onih koji ne nude kontrakturnu autentičnost u svom dizajnu iskustva” (Graham, 2017: 11 ). Nadalje, butik festivali nerijetko nastoje proizvesti liminalne uvjete kroz “optimizaciju dizajna iskustva događaja, senzorne tehnologije i prosumer umjetnosti”, što ih čini i transformacijskim

festivalima (Graham, 2017: 17). To vrijedi i za Outlook i Dimensions koji smještaju posjetitelje na jedinstvene i izolirane lokacije okružene prirodom, uređene svjetlosnim instalacijama, opremljene izvrsnim ozvučenjem, povremeno nude radionice za posjetitelje... No, bez obzira na otpor prema *mainstream*-u i preuzimanje logike obreda prijelaza, ovakvi su događaji u konačnici “komercijalne djelatnosti namijenjene odabranoj bijeloj srednjoj klasi” (Graham, 2017: 11). Stoga sličnost s liminalnim obredom otvara pitanje o manipulativnom karakteru takvog oponašanja jer se liminalni subjekt, udaljen od reda strukture, često prepušta nekontroliranoj zabavi koja podrazumijeva i nekontroliranu potrošnju.

## 6. Zaključak

Ovim se radom pokušala prikazati i analizirati uloga partija kao glavnog pojavnog oblika elektroničke glazbene scene. Pri tome se prvenstveno promatrao parti elektroničke glazbe, a onda i festival kao višednevni i složeni parti s komercijalnom svrhom. Ovi događaji dakle mogu imati dva aspekta: s jedne se strane mogu sagledati kao liminalni/liminoidni fenomen koji može imati ritualni, transformativni i utopijski potencijal; s druge strane parti se može festivalizirati i pretvoriti u puni izraz potrošačke kulture i neoliberalnog kapitalizma u kojem se zabava ostvaruje kroz potrošnju i u kojem se iskustvo često mora kupiti.

Prilikom opisivanja socijalne funkcije partija i festivala elektroničke glazbe istaknula se tenzija između liminalnog potencijala ovih događaja, te istih kao potrošačkih praksi u kapitalističkom sustavu koji utopiju liminalnosti izlaže svođenju na liminoidno. Partiji dozvoljavaju privremenu destabilizaciju inače fiksnih društvenih uloga čime se ostvaruje „antistrukturalnost“; no, s obzirom na to da se po završetku partija posjetitelji vraćaju svojim prethodnim stanjima i ulogama, ideja o liminalnosti ovih događaja nije potpuno održiva. Stoga je prikladnije sagledati ih kao liminoidni fenomen koji ima dvojaki karakter: ispunjava važnu ritualnu ulogu u kontekstu modernog društva, ali i predstavlja mjesto fiktivne slobode jer umjesto transformacije tipične za liminalne obrede, subjektu nudi samo oponašanje prijelaznog stanja kroz privremenu fluidnost uloga i identiteta. Iako dinamika liminalnosti i liminoidnosti ukazuje na privid o ostvarivanju slobode na ovim događajima, to ipak ne umanjuje važnost njihove ritualne funkcije u modernom društvu. No, trebaju li se liminoidni fenomeni razumijevati kao nužna kompenzacija za manjak liminalnih fenomena u visokoracionaliziranim modernim društvima, ili pak kao puka sredstva u funkciji održavanja sustava i prikrivanja njegovih nedostataka – pitanje je koje zahtijeva daljnje istraživanje.

Nadalje, trend festivalizacije formu partija dodatno smješta u polje konzumerističke i potrošačke kulture, što potvrđuje sposobnost kapitalističke mašinerije da čak i kontrakulturne težnje, poput onih iz kojih je ova glazbena scena proizašla, inkorporira u logiku profita. Tako je i sama scena polarizirana između onoga što se smatra 'underground' i onoga što se smatra 'mainstream'. Takva su opredjeljenja važna jer se glazbeni ukus dovodi u usku vezu s identitetom koji se u suvremenom potrošačkom društvu ponajviše izražava kroz potrošnju. Na primjeru Outlook-a i Dimensions-a kao festivala *underground* elektroničke glazbe vidljivo je kako se *underground* vrijednosti također mogu komodificirati upravo zbog uske veze između identiteta i potrošnje. Takve krajnosti, kod kojih komodifikacijski proces zahvaća i antikapitalističke vrijednosti, dovode u pitanje postojanje slobodnog izbora potrošača kada je riječ o sudjelovanju u praksama potrošnje. Utopijska dimenzija scene elektroničke glazbe nalazi se, dakle, u stanju prinudne sistemske aproprijacije i neizbježnog ideološkog paradoksa.

## 7. Sažetak

Specifična po snažnom utjecaju tehnologije na proces stvaranje glazbe, elektronička glazba je iz kontrakture ranog *rave* pokreta prerasla u masovni globalni fenomen popularne kulture. Svrha rada je ustanoviti funkciju događaja elektroničke glazbe kao sve popularnijeg oblika zabave u suvremenom društvu. U prvom dijelu rada se tome pristupa tako da se, kroz komparaciju s antropološkim konceptima liminalnosti i liminoidnosti, prikazuje potencijalna uloga i priroda tih događaja kao društvenog obreda. Pritom se kao važan element, na sjecištu ideologije vezane uz početke elektroničke glazbe i afektivnog učinka njezine izvedbe (reakcija slušatelja i utjelovljenja zvuka u činu plesa), ističe utopijski aspekt žanra. Taj progresivni utopijski impuls mjestimice zaziva mogućnost slobode i osobne transformacije, te tim dijelom odgovara opisu liminalnosti. Ipak, u svakodnevnoj življenoj pop-kulturnoj praksi on se uglavnom svodi na model liminoidnosti (svojevrne pseudoliminalnosti industrijskih i postindustrijskih potrošačkih društava). Ovaj se problem dodatno razrađuje u drugom dijelu rada gdje se analiziraju festivali elektroničke glazbe kao izraz potrošačkog društva. Na konkretnom primjeru festivala Outlook i Dimensions prikazuje se kako se utopijske ili društveno-kritičke vrednote elektroničke glazbene scene, tipičnije za kontrakulturu ili *underground* kulturu, lako pretvaraju u robu na tržištu. Time se u praksi dodatno potkopava ideja o liminalnom potencijalu ovih događaja. Festivali elektroničke glazbe uglavnom zadržavaju dvojaki karakter i ulogu: s jedne strane destabiliziraju pojedine društvene

konvencije, stvarajući prostor trenutačne i dijelom prividne slobode; s druge se strane privremeno odbačene konvencije i odnosi moći dugoročno učvršćuju. Time se postavlja pitanje manipulativne uloge ovih okupljanja, te postojanja slobodnog izbora potrošača po pitanju sudjelovanja u praksama potrošnje.

**Ključne riječi: elektronička glazba, parti, festival, liminalnost, potrošačko društvo**

### **Abstract**

Specific by the strong influence of technology on the music-making process, electronic music has grown from a counterculture of the early rave movement into a massive global phenomenon of popular culture. The purpose of the work is to establish the social function of electronic music events as a more and more popular form of entertainment in modern society. In the first part of the paper, this is approached by showing the potential role and nature of these events as a social ritual through comparison with anthropological concepts of liminality and liminoidity. The utopian aspect of the genre stood out as an important element at the intersection of ideology related to the beginnings of electronic music and the affective effect of its performance (the reaction of the listener and the embodiment of sound in the act of dancing). This progressive utopian impulse partly invokes the possibility of freedom and personal transformation, which corresponds to the description of liminality. However, in everyday pop-cultural practice, it is mainly reduced to the model of liminoidity (a kind of pseudoliminality of industrial and post-industrial consumer societies). This problem is further elaborated in the second part of the paper, where electronic music festivals are analyzed as an expression of a consumer society. A concrete example of Outlook and Dimensions festivals shows how the utopian or socio-critical values of the electronic music scene, more typical of counterculture or underground culture, are easily transformed into commodities. Therefore, the idea of a liminal potential of these events is additionally undermined in practice. Electronic music festivals mostly retain a dual character and role: on the one hand, they destabilize certain social conventions, creating a space of momentary and partly apparent freedom; on the other hand, temporarily discarded conventions and relationships are being strengthened in the long term. This raises a question about the manipulative role of these gatherings and the existence of a consumer's free choice when it comes to participation in consumption practices.

**Keywords: electronic music, party, festival, liminality, consumer society**

## 8. Literatura

- Cannon, J. W., & Greasley, A. E. (2021). Exploring Relationships Between Electronic Dance Music Event Participation and Well-being. *Music & Science*, 4. <https://doi.org/10.1177/2059204321997102>
- Cudny, W. (2016). Festivalisation of urban spaces: Factors, processes and effects. Springer.
- Čolić, S. (2008). Sociokulturni aspekti potrošnje, potrošačke kulture i društva. *Društvena istraživanja-Časopis za opća društvena pitanja*, 17(98), 953-973.
- Garcia, L. M. (2015). Beats, flesh, and grain: sonic tactility and affect in electronic dance music. *Sound Studies*, 1(1), 59–76. doi:10.1080/20551940.2015.1079072
- Garcia, L. M. (2020). *Feeling the vibe: sound, vibration, and affective attunement in electronic dance music scenes*. *Ethnomusicology Forum*, (), 1–19. doi:10.1080/17411912.2020.1733434
- Graham, St. J. (Ed.). (2017). *Weekend societies: Electronic dance music festivals and event-cultures*. Bloomsbury Publishing USA.
- Mouraviev, I. (2022). *Outlook Festival: A Celebration of Sound System Culture*, Dancecult, URL: <https://dx.doi.org/10.12801/1947-5403.2022.14.01.06> (05.07.2023.)
- Peračković, K. (2008). Društvo i (ili) tržište - sociološka konceptualizacija procesa marketizacije društva, *Društvena istraživanja-Časopis za opća društvena pitanja*, 17(6), 975-997.
- Storey, J. (2017). *Theories of consumption*. Taylor & Francis.
- Sretenović, D. (2001.) *Duh iz mašine: Pop muzika i tehnologija*. Reč, No. 62.8, 325-340.
- Suvin, D. (1979.) *Metamorphoses of Science Fiction: On the Poetics and History of a Literary Genre*. New Haven and London: Yale University Press.
- Turner V. (1966). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, New York: Cornell Paperbacks.
- Turner V. (1982). *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*, New York: PAJ Publications.

## 9. Izvori

- „About Outlook“ (n.d.) Outlook Festival, URL: <https://outlookfestival.com/about> (06.07.2023.)
- Carson, T. (n.d.) *A Liminality Primer*. The Liminality Project, URL: <https://www.theliminalityproject.org/the-liminality-primer/> (06.08.2023).
- [@dimensionsfestival] (2019) *Since this summer will be our last at Fort Punta Christo, make sure you take your chance to visit this* [Video]. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/BtJccOihXJb/> (06.07.2023.)
- [@dimensionsfestival] (2018) Another selection of our highlights - from the nights of Dimensions 2018. From a memorable opening concert, tunnel parties under [Video]. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/BsDLmUEhRQP/> (06.07.2023.)

- [@dimensionsfestival] (2017) Wander into the beating heart of the Fort this summer with selections and live performances with some of the finest [Video]. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/BTI7V-yF4jF/> (06.07.2023.)
- [@dimensionsfestival] (2017) Earlier today we revealed the line-ups for this year's underground parties with Resident Advisor. Tickets are now on sale for festival. [Video]. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/reel/Bvj93uJhI2E/> (06.07.2023.)
- „Electronic Dance Music (EDM) Market“ (2023.) Future Market Insights, URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/electronic-dance-music-market> (21.08.2023.)
- Groove, A. (2023.) *From Underground to Mainstream: The Impact of Commercialization on Electronic Music's Authenticity and Inclusivity*, electronic groove, URL: <https://electronicgroove.com/from-underground-to-mainstream-the-impact-of-commercialization-on-electronic-musics-authenticity-and-inclusivity/> (21.08.2023.)
- *Outlook festival – najveći europski festival bass glazbe i soundsystem kulture uskoro tvrđavi Fort Punta Christo pored Pule* (n.d.) Pozitivan Ritam, URL: <https://www.pozitivanritam.hr/novosti/outlook-festival-najveci-europski-festival-bass-glazbe-i-soundsystem-kulture-uskoro-na> (07.07.2023.)
- *Outlook Festival 2018 - Site Walkthrough (Fort Punta Christo)* (2018). YouTube-URL: [https://www.youtube.com/watch?v=yhTqd6pU4h8&ab\\_channel=OutlookFestival](https://www.youtube.com/watch?v=yhTqd6pU4h8&ab_channel=OutlookFestival) (06.07.2023)
- *Outlook Festival 2019 - The Final Fort: Tunnel Parties Revealed* (2019.) YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Cy4SxYBvf8M&list=PLaZgEs7PdGS5mLMITDQAgN8tGWOs2AeuL&index=5> (07.07.2023.)
- Unicomb, M. (2018). *Outlook Festival 2018*. Resident Advisor, URL: <https://ra.co/reviews/23079> (07.07.2023)