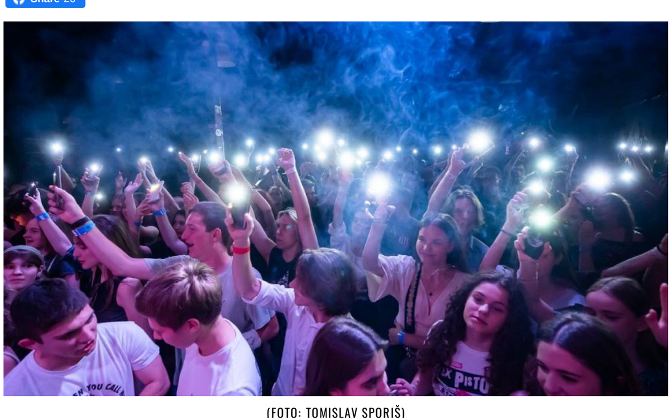
RAVNO DO DNA
magazin pop kulture

Hrvatska glazba i regija (3. dio) – krenuti na zapad ili na istok?

07/11/2022 — Zoran Stajčić

Treći dio feljtona bavi se suštinskim pitanjem: gdje se nalazi izvozno tržište za hrvatsku glazbu, tj. treba li težiti proboju na zapadna tržišta ili bi bilo bolje okrenuti se istočnim susjedima gdje je hrvatska glazba poznata, razumljiva i nosi svoju kulturnu prepoznatljivost.

Share 26


(FOTO: TOMISLAV SPORIŠ)

Odgovor na pitanje iz naslova ne može biti jednoznačno. Odgovor varira od slučaja do slučaja i vezan je uz prioritete ne samo glazbenika, već puno više aktera. Želje za uspjehom je startna pozicija, a koliko ovisi o trudu i talentu toliko i o realnim mogućnostima ustaljenog glazbenog biznisa kakav god on bio. A praksa ustaljenog glazbenog biznisa govori u prilog da je proboj na zapadu više u sferi slučajnosti, dok je u regiji skoro pa pravilo.

Diskografska praksa

Hrvatska je diskografski prilično živahno tržište obzirom na svoju veličinu, broj stanovnika i hirovitost, tj. standard ljudi, kao što se i mehanizmi čine uređenijima nego u ostatku regije, što je važna stavka u smislu povrata uloženih ulaganja i isplativosti. No ta diskografija, začeta u Jugoslaviji, u kojoj je imala i svoj procvat, uvijek je prvenstveno bila okrenuta ovdašnjem tržištu, a ne konstantnom plasiranju domaće glazbe na zapad. Ako su se i dogodili uspješni skokovi nekih ex-Yu izvođača kao što je to bio npr. slovenski Laibach još za vrijeme socijalizma, to je nužno dovodilo i do prelaska glazbenika u ruke stranog izdavača koji je preuzimao i dalje razvijao tržišnu strategiju.

> “
> Svaki konkretni napor rada na proboju nekog prema zapadu iz diskografske perspektive nosi realni rizik da će plodove uloženog vrlo vjerojatno ubirati netko izvana, ako dođe do afirmacije.

Najpoznatiji i najuspješniji primjer u Hrvatskoj svakako je čelistički dvojac 2CELLOS koji već s prvim albumom nije bio hrvatski proizvod već je direktno objavljen za Sony Classics, a potom uvezen kao svako drugo licencno izdanje i na taj način plasiran na hrvatsko tržište. Sličnih primjera ima još, posebno na nezavisnoj sceni, koja koncertno najagilnije već desetljećima fluktuira po zapadu, no poanta je u tome da nije postojala neka nišna strategija, time i kadar, za stalnu prisutnost i afrimaciju naše glazbe na zapadnom tržištu.

Iz toga proizlazi da svaki konkretni napor rada na proboju nekog prema zapadu iz diskografske perspektive nosi realni rizik da će plodove uloženog vrlo vjerojatno ubirati netko izvana, ako dođe do afirmacije. I, naravno, nije tu riječ o nekoj eventualnoj nesposobnosti, već je to oduvijek bila stvar količine novca i mogućnosti ulaganja, a u tome se domaća diskografija ne može mjeriti sa zapadnom gdje se iz igre istiskuju i puno jači igrači.

Diskografski angažman na regionalnoj sceni je potpuno drugi par rukava. Sudeći po količini etabliranih jakih imena, kao i onih talenata u proboju iz regije koji nisu iz Hrvatske, ali rado sklapaju diskografske ugovore s hrvatskim etiketama, ne treba neka posebna dioptrija da se vidi da je diskografski benchmark regije dobrim dijelom ovdje, u Hrvatskoj. Kad se tome pridoda otvorenost regionalnih radijskih prostora za puno ovdašnjih imena, zatim mogućnosti klupskih i festivalskih nastupa, onda je jasno da je put do afirmacije puno više izgledan i ostvariv u sredinama koje su naklonjene hrvatskim izvođačima. Umjesto zaključka, možda je bolje citirati stihove koje je Goran Bare napisao početkom devedesetih: „Ne vjerujem u ono što je daleko od mene, jer ubija vrijeme.”

S ulaskom u digitalnu glazbenu eru i uključivanje kako hrvatske, tako i regionalne glazbe na vodeće streaming servise pojavio se još jedan moment koji jasno upućuje na to da i u rijetkim slučajevima kad se zapadni labeli zainteresiraju za ovdašnje da njih tada zanimaju upravo oni koji su se prvo afirmirali u regionalnim uvjetima. U ljeto 2021. godine možda je većini promaknula jedna značajna diskografska vijest, a to je da su se Universal Music, Virgin Music Label & Artist Services udružili u strateško partnerstvo sa srpskim specijaliziranim hip-hop i trap izdavačem Balkatonom. Za one koji ne znaju, beogradsku diskografsku kuću Balkaton je 2015. godine pokrenuo njen osnivač – Rasta, da bi se vrlo brzo pozicionirali među najutjecajnijim izdavačima na rastućoj hip-hop, R&B i trap sceni u regiji, premašivši broj od milijardu streamova za manje od pet godina. Dakle stranci su detektirali trendove među ovdašnjom mladom scenom i publikom i eto već penetrirali prije nego li se bilo koji veći regionalni label snašao u priči koja je poprilično autohtona obzirom da na njoj nema izvođača koji pjeva na bilo kojem drugom jeziku osim na materinjem. To bi trebao biti prilično jasan marker da se do zapada može stići puno lakše kroz (nama istočnu i jugoistočnu) regiju, nego ako se ona tržišno zanemaruje.

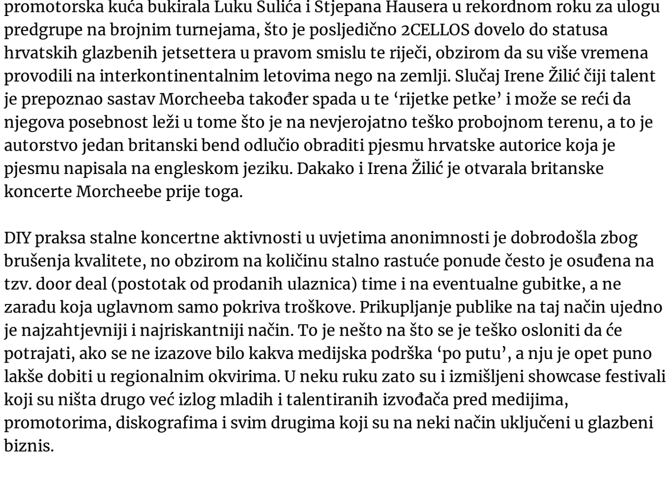
Praksa glazbenika

Primjer najneuspješnijeg „Zovi čovika“ pokušaja proboja na zapad iz ex-Yu, da se poslužim nazivom velikog hita Vojka V, bio je onaj kad su Divlje jagode otišle u London biti Wild Strawberries. U tom neuspjehu sadržana je sva tlapnja strategije „zvao me naš čovjek izvana koji poznajte čovjeka koji poznaje čovjeka na pravom mjestu“. U nešto poboljšanoj verziji u poslijeratnim hrvatskim okolnostima slična sudbina je zadesila tadašnji mladi i talentirani varaždinski sastav Voodoo Lizards koji se pak uputio u Los Angeles u aranžmanu: „zvao nas je stranac koji poznaje čovjeka koji poznaje čovjeka na pravom mjestu“. Tu nije dovoljna ni druga, ni treća ruka poznanstva, jer praksa je pokazala da funkcionira jedino sretna okolnost da pravi čovjek na pravom mjestu direktno prepozna nekog i po mogućnosti to svoje oduševljenje konkretno aktivira kroz mehanizme biznisa.

THE BAMBI MOLESTERS (FOTO: TOMISLAV SPORIŠ)

Konkretno, sisački The Bambi Molesters su postali svjetski The Bambi Molesters onog trenutka kad su Mike Mills i Peter Buck iz grupe R.E.M. izjavili svoje oduševljenje glazbom surf sastava iz jedne male, Amerikancima, egzotične zemlje, da bi velikodušni poziv da nastupaju kao predgrupa rock velikanima iz Athensa učinile to da Bambiji budu i ostanu prepoznati globalno u krugovima surf rock poklonstva. Identična situacija dogodila se i 2CELLOS (koje se u ovom narativu ne može izbjeći). Bilo je dovoljno da Elton John na društvenim mrežama podijeli svoje oduševljenje gudačkom izvedbom pjesme „Smooth Criminal“ Michaela Jacksona, nakon čega je njegova promotorska kuća bukirala Luku Šulića i Stjepana Hausera u rekordnom roku za ulogu predgrupe na brojnim turnejama, što je posljedično 2CELLOS dovelo do statusa hrvatskih glazbenih jetsettera u pravom smislu te riječi, obzirom da su više vremena provodili na interkontinentalnim letovima nego na zemlji. Slučaj Irene Žilić čiji talent je prepoznao sastav Morcheeba također spada u te ‘rijetke petke’ i može se reći da njegova posebnost leži u tome što je na nevjerojatno teško probojnom terenu, a to je autorstvo jedan britanski bend odlučio obraditi pjesmu hrvatske autorice koja je pjesmu napisala na engleskom jeziku. Dakako i Irena Žilić je otvarala britanske koncerte Morcheebe prije toga.

DIY praksa stalne koncertne aktivnosti u uvjetima anonimnosti je dobrodošla zbog brušenja kvalitete, no obzirom na količinu stalno rastuće ponude često je osuđena na tzv. door deal (postotak od prodanih ulaznica) time i na eventualne gubitke, a ne zaradu koja uglavnom samo pokriva troškove. Prikupljanje publike na taj način ujedno je najzahtjevniji i najriskantniji način. To je nešto na što se je teško osloniti da će potrajati, ako se ne izazove bilo kakva medijska podrška ‘po putu’, a nju je opet puno lakše dobiti u regionalnim okvirima. U neku ruku zato su i izmišljeni showcase festivali koji su ništa drugo već izlog mladih i talentiranih izvođača pred medijima, promotorima, diskografima i svim drugima koji su na neki način uključeni u glazbeni biznis.


IRENA ŽILIĆ U TVORNICI KULTURE (FOTO: VEDRAN METELKO)

Showcase festivali

Riječ je rastućem trendu u nakani da se pravovremeno prepoznaju oni koji bi mogli nešto konkretno učiniti po pitanju šire afirmacije. Medijska pažnja jednako je važna kao i razni oblici lobiranja, no veliku ulogu ima i publika u svemu tome. Naime, na showcase kao posjetitelj ne idete s nakanom kao na regularne koncerte, gdje većina ne obraća previše pažnje na predgrupe, već upravo suprotno, tragate za iznenađenjima koja može donijeti bilo koji nastup. Iako ne postoji natjecateljski karakter, ipak je prisutan natjecateljski duh jer se svatko želi predstaviti u najboljem svjetlu. Znaju biti prisutna jaka i etablirana imena čisto zbog atraktivnosti i privlačenja većeg broja publike, ali showcase festivali ipak nisu tu zbog njih, već mnoštva drugih daleko manje poznatih ili nepoznatih.

Za one koji se pitaju koja je važnost regije kad je riječ o showcase festivalima, odgovor je; prilično velika. Naime, regionalni showcase festivali su ‘prvo sito’ za mlade izvođače, a cijela stvar je tako umrežena da skoro i ne postoji neka značajnija mogućnost da kao mladi sastav iz Hrvatske ne učestvujete prvo na MENT-u, Kontaktu, Indirektu ili Pinu, a da se nađete na Wavesu u Beču ili Eurosonicu u Groningenu. Nije tu riječ o čvrstoj i neprobojnoj strukturi, već o tome da regionalne showcaseove posjećuju predstavnici zapadnih showcase festivala i tamošnji novinari, jer i oni uglavnom traže potvrdu na terenu, u smislu; ako je netko dovoljno dobar za MENT, mogao bi isto tako biti dobar i negdje drugdje. No i tu je riječ o vremenskom ograničenju, a to je da bez afirmacije ‘showcase karijera’ može trajati najviše dvije, eventualno tri sezone. Jesu li veće šanse za afirmaciju u Europi ili regiji u tako kratkom roku, nije teško odgovoriti.

NEMEČEK – MENT 2022 (FOTO: MATJAŽ RUŠT)

Klubovi

„Ovaj petak je lako jer sviraju Partibrejkersi, ali godina ima 52 petka. Meni treba 52 Partibrejkersa u godini“, dobro se sjećam neformalnog pretpandemijskog razgovora s vlasnikom jednog zagrebačkog klupskog prostora. U toj rečenici je sadržana sva problematika vođenja kluba u Zagrebu, time i u regiji. Vlada apsolutni deficit izvođača iz cijele regije koji su toliko popularni da mogu prodati 500 + ulaznica za vikend u većem gradu, tj. 200-300 u manjem. Ovdje nedostaje ‘zvijezda’ tog kalibra, za razliku od zapada gdje o tome nema niti govora. A svaki koncertni promotor ili vlasnik kluba će se složiti da ovdašnja publika u najvećoj mjeri prati domaće i regionalne izvođače i tako je svud na Balkanu, koji uzgred rečeno nije nimalo mali za graditi karijeru. Dovoljno je samo pogledati sve etablirane veterane scene koje tu imamo. Svi su oni svoje karijere ostvarili upravo ovdje i u najvećoj mjeri pred domaćom tj. regionalnom publikom. Zapad je bio i ostao rezerviran za ‘izlete’ i tu se stvari po svoj prilici neće previše promijeniti. Nije sve u glazbi, ima nešto i u mentalitetu, što zapadnom, što našem.

Nastavlja se…

Hrvatska glazba i regija – Billboard kao tržišno detektiranje problema

Hrvatska scena je po prvi put od osamostaljenje države dobila vrijedni alat mjerenja navika hrvatskih glazbenih konzumenta zahvaljujući prijeporima Hrvatske diskografske udruge da američki Billboard u svoju glasovitu analitičku listu uključi i Hrvatsku. Prvotni šok dogodio se početkom godine kada je 'crno na bijelom' objavljeno što konzumira hrvatska publika, tj. da je to velikom većinom glazba iz Srbije i BiH.

ravnododna

Hrvatska glazba i regija (2. dio) – kako je bilo u ratu i poraću devedesetih

Drugi dio feljtona 'Hrvatska glazba i regija' kreće u prošlost u potrazi za odgovorima vezanima za plasman hrvatske glazbe, tj. praksama i potezima koji su je u to vrijeme činili zanimljivom i primamljivom domaćoj publici u puno većoj mjeri nego što je to slučaj danas.

ravnododna

*Tekst je potpomognut sredstvima natječaja “Poticanje novinarske izvrsnosti” Agencije za elektroničke medije.

Želimo da naš sadržaj bude otvoren za sve čitatelje.
Iza našeg rada ne stoje dioničari ili vlasnici milijarderi.
Vjerujemo u kvalitetno novinarstvo.
Vjerujemo u povjerenje čitatelja koje ne želimo nikad iznevjeriti.
Cijena naše neovisnosti uvijek je bila visoka, ali vjerujemo da je vrijedno truda izgraditi integritet kvalitetnog specijaliziranog medija za kulturu na ovim prostorima.
Stoga, svaki doprinos, bez obzira bio velik ili mali, čini razliku.
Podržite Ravno Do Dna donacijom već od 1 kune.

Hvala vam.

1.00 HRK – 0.13 €	5.00 HRK – 0.66 €	10.00 HRK – 1.33 €	20.00 HRK – 2.65 €	50.00 HRK – 6.64 €	100.00 HRK – 13.32 €	200.00 HRK – 26.54 €

Donacije su omogućene putem sustava mobilepaymentsgateway.com.
Podržane sheme mobilnih plaćanja: KEKS Pay, Aircash, Settle, kriptovalute

PayPal

1 Comment Sort by Oldest

Add a comment...

Tomislav Brčić
Let's make movie out of this:)
Like · Reply · 3w

Facebook Comments Plugin

Share 26

TAGS: GLAZBA | HRVATSKA GLAZBA I REGIJA

PROČITAJ JOŠ

30/11/2022
PDV Records za svoj 9. rođendan pripremio 11 novih izdanja
'Mjesec studeni je naš rođendanski mjesec, a ove godine smo proslavili 9. godina objavljivanja nezavisne muzike

30/11/2022
Cinkuši imaju ‘Ptičekovu svadbu’
Glazbena družina Cinkuši se vraća nakon gotovo pet godina s novim studijskim snimkama kojima najavljuju svoj

30/11/2022
Sassja predstavlja novi singl i spot ‘Znam’
Nakon što je 'Tišinom' prekinula tišinu te predstavila šire područje glazbenog djelovanja, Sassja novim singlom odvažno

ZORAN STAJČIĆ | ZADNJE OBJAVE

PRETHODNA
Niels Lan Doky (Jazz/Takes Supergroup) – čovjek koji je oformio vrhunski sastav u kojem su svi članovi zvijezde

SLJEDEĆA
Podijelili smo 2×2 ulaznice za večerašnji koncert supergrupe Jazz/Takes

ZADNJE OD TEMA

Abecedna playlista: Studeni 2022.
Donosimo novu playlistu od 26 pjesama od kojih svakoj naziv počinje jednim

Hrvatska glazba i regija (6. dio) – Kad prihvatimo tržište, prihvatit ćemo sebe
Zadnji dio feljtona fokusiran je na šire glazbene ukuse, a time i

Go West and East! – savršeni brak Koreje i Zapada
Kako je južnokorejska kinematografija prokrčila put na zapad.

Hrvatska glazba i regija (5. dio) – inflacija vrijednosti nagrada
Strukovni segment hrvatske glazbe vrvi od brojnih nagrada. Problem je što sve

Hrvatska glazba i regija (4. dio) – kad će završiti rat?
Četvrti dio feljtona bavit se problematikom u kojoj mjeri na današnje glazbene

Tražilica

MI NA RADIO STUDENTU

Radio student i portal Ravno do dna pokrenuli su 2013. radijsku emisiju Ravno do sna. Naša uspješna suradnja promoviranja noviteta s domaće i regionalne nezavisne scene još uvijek traje.

Emisija se emitira uživo svakog petka od 17:30 do 18:30 sati na 100,5 MHz kao i na streamingu Radio Studenta. Svaka emisija se također u cijelosti može poslušati na podcastu Ravno do sna na stranici radija i na našem Mixcloud podcastu.

Emisiju vode i uređuju Jelena Svilar i Zoran Stajčić.

NAJČITANIJE
- Preminuo je glumac Davor Janjić
- Nick Cave dijeli savjete za one koji razmišljaju o tetoviranju
- Hrvatska glazba i regija (6. dio) – Kad prihvatimo tržište, prihvatit ćemo sebe
- Objavljen prvi trailer za ‘That ’90s Show’, nastavak ‘Ludih sedamdesetih’
- Abecedna playlista: Studeni 2022.

POSLJEDNJE NAJAVLJENO
- Tech house legenda Terry Francis u Petom kupeu
- INVSN u Vintage Industrial Baru
- Robbie Williams dvije večeri u pulskoj Areni
- RUNDA Digital Day #4 konferencija u HUB385
- Black Lung i My Pitbull Lucifer u VIB-u

Sva događanja

DOGAĐANJA
- 28 - 30 STU – 9. Plan za bijeg u RadioTeatru
- 28 STU - 01 PRO – Rundek i Ekipa 'Izbliza' na pet koncerata u KSET-u
- 30 STU – Masterclass Avija Mograbija u Dokukinu KIC
- 30 STU – Total Drive for Shifty – koncert u sjećanje na Ivana Trampetića Johnnya

Sva događanja

POSLJEDNJE OBJAVLJENO
- ‘Avatar: The Way Of Water’ mora postati ‘film s trećom ili četvrtom najvećom zaradom u povijesti’ da bi bio isplativ
- PDV Records za svoj 9. rođendan pripremio 11 novih izdanja
- Kevin Spacey dobio prvu ulogu nakon parnice s Anthonyjem Rappom
- Objavljen prvi trailer za ‘That ’90s Show’, nastavak ‘Ludih sedamdesetih’
- Cinkuši imaju ‘Ptičekovu svadbu’

ARHIVA
Odaberi mjesec

KONTAKT
Nakladnik portala:
Udruga Jedna nova poruka
Zagreb

Uredništvo:
urednistvo@ravnododna.com

Glavni urednik:
zoran.stajcic@ravnododna.com

O NAMA
Portal Ravno do dna pokrenut je 26. ožujka 2011. godine. Sama ideja se u glavama trojice frustriranih pregalaca u korporativnom mediju rodila koji mjesec ranije, na redovitom ručku u gostionici s gotovim jelima negdje na Remetinečkoj cesti.

IMPRESSUM
Ravno do dna – *Magazin pop kulture*

ISSN 1848-8331

Uredništvo:

Glavni urednik: **Zoran Stajčić,**

Zamjenik glavnog urednika: **Marko Podrug**

O kolačićima / pravilo privatnosti

Tražilica

© 2021 Ravno Do Dna. All rights reserved. Sva prava pridržana.