

Magyar zenei export
Artisjus Szerzői Akadémia – 2010. dec. 15.



MAGYAR SZERZŐI JOGVÉDŐ IRODA EGYESÜLET

artisjus

Az Artisjus, mint zeneszerzőket és dalszövegírókat képviselő egyesület küldetése részének tartja a szerzők tájékoztatását és támogatását, valamint a szerzők informális találkozásának is teret kíván nyújtani. Ezért indítottuk az Artisjus Szerzői Akadémia programsorozatot, aminek keretében az egyesület megnyitja kapuit a szerzői felé, és neves előadók felkérésével aktuális, sokakat érintő témában szervez előadásokat. Immáron negyedik alkalommal teremtettük meg a szerzőket érintő gondolatoknak ezen fórumát. A kerekasztal-beszélgetés vendégei voltak:

- ifj. Malek Miklós dalszerző, producer,
- Lovasi András (Kispál és a Borz, Kiscsillag) szerző, előadóművész,
- Rakonczai Viktor dalszerző és
- Vörös András (Superbutt együttes) szerző, előadóművész.



Lovasi András a magyar könnyűzene, vagy az általa szívesebben használt „populáris zene” külföldi sikerének visszaesését történelmi okokban keresi. *„Már a kiegyezés után jellemző volt a magyaros populáris zenére az a törekvés, hogy a centrumhoz, a külföldhöz felzárkózzon?”* – mondja. Mivel a trendformáló kulturális nagyvárosokból a világháborúk után csak Budapest maradt, a hazai populáris zenére szerinte azóta is jellemző egyfajta sodródás. A mai magyar zenét egy helyi érdekű vasútvonalhoz hasonlítja, ahol az együttesek alapvetően a belső piacra termelnek, a belső piacon „működnek”. Ez a trend más hasonló kelet-európai országra is jellemző, azonban fel kell ismerni az ebben rejlő csapdát: export nélkül a könnyűzenénk belterjessé válik, és legfeljebb a világzene szűkmarkú játszóterén tud ki-kitörni. *„Abban, hogy a magyar popot ismét exportcikként lehessen találni, jobban ki kellene találnunk, milyen útra kívánunk lépni.”* – állapítja meg a népszerű zenész. Lovasi azon túl, hogy a zenészeket nyitásra ösztönzi, a könnyűzene felkarolásában állami szerepvállalást sürget. *„Amelyik európai ország felismerte, hogy az angolszász nyomásra egyetlen megfelelő válasz a saját nemzeti popkultúra infrastruktúrájának fejlesztése, támogatása, az ma már jelentős szeleteket birtokol az európai piacból.”*



Rakonczi Viktort külföldről számos előadóművész, producer kéri fel dalok megírására. Határon túli karrierje egy lengyel énekesnőnek, egy „helyi csillagnak” szerzett sikeres dallal indult, és mára már számos külföldi művésznak írt, illetve dolgozott át dalokat. Sikertörténetéből világossá válik, hogy kitartással és tehetséggel messze lehet jutni, de nagyon fontos az önbizalom is. A magyaros „miért pont nekem sikerülne?!?”- beállítottságnak a nemzetközi popszakmának semmi keresnivalója. *„Más mentalitású*

országokban, akár Lengyelországban a tehetséges szerzők nem hálálkodnak a lehetőségért – a producer hálás nekik, hogy együttműködhetnek” – jegyzi meg mosolyogva a sikeres dalszerző. „Megtanultam, hogy a sikerhez a legfontosabb a hit: hogy a szerző higgyen magában, higgyen abban, amit csinál – és a „hit”, vagyis a sláger!”.



Ifj. Malek Miklós, aki most a népszerű tehetségkutató zsűrijéből ismert, tapasztalatból tudja, hogy a zene, mint bármilyen más termék, akkor eladható, ha karaktere van. Szerinte a magyar zenének a magyarosságát lehetne kihangsúlyozni, hiszen ez teszi különlegessé. „A zenei marketing éppen úgy működik, mintha ásványvizet szeretnénk eladni. Meg kell találni, hogy mitől lesz egyedi, szerethető” – állapítja meg. „A magyar szerzőnek is tudnia kell, hogy ha vizet visz a tengerbe, abból nem lesz sikere”. A tengerentúlon neves sztárokkal dolgozott dalszerző, producer azonban a „tuti siker receptjét” nem ismeri. „Nincs egzakt szabály arra nézve, mi működik a színpadon, a koncerten” – mondja. „A magyar zeneiparnak azt kellene inkább felismerni, hogy más országokban mit csinálnak gyökeresen másképp, esetleg jobban, és ezekből igyekezhetne tanulni.”

Arra a tévhitre, hogy „Amerikában minden könnyebb”, nevetve annyit mond: „Amerikában nincs jogdíjelölég, nincs a mozijátás vagy DVD-kiadás után jogdíj, a hangfelvétel-kiadótól két évig semmire se számíts, és előfordul, hogy a zeneműkiadód megfélelkezik rólad. És ha még valakivel vitába is kerülsz, ügyvéd nélkül szóba sem állnak veled.” Ami azonban kétségtelenül jobban működik, hogy Amerikában és akár Svédországban is felismerték, hogy a siker előfeltétele a művészek közti munkamegosztás. „Csapatban több és jobb dal születhet” – szögezi le a fiatal producer. A szerzőknek tehát elsősorban azt javasolná, hogy szorosabban működjenek együtt, bízzanak meg egymásban és építsenek egymás tudására. Kreatív műhelyekben, „slágerfarmokon” akár közreműködő nélkül is sok jó dal születhet, amelyekből szemezgetve a kiadó nagyobb eséllyel talál neki valót.

Arra, hogy a magyar zenészeknek van-e keresnivalójuk külföldön, megjegyzi: „Minden azon múlik, hogy felismered-e, hogy annak az országnak, amelytől azt szeretnéd, hogy fogadjon örökbe, mire van szüksége.”



Vörös András a klasszikus „földönalvó underground” zenészek szemszögéből vizsgálja a kérdést, akinek a külföldi érvényesülés azonos a külföldön zenélés lehetőségével. Együttessel ő is örömmel koncertezik Európa szerte, még ha mindez megterhelő is, azonban az igazi nemzetközi áttöréshez szerinte is több kell. *„Ha a zenével csak az önmegvalósítás a célod, nagyon szép hivatást választottál. De ne csodálkozz, ha nem élsz meg belőle.”*- jegyzi meg a rockzenész. A hozzászólók közül Vasaló Áron (Nemjuci) osztja meg angliai „szerencsepróbálásának” tapasztalatait. Szerinte a zenészeknek külföldön számos emberi tényezővel, információ- és pénzühiánnyal is meg kell küzdeniük, amit még a másik nemzet kulturális zárkózottsága is tetéz. *„Ha az angol popkultúra nem is veti ki magából a kelet-európai zenekarokat, ma nem is lát benne akkora fantáziát. Azonban arra is találunk példát, hogy magyar zenészek angol együttesben ’helyezkednek el’, így pedig egyenrangú tagjává lesznek a bandának.”*

A magyar művészek külföldi keresettségének előkérdése a magyar zenei képzés, a zeneipar infrastruktúrája. Az előadók egyetértettek abban, hogy hazánkban ilyen téren is van hova fejlődni: a törekvéseknek szervezett formában kellene irányt adni ahhoz, hogy a könnyűzenében koncepcionális fejlődést érjünk el. Ismét külföldi példákat hoznak az előadók, hozzászólók: a fejlettebb zenei iparral bíró országokban dalszövegíró versenyeket szerveznek, egyetemi szinten képzik a könnyűzenészeket, közpénzből modern bárki által használható próbatermeket biztosítanak a zenekaroknak. Lovasi András szerint is a hagyományos „szívós” tehetséggondozást kellene erősíteni az egylépcsős, azonnali sztárcsináló televíziós tehetségkutatók mellett. *„Kiepült infrastruktúra szükséges: vidéki oktatás, zeneiskola, próbatermek, műhelymunka. Ehhez pedig pénz és politikai akarattal kell!”* A zenei menedzsment hazai hiányosságait Morcz Fruzsina, a Magyar Zenei Exportiroda volt igazgatója is kiemeli hozzászólásában: *„Itthon egyszerűen nincs elég ezzel foglalkozó szakértő.”*

A beszélgetés végkicsengése természetesen nem negatív, hiszen ahogy azt már a bevezetőben is felvázolták a meghívottak: a tehetségen túl a pozitív hozzáállás és a szervezett „ipari” gondolkodás szükséges, ez pedig megvan, illetve meglehet a hazai szereplőkben is, csak következetesen kell elindulni a könnyűzene fejlesztésének irányában. Ahogy ifj. Malek Miklós összegezte: választhatod, hogy a divatot követed, és az aktuális hullámra fekszel rá, de azt is, hogy azzal tűnsz fel, hogy szembemész a tömeggel és újat alkotsz. A legfontosabb, hogy válassz, és határozd el magad.

