

KORDOS SZABOLCS

SHOWBUSINESS,
HUNGARY



BEVEZETÉS A CELEBIPARBA



21. SZÁZAD
KIADÓ

Budapest, 2021

Murányi Marcell emlékére

ELŐSZÓ



– Sztár az, aki képes megtölteni egy stadiont, és úgy tud kiszállni egy limuzinból, hogy közben ne nézzen ki röhejesen – foglalta össze egy híres beszélgetőpartnerem, hogy ő kit tekint „sztárnak”.

A szigorú kritériumok alapján kevés embernek jár ezt a titulus, ám talán lehetünk egy kicsit megengedőbbek a kifejezés használatát illetően. Megeshet, hogy a hazai csillagok ragyogása fakóbb, mint hollywoodi kollégáiké, „kisebbség” és szegényebbek is náluk, ám mi, magyarok nagyon is rajongunk értük. Erre utal, hogy a sztármagazinok olvasottsága lekörözi a közéleti lapokét, százezrek követnek egy-egy közepesen ismert celebet is a közösségi médiában, és a termékek többségét hazai hírességek arcával próbálják eladni nekünk.

Hűséges olvasóim tudják, hogy a *Hungary* sorozat köteteiben mindig egy-egy izgalmas világ kulisszatitkait tárom fel. Jártunk már együtt hazai luxusszálló-

dákban, bemutattam az idegenvezetőket, taxisokat, éttermeseket és a légi közlekedés dolgozóinak életét, kalandoztunk az éjszakában milliárdosok árnyékaként. Ezúttal kivételesen olyan területre merészkedtem, amit magam is jól ismerek. Belülről, több oldalról láttam ezt az izgalmas, kicsit belterjes univerzumot, ahol mindenki ismer mindenkit, és mindenkinek markáns véleménye van a másikról. Alighanem az én emlékeim egy része is elegendő volna egy kötetre, mégsem saját kútfőből írtam meg a *Showbusiness, Hungaryt*, hanem a magyar celebipar krémjének segítségével. Az elmúlt hónapokban sok-sok órán át beszélgettem televíziós vezetőkkel és háttéremberekkel, producerekkel, menedzserekkel, újságírókkal, médiaszakemberekkel, ügynökökkel és természetesen magukkal az érintettekkel, kis hazánk nagy neveivel, a sztárokkal. Interjúalanyaim többségét évek óta ismerem. Fontosnak tartottam, hogy a régi idők „nagy öregjeit”, a ma hatvanas, hetvenes éveiket taposó ikonokat ugyanúgy megkérdezzem, mint a fiatal influenszereket. Sok év tapasztalatával a hátam mögött pontosan tudtam, hogy milyen világba merülök alá, mégis sokat tanultam beszélgetőpartnereimtől, mondhatni, felnyitották a szememet.

Reményeim és igényeim szerint, amit a kezükben tartanak, az nem egy több száz oldalasra hiz-

lalt pletykalap, de nem is szociológiai tanulmány. Számptalan cikket, nyilatkozatot láttam már, amelyik egy-egy hírességről szólt, soha nem olvastam azonban még egyetlen hosszabb elemzést sem arról, hogy hogyan működik valójában a hazai sztárvilág. Megírtam hát én, amit egy gondolkodó embernek talán érdeemes tudnia a kulisszák mögötti eseményekről. A *Showbusiness, Hungary*ben több tucat interjúalany segítségével olyan kérdésekre keresem a választ, mint hogy kik számítottak sztárnak a rendszerváltás előtt és után. Hogyan és miért váltak azzá? Milyenek a hírességek mindennapjai, hogyan élnek és ismerkednek, éri-e őket előny vagy hátrány a hírnevük miatt? Utánanéznék annak is, hogy mekkora egy-egy híresség piaci értéke, és mennyit lehet ma „celebként” hazavinni. Bemutatom a sztárok „kasztyait”, bevételi forrásait és azt, hogy mi áll a bulvárhírek mögött. Együtt megkapirgáljuk egy kicsit a hazai sztárvilágot beburkoló mázst, hogy rájőjjünk, semmi sem az, aminek látszik.

Ajánlom ezt a könyvet mindenkinek, akit érdekel a sztárvilág, ám azoknak is, akiknek a vérnyomása ugyan nem szökik az egekbe egy-egy erősebb bulvárhír hallatán, mégis szeretnének belátni a színpalak mögé. Ez a sorozat a kíváncsi embereknek szól. A *Showbusiness, Hungary* nem regény. Ez egy nagyon

is valóságos riport a 21. századból, a mi kis magyar sztáripárunk kendőzetlen leírása. Minden mondat, minden történet és megjegyzés olyan emberektől származik, akik alaposan ismerik ezt a világot. Nincs megkérdőjelezhetetlen igazság a földön, riportalanyaim is sokféleképpen látják az eseményeket, igyekeztem mindegyikük látásmódját belesűríteni a könyvbe. Mint általában, a nyilatkozók személyét ezúttal is fedje homály. A legtöbb esetben megváltoztattam a nevüket, olykor a nemüket, életkorukat is megkavartam, hogy a szűk szakmai körök se ismerhessenek rájuk. Ha mindenki névvel és titulussal szerepelne, akkor ez a könyv nem lehetne őszinte, hiszen titoktartási kötelezettsége miatt a legtöbb szakértő meg sem szólalhatna, vagy legalábbis nem beszélhetne nyíltan és őszintén. Nem célom a botránykeltés, sem az, hogy kellemetlen helyzetbe hozzak bárkit is, számomra maguk a történetek a fontosak. Néhány helyen megneveztem a forrásaimat és olykor a sztárokat is, ám ezt csak akkor tettem, amikor úgy éreztem, hogy a sztori érthetetlen volna nevek nélkül, vagy éppen fordítva: akkor is tudná mindenki, hogy kiről szól a történet, ha nem fedném fel az illető kilétét.

A könyvben olyan emberekről írok, akiket a magyar közönség nagy része ismer, és általában „sztárként” aposztrofálok őket. Használok még a „híres-

ség” és a közbeszédben kissé pejoratív csengésű „celeb” kifejezést is, ám az én megfogalmazásomban az utóbbi megnevezés sem tartalmaz értékítéletet. A *Show-business, Hungary* lapjain szereplő sztárok színészek, zenészek, médiaszemélyiségek és műsorvezetők. Sportolókat, ismert gazdasági szereplőket, politikusokat és közéleti arcokat nem vontam be ebbe a körbe, hiszen itt és most a szórakoztatóiparról lesz szó, amelybe nyugodtan fejest is ugorhatunk! Csattanjon a csapó, gyűljanak ki a fények, kezdünk!

Kordos Szabolcs
2021. április 11., Budapest,
Bródy Sándor utca

ILYEN EZ A POPSZAKMA – A ZENEIPAR A '90-ES ÉVEKBEN



A kilencvenes évek vidám popzenével búcsúztak, és a műanyag dallamok elkísérték bennünket a második évezredbe is. Micsoda idők voltak ezek a zenei piacon! TNT, VIP, Bestiák, Ámokfutók, Shygys, UFO, Picasso Branch, Hip Hop Boyz, Groovehouse, Kozmix, Inflagranti, V-Tech, Unique, Bizö Boys – csak hogy a teljesség igénye nélkül említsünk néhányat a menő zenekarok közül. Ebbe a csodás kakofóniába mindenki beleadta a tudása legjavát: tehetségből kinek több, kinek kevesebb jutott. Félig vicc csak az a megállapítás, hogy az ezredfordulón mindössze hárman énekeltek az országban, legalábbis ennyien adták a hangjukat vagy két tucat bandának. De kit érdekelt ez akkor? A dallamok nagy részét nemes egyszerűséggel lopták, mégis boldog, felszabadult, kedves és naiv korszak volt ez, amikor a közönség szinte bármiért tudott rajongani, és ennek megfelelően ra-

jongott is. Kicsit sántít sztárnak nevezni az akkori popcsillagokat, mert a divatos együttesek messze nem élveztek „teljes körű” ismertséget, inkább csak a zene iránt amúgy is érdeklődő fiatalok voltak oda és vissza értük. Mégis érdemes róluk szót ejteni. Olyasmit éltek át ugyanis a színpadon ezek a tökéletes testű „énekesek” (az idézőjel miatt elnézést kérek azoktól, akik valóban tudtak, tudnak énekelni, természetesen több ilyen van közöttük), amit addig csak nagyon kevesen a magyar szórakoztatóipar történetében. Egyszerűen szétszedte őket a közönség. Hisztérikus öröngés közepén találták magukat.

– Mai fejjel egyszerűen felfoghatatlan az az örület, ami a bandák körül volt. A kilencvenes évek végi pophullám magyar zenekarait sikítás fogadta mindenhol. Az akkori lányok azt látták az újságokban, a tévében, hogy így kell rajongani. Paul McCartney-t és Mick Jaggert köszönthették úgy anno Londonban, mint a mi fiainkat valahol az Alföldön – mesélte egy akkoriban aktív zenei menedzser, aki egy kiadó égisze alatt több csapatért is felelt.

– Volt, hogy rádöntötték a fiúkra a sátrat a rajongók. Máskor szabályosan menekülnünk kellett. Addig nem aggódtam, amíg láttam, hogy a biztonsági őrök mögöttünk vannak. Akkor kezdtem átérezni a veszélyt, amikor észrevettem, hogy velünk

együtt futnak a szekusok, mert ők is feladták, hogy megállítsák a tömeget – emlékezett vissza a menedzser, aki láthatóan elérzékenyült, hogy újraélhette az ezredforduló hangulatát. – Három órán keresztül várakoztak hosszú sorokban a lányok autogramért, posztert, újságból kivágott képeket, szívecskékkel díszített naplókat szorongatva. Ma hol látunk ilyesmit egy koncert után? Sehol. Lehet, hogy gagyi és megmosolyogtató volt egyik-másik produkció, de ott és akkor működött – tette hozzá.

– Egy-egy hétvégi napon egy felkapott csapat öthet haknit is letolt, durvább esetben nyolcat! – magyarázta a menedzser, aki a lelke mélyén érezte, hogy amit a falunapokon művelnek, az aligha Grammy-díj-kompatibilis. A közönség azonban szerette a produkciót, és a pénz is ömlött a kasszába. – Heti négyöt napon át toltuk az ipart kora délutántól hajnalig. Kisbuszba be, két táncoslány, a banda, egy sofőr meg én. A táskámban a CD, mert persze playbackről nyomtuk, mint mindenki más, de ez akkoriban nem volt téma, sőt elvárásként sem fogalmazódott meg, hogy élőben kellene énekelni. Egy fellépést kétszázötvenezerért vállaltunk, az mai árakon számolva olyan hét-nyolcszázezer forintnak felel meg. A leggagyibb zenekarokkal is elkértünk százötvenezret. Harminc percet ellötyögtünk a színpadon, aztán ugrás vissza

a kocsiba, és így ment ez hajnali négyig. Talán mi is tudtuk, hogy nem tart örökké ez az aranyélet, és úgy koncerteztünk mintha nem lenne holnap – mesélte a menedzser.

A mai falunapok csak 1.0-ás halovány árnyékai a régi „énjüknek”, a kilencvenes évek végén egy vas-kosabb rendezvényen öt-tízezer ember is összejött, a vezető rádióadók roadshow-i pedig brutális költségvetésű mamutrendezvények voltak sok-sok ezres közönség előtt, nagy színpaddal, színes programokkal. Szinte olyan szerepet tölthettek be, mint ma a menőbb fesztiválok. A színes karaván időről időre felkerekedett, és bejárták a nagyobb városokat, mindenhol tömegeket csábítva. Fellépési lehetőség rengeteg adódott, ekkor pörögtek igazán a plázakoncertek, ez a műfaj azóta teljesen eltűnt, pedig hajdanán nagy népszerűségnek örvendett. A nagyobb diszkók – vidékiek és fővárosiak egyaránt – minden péntek, szombat estére, sőt olykor még csütörtökre is szerződtettek „sztárfellépőket”, hogy az éjfél és hajnali kettő közötti katarzist élő műsorral dobják fel.

Megkerestem az egyik legnépszerűbb, ma is létező formáció énekesét, hogyan emlékszik vissza a kilencvenes évekre, legalábbis azokra az időszakokra, amelyekről van előhívható képe.

– Rohantunk egyik koncertről a másikra, szölkünk is a biztonságiaknak, hogy a fellépés után kizárólag tizenöt rajongót tudunk fogadni a szokásos fotó/autogram találkozóra. Mire visszatértünk a backstage-be, véres rajongókat találtunk az ajtó előtt: vagy háromszázan estek egymásnak azért, hogy bekerüljenek a tizenötbe. Ezek ilyen idők voltak. Mondjuk, még most is előfordul, hogy egy hölgy a mellére teováltatja a logónkat. Kaptam olyan fotót is, amin az látható, hogy kirakták a nevünket csempéből a fürdőszobában – mondta a frontember, aki szerint azokban az időkben kimaradt az átmenet a fergeteges siker és a teljes érdektelenség között. – Mi nagyon akartuk a népszerűséget, dolgoztunk is érte, de négyöt évig csak a fióknak írtuk a dalokat. Aztán jött a sikercunami, és teljesen levett bennünket a lábunkról. De megbirkóztunk vele, és most is itt vagyunk – mondta.

Ebben a műanyag kánaánban a mennyiségi popdal- és formációgyártás dívott, bár kétségtelen, hogy a fent megnevezett csapatok némelyike magas színvonalú produkciót mutatott be. A többségre azonban nem ez volt a jellemző. A jelenség illusztrálására a menedzser mosolyogva idézte fel azt az esetet, amikor fotózást szervezett az egyik legnevesebb csapat énekesének otthoni stúdiójába. A sajtónak gyártott

mese úgy szólt, hogy a kreativitástól és az alkotni vágyástól szinte megittasodott sztár esténként ott kreálja érzelmes dalait, mintegy kiürítve lelkéből a szívfacsaró fájdalmat. A valóságban a stúdió az egyik háttérember „műhelye” volt, a sztár pedig, az újságírók meglepetésére, még arra sem volt képes, hogy megtalálja az ON gombot a gépeken.

Ejtsünk néhány szót a sajtóról. Az országos média nem (vagy csak ritkán) kapta fel a jó testű popikonokat, nekik is megvoltak azonban a saját médiumaik, amelyeken keresztül eljutottak a fiatal rajongókhoz. Ebben az időszakban még gyerekcipőben járt a net, a legtöbb szerkesztőség faxon kapta meg a közleményeket, ha pedig egy-egy előadóról CD-n adták le a fotókat, az a menőség és a high-tech netovábbjának számított. A „Szerelem, szex, gyöngédség” című, kultikussá vált rovatot felvonultató *Bravo* és a szintén a tiniknek szóló *Popcorn* magazin rekordeladásokat produkált ekkoriban. 1997-től működött a hazai zenéket is bemutató Z+ csatorna, amely aztán VIVA néven olyannyira szívügyének tekintette ezt a szegmenst, hogy egyszerűen csak „A magyar zenetévé” néven népszerűsítették. A csatorna a fiatal együttesek és előadók inkubátorává vált, az létezett, aki itt szerepelt. Hatalmas ereje és hallgatottsága volt a Danubius és a Sláger rádiónak, vagyis a két legnépsze-

rűbb országos kereskedelmi rádióadónak is. A pop-tévé és a fontos rádiók vezetői, zenei igazgatói, döntéshozói a helyzetükből adódóan sztár csináló atyáúristenként funkcionáltak: óriási hatalom koncentráldott alig néhány kézben. Aki jól feküdt náluk (néha szó szerint), az előrekerült a listákon, aki valamiért nem mozgatta meg a fantáziájukat, az ment a lecsóba, avagy vissza a fürdőszobába a zuhanyrózsának énekelni. A legnagyobb kiváltságot, a koktélcseresznyét a médiatortán a *Fábry Show*-ba szóló meghívás jelentette, mert aki a műsor végén a zenei produkcióban megmutathatta magát, az országosan is „arcot kapott”.

Az élelmesebb menedzserek azonban felismerték, hogy az országos hallgatottságú rádiókon és a leg-leg-tévéműsorokon kívül is létezik élet. Mivel a toplistas helyezéshez a vidéki rádiókon keresztül vezetett az út, a producerek vagy a sajtósaik hosszas országjáró túrákat szerveztek az előadóiknak, és ez annyira elterjedt jelenséggé vált, hogy szinte mindenki ugyanazt a négy-öt útvonalat járta be hónapról hónapra. Mint egy választásikampány-körúton hakinizó politikusnak, úgy kellett a zeneipar sztárjainak fáradságos munkával megdolgozniuk a rajongókat, hogy a népszerűségi listán elérjék a várt számokat. Szinte minden napra jutott így sztárvendég Pakson,

Dunaújvárosban, Egerben vagy éppen Szekszárdon is. Az aktuális meghívott ilyenkor a rádió vezetőivel és házigazdáival parolázott, ajándékokat sorsolt ki, rajongókkal fotózkodott, mélyinterjút adott, aztán padlógázzal indult is a következő helyszínre. A helyi adók roppant fontos szerepet töltek be a zenei ízlésformálásban az ezredforduló környékén, ám jelentőségük sokat csökkent az elmúlt években.

A futószalagon gyártott új bandák mágusa volt egy producer, aki hihetetlenül jó szemmel és érzékel terelt össze addig egymás számára teljesen idegen lányokat és fiúkat, aztán egy fantázianevet melléjük biggyesztve, megpörgette őket a zenei piacon. Patikamérlegen mérte ki, hogy hova kell egy angyali tekintetű szőke srác, egy tetovált fekete rosszfiú, és melyik csapatból hiányzik még egy barna izompacsirta. A mesterségesen létrehozott formációk általában tiszavirág-életűek voltak, ám rövid bimbózásuk alatt sok pénzt termeltek – leginkább a producernek.

– Az illetőnek nagy családi háza volt, gyakran rendezett ott féktelen bulikat, és az a vicc járta, hogy az alakuló bandákat is biztosan a pincéjében tartja. Lehet rajta utólag fanyalogni és mosolyogni, de tény, hogy zenei producerként azonnal meglátta, ki teszzen a közönségnek. Nem a jelentkezők énekhangjára figyelt, jó torkú énekesből rengeteg van, sztárból

viszont kevés. Ő azt az embert kereste, akinek jól áll, ha a szélgépfelfújja egy picit a pólóját, és aki úgy tud lenézni a színpadról, hogy olvadnak tőle a rajongók. Biztos kézzel emelte ki a tömegeből ezeket a figurákat – mesélte a korabeli zenei menedzser. Önjelölt „banda- tagból” nem volt hiány, a producer a korát megelőző castingokat tartott, gyakran több ezer fiatal részvételével. A szerencsés kiválasztottak aztán olyan szerződést írtak alá mentorukkal, amelyben gyakorlatilag az életüket is eladták neki. A kissé egyoldalú megállapodás aláírása után beindult a kelet-európai sztármanufaktúra, a fiúk-lányok megkapták azokat az egyenüzeneteket, amelyeket a rajongók hallani akartak, és azokat kellett ismételtetniük Battonyától Balatonszemesig. „Nincs párom, keresem az igazit, de nagyon nehéz rátalálni arra, aki megdobogtatja a szívemet! Várom azt a lányt, aki forgószélként repít magával”, nyilatkozta például a jól begyakorolt frázisokat egy bandatag a fent említett popmagazinok egyikében. A menyasszonyának nyilván nehéz volt e sorokat olvasnia, de mindannyian tudták: a biznisz az biznisz, a piacon szinglinek kell mutatkozni, hogy a lányoknak legyen miben reménykedniük, és sok-sok tini hálószobájában kerüljön fel a falra.

A módszer működött. A csillogás persze talmi volt, az álomgyár egy alagsorban üzemelt, a mosolyok

és a szép szavak a kameráknak szóltak, az istállóban fegyelem volt, és ellentmondást nem tűrő keménység. A csapatok egy teljes apparátust kaptak a hátuk mögé, cserébe elfogadták a feltételeket. Szakértőm szerint másként nem lehetett ezt a piacot uralni, csak erővel: a mesterségesen összerakott csapatok között hamar megjelent a széthúzás, a tagok egy-két sikeres turné után, saját szavaival élve, „megokosodtak”, elhitték, hogy a rendszer értük dolgozik, nem pedig fordítva. Ilyenkor finoman érzékeltetni kellett velük: fordítva ülnek a lovon, avagy a turnébuszon.

– Az énekesek jól kerestek persze, sokkal jobban, mint a korábbi életükben, amikor csak ábrándoztak a színpadról, a sztárságról. Ugyanakkor senkit sem tudnék mondani, aki előadóként ebben a korszakban alapozta volna meg a későbbi egzisztenciáját. Az énekesek egyik napról a másikra éltek, fiatalok voltak, sokat költöttek magukra, aztán mire igazán révbe érhettek volna, leáldozott a csillaguk. Mindig mindenki elhiszi, hogy a siker örökké tart, de az élet erre folyamatosan rácáfol. A kilencvenes évek popboomja is csak néhány évig bírta szufflával – magyarázta a menedzser, aki örül, hogy részese lehetett ennek az intenzív időszaknak. – A sztárjaink a bőrükön érezték a szeretetet, a rajongást. Ha pénz nem túl sok jutott is nekik, szex igen: a fiúkon konkrétan fűrtök-

ben lógtak a csajok, csak választaniuk kellett. Egy idő után persze rájöttek, hogy rajongóval randizni nem praktikus, így sokan a táncoslányokkal szűrték össze a levet, gyakran kellett mediátorként fellépnem a csapatokon belüli vagy bandákon átívelő szerelmi háromszögek miatt – mesélte a menedzser.

Sok zene iránt fogékony ember látja úgy, hogy ez a sajátos popkorszak szakmai szempontból ritka kellemetlen emlék. Tény, hogy a zenekarok nagy része eltűnt a süllyesztőben, és valószínűleg a többiekre sem az egyetemes zenetörténelem megkerülhetetlen alkotóiként tekintünk. Míg az LGT vagy az Illés a maga korszakának nagyjaként maradt meg a kollektív emlékezetben, az ezredfordulós együttesek inkább megmosolyogatnak bennünket. Cikivé váltak ezek a zenék és előadók? Mi tagadás, kicsit talán igen. Beszélgetőpartnerem azonban teljesen más aspektusból világította meg, hogy miként érdemes erre a korra tekintenünk.

– A nosztalgia persze megszépít mindent, de őszintén, ha manapság elmegyünk egy táncos estre, mikor tör ki a legönfeledtebb bulizás? A retró számoknál. Melyek azok a dalok, amelyeket kívülről fúj mindenki? A retró számok. Lehet, hogy kicsit gagyinak érezzük őket, de közben a jól ismert dallamok hallatán mégis előnt bennünket egyfajta kellemes érzés.

A kilencvenes évek végének, kétezres évek elejének pop tinglitanglijai igenis jól kitalált számok, hatással vannak ránk, boldoggá tesznek bennünket. Ez a mi generációnk közösségi élménye. A mostani fiatal korosztálynak is lesz ilyen összekovácsoló tapasztalata? Lehet, bár szerintem a Spotify-listák nem váltanak ki az emberekből hasonló érzéseket. A kilencvenes évek nagyon is bennünk élnek – mondta a menedzser, és kétségtelen, hogy akár ilyen szemszögből is értékelhetjük a letűnt korszakot.

Az akkori sztárok egy része teljesen lezárta a színpadi életét, és civil foglalkozást választott, mások azonban napjainkban is jelen vannak az iparban, csak éppen nem a reflektorok fényében szórakoztatnak, hanem a zenei világ háttérembereivé váltak. Tapasztalataikat többen is sikerrel kamatoztatják külföldön, míg mások idehaza producerként, menedzserként aktívak, vagy DJ-ként, rádiósként dolgoznak, né tán a nosztalgiahullámra felülve olykor beindítják a bulivonatot, és vissza-visszatérnek az éjszakába.