
Umělec? Dneska je to skoro každý

Jenže skoro nikdo neprorazí

70 až 80 tisíc „songů“ denně. Zhruba tolik jich přibývá každý den na hlavní streamovací služby. Je to ohromující množství, ze kterého vyplývá pro začínající umělce zdánlivá svoboda a lákavá možnost prorazit na hudební výsluní. Umělec vlastně nepotřebuje skoro nic. Nic mu nebrání zahájit cestu ke slávě. Nepotřebuje label, drahá studia, drahé producenty, distribuci. Nepotřebuje nic a nikoho. Potřebuje jen talent. Ale je to skutečně tak? Dávají umělcům streamingové a sociální sítě opravdu takovou svobodu?

TEXT: LIBOR ČERVINKA (Fajn radio)

Nepopíratelným faktem je, že je obrovsky těžké, ne-li nemožné ovlivnit například algoritmus TikTok tak, aby pracoval pro konkrétního umělce. U Spotify je to podobné. Takže ten pocit svobody je spíše jen relativní. Celý ten současný stav možná ztěžuje budování publika jako nikdy předtím. Zjednodušeně řečeno, „hrát“ mohou doslova všichni. Ale hřiště, na kterém se hraje, je mnohem větší a rovnější, než bylo ještě před několika lety. Na jeho druhý konec skoro není vidět a všechna aktivita se na něm téměř bez odezvy ztrácí. A vlastně vůbec nejde o kvalitu díla, které je posíláno do světa.

Jistě, existuje mnoho způsobů, jak posoudit, co dnes vlastně znamená „prorazit“. Od počtu streamů přes followers na sociálních sítích až po prodeje

vstupenek na koncerty. To jsou „tvrdá“ čísla. Stejně tak „tvrdě“ jde ale změřit třeba i to, že počet nových interpretů, kteří se dostávají v USA do Top 10 žebříčku Billboard Hot 100, v posledních několika letech prudce klesá. V letech 2001 až 2004 se do první desítky každoročně dostalo více než 30 nováčků. V roce 2019 se však do první desítky dostalo jen 15 nováčků a rok 2021 byl rokem s nejnižším počtem nováčků v tomto tisíciletí. Bylo jich jen 13, z toho navíc pět byly featuriny na skladbách zavedených interpretů (například Daniel Caesar v songu Peaches Justina Biebera). Asi tolik k té svobodě a otevřeným možnostem pro všechny.

A jak vypadá situace u nás? Prosazují se začínající domácí umělci do showbyznysu snadněji než jejich kolegové

v USA? Ano i ne. Jde o platformu, na kterou se zaměříme. Na jedné straně se můžete podívat do hitparády IFPI CZ RADIO TOP 100. Tato hitparáda je sestavena podle počtu hraní jednotlivých songů v českých rádiích. Čím „větší“ rádio, tím větší možnost ovlivnit pořadí. Kolik si myslíte, že je aktuálně v téhle hitparádě songů od začínajících domácích umělců? Podle mých měřítek je tam jeden jediný! Na 99. místě! Na druhé straně tu máme CZ SINGLES DIGITAL TOP 100. Tuto hitparádu také najdete na IFPI. Kolik je tady songů od interpretů v prvních fázích kariéry? Když jsem jich napočítal deset, přestalo mě to bavit. Za mě je výsledek jednoznačný. Současné technologické možnosti akcelerují vznik nového hudebního undergroundu přehlíženého

oficiálními médii, který bude nebo už je poháněn termíny jako streaming, NFT, blockchain a Web3.

V aktuálním vydání magazínu Billboard na tohle téma vyšel zajímavý článek a z něho vycházím i já. Kromě jiného se v něm píše, že tohle „sucho“ panující kolem nových umělců dělá logicky některým manažerům a šéfům major labelů velké starosti. Zdánlivě zatím všechno funguje, ale například podepisování smluv s novými umělci uvázlo prakticky na mrtvém bodě. Hlavním důvodem je už zmíněná obrovská záplava nové hudby. Pro začínající umělce se stalo vydávání skladeb tak snadným, že se jich na streamovacích službách objevují opravdu desítky tisíc denně. Pro jednotlivce je proto mnohem těžší v té záplavě vyniknout. A velký label jim v tom vůbec nijak nepomůže. Není pomalu prostor skutečně propagovat ani priority labelu. Zatímco dříve se label mohl soustředit na několik opravdu VIP releasů ročně, dneska je to skoro jeden týdně. A jak byste chtěli v takhle napěchovaném kalendáři najít místo i pro začínající umělce? Pro začínajícího umělce je tak mnohem výhodnější zůstat nezávislým. Šance na úspěch jsou totiž skoro stejné jako v případě, že vás zastupuje někdo z „majors“. Možná větší. Stejně je všechna práce na vás. Kvůli obrovskému množství vydávaných songů musí nyní také tracky, které by byly před pěti až deseti lety jasnými hity, bojovat o to, aby si jich vůbec někdo všiml. Dokonce i ty největší nahrávací společnosti se svými gigantickými reklamními rozpočty s tím mají problémy. Pokud se opravdu denně nahrává u hlavních poskytovatelů digitálních služeb 80 000 nových skladeb, pak se podíl velkých vydavatelství na trhu logicky rozmělní. Další důvody, proč dnes začínající umělci nechťejí podepisovat smlouvy s „majors“? Určitě to souvisí s touhou být svým vlastním pánem, být independent.

Další faktor, který ztížil šanci na slávu pro začínající umělce? Snížil se dosah a vliv kdysi silných médií, jako je rádio a televize. Jinými slovy, mít song číslo 1 v rádiu už neznamená skoro nic. Kromě prestiže. Kromě toho pocitu, když vás hrají v rádiu. Dokonce ani to, když



se song dostane do Top 10 na nějakém opravdu velkém Spotify nebo Apple Music playlistu, nemá takový význam jako ještě před pár lety. Možná to znamená pár přehrání navíc, ale v žádném případě to neznamená, že publikum takového interpreta nějak výrazně poroste.

Situaci hodně zkomplikoval i vzestup TikToku

Tato platforma se stala doslova urychlovačem, který pomohl například skladbám Numb Little Bug (Em Beihold) a Sunroof (Nicky Youre) vyšplhat se na

vrchol hitparád. TikTok je ale naprosto nepředvídatelný, i když jde o skvělý a dnes pro začínající muzikanty možná i hlavní marketingový nástroj. Je, zjednodušeně řečeno, díky unikátnímu algoritmu méně náchylný k manipulaci a méně reagující na hvězdnou sílu než jiné platformy. TikTok ale vyžaduje z hlediska interpreta prakticky neustále vytvářet nějaký relevantní obsah, což je náročné jak časově, tak technologicky.

Vytvořit na TikToku něco s virálním potenciálem je podobně pravděpodobné, jako že vyhrajete v loterii



Když sledujete to, co zabodovalo v minulosti, naprosto se nezdá, že by to, co tam „exploduje“, mělo nějaký racionální důvod. Všechny tyto faktory dohromady znamenají, že získat a následně udržet pozornost hudebních fanoušků je dnes mnohem náročnější než dřív. Talent určitě nestačí. Dříve to bylo tak,



že jste vydali album, Rolling Stone nebo jakýkoliv jiný hudební časopis vám na něj napsal recenzi, vy jste vyjeli na turné, dostali jste se do televize a bylo to. I když samozřejmě štěstí hrálo svou roli, cesta byla jasná. Byly to čtyři nebo pět věcí, které jste museli „odpracovat“. Teď potřebujete „odpracovat“ čtyři nebo pět věcí týdně, nebo alespoň měsíčně, jinak nikdo ani nezjistí, že vůbec existujete.

V dnešní době má recept na úspěch asi 45 ingrediencí. Být novým umělcem je těžší než kdy dřív

Někteří interpreti jsou ale i přesto stále schopni zaujmout v širokém měřítku. Letos hudební manažeři dávají za příklad třeba Steva Lacyho a jeho Bad Habit. Song, který je aktuálně na vrcholu Billboard Hot 100. Jeho úspěch berou jako důkaz toho, že hudební průmysl stále dokáže vytvořit velké příběhy a prosadit nového umělce. I když nového – Lacyho kariéra začala už před sedmi lety se skupinou The Internet a už jeho první sólové album z roku 2019 mu vyneslo nominaci na cenu Grammy. Takže Steve rozhodně NENÍ začínající umělec.

Charakterizovat současný hudební průmysl jako „beznadějný“ pro nové umělce je možná až trochu moc. Přesto je třeba uznat, že o kolik je lehčí nahrát song a vypustit ho do světa, o to těžší je prorazit do skutečného mainstreamu. Lépe řečeno, je to opravdu skoro nemožné. Mnoho zdrojů, které Billboard použil pro tento článek, se domnívá, že hudební byznys se musí přeorientovat, aby se přizpůsobil této nové realitě. Pokud nebudou hvězdy, major labely se musí změnit. Jen si to zkuste představit – svět, ve kterém neexistují žádné globální hvězdy a každý, byť mnohem menší umělec má své vlastní kultovní příznivce. Co bude major label dělat? Nebo jinak. Co když se díky novým možnostem, které přinese technologická budoucnost, budou globální hvězdy starat o distribuci svého obsahu samy? Bez prostředníků? Bez labelů? Vychází

mi z toho jediná věc. Majors jednoduše musí ve vlastním zájmu snížit svou závislost na superhvězdách a místo toho dát přednost budování vztahů s umělci na začátku jejich kariéry. Možná být lokálnější, nevím. Přesycenost hudebního trhu skoro zabíjí možnosti zrození nové generace globálních megahvězd. Tohle je ale proces, který už je dávno v chodu. Největší vydavatelství však nebudou tím jediným subjektem, který se bude muset přizpůsobit. Protože způsob, jakým dnes lidé plošně měří úspěch, prostě není správný.

Každý nemůže být Taylor Swift nebo Drake

Už dnes je i v ČR kategorie umělců, které mainstreamové publikum nezná, ale oni se dokážou díky streamingu, koncertům a třeba i prodeji merchandisingu velmi slušně uživit. I když jsou třeba jako Red-



zed přehlížení oficiálními kanály. Věděli jste třeba, že právě Redzed je druhým nejstreamovanějším domácím umělcem současnosti? První je Antonín Dvořák. Ale o tom až někdy příště. V budoucnu se bude muset definice začínajícího umělce určitě změnit. Prostředí, kde každý z nás objevuje hudbu, se dnes stalo tak roztříštěným, že pokud chceme správně posoudit úspěch, musí se změnit celý přístup a pohled na věc. ☒

