

Márkus Liza

Kérdező:

Szia Liza! Négy témakört hoztam, amiben szeretnék neked kérdéseket feltenni, elsősorban a zenei karriereddel kapcsolatban, majd az ezt kísérő marketing tevékenységekkel, és hogy milyen jövőképet látsz saját magadnak, és a magyarországi feltörekvő előadóknak. Rögtön el is kezdeném az első témakörrel. Elsőként azt szeretném kérni, hogy tudsz-e mesélni egy kicsit, az eddigi zenei pályafutásodról, hogy milyen karrier-ívet írtál le?

Liza:

Igen-igen. Ugye énekesnőként tevékenykedem. Az általános iskolai, meg gimnáziumi énekkarban kezdtem a pályafutásomat. Ki mit tudokban szerepeltem, illetve néptáncoltam is, úgyhogy elsőként népdal éneklési versenyekre jártam. Amikor befejeztem a gimnáziumot, kérdésesé vált, hogy hogyan folytassam a zenélést, mert előtte Gyöngyösön, a helyi zeneiskolába jártam zongorázni, meg klasszikus éneket tanultam. Aztán felvételt nyertem a budapesti Bartók Béla Zeneművészeti Konzervatórium Jazz Ének tanszakára. Ez egy kicsit véletlennek is köszönhető, hogy végül a jazz felé vettem az irányt, de az egyik legjobb döntés volt. Bár mindig pozitív visszajelzéseket kaptam afelől, hogy tehetséges vagyok, a konzervatóriumba való felvétel egy olyan egyértelmű visszajelzés volt, hogy akkor ezzel tényleg hosszú távon meg így komolyan érdemes foglalkozni. Akkor ott döntöttem el, hogy akármilyen lesz, ezt hivatásszerűen szeretném csinálni. A konzervatórium alatt kezdődött az, hogy egyre több fellépésem volt, amire hívtak. Eleinte kisebb városi rendezvényekre, aztán pedig a konzervatórium befejezése után megalapítottam az első zenekaromat, ami két évig működött, az FlowFactor nevű formáció. Velük egyre több helyen léptünk fel, kisebb fesztiválokon, városi rendezvényeken. Aztán azt a zenekart le tettük pihenni, és végül nem éledt újjá. Mindeközben párhuzamosan több formációnak voltam a tagja, jártam egy zongoristával fellépni különböző rendezvényekre, bekerültem egy másik zenekarba, az IALAZ nevű formációba, akikkel még külföldön is volt koncertsorozatunk: Lettország, Litvánia, Észtország, meg egy erdei turnénk is volt, illetve majdnem két évig a Gönczi Gábor zenekarában, a Smile On The Surface-ben is énekeltem. Nagyon sok tapasztalatot szereztem ezekben a formációkban, viszont rájöttem, hogy a saját dalaim, meg ötleteim megvalósításához egy solo projekt fog közelebb vinni, úgyhogy most már két éve, főleg mióta befejeztem az egyetemet, arra koncentrálok, hogy a saját szerzeményeimet meg tudjam valósítani, és mint Márkus Liza énekesnő ezt a profilt építem.

Kérdező:

Mi a legnagyobb érdemed, amit szívesen említesz, mi az eddigi legnagyobb elért kitűzött cél?

Liza:

Nekem nagyon nagy visszajelzés volt a zenei tevékenységemmel kapcsolatban a konzervatóriumba való bejutás, aztán pedig felvételt nyertem az ELTE-re tanárképzésre, angolos énekszakra, és mivel a zenének a tudományos oldala is érdekel ezért az egyetem alatt kétszer voltam döntős az Országos Tudományos Diákköri Konferencián. Az egyik legnagyobb büszkeségem, hogy ott a zenei előadás kategóriát megnyertem, és két évvel később pedig zenepedagógia kategóriában a kutatásommal külön díjat kaptam, meg egy publikálási lehetőséget. Emellett talán arra, hogy a saját dalaimat sikerül zeneileg úgy megvalósítani, videoklippel, hogy ezt tényleg így terveztem, ahogy most van. És bár lassan haladok, mivel csak én menedzselem magamat, de jól alakul a megvalósítás.

Kérdező:

Mint így most feltörekvő kiselőadó, mit említenél meg, hogy milyen kihívásokkal találkoztl, mik voltak a legnagyobb akadályok?

Liza:

Hát ennek van ilyen lelki vonulata is, meg ilyen, hogy mondjam, ilyen más jellegű. Tehát a lelki dolog az szerintem az, hogy zenészként egy csomószor azt érzi az ember, hogy ő nem elég jó, mert ez egy kis ország, de mégis azért nagy a merítés. És az ember méri magát másokhoz, szóval alapvetően ez a megfelelés, ez a mindig egyre jobbnak lenni. A másik meg a kapcsolati háló hiánya kezdetben, illetve az anyagi erőforrás hiány. Azt gondolom, hogy manapság simán vásárolhat valaki magának egy karriert, hogyha van rá elég erőforrása, de amíg ezt önerőből kell megvalósítani, ez azért nagyon jelentős terhet ró, és mennyiségileg akadályozza az érdemi produktum kiadását.

Kérdező:

Ezek nagyon érdekes válaszok voltak, mert sok mindenben egybevág egy csomó iparági renddel, és ezért úgymond örülök is, hogy az eddigi eredményeket alátámasztja a te nézőpontod is. Milyen olyan nehézséget tudsz említeni, vagy inkább akadályt, amivel találkozni szoktl, amikor koncerteket szervezel magadnak? Illetve te szervezed magadnak a koncerteket, vagy esetleg valaki máson keresztül?

Liza:

Minden esetben én szervezek, ahogy korábban is említettem, jelenleg magamat menedzselem, és ezért semmilyen önszervezés, vagy bármilyen téren nincs segítségem. Persze ennek rengeteg pozitív hozadéka van, de most már idejét érezném, hogy valaki ebben kicsit könnyítsen rajtam. Az elsődleges nehézség, az az, hogy kis előadóként, ha csak nulláról akarja kezdeni az ember,

már nem nagyon van hol játszani. Sorban zárnak be a klubok, ahol lennének fellépési lehetőségek. Ahol pedig vannak, ott meg jelentős bérleti díjakkal találkozik az ember. Nem elég, hogy a terembérléssel kell számolni, de a zenészeknek a tisztelet díjával is, hogyha az ember profin szeretné, akkor hang- és fénytechnikával is számolni kell, meg az egész rendezvényszervezés terhével tulajdonképpen. Úgyhogy szerintem ez nagyon nehéz, illetve még azt a tényezőt hoznám be, hogy egy koncertszervezés sok szereplős, ezért nem csak az előadón múlik, hanem van kitettség a többi szereplőnek is. A hely szabályokat állít, vagy feltételeket, és ez egy rugalmasságot, meg alkalmazkodást is megkövetel. Úgyhogy nekem ez, de itt egyébként megint a kapcsolatokat mondanám. Azt vettem észre, hogy ismerős módon betelefonálni valahova egészen más, mint munkaidőben, úgymond ismeretlenül.

Kérdező:

Köszönöm a válaszaidat. Igazából a kutatás erre tér ki nagy ívben, hogy élőzenei fellépések vonatkozásában hogyan látják a hazai kiselőadók a lehetőségeket, úgyhogy azért kérdezlek erről. Sokszor lesz egy általános kérdés, és utána kitérek az élőzenés fellépésekre is. A következő ahhoz, hogy jobban meg tudjam érteni, hogy te hogyan ítéled meg a saját karrieredet, vagy hogyan ítéled meg saját magadat, az az, hogy arra szeretnék kérni, hogy definiáld, hogy hogyan méred a sikert. Tehát, hogy saját magad sikerét, azt te miben méred? Mikor fogod azt gondolni, vagy mikor gondold azt, hogy most már elérted azt a célt, amit kitűztél?

Liza:

Ez egy nagyon jó kérdés, amin napi szinten szoktam gondolkodni. Ezt is több részre bontanám, mint előadó. Akkor érzem magam sikeresnek, ha valahol fellépek, és utána mondjuk oda visszahívnak. Az egy nagy visszacsatolás, hogy akkor valaki azt szeretné, hogy tényleg újra játssz náluk, és még egyszer hallani akarnak. Én azt is például sikernek könyvelem el, hogy azok közül a fellépések közül, ahova például a következő időszakban meg vagyok hívva, annak egyikbe se én mentem elé, hanem mindegyiknél ők kerestek meg. Próbáltam már magamnak szervezni, de nem nagyon szakadtam meg, és pont így fel is adtam. Jelenleg van olyan számú, meg minőségű fellépésem, amit még meg tudok csinálni. Van egy civil állásom is, azzal össze tudom egyeztetni ezeket, amíg magamat menedzselem. Úgyhogy az egy siker, amikor visszahívnak. Nagyon maximalista vagyok, szóval abban is fejlődnöm kellett, hogy szakmailag meg tudjak elégedni azzal, ami valahol történt. Emiatt sokat gyakoroltam, és próbálom a lehető legtöbb véletlent kiiktatni. Amikor sok üzenetet kapok, azt is úgy érzem, és amikor valakinek ez tetszik, és azt el is mondják nekem.

Kérdező:

Hát ezek alapján, amiket eddig mondtál, így a következő kérdés kicsi értelmét veszti, de mivel a kutatásban arra is kíváncsi vagyok, hogy mondjuk egy kis előadó, hogy ítéli meg, azért a mostani trendek már behoznak egy olyan helyzetet is, hogy egy kis előadónak már nem is annyira fontos egy élő zenei fellépés ahhoz, hogy például sikeresnek gondolja magát, mert ugye egyszerűen lehet, hogy valaki egy streaming hallgatottság alapján mondhatja magáról azt, hogy olyan számokat tud produkálni, amit mások nem tudnak még élőben sem. A kérdésem az, hogy te hol helyezed el az élő zenei fellépéseket a saját karrieredben, mennyire fontosak ahhoz, hogy te sikeresnek tartsd magad?

Liza:

Nekem az egyik fő célom az az, hogy tényleg a fellépések száma növekedjen, és azok minősége meg színvonala. Minél jobb helyeken, minél nagyobb közönséggel. Láttam sok olyan példát, hogy valaki nagyon kiugró nézettséget generált egy dallal, és aztán soha többet, és tényleg nem is mentek a koncepcióra. Nekem ez az élő megnyilvánulás az, ami nagyon fontos, mert az adja azt az élményt, ami miatt én ezt csinálom. Az, hogy milyen a hallgatottságom a Youtube-on, meg a Spotify-on, egyrészt még nem annyi, hogy én amiatt katartikus élményt élek meg, másrészt meg úgy gondolom, hogy ha havonta egy millióan hallgatnának, akkor sem az adná a nagyobb örömet, hanem az élő koncert.

Kérdező:

Ennek fényében rád hogy szokott hatni egy koncerthelyszínnek az adott típusa, amikor fellépsz?

Liza:

Én egy csomó ideig azt hittem, hogy minden színpadra ugyanolyan lesz felállni érzés szempontjából, és aztán tavaly előtt teljesen megváltozott ez. Volt szerencsém, Paloznaki Jazzpiknik nagyszínpadán énekelni több ezer ember előtt, és azt éreztem, hogy ilyen nyugodt meg boldog még soha nem voltam, pedig elvileg akkor kellett volna a legjobban izgulnom. Tehát, hogy pont ez az érzés, amit igazából minden fellépésen hajkurászok. Szerintem nem a színpad és az esemény nagysága maga, ami ezt a megélést tudja fokozni, de attól függetlenül nem gondolom azt, hogy egy kisebb helyen ne lehetne ugyanolyan nagy átéléssel, meg jól játszani. Szerintem ez tényleg azon múlik, hogy egy előadó tud-e olyan érzéseket kiváltani a közönségeből, amik visszahatnak rá úgy, hogy az őt megemelje.

Kérdező:

Nagyjából hányszor szoktál koncertezni egy hónapban vagy egy évben?

Liza:

Hát ez teljesen hektikus, úgyhogy most tényleg egy átlagot mondok. Mondjuk egy ilyen havi kettő-három akkor, hogyha elosztom az évre. Mert ugye van olyan hónap, hogy semmi nincs és akkor van olyan, hogy nyolc. Tehát most ha ezt így elosztom, akkor nagyjából kettő-hármat tartok reálisnak.

Kérdező:

Milyen típusú rendezvényeken, helyszíneken szoktál fellépni? Tehát vagy milyen típusú helyszíneken?

Liza:

Szabadtéri, nyári fesztiválok, városi rendezvények, városnapok, vagy városbál akár. Adventkor szoktak lenni templomi koncertek, de ott is ezek a városiak. Szoktam jótékonysági fellépést csinálni szervezetnek, vagy otthonnak is volt már, hogy felléptem.

Kérdező:

Említetted korábban már, hogy egy helyszín elvárásokkal fordul mondjuk feléd, és ez is nehézséget jelent. Ezek milyen feltételek, vagy milyen elvárások szoktak lenni?

Liza:

Hát ugye például az, hogy a belépőjegyen ki hogy osztozik, hangtechnikát ki biztosítja, hány férőhelyes, mennyi embert engednek be. Akár ilyen erősítők, tehát ami már jobban a hangszerhez kapcsolódik, abból miket biztosítanak, van-e bármilyen hangszer a helyen, amit lehet használni, adnak-e hangtechnikust, vagy nekünk kell vinni, hogyan van az italfogyasztás, van-e bármilyen kedvezmény az ott levőknek, ültetnek, vagy állóak a helyek, bérleti díj.

Kérdező:

Találkoztál-e már azzal, hogy esetleg egy helyszín amiatt nem favorizál téged, mert mondjuk más vagy nagyobb előadókat preferált? És hogy ha igen, akkor pedig hogy tudtad lekezelni ezt a versenyt?

Liza:

Szerintem ez állandó. Nemcsak a koncerthelyszíneken, hanem mindenhol igazából. Kísérő előadóként az jelenti a kiugrást, ha valamilyen állandó közönséget tudsz magad köré szervezni. De ez már szerintem a kapcsolatfelvételnél érezhető. Ez a nulladik pillanatban kiderül. Ilyen, hogy valaki főfellépő miatt nem engedték volna, hogy valahol játsszak, még nem fordult elő. Viszont azt hozzá kell tennem, hogy saját koncertet nagyon pörgő koncerthelyszínen még nem rendeztem.

Kérdező:

Köszönöm. Át is térnék a másik, vagy a második témára, ami a különböző marketing stratégiák és hogy mennyire alkalmazzák ezeket mondjuk a kis előadók. Neked elsősorban milyen szerepet játszik a marketing a karrieredben? Van-e bármilyen tudatos, stratégiai építés benne, vagy csak alkalmanként használsz fel eszközöket?

Liza:

Az a baj, hogy azért nem tudok ebben nagyon széles körül választ adni, mert úgy érzem, hogy ehhez én nem értek eléggé. Amikor azt mondtam, hogy kellene segítség mellém, akkor pont az ilyenre gondolok, hogy úgy érzem, ez valaki másnak a szaktudását és hozzáértését igényelné. A magam szintjén próbálok ennek utána olvasni, meg jó tanácsokat megfogadni, amikor valamit hallok, de úgy érzem, hogy ha ezzel sokkal többet foglalkoznék sem biztos, hogy előrébb jutnék, mert valószínűleg nem a megfelelő módokon tudnám ezt használni.

Kérdező:

Használtál-e már közösségi médiatartalmakat, bármilyen digitális marketingeszközt, hirdetéseket, vagy akár networkingen keresztül a saját híredet terjesztetted-e?

Liza:

Vizuális tartalmakat szoktam magamnak csinálni. Plakátokat, beharangozókat, a Canva program segítségével. Ezeket mind saját magamnak csinálom, illetve fél évente szoktam elmenni egy fotózásra, ahol több szettet befotóznak, hogy azokat kb. egész évre elosztva tudjam használni. Először készül egy képi anyag, amiket utána a Canván poszterekhez készítem, és plakátokhoz fel tudok használni. Amikor így összegyűlnek fellépések, pl. a kiemelt időszakom, nekem is a nyár, meg a karácsony, az advent környéke, akkor szoktam egy listát az éppen közelgő fellépésekből csinálni. Azt is megosztom mindig a Facebookon, meg az Instagramon. Instagramon azért aktívan próbálok jelen lenni. Az elmúlt egy-két hétben leeresztettem ilyen szempontból, de alapvetően azért igyekszem naponta sztorizni, hogy dobáljon az algoritmus vagy így havonta egy-négy-öt posztot azért kitenni. Tehát ezt az aktív jelenlétet próbálom a közösségi média felületeken csinálni. Van saját Facebook oldalam, aminek figyelek az arculatára, illetve amikor valamilyen új dal vagy klip készül, akkor annak a gyártási folyamatáról is folyamatosan posztolok, illetve hirdetéseket is szoktam beállítani Facebookon és Instagramon is. Főleg inkább az Instagramot használom, és ott egyébként olyankor általában nő is a követőimnek a száma. Bővebb anyagi forrás hiányában nem óriási hirdetésekre kell gondolni, de maximum egy hét időtartamra szoktam időszakosan, nem folyamatosan. Tehát a Canva, a Facebook és Instagram. Amikor egy kicsit nyugodtabb időszak van, akkor pedig, mivel az előző munkahelyemben sales-es közegben dolgoztam, azért tanultam arról, hogy például

hogyan érdemes e-mailben megkeresni ismeretlenül helyeket, és például szoktam, bemutatkozó jelleggel egy kiajánlót kiküldeni. Van egy kétoldalas anyag rólam, aminek az alján referenciaként kattintható linkek is vannak. Van rólam egy rövid bemutatkozás, kontakt elérhetőség, illetve e-mailben is van egy ilyen névjegykártyám, amit már megszerkesztettem. Szóval ilyen branding szempontból is próbáltam ezeket szépen igényesre megcsinálni. De olyan is volt már, hogy felhívtam egy helyet, és akkor úgy küldtem kiajánlót. Szóval a hirdetések, megkeresések, amiket én aktívan próbálok csinálni.

Kérdező:

Köszönöm. A következő kérdéseimből a legtöbbet már megválaszoltad így az eddigiek alapján, de azokra próbálok kitérni, ami specifikus, és kimaradhatott. Tehát említetted, hogy te elsősorban az eddigi tapasztalatokra hagyatkozva biztosítod a koncert lehetőségeidet, de működtél-e már együtt promóterekkel azért, hogy lehetőséget kapj valahol?

Liza:

Nem, de nagyon nyitott lennék rá. Gondolkoztam azon, hogy egy social media menedzsert megkeresni, mondjuk egy diákot, vagy valakit, aki nem olyan súlyos anyagi befektetés, de mégis a folyamatosságot biztosítaná. Jelenleg ezt luxusnak érzem, amíg ezt egy szinten én is meg tudom tenni.

Kérdező:

Említetted már a stabil rajongói bázist is, hogy annak milyen fontos szerepe van. Neked van-e már olyan stabil követői közösséged, akire lehet építkezni, és hogyha igen, akkor ez az elkötelezettség mennyire járul hozzá a sikeredhez?

Liza:

Ennek a tábornak a bázisa, vagy az alapkövei baráti társaságom egyértelműen, akik rendszeres koncertre járók, és ők szoktak igazából magukat készíteni. Ők szoktak hozni még további ismerősöket. Olyanról nem tudok beszámolni, hogy tömegek jönnének.

Nekem inkább a közönségnek a minősége számít, mintsem a mennyisége. Azt vettem észre, hogy amilyen az előadó, olyan a közönsége. És az a zene, amit játszom, meg amit már szeretnék játszani az egy réteg zene. Nem annyira egyszerű, amit mindenki megért, habár erre is törekszünk, mert egyébként meg nem öncélúan akarom ezt csinálni. Értem. Kérdező:

Köszönöm szépen. És akkor így át is megyünk a harmadik témára. Az eddigiek alapján, amit meséltél, nekem úgy tűnik, hogy nem feltétlenül a marketingre hagyatkozva intézed a fellépéseket, de volt-e már olyan fellépésed, amit valamilyen digitális marketinges

megjelenésnek köszönhető, vagy valamilyen marketing akciónak, amit tudatosan végeztél?

Liza:

Szerintem nincsen, mert ebben nem vagyok jó. Nem fektetek annyit ebbe. Azon túl, hogy gyártok magamnak vizuálokat, amiket megosztok, meg hirdetek, de hogy ebben nincs rendszeresség. És ha lenne, akkor lehet, hogy erre más választ tudnék adni, de így nincs. Nekem tényleg visszahívásos alapúak a fellépések, illetve amit az elején beszélünk, szájról-szájra. Olyan van, hogy passzolgatják a névjegyet, de nem az én önjáró proaktív megkeresésemből lesznek.

Kérdező:

Mit gondolsz, mi a leghatékonyabb olyan marketingeszköz, amivel egy kis előadó tudja népszerűsíteni magát?

Liza:

Szerintem a TikTok-on lehetne. Ha ott lennének rendszeres, és mondatonként összevágott tartalmak, akár bepillantás a hétköznapiakba, nem is feltétlenül énekesnői minőséggel, hanem valamilyen videókat gyártva úgy ismertté válni, és aztán pedig bemutatkozni, mint énekesnő. TikTok-on nagyon gyorsan nagyon nagy nézettség össze tud jönni. Ilyen még az aktív, social médiás jelenlét. Nagyon sokan csinálják a posztok alatt, hogy „kommentben írd meg”. Igazából aktivitásra ösztönző posztok, vagy nem tudom mi a pontos megnevezése. Szerintem egy induló előadónak, egy énekesnőnek, azon kívül, hogy csinál egy dalt, ami áttöri a falat, nem hiszem, hogy 800 millió reklámmal sikeres tud lenni. Mert mondjuk sikeres tud lenni egy termék, de nem egy előadó. Nagyon nehéz fenntartani a figyelmet, és ahhoz valami nagyon egyedit meg mást kell csinálni, hogy valaki ezt hosszú távon tudja csinálni, vagy egyáltalán rövid távon is. Ezért én ebben annyira nem hiszek.

Kérdező:

Ha úgy éreznéd, hogy írtál egy olyan dalt, ami a magnum opusod, a leges-legjobb dal, amit valaha el tudtál készíteni, és úgy érzed, hogy ez egy befutó, amivel el tudnád indítani egy országos ismertségi szintű a karriert. Hogyan kezdenél hozzá, hol publikálnád?

Liza:

TikTok hirdetés, Instagram. Igazából egy dalhoz az a legjobb, ha tud készülni videóklipp is. De tekintve, hogy már ugye a linkeket is elrejt a Facebook, egy kicsit nehéz az algoritmust kijátszani. Szóval alapvetően nagyon aktív social media jelenlétekkel. Szerintem meg lehet próbálni rádióba is bejuttatni, de én azt látom, hogy már az sem garancia semmire. De akár ez, interjúk, reklámriportok.

Kérdező:

Felteszem, hogy alapvetésnek veszed, de azért inkább rákérdezek, hogy ugye mondjuk streamingen publikálnád ezt a dalt?

Liza:

Ja persze, igen. Van nekem is ilyen disztribúto, erre ugye elő vagyok fizetve. És akkor szinte az összes zenei megosztó portálra ki szokott kerülni a dalom. A YouTube-ra mondjuk dalformájában, mint videóklippel kerülne fel, esetleg még egy ilyen lyrics videó. Hozzá akkor posztok. Az Instagramon sztori a bemutatókoncert szervezésről, hogyha mondjuk egy kis lemezről, vagy egy lemeztől van szó.

Kérdező:

Át is térnék az utolsó témakörre, ami a hazai kiselőadók megítélését, helyzetét taglalná. Hogyan látod a kiselőadóknak a jelenlegi helyzetét itthon? Milyen kihívások várnak rájuk, és inkább könnyebb lesz a hazai kiselőadóknak, vagy pedig egyre nehezebb?

Liza:

Szerintem nagyon nehéz kiselőadónak lenni. Vagyis annak lenni nem nehéz, abból naggyá válni sokkal inkább. Alapvetően azt látom, hogy egyre kevesebb az olyan helyszín, ahol meg tudunk nyilvánulni, ahova tudunk koncerteket szervezni. Ehhez sokszor önerőt kell felhasználni, mert a hely nem nyújt hozzá segítséget, csak jóvá hagyják a koncertszervezést, vagy biztosítják a helyszínt. És mivel tényleg egyre több hely zár be, és nem látom, hogy ugyanennyi nyílna, vagy legalább megközelítőleg, ezért ezt abszolút egy hiánynak mondanám. És ezért ugye a nagyobb előadók is egyre kevesebb helyre fognak szűkülni, és ők azért többször ugye előnyt élveznek, hiszen egy helynek is garancia a jobb bevételgenerálása, hogyha valakinek nagyobb a közönsége. Ugyanakkor vannak pályázati lehetőségek, mint például a Hangfoglaló pályázat. Én is most arra jelentkeztem. Nagyon jelentős segítséget tudnak adni. Van a fülesbagoly tehetségkutató is... Azt látom, hogy évek óta vannak arra azért módok, hogy valaki egy kicsit előrébb lépjen. De az nagyon fontos, hogy egy ilyen támogatás időtartama alatt valaki management oldalról is tudjon fejlődni, és szerintem egy kiselőadónak ez a nehéz.

Minél jobban megyünk előre, annál jobban gyorsul a világ. Egy streaming felületen szerintem egy tizenéves, gyakorlatilag pár másodperc alatt eldönti, hogy ő tovább hallgatja ezt a számot, vagy tovább lapoz. A zene szerintem sokkal értéktelenebbé vált, merthogy sokkal hozzáférhetőbb, mint régen, és ezáltal nagyon magasan van az inger. Viszont ha valaki önazonos tud maradni, és nem egy trendre ül fel, akkor az mondjuk hosszú távon kifizetődőbb. És ha egyszerűen egy növekedést eredményez, akkor az sokkal hosszabb távon megőrizhető.

Nem látom reménytelennek ezt a helyzetet, de nagyon nehéznek viszont igen.

Kérdező:

Köszönöm is, hogy szóba hoztad a támogatásokat, mert szerettem volna kérdezni róluk.

Eddig volt-e olyan támogatás, amit igénybe vettél, akár pénzügyi, vagy akár más, a management, vagy a marketinget támogató támogatás? És hogy ha igen, akkor ez hogyan befolyásolta a karrieredet, azt, hogy élő koncerteket tudjál biztosítani magadnak? Szerinted egy ilyen támogatás hozzásegítene-e a sikerhez?

Liza:

Nekem ez most egy nagyon nagy előre mozdító tényező lenne, ha kapnék egy ilyen támogatást. A Hangfoglalóban jelentősebb összeget igényeltem online kampány, PR címszóval. Ugye mindig ott reked meg a folyamat, hogy jó, kész a dal, de akkor most el kéne juttatni csomó mindenkihez. És általában erre már nincsen erőforrás, úgyhogy ezt úgy kategorizáltam, hogy fontosnak tartom. Jelenleg azt érzem, hogy valami ehhez hasonló támogatás tudna jelentősen előre lendíteni. Akkor például tudnék készíteni egy nagy lemezt, mert itt jelentős stúdióköltségek merülnek fel, és gyakorlatilag nekem ezek a számok készen vannak. Még nem nyertem ilyen pályázaton, meg semmilyen anyagi hozzájárulásom nem volt, hanem én egy vállalkozásként próbálok rátekinteni.

Mivel van egy, fix állásom is, ezért amit a fellépésekből keresek, azt szinte 100%-ban visszaforgatom. Tehát készítek belőle dalokat, videoklipet, fotózást. Illetve amit még támogatásnak mondanék, de nem rendes pénzbeli, hogy nagyon-nagyon segítő zenésztársaim vannak, meg például fotós, videoklip készítő, akikkel kölcsönösen segítjük egymást.

Kérdező:

Köszönöm szépen! És igazából már csak egy kérdés maradt. Milyen tanácsot adnál a feltörekvő hazai kiselőadók, akik szeretnének ugyanígy élőzenéi szintéren aktívak lenni?

Liza:

Elsősorban azt, hogy gyűjtsenek nagyon jó és megbízható zenésztársakat maguk mellé, akik tudják támogatni az ő elképzelésüket. Igazából ez egy támogató közeg nélkül nem lehetséges. A második, ami nagyon fontos, hogy mindig minden lehetőséget meg kell próbálni, meg kell ragadni, mert a legnagyobb, ami történhet, az az, hogy azt mondják, hogy nem, és akkor lehet kopogni egy másik ajtón. Ebben egyébként korábban én sem voltam ilyen bátor, de most már az vagyok, és azóta sokkal jobb. És tényleg semmi nem történik, ha nem úgy van. Tehát próbálkozni kell folyamatosan. A harmadik az meg az, hogy legyen bennük az a hajlandóság, ami ezt a

sokrétű tudás megszerzését lehetővé teszi. Tehát, hogy semmi nem fog az ölébe hullani, meg aki a pénz miatt csinálja ezt, az akkor tényleg hagyja abba. Na, szóval most viccet félretéve, a felkészülés arra a szerepre, hogy itt, amíg nincs másik segítség, addig minden oldalon magát kell támogatnia az embernek és hogy mindenki azt a zenét játssza, ami tényleg az övé, és nem azt, ami éppen divatos.

Kérdező:

Ilyen csodálatos végszó után szeretném megköszönni ezt a fantasztikus órát, amit erre az interjúra szántál. Nagyon jó válaszokat kaptam, köszönöm szépen!