

VODEĆI HRVATSKI IZVOZNI PROIZVODI NA PARTY SCENI: GEOGRAFIJA VIŠE NIJE PREPREKA

PIŠE: **David Martinović**

16/11/2025

Zbog čega hrvatski umjetnici elektroničke glazbe nisu postigli veći uspjeh u svijetu, pitanje je koje se često postavlja. U vremenu hiperprodukcije, kada je glazba potpuno dostupna u bilo kojem kutku svijeta, ovo je pitanje složenije nego ikad. Jer kvalitete definitivno ima, ali samo su rijetki izuzeci uspjeli. Među njima su svakako vodeći hrvatski ambasadori na globalnoj sceni **Petar Dundov** i **Ilija Rudman**, koji su za Šigurecu otvoreno progovorili, ponekad i suprotstavljenih stavova, o tehničkoj izvrsnosti, tržišnim barijerama i zamkama *touringa*.

Kreativni potencijal protiv tržišnih barijera

Obojica se slažu da razina produkcije domaćih umjetnika ne zaostaje za međunarodnim standardima. Dapače, Ilija Rudman tvrdi kako je “razina produkcije definitivno na toj razini, no standard je uza sve postojeće alate izgubio pojam relevantnosti.”



FOTO: Ilija Rudman

“Ne bih rekao da zaostajemo u smislu ideja i kreativnog potencijala, no treba uzeti u obzir da smo populacijski mala zemlja i da smo nedavno postali dio puno većeg tržišta u kojem se već dugi niz godina sustavno ulaže u kreiranje izvoznog proizvoda u obliku glazbe, festivala, izvođača i sl.”, smatra, pak, Dundov.

Rudman se nadovezuje na problem hiperprodukcije: “Za proboj je danas potrebno nešto drugo, što imamo priliku gledati svaki dan. U doba hiperprodukcije, možemo zamisliti koliko ima originalnosti, skoro pa ništa, tako da i sam proboj je fikcija, jer možeš biti jako popularan na Facebooku, pa već samim tim misliš da si uspio.”

Ključan razvoj originalnog zvuka

U doba hiperprodukcije, ključno je razviti jedinstven, nekopirani zvuk. Dundov je jasan: “Uvijek je ključ u razvoju novog, svježeg zvuka te uz razumijevanje da više ne postoje fizičke granice i da se glazba kreira za potrebe svijeta.”



FOTO. Petar Dundov

Rudman to nadopunjuje kritikom, ističući da jako mali broj ljudi uopće ima potencijal razviti svoj zvuk: “Često nenaslušani, s alatima koji vrlo lako nude kreaciju glazbe, sam trud im gubi smisao, jer već u vrlo kratkom roku oni postižu rezultate, po njima vrlo uspješne, ako ne i najbolje, tako da razvijati svoj zvuk im gubi smisao, jer ni sami ne znaju što to točno znači.”

Jesu li suradnje organska potreba ili plaćena fikcija?

Na putu ka globalnom tržištu, strateška suradnja je neizbježna. Dundov je vidi kao veliku prednost, ponajviše “zbog razmjena iskustva i otvaranja novih potencijalnih tržišta.”

S druge strane, Rudman sarkastično komentira ideju forsirane suradnje, aludirajući na “idealnu kombinaciju” u kojoj možda čak razmišljaju i platiti suradnju za brzi put do uspjeha.

“To zvuči kao dobar pokušaj, odnosno mali ulog za uspjeh koji će postići. Zamisli, još jučer je radio samo glazbu doma na Suggested Loops sampleovima, a već danas surađuje na remixu sa Solomunom. Ma uspjeh je tu zagaraniran,” ironično zaključuje Rudman, dodatno pojašnjavajući kako se suradnje događaju organski, kad netko osjeti uistinu senzibilitet umjetnika te smatra da može dati dodatnu vrijednost svojom suradnjom.



Ilija Rudman, FOTO: Peti Kupe

Mreža moći: Booking agencije potiču stvaranje klaunova?

Jedno od najkontroverznijih pitanja je uloga profesionalnih posrednika. Dundov smatra da se umjetnici moraju fokusirati na kvalitetu, jer se booking agencije, PR agenti i etikete “uglavnom organiziraju oko velikih korporacija koje su uvijek u potrazi za novim idejama.”

Ilija Rudman tu iznosi svoje oštrije stavove. Iako je proboj moguć i bez njih, put je, kaže, spor ali je vrijedan, jer vodi ka odabranom cilju i kad se dogodi, puno duže traje.

“Uloga tih agencija je često da od nekoga naprave roba, njihovog osobnog klauna koji maše rukama za određen novac, koji je često puno manji nego što se reklamira putem agencija, jer te iste agencije uzmu gotovo sve, dok te stvaraju velikim, što nikad nećeš postati, jer te ispljunu van prije nego si svjestan”, upozorava Ilija.



Glazba nema granica

Obojica se slažu da je priča o geografskom položaju kao prepreci davno prestala. Dok Petar Dundov jednostavno zaključuje da prepreke u tom smislu ne postoje, Rudman slikovito objašnjava: “To me podsjeća na usporedbu: susjeda je bolja mama zato što je odgojiteljica u vrtiću, pa zna s djecom. Iz Hrvatske je jednako jednostavno putovati kao i iz bilo koje druge zemlje. Plus, glazba je univerzalni jezik, pa nema granica. Kad svira instrumental, na njemu ne piše da ga je netko napravio u Hrvatskoj. Hrvatska nije prašuma u Amazoni, pa da je teško iz Hrvatske u svijetu napredovati.”

Daju li festivali pravi boost?

Ipak, mišljenja se razilaze o utjecaju velikih međunarodnih festivala u Hrvatskoj. Dundov tu vidi pozitivan utjecaj: “Imamo sreće da se kod nas događaju brojni festivali u organizaciji međunarodnih promotora i to je prava prilika za promociju hrvatskih izvođača.”



FOTO: Petar Dundov

Rudman, pak, misli suprotno, uz zanimljiv komentar: “Pojava domaćeg umjetnika na međunarodnom festivalu je isključivo iskorištavanje, punjenje line upova u užasno lošim slotovima, uz jako niske honorare. DJ-i, pak, imaju razlog za dobar post na Fejsu ili Instagramu, u smislu: gledajte, i mi vrijedimo, pa vidite da i mi sviramo na tom jakom festivalu. Uglavnom, nošeni tom energijom, ubrzo shvaćaju da nisu pomaknuli ni kamenčić u svojoj karijeri odazivom na takve festivale.”

Zaključak je jasan: Hrvatska posjeduje kreativnu i tehničku moć, no put do globalnog uspjeha zahtijeva organsku autentičnost te snalaženje u okruženju koje je, po Rudmanovom oštrom mišljenju, ponekad

nepravedno i korporativno, unatoč Dundovljevom optimističnom naglasku na inovaciji kao ključu za otvaranje svjetskih vrata.



Ovaj tekst objavljen je uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa poticanja novinarske izvrsnosti.

16/11/2025

DAVID MARTINOVIĆ

[Postavke privatnosti i kolačića](#)

Upravlja Google. Usklađeno s IAB-ovim TCF-om. ID CMP-a: 300
