

List otwarty do mediów

"Zbliża się lato - gorący czas żywiolowych koncertów. Niestety, fani muzyki disco polo nie dowiedzą się o występach swoich gwiazd z gazet, radia czy telewizji. Nie przeczytają recenzji z występu Bayer Full, Shazzy, Top One czy Boys na łamach największych pism, nie zobaczą ich w publicznej telewizji, nie usłyszą ulubionych przebojów w ogólnopolskich stacjach radiowych. Od wielu lat głównie w publicznych mediach trwa bowiem niezrozumiały bojkot disco polo. Telewizja, prasa, radio z rozmysłem prowadzą walkę z nurtem muzyki, o którym można śmiało powiedzieć, że jest polski, niejako nawet „narodowy”, wyrosły z potrzeb kochających muzykę i zabawę Polaków. Od lat powtarzają się nie mające nic wspólnego z prawdą opinie, że disco polo to nisza, moda, która skończyła się w latach 90., skansen, muzyka obciachowa i pozbawiona wartości. Takie krzywdzące działania stwarzają wokół disco polo złą atmosferę, blokując dostęp artystom tego nurtu do mediów, uniemożliwiając im normalny kontakt z publicznością, ignorują i obrażają fanów, szydzą z muzyki. Trwa zakrojona na szeroką skalę wojna z disco polo, prowadzona przez najważniejsze media i największych wydawców, której celem jest zdyskredytowanie tego rodzaju muzyki, ośmieszenie jej wykonawców i wielbicieli oraz zamknięcie wstępu disco polo do show-biznesu. Trwa wojna, która ignoruje fakty! Disco polo jest dziś bowiem drugim po popie najpopularniejszym gatunkiem muzyki w Polsce. Według badań TNS OBOP z 2008 roku Polacy kochają disco polo, które daje im radość, relaks, dobrą zabawę. Z ostatnich badań internetowego radia Open. FM wynika, że discopolowcy są najbardziej lojalną grupą słuchaczy i rzadko wybierają inny rodzaj muzyki. Trasy koncertowe muzyków disco polo biją rekordy frekwencji. Który z popowych polskich wykonawców może się poszczycić takimi statystykami jak choćby te dotyczące zespołów Bayer Full - w 2007 roku 196, w 2008 -178 koncertów czy Boys - w 2007 roku - 189, w 2008 roku 168 koncertów, kalendarz imprez szczelnie zapełniony do 2010 roku? Plenerowe imprezy discopolowe gromadzą publiczność, o jakiej mogą tylko marzyć polskie gwiazdy popu. W 2007 roku na wrocławskich juwenaliach bawiło się 20 tysięcy ludzi, a Festiwal Muzyki Tanecznej w Ostródzie (organizowany nieprzerwanie od 1996 roku!) przyciągnął kilkanaście tysięcy widzów. Fenomenem jest też liczba płyt sprzedawanych przez artystów disco polo. Tak naprawdę każde tego typu wydawnictwo szybko zyskuje status platynowej płyty, a gwiazdy tego gatunku muzyki, jak choćby Shazza czy Boys, sprzedały po kilka milionów egzemplarzy a Bayer Full przekroczył 15 milionowy nakład sprzedanych swoich krążków. Ich produkcją zajmuje się profesjonalnie pięć dużych wydawnictw. Na rynku działa ponad 100 zespołów disco polo, które regularnie koncertują, nagrywają i promują swoją działalność na własnych stronach internetowych. Bo to właśnie Internet jest głównym medium promocji disco polo. Bojkot medialny zaowocował szaleńcem na disco polo w Internecie - jak grzyby po deszczu powstają internetowe fankluby, muzykę disco polo nadaje siedem dużych internetowych stacji radiowych, prężnie działają kluby dyskusyjne. Strony WWW stały się wolnym, niepoddawany naciskom, pełnym pasji forum fanów disco polo.

Decydenci mediów, którzy od lat lekceważą ten nurt polskiej muzyki, mimo swoich wysiłków nie zmieniają tego, że gwiazdy disco polo, siłą swojej pasji i talentu, szturmem wkraczają na salony show-biznesu. Zespół Boys do czerwoności rozgrzał publiczność na stołecznej imprezie sylwestrowej transmitowanej przez telewizję. Od niedawna gwiazdy disco polo pojawiają się w programach telewizyjnych - „Dzień dobry TVN”, „Kuba Wojewódzki Show”, „Pytanie na śniadanie” - podnosząc ich oglądalność. Bayer Full był bohaterem „Szansy na sukces” i kandydował do występu na Eurowizji, przez dziesięć lat prowadził w 2 TVP Międzynarodowy Festiwal Biesiadny był gościem programu „Jaka To Melodia”. O Shazzę, Etnę i Elwirę Mejk ubiega się „Taniec z gwiazdami”. Shazza miała supportować TVP Międzynarodowy legendarny występ Michaela Jacksona w Polsce, ale jak zwykle na przeszkodzie stanęły media. Mimo bojkotu mainstreamu, disco polo radzi sobie świetnie, zwracając się w stronę dance. Nowoczesne teledyski, muzyka na świetnym poziomie, doskonałe produkcje, profesjonalne sesje zdjęciowe i trasy

koncertowe - takie jest dzisiejsze oblicze disco polo. Dlaczego wciąż jest torpedowane przez decydentów tworzących polską scenę muzyczną? Dlaczego odmawia się mu prawa funkcjonowania w głównym nurcie muzyki? Dlaczego od lat jest spychane na margines show-biznesu? Disco polo to potężna siła, a fanom tej muzyki należy się nie tylko szacunek mediów, ale też pełen dostęp do informacji. Drugi w Polsce pod względem popularności nurt muzyki wreszcie musi wyjść z cienia i zyskać odpowiednią oprawę medialną.

O gustach się nie dyskutuje, ale nie sposób lekceważyć faktów, które mówią same za siebie! Disco polo słucha 30 procent Polaków i państwowe media muszą wreszcie to zauważyć! Oby za rok kolejne letnie festiwale disco polo były już transmitowane przez TVP i rzetelnie opisywane przez prasę. Tym głosem chcemy rozpocząć dyskusję, która, mamy nadzieję, pozwoli uzdrowić sytuację na rynku i da zielone światło twórcom oraz wielbicielom disco polo. Chcemy przebić mur obojętności mediów, zapraszając do rozmowy o polskim show-biznesie jego twórców i dziennikarzy. Do dyskusji zapraszamy też fanów, którzy na dziesiątkach stron internetowych od dawna apelują o „normalność”, a milionami wejść na WWW dobitnie pokazują, że disco polo ma potencjał i siłę. Spierajmy się, wojujmy na argumenty, ale za drzwiami zostawmy złe słowa, których tyle padło pod adresem sceny disco polo. Niech wreszcie nasza muzyka zajmie należne jej miejsce na polskim rynku."

Podpisano:

Sławomir Świerzyński (Bayer Full)

Marcin Miller (Boys)

Paweł Kucharski (Top One)

Zenon Martyniuk (Akcent)