



# Alfi Kabiljo

Gospodin Alfi Kabiljo jedan je od najboljih, najpriznatijih i najnagrađivanih kompozitora Hrvatske. Alfi je i dirigent i aranžer i producent - čovjek širokih obzora i kulture. Pokraj svega toga, Alfi u svojoj skromnosti sjaji veličinom giganta. Rođen je u Zagrebu gdje je pohađao Glazbenu školu "Vatroslav Lisinski", te diplomirao arhitekturu, kojoj se nikad nije posvetio. Specijalizirao je kompoziciju u Parizu, gdje je i radio kao kompozitor i aranžer. Komponirao je glazbu za mnoge filmove, televizijske serije, mjuzikle, kazališne predstave, glazbu za orkestar, djecu, mnoge pjesme te veliki opus glazbe za propagandu.

Tu su zlatne ploče, nagrade s festivala u Tokiju, Rio de Janeiru, Tel Avivu, Seoulu, s Malte, Tenerifa, iz Splita itd... Svi se sjećamo poznatih propagandnih melodija koje su dopirale do nas kroz medije kao npr. Fant, Fant, fantastično, Od srca srcu, Polo, Jolly, Čokolino, Medolino, Kviki, Radenska, Vegeta, Schweppes, Jupii, Dr. Oetker, te mnogih drugih iza kojih stoji gospodin Kabiljo, a da to mnogi zapravo ni ne znaju.

Časopis Zvono ima sreću što je u mogućnosti hrvatskoj javnosti predstaviti Alfija Kabilju kao velikog autora glazbeno-propagandnog izraza.

**Gospodine Kabiljo, buduću da ste komponirali veliki broj glazbenih djela za potrebe propagande, što mislite o važnosti takve glazbe?** Njena važnost je golema! Teško je reći je li glazba važnija od slike, videa, filma, poruke ili glumaca, ali mislim da ima iznimno veliku važnost. Ljudi i dan danas zapjevaju "Fant, Fant, fantastično", "Tko voće voli, neka pije Joly", "Od srca srcu" itd.

**Možete li izdvojiti neke reklame kojima se posebno ponosite?** Mislim da bih mogao istaknuti reklamu za Polo, za koju smo Marko Pekica i ja dobili nagrade u New Yorku (finale) i Portorožu (Gran prix). To mi je jedna od najdražih reklama za koju sam pisao glazbu. Snimali smo je u Ljubljani s muzičkim sastavom Pepel in Kri i sjećam se da su svi bili puni pozitivne energije i entuzijazma. Bili smo strašno uzbuđeni idejom kako se čitava mala dramaturgija odvija u samo 30 sekundi. Za prvu verziju tekst je napisao Ivica Krajač, a za drugu moja

kćer Danijela, koja je inače autor mnogih tekstova. Mislim da sam, isto tako, za čitav asortiman Podravke napisao dobrih reklama, kao npr. Od srca srcu, Čokolino, Medolino, Kviki, Dr. Oetker.

## Veliko iskustvo i znanje

**Može li se živjeti od glazbe?** Pa, ja sam jedan od rijetkih sretnika koji je čitav život mogao živjeti od glazbe i nikada nisam bio u radnom odnosu. Za vrijeme Jugoslavije, mislim na propagandno stvaralaštvo, takav se posao uopće nije cijenio, niti dovoljno plaćao. Sjećam se kada mi je moj agent u Los Angelesu ispričao da je upravo napravio posao za jednu klijenticu koja je na glazbi za spot od 30 sekundi zaradila 40.000 USD. Vani je to normalno!

**Jeste li i Vi, u svom radu, uvjetovani propagandnim zakonitostima i rokovima i vidite li u tome problem?** Jesam, apsolutno sam uvjetovan. Ponekad se dogodi da u kratkom vremenskom roku moram nešto stvoriti npr. navečer dobijem narudžbu za drugo jutro. Znalo se dogoditi da sam u jednom danu napisao partiture za simfonijski orkestar! Mislim da je to normalno, kao i u svakom poslu, međutim najveći je problem u tome što u zadnjih deset godina uviđam da je u tom poslu sve više ljudi koji nemaju dovoljno znanja. Mnogi od njih su pod utjecajem svoje djece te se povode za glazbenim pravcima koje ta djeca slušaju. Za takav posao nije dovoljno samo biti u trendu, nego je potrebno vrlo veliko iskustvo i znanje. Glazba je sve, od Beethovena do rappera!

**Koliko slobode u stvaralaštvu dobivate od klijenata?** Potpunu slobodu nikad nitko nema. Nisu je imali niti Beethoven, niti Mozart kad su im naručivali. To je nešto s čime se čovjek mora pomiriti. Ona u velikoj mjeri ovisi o klijentu i njegovim financijskim mogućnostima. Ukoliko želi poznatog pjevača, to podrazumijeva i veću cijenu. Moje dosadašnje iskustvo je uvijek bilo vezano uz rad s vrhunskim muzičarima.

## Važnost glazbe u propagandi

**Nosi li kreativnost po narudžbi u sebi jednako zadovoljstvo kao i spontana kreativnost?** Apsolutno da. Zadovoljstvo je pronaći taj ključ, određenu enigmu koja savršeno predstavlja dotični proizvod. U tom kratkom vremenu odvija se cijela priča, instrumentarij, aranžman, ritam i boje. Kompozitor se mora potpuno asimilirati s proizvodom i budućim kupcima. Tu leži veliko zadovoljstvo.

**Mislite li da glazba utječe na prodaju proizvoda i dobivate li ikada podatke o tome?** Da, utiče u velikoj mjeri. Ta se mala temica uvuče ljudima u podsvijest te ih goni pri kupnji i odabiru. Što se tiče podataka o prodaji, uvijek se raspitam te, na moju radost, dobijem potvrdu o važnosti glazbe u propagandi.

**Vežete li se i sami za taj proizvod, te ga češće kupujete?** Ne, ne, ne... To mi nije bitno. Bitna mi je kvaliteta proizvoda.

**Jeste li prenijeli svoje znanje i iskustvo na Vašeg sina Ilana i kreće li se on sličnim stopama?** Naravno da jesam i mogu reći da je Ilan već od 12. godine dolazio sa mnom u studio. Budući da sam puno putovao i radio po Americi, gotovo uvijek sam donosio idejne i tehničke novine. Ilan se vrlo brzo snašao u tome, pa sam i ja ostao ugodno iznenađen kada sam otkrio njegov talent. Smatram da je trenutačno jedan od najboljih producenata u Hrvatskoj.

**Ima li u tom poslu kolega koje posebno cijenate?** Da, npr. Rajko Dujmić, jedan od najsajnijih kompozitora svjetskog ranga. Zatim, Arsen Dedić, kojeg posebno cijenim. Od mladih autora, mislim da ne mogu nikoga izdvojiti.

## Možete li opisati put i način stvaranja propagandne glazbe?

Dakle, put počinje od onoga koji naručuje, te je vrlo bitno da ta osoba zna što hoće. Nažalost, puno ljudi koji se bave tim poslom nemaju dovoljno znanja, što je uvjetovano i slabom muzičkom izobrazbom. Mladi glazbenik se uvijek može obratiti Hrvatskom društvu skladatelja. To je jedna izvrsna institucija koja se brine o zaštiti autorskih prava, te se tamo mogu naći svi potrebni kontakti i informacije. Najbolje bi bilo da se svatko tko je zainteresiran, obrati toj instituciji.

## Ljudima fali strasti

### Je li novac jedini ili najjači stimulans za stvaranje i inspiraciju?

Kod mene nije, ali mislim da je kod mnogih osnovni stimulans. Moj osnovni stimulans je rješavanje enigme kroz kreativnost, pronalaženje rješenja koje kasnije opravdava zatraženi cilj i svrhu.

### Imate li iskustva sa stvaranjem glazbe za inozemne klijente i gdje je danas Hrvatska u tome?

Neke moje reklame su preuzete u inozemstvu, kao npr. Diolen i Schweppes. Imao sam narudžbe od stranih klijenata, ali nisam prihvatio iz razloga što vas vani odmah etiketiraju i svrstaju u jednu ladicu. Tada bih bio samo glazbenik za propagandu, te bih izgubio kredibilitet kao kompozitor filmske glazbe. U Hrvatskoj još uvijek svi sve rade i, što je najgore, jednako su plaćeni. Ne postoji kredibilitet kao u inozemstvu. Mislim da je Hrvatska nekad bila, pogotovo u drugoj polovici sedamdesetih i početkom osamdesetih godina, na vrlo visokom nivou. Danas to nije slučaj. U Hrvatskoj je najveći problem komunikacija. Totalno je srozana, te uopće ne postoji sistem ponude i potražnje. Da bi čovjek stvorio vlastitu ponudu, nezaobilazan je novac, koji ljudi u Hrvatskoj baš i nemaju.

### Koji je najteži dio vašeg posla i jeste ponekad nezadovoljni svojim radom?

Najteže mi je kada napravim dobru temu za 20 sekundi, a treba je skratiti na 10. Taj mali dio puno znači, te se tu gubi dosta vremena. Puno puta znam biti nezadovoljan, ali još uvijek više zadovoljan. Ponekad se dogodi da pjevač otpjeva totalno drugačije, nego što se od njega očekuje. Opet, moram istaknuti da mi najviše smeta pomanjkanje obrazovanja. Mislim da je i u marketingu to vrlo bitno. Čovjek koji se bavi marketingom mora biti široko obrazovan, multikulturalan, te mora dobro poznavati filmsku i umjetnost općenito. U Hrvatskoj se danas svatko bavi marketingom, bez obzira na obrazovanje i talent. Talent je uz obrazovanje vrlo bitan kao i strast. Ljudima fali strasti!

### Recite nam, ako nije tajna, na čemu sada radite i opišite nam, za kraj, jedan događaj u Vašoj karijeri koji Vam se posebno urezao u pamćenje?

Pa, mogu najaviti jedan događaj na kojem radim, a to je velika glazbeno-scenska revija koja će se održati 2. ožujka 2001. godine u Dvorani "Vatroslav Lisinski", pod imenom "Moji mjuzikli". To će biti fragmenti iz mojih 10 mjuzikala koje sam radio s Kazalištem "Komedija", orkestrom, zborom, baletom i novi mjuzikl s Ladom Kaštelan, pod radnim imenom "Krapci", a tema je otkriće Krapinskog pračovjeka. Što se tiče događaja koji mi se posebno urezao u pamćenje, mogu istaknuti jednu svečanost u Rio de Janeiru, gdje sam s Radojkom Šverko dobio nagradu za "Svijet je moj". Cijeli stadion se digao na noge i pjevao s nama. Bilo je veličanstveno! Ima još puno meni dragih trenutaka, ali ipak je za mene najveća sreća voljeti svoj posao te vidjeti ovako puna kazališta svih generacija. Osoba sam koja voli svoj posao te s radošću gledam u budućnost.