

„Fontos, hogy networkölj, aha”

Hálózatosság és (média)konvergencia Krúbi *Szív* című dalában

Borbíró Aletta

Szegedi Tudományegyetem

A jelen tanulmány Krúbi *Szív* című videóklipjét értelmezi a transzmedialitás és a konvergens kultúra fogalma felől. A rap műfaj jellemzőinek rövid ismertetése mellett előtérbe kerül, hogy a műfaj miként kapcsolódik össze a domináns médiumokkal, miként adnak teret a közösségimédia-platformok az alteregóépítésre, és hogyan tették láthatóbbá a rapperek között működő hálózatosságot. A *Szív* című dal és videóklipje reprezentálja a magyar zeneipar hálózatosságát, illetve olyan képi és metareflexív jegyeket tartalmaz, amelyek a vizuális médiumok változását viszik színre, miközben bemutatja a médiakonvergencia logikáját is.

Kulcsszavak: hálózatosság, konvergens kultúra, Krúbi, rap, transzmedialitás

„It’s Important That You Network, aha”

Networking and (media) convergence in Krúbi’s *Heart*

This paper interprets the music video *Szív* (Heart) by Krúbi from the perspective of transmedia and convergence culture. In addition to briefly describing the characteristics of rap, it focuses on how the genre is interconnected with the dominant media outlets, how social media platforms provide space for alterego building and make the networking between rappers more visible. The song and music video *Heart* represent the networked nature of the music industry and include visual and metareflexive notes that highlight the changing nature of visual media, while also demonstrating the logic of media convergence.

Keywords: convergence culture, Krúbi, networking, rap, transmediality

Bevezetés: a rap műfaj története és megjelenése Magyarországon

A hiphop olyan összművészeti (a graffitiben, a breaktáncban, a rapben, a DJ-skedésben megjelenő) és ellenkultúrális áramlat, amely az 1970-es években alakult ki Bronxban, New York külvárosában (Angyalosy 2014). „A hip-hop csak a tömegmédián keresztül tehet szert művészi hírnévre” – írja Richard Shusterman (2003: 385) a rap kommercializálásáról és az amerikai gettókból való kitöréséről. Shusterman a műfaj felemelkedését a rádió által generált figyelemmel kapcsolja össze (először 1979-ben játszottak rádióban rapdalt), bár napjainkban is a műfajnak csak egy kis szelete kerül adásba a szövegek explicit szexuális tartalma és vulgáris nyelve miatt. Ez a kettőség tükröződik abban, hogy J. Griffith Rollefson (2017) a hiphopot egyszerre értelmezi az ellenállás nyelvezeteként és mainstream kulturális árucikként. Rollefson szemlélete hasonló Mark Fisheréhez (2020: 27), aki szerint: „A rock helyére lépő hiphop, a kulturális prekorporáció¹ iskolapéldájaként, a »naiv« remény helyett, hogy a fiatalok ellenkultúrája bármin is képes változtatni, józan szembenézést hirdetett a »valósággal.«” A valóságot, Simon Reynolds szavaival élve: „*realt*”, Fischer két dologra vezeti vissza: az autentikus és kompromisszummentes zenére, valamint a kései kapitalizmus gazdasági instabilitására érkező reflexiójára. Fisher szerint éppen ez a típusú autenticitás teszi piacképesé a rapet.

Európában az amerikanizáció hatására jelent meg a rap. Miként eredetileg a kolonializmus kritikájaként született meg Bronxban, úgy európai formája is hasonló tapasztalatokkal kapcsolódik össze: a migráció következtében a hiphop a kisebbségi csoportok önkifejező eszközévé vált a nyugati országokban, Kelet- és Közép-Európában pedig a posztsovjet tapasztalatokra reagáltak e műfajon keresztül (Miklódy 2004, Simeziane 2010, Rollefson 2017). Magyarországon ebből merít a 2000-es évek utáni *block-rapping*: a valóság jegyében (bár amerikai hatásra gyakran túlozva) a poszt szocialista lakótömbök miliójét mutatják be a dalszövegek és a videóklipek (Batori 2019). Európában a hiphopban a fekete amerikai kisebbségi és kolonialis tapasztalata ötvöződik a helyi politikai, kisebbségi és kulturális problémákkal, az afroamerikai átélt valóságát és annak mediatizált reprezentációját „reterritorializálják” (Rollefson 2017: 5), globalizált változatok jönnek létre (Batori 2019), amelyek a kulturális tapasztalatokon túl ötvöződnek a helyi nyelvezettel és zenei hagyománnyal (Simeziane 2010).

A rap eredetileg a vágás és a mixelés esztétikájára épített, és Magyarországon is ez történt: esztétikai, tematikus és motivikus elemei keveredtek a magyar nyelvi és zenei hagyománnyal (Miklódy 2004, Simeziane 2010). A rapet jellemzően az elnyomott és marginalizált feketék zenéjeként értelmezik, viszont a magyarországi elterjedése nem a feketék vagy más etnikai kisebbség kulturális tapasztalatához kapcsolódik, hanem a domináns kultúra és a kapitalizmus kritikájához. A magyar hiphop a német breakkultúra importálásával kezdődött, majd a rendszerváltással átalakuló gazdasági- és médiakörnyezet, vagyis a kapitalizmus, a kereskedelmi- és a zenecsatornák (mint például az MTV) megjelenése emelte be a köztudatba (Miklódy 2004, Angyalosy 2014, Batori 2019).

A műfaj kezdetén a gazdaságra és a politikára irányuló kritika miatt fontos volt a „realség”, vagyis a honnan jöttem, hova jutottam kérdés megválaszolása, illetve a polgári helyett a művésznév használata. Ez a tendencia látható a mai magyar közegben is. A közösségimédia-oldalokon létrehozott előadói profilok növelik a „valódiság” érzetét: a követők látszólag az előadó privát életébe nyernek betekintést, vagyis abba az arculatba és identitáskonstrukcióba, amely a zenei imidzset és az előadót látszólag szubjektummá, elérhetővé és azonosulhatóvá teszi. A Rollefson (2017) által hangsúlyozott kettősség ragadható meg ezáltal, hiszen a közösségi média egyszerre az autenticitás látszatának eszköze és a bevételt generáló termékek – az úgynevezett *merchek* –, valamint a koncertek hirdetési felülete.

A rap a remix kollázsjellege és az „itt és most” esztétikája révén tablót hoz létre az adott korszak kultúrájából. Az új technikák elterjedése a zenében is érzékelhető: kezdetben a diszkózenék remixéből épültek fel a beatek, majd a hangfelvevő- és a számítógépek terjedésével az utcai hangok és a hétköznapi tárgyak – mint például a telefon hangja – is a zene részévé váltak a politikai beszédek és interjúrészletek mellett (Shusterman 2003).

1 Fisher prekorporáció alatt azt a jelenséget érti, amikor a vágyak és az igények a rendszer igényeinek megfelelően termelődnek a társadalomban, és az intézményrendszerrel független vagy alternatív szinterek a lázadás és a tagadás korábbi gesztusait úgy ismétlik meg, mintha először tennék (Fisher 2020). Röviden: az ellenkultúrális áramlatok már a kései kapitalizmus logikájához igazodva jönnek létre.

Vagyis a hiphop épít a médiumok által felkínált lehetőségekre, és a rapper sem csupán rappel, videoklipet készít, koncertet vagy interjút ad, hanem aktívan jelen van a közösségi médiában, itt építi perszónáját. Tehát a műfaj inkább performansz, mint „kommunikatív szöveg” (Rollefson 2017: 10). Bizonyos előadók köré motívum-rendszerek épülnek, amelyek a dalokban, a grafikus elemekben, a Facebook-események leírásában, a videoklipben, az öltözködésben és a színpadon is megjelennek, így történeteket alakítanak ki, amelyek ugyancsak a valóság érzetét erősítik. Az előadói perszónák a különböző médiumok által jönnek létre, és nem csupán a zenei esztétika, a dalszövegek, a videoklipek, hanem az önreprezentációt segítő interjúk és a közösségi média is hozzájárul a folyamathoz (Hansen 2024). A hazai rapszcénában az olyan alkotók esetében mint Dé:nash vagy Krúbi reflexió is érkezik arra, hogy egyfajta (szerep)játék húzódik meg a különböző dekonstrukciós eljárások mögött. Az előbbi előadó az irónia révén mutat rá a NER-rel túlazonosuló figura konstruáltságára, az utóbbi pedig a privát és a publikus én ütköztetése révén – erre példa az itt bemutatott *Szív* című dal is.

A *Szív* elsődleges jelentései a betegséghez és a zene politikai kontextusához kapcsolódnak, én viszont a jelen kutatás keretei között a dal és a klip együttes értelmezése során azokra a másodlagos jelentésekre fókuszálok, amelyek tükrözik az alábbiakat:

- a rap(szövegek) kettős jelentést létrehozó hagyományát,
- a műfaj összefonódását a médiumok nyújtotta lehetőségekkel,
- a metareflexív jegyeken keresztül a hazai rapszcéna egy szeletét, és közben a műfaj- és médiatörténetre is reagálnak.

Az elemzés központi fogalma a médiakonvergencia és a transzmedialitás, mert ezek mutatnak rá arra, hogy a kortárs médiaközegben miként jelenik meg a hiphop ösztönművészeti, performatív műfajként. A *Szív* megjelenésének médiakontextusát vizsgálva láthatóvá válik a zeneipar és az újmédia kapcsolatának egy szelete. Az is kirajzolódik, hogy a dal és a videoklip olyan kódokat tartalmaz, amelyek a rap politikára irányuló kritikája és a valóság tematizálása mellett éppen a média általi meghatározottságra irányítják a figyelmet.

Krúbi és a transzmediális építkezés

A Krúbi előadói néven ismert Horváth Krisztián 2017-es indulása óta három nagylemezt adott ki: a *Nehézlábérvést* 2018-ban, az *Ösztönlényt* 2020-ban és a *III. Krúbit* 2023-ban. Az első és a második lemez között jelent meg egy négy dalból álló kisebb album 2019-ben *Zárolás Feloldva* címmel, illetve egy három epizódos, YouTube-on elérhető minisorozat is *Grúbi: Út A Popsztárság Felé* címmel. Ez utóbbiban Krúbi a Grúbi nevű ikertestvére figuráját formálja meg, aki egy tehetségkutató műsorban próbál híressé válni. Az *Ösztönlény* és a *III. Krúbi* közötti időszakban jelent meg a *Szív* című dal, amely vállaltan az előadó 2021 nyarán diagnosztizált szívbetegségének feldolgozása.

Krúbi újabb lemezei és projektjei újrendezték és újabb identitásokkal, szerepjátékokkal egészítették ki az addig ismert Krúbi-képet. Első albumán Krúbi a rapper kulturális figuráját dekonstruálta, míg a *III. Krúbi* című album a privát én és a sztárperszóna közötti viszonyt metaforizálta a zsarnokfigurával, ezzel együtt a kortárs magyar politikai életre és a hatalom működésére is reflektált. Az egyes szerepek és tematikák nemcsak az albumokhoz és azok megjelenéséhez kötődnek, hanem a közösségi médiában látható vizuális kommunikáció, a koncertek eseményleírása, a videoklipek is építik az előadói karaktert. Krúbi folyamatosan feszegeti a határt a koncert és a színház között, így a fellépések a közösségi médiában és a zenében kiépített perszóna kiterjesztésévé válnak, és ez megjelenik a merch-termékek designjában is, amelyek az adott időszak albumához vagy – új megjelenés híján – az adott tematikus turnéhoz illeszkednek.

Krúbi munkásságát a transzmediális építkezés határozza meg. A transzmediális elbeszélés esetében a teljes történet több médiaplatformon keresztül bomlik ki, és minden egyes új tartalom sajátosan járul hozzá az egészhez, kiaknázva az adott médium nyújtotta lehetőségeket. Henry Jenkins (2006) szerint a franchise új elemének önállóan kell lennie, hogy a többitől függetlenül élvezhető legyenek, és ezáltal bármelyik produktum belépési pont lehessen. A transzmediális elbeszélések gyakran a fiktív történet világszerűségéből fakadó kimeríthetlenségre épülnek, amelynek idő- és térbeli kiterjedése, valamint az individuumok egyedi nézőpontjának sokfélesége és

megkonstruálhatósága újabb történeteknek ad teret (Jenkins 2006). Krúbi esetében a transzmediális építkezés nem az elbeszélésben vagy a világépítésben ragadható meg, hanem a karakterépítésben, mert az az individuuum személyiségének sokféleségét és változékonyágát hangsúlyozza, és mindig az előadói perszóna kap újabb jelentésrétegeket. Krúbi a korábbi munkáit rekontextualizálja és integrálja az újabb projektjeibe, így a lineáris narratívák újrendeződnek a tematikus csomópontok mentén, a web 2.0 és az offline terek kihasználása révén pedig a projektek megjelenése is a hálózatoságra és a sokféleségre épül, mialatt az egyes dalok, klipek, koncertek önmagukban is fogyaszthatók.

A Szív és kontextusai

A *Szív* című dal 2021 novemberében jelent meg, és az árusítható mercek és a koncertek tematikáját is meghatározta. A dal a privát és a nyilvános én, az egészségügy, a kortárs politikai éra és a zeneipar helyzetét tematizálja. A kilenc perc hosszú mű több tematikus szakaszra bomlik, amelyeket vagy a szív motívuma, vagy Krúbi betegsége határoz meg, ezek: a halál, a feltámadás, a rajongó a kórházban, a maradandó életmű kérdése és az önfényezés. Az egyes részek között a motívumok és a beat visszatérő témája teremt kapcsolatot. A dal egyik központi narratív eleme a halál, illetve a halálból való visszatérés, amely állandóságot sugall, és közben a messianisztikus narratívát is felidézi. Ezeket a kérdéseket a zeneiparral összefüggésben is tematizálja, amire jó példa az alábbi idézet:

De engem más fából faragtak, nem szorít az idő/Ha majd kidől a sok korhadt fa és sok csemete kinő/És a trapper lett az oldhead, mert már mást tol a sok kisgyerek/Én még mindig ugyanitt leszek.²

2021 novemberében a dal egy kísérő képpel, 2022 januárjában pedig videóklippel jelent meg, amelyet Mazzag Izabella rendezett. A grafika összesűriti azokat a motívumokat, amelyek a dalban feltűnnek: Krúbi a kórházi ágyon fekszik, Krúbit lányok veszik körbe, Fonogram-díj, Frankenstein szörnye, őszi fák.

Krúbi a dalokhoz, az albumokhoz és a turnékhoz különböző mintájú termékeket dob piacra, amelyeket rövid ideig lehet elérni – vagy a koncert helyszínén, vagy online kaphatók –, és csak limitált darabszámban készülnek. A *Szív*hez kapcsolódóan háromszor adott ki olyan termékeket, amelyek különböző időben és eltérő grafikával jelentek meg, ezzel egy-egy újabb tematika vagy esemény révén bővült a (lényegében gyűjthető) mercek száma. Az első a megjelenéshez kötődött, és egy kártyalap keretezte a rajzolt Krúbi figurát a ruhákon. A második alkalommal egy kriptához és egy mennyhez kapcsolódó grafika készült, amely az Akvárium Klubban tartott két estés tematikus koncerthez kapcsolódott. Harmadikként nyári termékeken tértek vissza a vizuál egyes elemei, amelyek kiegészültek a nyaralást jelképező vízzel és úszógumival.

A klip esztétikáját meghatározza a mozaikos, kollázsalkotó szerkesztés, amely megjeleníti a dal narratív egy-egyét, illetve több, a média működésére és történetére irányuló reflexiót tartalmaz. A videóban is ábrázolt mennybemenetel és halál motívuma szervezte a 2022 februárjában az Akvárium Klubban tartott két estés koncertet. Az első témája a „búcsúkoncert” volt, vagyis Krúbi halála, a második pedig a feltámadás. A koncertek eseményéhez készült borítóképek, az egyes koncertnapokon kapható mercek, a színpadkép és a jelmezek is tükrözték az adott nap tematikáját. Vagyis a *Szív* című szám megjelenése olyan játékeret teremtett, amelynek elemei a dal tematikáját, motívumát erősítették fel a koncert, a mercek és a grafikai elemek révén. Vagyis Krúbi olyan mikronarratívát hozott létre a dal körül, amely reagált a zenére, miközben a dal messianisztikus narratíváját kiterjesztette az élő performanszra.

² A dalból származó idézeteket a dal vizuállal megjelent változatából, a Krúbi által közzétett szövegből idézem. Krúbi (2021): *Szív*. 2021. XI. 5. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9LhMDkyY80w>.

Szív: hálózat és médiumok

Tófalvy Tamás (2011) szerint az online és az offline zenei színterek nem választhatók szét, sőt összekapcsolódnak. Az online dinamizáló hatása az offline térben abból fakad, hogy „az internet is olyan nyílt láncú hálózat, amelyhez bárki hozzákapcsolódhat, bárki csomóponttá válhat” (Gelegonya 2011: 96). A közösségi média körvonalazhatóbbá teszi a zenei színterek előadói csoportjait, az előadók pedig az esztétikai, ízlésbeli, baráti közösséghez való tartozást teszik láthatóvá. Emellett kanonizációs gesztusként és keresztreklámként is felfoghatók azok a megosztások és Instagram-sztorik, ahol vagy egymás újabb megjelenését, vagy a kollaborációikat ajánlják, vagy pedig egy-egy találkozás képét vagy videóját osztják meg. Ebben az esetben a részvételi kultúra (Jenkins 2006) nyilvánul meg: a rapperek nem csupán alkotnak, hanem kommentet írnak egymás megosztásai alá, kedvelik, továbbosztják a posztokat. A közösségi média révén maguk az előadók teszik láthatóvá saját zenei hálózatukat.

A *Szív* című dalban megjelenik a hálózatosság leképzése is. A dalszöveg utal például BEATóra, aki Krúbi állandó DJ-je a koncerteken, és a Mirror Glimpse nevű kétszemélyes formáció tagja. Megemlíti Majkát, akivel a 2019-es Fonogram-díj körüli vitáját idézi fel, így nem csupán a szoros kapcsolatok jelennek meg a dalszövegben, hanem előtérbe kerül a rap kompetitív vonása is. Krúbi egy, az *Ösztönlény*hez kapcsolódó, Sajó Dávidtól származó idézetet is beillesztett a dalba. Ebben Sajó arról beszél, hogy Krúbi dalai a montázsolás és stílusvegyítés miatt olyanok, mint Frankenstein szörnye. A beemelés hitelesíti Sajó véleményét, és közben Krúbi ars poeticáját is jelzi.

A *Szív* dalszövegében Krúbi a zene struktúrájára is utal, amikor megemlíti a Queen együttest: „Úgy néz ki ma kinyiffanak/Mindenkit itt hagyok/Sírnak örömben a Queen fanok.” A Queen *Bohemian Rhapsody* című dala analógiát jelent, mert mindkettőre jellemző, hogy nem rádióbarát, hiszen sokkal hosszabb a megszokottnál, továbbá mindkét dal védjegye a gyakori stílusváltás. A Queenre tett utalás egy korábbi turnéhoz is kapcsolódik: ekkor nagy felháborodást keltett az a reklám, amelyben Krúbi Freddie Mercury halálos betegségével viccelődött.³

Krúbi a politikai hatalom és a zeneipar összekapcsolódását is tematizálja a *Szív*ben: „A zeneipar krémjétől már csak két tyúklépés a NER circle, aha.” Ez egyrészt a korábbi Krúbi-dalok tematikájára utal, másrészt előrevetíti a *III. Krúbi* című albumot megelőlegező koncertsorozatot. Az átmenetet jelzi a *Szív*ben a „Fontos, hogy networkölj, aha!” sor, amelyet a tánkra, és így zenére tett utalás – „Csóróknak ne twerkelj, aha!” – előz meg, majd a NER circle-ről szóló rész követ, így a networking itt egyszerre vonatkozhat a zeneiparra és a politikai érdekszférákra is.

A klip több epizódjában is megjelennek vendégszereplők. A temetésnél Krúbi zenész kortársai vonulnak fel: Beton.Hofi, Dzsúdló, BEATó, Lusta Geri, Kapitány Máté, Aza. A menny jelenetben Lovasi András gitározik a háttérben, amikor pedig Krúbi a kórházban fekszik, a Bödőcs Tibor által megformált Orbán Viktor érkezik meg, hogy kezet csókoljon neki, utalva ezzel Bödőcs Orbán Viktort kifigurázó videóira. A *Szív* a vendégszereplőkkel és a szövegbéli utalásokkal jelzi azt a kulturális közeget, szakmai hálózatot, amelybe a dal beágyazódik. A klipben szereplő alkotókkal Krúbinak már volt zenei együttműködése vagy klipbeli vendégszereplése, sőt fülszöveget is írt Bödőcs 2021-es *Mulat a Manézs* című könyvéhez.

A hálózatosság mellett a klip különböző médium- és ezáltal metareflexív jegyeket tartalmaz, így a dal éppen a rapre jellemző tabló és kollázs jelleget tükrözi, viszont a szinkron metszet helyett a történetiség kerül előtérbe, még ha azt Krúbi nem is kronologikusan mutatja meg. A klipben fontos a képernyők szerepe is; erre utalva kórházi monitor, televízió, laptop és telefonok tűnnek fel. Ezzel együtt a nézés aktusa is tematizálódik, hiszen a néző és a nézett pozíciója gyakran felcserélődik. A képernyők és a médiaeszközök láthatóvá válásával pedig az állandó rögzítettség reflexiója jelenik meg. A klipet gyakran asszociatív logika szervezi, vagyis különböző mesékből, videókból származó montázsok villannak fel azokban a jelenetekben, ahol a halál kerül előtérbe, így ezek egyszerre válnak mémszerű reakciókká és absztrakt jelentéseket leképző metaforákká.

3 OFF Media: AIDS-es Freddie Mercury-val poénkodva hirdették Krúbi Akváriumos nagykoncertjét. *offmedia.com*, 2019. XII. 17.

Szív: képiség

A videóklip képaránya többször megváltozik: a hagyományos televíziókra vagy régi számítógép-monitorokra jellemző képarány váltakozik a HD televíziók és a mozifilmek felbontásával. Ezzel Krúbi ugyancsak a mediális változásra hívja fel a figyelmet, és arra utal, hogy a különböző médiaplatformok konvergálnak egymással, hiszen egyazon klipben integrálódnak az egyes képkorszakok lenyomatai. Bizonyos jeleneteknél nemcsak a képarány alakul át, hanem a képernyő is osztottá válik. Erre példa az, amikor a videó egyik sávja a temetést mutatja be, a másik fele pedig ehhez kapcsolódó asszociatív montázsokat vonultat fel: hírbemondót látunk, majd egy szomorúan fagyaltot kanalazó nőt, később az amerikai katonai temetésekről ismerős repülő tiszteletadást.

A dal első fele, amely mozaikosságra épül, és több médium jelenlétét tematizálja, az újhullámos, műfajokat keverő hangzásvilágot idézi fel. Az utolsó nagyobb vizuális egységet – amely a klipben 5:43-tól látható – a VHS korszak otthon készült videóit idéző, kissé elmosódott képiség határozza meg. A televízió mint médium ebben a szakaszban különösen hangsúlyossá válik. Ezt fokozza az időjárás-jelentésre utaló epizód, amely az úgynevezett KRUTV-n jelenik meg a klipben, utalva ezzel a rapper nevének rövid alakjára. Az ebben a szakaszban hallható zenei elemekkel Krúbi erősebben kötődik az *oldschool rap* hagyományához, míg mozgásával a rappel asszociált mozgáskultúrát parodizálja.

Szív: konvergencia

„Az internet mint a szöveges és audiovizuális tartalmakat egyaránt valós időben megjelenítő konvergens médium számtalan, már sokak által leírt módon működött közre a zenéhez kapcsolódó folyamatok alakulásában” (Tófalvy 2017: 61). Ez látható abban is, hogy nem éles a közösségi és a videó-, illetve zenemegosztó oldalak közti határvonal, mert a tartalmak a megoszthatóság és a beágyazhatóság következtében egymásba folynak (Gelegonya 2011). A konvergencia Jenkins (2006: 3) szerint „kulturális változást jelez, mivel a fogyasztókat arra ösztönzi, hogy új információkat keressenek, és kapcsolatokat teremtsenek a szétszórt médiatartalmak között”. A médiakonvergencia kifejezés a „különböző típusú médiumok összekapcsolódását jelenti, méghozzá olyan módon, hogy mindegyik megőriz valamilyen rá jellemző speciális tulajdonságot” (Torbó 2023: 47). A konvergencia egyszerre változtatja meg a médiatermelést és a médiafogyasztást, egyszerre letről felfelé és fentről lefelé irányuló folyamat (Jenkins 2006).

A médiakonvergencia tematikusan is megragadható a *Szív* klipjében; a 3:10 és 4:47 perc közötti részben a leglátványosabb. A kameramozgás egy spirális, fraktális szerkezetet hoz létre, és a megfigyelő pozícióban lévő szereplők megfigyeltté válnak, amikor a kamera látószögének növekedése felfedi, hogy képernyőkön jelennek meg a korábban látott emberek: chaten elküldött GIF-ként, televíziós műsorban, laptopon futó videóban. Szinte minden második jelenet a távolítás során egy telefon képernyőjén válik láthatóvá, többnyire egy-egy chatüzenet részeként, ahol a szöveg melletti illusztráció szerepét töltik be. Az egyik üzenetben például Orbán Viktort szidják, az üzenet mellé küldött GIF-ben pedig az látható, hogy a miniszterelnökként feltűnő Bödőcs Tibor ellopja a tévét, majd az időkkel éljenzik őt. Ezek a képsorok a közvetítettséget tematizálják, éppen azt a kétértelmű működést, amely a web 2.0-t jellemzi: a felhasználók egyszerre lehetnek tartalomgyártók és -fogyasztók, befogadók és szereplők. Ezek a jelenetek egyes társadalmi archetípusok kritikáját fogalmazzák meg, illetve a közszolgálati televízió manipulatív hírszerkesztésére reflektálnak.

Összegzés

Krúbi *Szív* című dalának szövege és klipje láthatóvá teszi a konvergens kultúra jellemzőit, tematizálja a médiakonvergenciát azáltal, hogy a klip egy olyan (internethez hasonló) platformmá válik, amely különböző médiumokat (televíziót, számítógépet, telefont) jelenít meg sajátos mediális jellemzőjükkel együtt, és közben integrálja a különböző korszakok médiaeszközeinek képreprezentációs jellemzőit, amivel a klip médiatörténeti montázssá válik. A *Szív* megjeleníti a web 2.0-hoz kötődő folyamatokat, és olyan ideiglenes centrummá válik,

amely láthatóvá teszi a Krúbival gyakran együtt említett alkotókat, így zenei és tágabb értelemben szakmai hálózatának egy részét is színre viszi, ami egy esztétikai és világnézeti csoport képét konstruálja meg. Eközben a klip és a megjelenését keretező események, a merch tárgyak és a diskurzusok illeszkednek Krúbi transzmediális karakterépítéséhez.

A dal és a klip a politikai allúzióival a kortárs magyar média hírközlésére is reflektál: a valóság bemutatásának esetlegességére, manipulációjára és részlegességre irányítja a néző figyelmét, ami tükrözi a rap műfaj társadalomra és politikumra irányuló kritikusságát. A dalhoz kapcsolódó termékek és koncertek viszont éppen a dal kapitalizmusba való betagozódását mutatják meg, amit a lázadás és a kritika zenébe csomagolása adhat el – így a hipopot is jellemző prekorporáció példájává válik a dal. Hasonlóan értelmezhető a saját zenei hálózat bemutatása, az alternatív kánon képzése is, ami a „NER circle”-től való távolságtartással, de annak rendszerébe tagozódva, ellenkulturális gesztusként interpretálható.

Irodalom

- Angyalosy Eszter (2014): Az új stílus. *Szépirodalmi Figyelő*, 6. sz., 26–35. o.
- Batori, Anna (2019): Postsocialist Social Reality in Hungarian Rap Music Videos. In: Ewa Mazierska & Zsolt Györi (eds.): *Popular Music and the Moving Image in Eastern Europe*, pp. 225–239. London: Bloomsbury Academic, <https://doi.org/10.5040/9781501337208.ch-012>
- Fisher, Mark (2020): *Kapitalista realizmus. Nincs alternatíva?* Ford. Tillmann Ármin és Zemlényi-Kovács Barnabás. Budapest: Napvilág.
- Gelegonya Edina (2011): Ez nem az a tizenöt perc. Önreprezentáció a YouTube-on, illetve az ehhez kötődő népszerűség működési mechanizmusa és hálózati kontextusa. In: Tófalvy Tamás, Kacsuk Zoltán & Vályi Gábor (szerk.): *Zenei hálózatok. Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*, 93–106. o. Budapest: L'Harmattan.
- Hansen, Kai Arne (2024): Personal Storyworlds: Retrospection, Reinvention, and Transmediality in Pop Music. *Persona Studies*, no. 1, pp. 7–21, <https://doi.org/10.21153/psj2024vol10no1art1865>
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press.
- Miklódy, Éva (2004): A.R.T., Klikk, K.A.O.S., and the Rest: Hungarian Youth Rapping. In: Heike Raphael-Hernandez (ed.): *Blackening Europe. The African American Presence*, pp. 187–200. New York & London: Routledge.
- OFF Media: AIDS-es Freddie Mercury-val poénkodva hirdették Krúbi Akváriumos nagykoncertjét. *offmedia.com*, 2019. XII. 17., <https://offmedia.hu/aids-es-freddie-mercury-val-poenkodva-hirdettek-krubi-akvariumos-nagykoncertjet/>
- Rollefson, J. Griffith (2017): *Flip the Script. European Hip Hop and the Politics of Postcoloniality*. Chicago & London: The University of Chicago Press, <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226496351.001.0001>
- Shusterman, Richard (2003): *Pragmatista esztétika. A szépség megélése és a művészet újragondolása*. Ford. Kollár József. Pozsony: Kalligram.
- Simeziane, Sarah (2010): Roma Rap and the Black Train: Minority Voices in Hungarian Hip Hop. In: Marina Terkourafi (ed): *The Languages of Global Hip Hop*, pp. 96–119. London & New York: Continuum.
- Tófalvy Tamás (2011): Zenei közösségek és az online közösségi média. In: Tófalvy Tamás, Kacsuk Zoltán & Vályi Gábor (szerk.): *Zenei hálózatok. Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*, 11–39. o. Budapest: L'Harmattan.
- Tófalvy Tamás (2017): *Túl a szubkultúrán, és vissza. Populáris zenei színterek, műfajok és az internet*. Miskolc: Műút.
- Torbó Annamária (2023): A varázsvilág multiverzuma? Harry Potter és a transzmediális történetmesélés. *Szépirodalmi Figyelő*, 4. sz., 47–61. o.