

# Και να θέλουμε δεν μπορούμε να θάψουμε ταλέντα

Η ΑΛΗΘΕΙΑ ΣΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΠΟΥ ΛΕΓΕΤΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΓΟΥΔΙ

Τα πρόσωπα που συνήθως φιλοξενούμε στις συνεντεύξεις μας σ' αυτή τη σελίδα είναι, καθώς διαπιστώνει ο αναγνώστης, κάποιοι περισσότερο ή λιγότερο επώνυμοι ή ακόμα και άγνωστοι άνθρωποι της Τέχνης που έχουν κάποια πράγματα να πουν ή να παρουσιάσουν.

Κι όταν πρόκειται για ανθρώπους του τραγουδιού είναι συνήθως συνθέτες ή τραγουδιστές. Οι οποίοι άλλο και διά καταφερθούν κατά των εταιρειών που τους καταπιέζουν, που ανεβάζουν και κατεβάζουν φήμες, που κατευθύνουν τα γούστα του κοινού, που πόνε τα πράγματα στο τραγούδι όπου τις εξυπηρετεί οικονομικά.

Είπαμε, λοιπόν, σήμερα να δώσουμε τον λόγο σ' έναν γνωστό παραγωγό δίσκων, του Μάκη Μάτσα, ιδιοκτήτη της γνωστής εταιρίας MINOS, τον άνθρωπο που τα τελευταία είκοσι χρόνια παίζει έναν αποφασιστικό ρόλο στο τραγούδι, τον «Εβραίο» που κρατάει δέσμο τον Στέλιο Καζαντζή, κατά την έκφραση του ίδιου του Καζαντζή (απ' ό,τι ξέρουμε όχι μόνο ο Μάκης Μάτσας αλλά κι ο πατέρας του έχουν γεννηθεί στην Ελλάδα, είναι όμως Εβραίοι στο θρησκειακό). «Όχι για ν' απολογηθεί. Αλλά για να μας δώσει τις δικές του απόψεις πάνω στα καιρία θέματα που απασχολούν σήμερα το ελληνικό τραγούδι.

Κι αν στα όσα πει υπάρξει αντίλογος, εδώ είμαστε.

— Ας δούμε κ. Μάτσα, πώς ξεκινήσατε η εταιρία της οποίας είστε επικεφαλής.

— Έξι γενιές καλλιτεχνών επικοινωνήσαν με το πλατύ κοινό μέσα απ' το φωνόγραφο της MINOS, από το 1928 μέχρι σήμερα. Ξεκινώντας από το Μάρκο Βαμβακάρη και το Νίκο Χατζηπαποστόλου.

— Θέλετε, με λίγα λόγια, να πείτε ότι δεν ευσταθούν τα παράπονα ορισμένων καλλιτεχνών ότι βρίσκουν τις πόρτες των εταιριών κλειστές;

— Το θεωρώ τελείως εξωπραγματικό και σαν μία εύκολη λύση για να δικαιολογήσουν κάποια αδυναμία τους ή κάποια έλλειψη προσαρμογής τους προς την πραγματικότητα.

Δεν είναι δυνατόν σήμερα, σε καμιά περίπτωση, ένας καλλιτέχνης που έχει δύναμη και φλόγα μέσα του και φρεση για δουλειά, να μην βρει τον τρόπο να πάει μπροστά και να αφηνίσει ο ίδιος το ενδιαφέρον του κοινού, ή κάποιας εταιρίας.

Βέβαια, η επιτυχία μιας εταιρίας είναι να εκτιμήσει αυτή πρώτη την αξία ενός καλλιτέχνη και να μην περιμένει ο αξία του να αναγνωριστεί από άλλους. Αυτό ακριβώς είναι και το στοιχείο εκείνο το οποίο της δίνει το προβάδισμα και την επιτυχία.

— Τι είναι αυτό που καθορίζει την πολιτική της δουλειάς σας;

— Μία εταιρία μπορεί να ακολουθήσει δύο μορφές πολιτικής. Την στατική, ή την δυναμική. Ακολουθώντας τη στατική πολιτική μία εταιρία, περιορίζεται στο να παρακολουθεί τα εκάστοτε γούστα του κοινού και να ανταποκρίνεται προς αυτά, παράγοντας εκείνο το μουσικό υλικό που απαιτεί η ζήτηση.

Ακολουθώντας τη δυναμική πολιτική, η εταιρία δεν περιορίζεται μόνο στο να καλύπτει την άμεση ζήτηση, αλλά προσπαθεί να χαράξει νέες γραμμές και νέες τάσεις, πειραματιζόμενη πάνω σε νέες μουσικές φόρμες. Και άλλοτε αυτός ο πειραματισμός αποτρέπει μία σημαντική επένδυση που αποφέρει μακρόχρονα τα θετικά αποτελέσματά της, ενώ άλλοτε ο πειραματισμός αυτός πέφτει στο κενό για



Μάκης Μάτσας: «Κάνω με ένα νόημα στην εθνική μας ποίηση που δεν έχει ειχερηθεί σε άλλες χώρες».

## ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΟΝ

ΔΗΜ. ΓΚΙΩΝΗ

Δεν θάταν λοιπόν εγωιστικό να πω ότι εάν την εποχή εκείνη που διαμορφωνόταν το ελληνικό τραγούδι, δεν είχαμε κάνει τις σωστές εκτιμήσεις και επιλογές, η μουσική εξέλιξη στο τόπο μας μπορεί να ήταν διαφορετική.

Αν το 1932 που πρωτοεμφανίστηκε στο Μίνω Μάτσα ο Μάρκος Βαμβακάρης, με το μπαγλαμάκι του κρυμμένο μέσα στη τσέπη του παλτού του, δεν είχε γίνει η σωστή αξιολόγηση, ίσως να μην είχε δοθεί ποτέ στο Μάρκο η δυνατότητα να επικοινωνήσει — μέσω του δίσκου — με το κοινό, με αποτέλεσμα να αλλάξει η όλη εξέλιξη και η όλη εικόνα των μουσικών πραγμάτων στη χώρα μας.

## «ΤΑ ΤΑΛΕΝΤΑ ΔΕΝ ΧΑΝΟΝΤΑΙ»

— Θυμάστε τίποτα από την πρώτη εκείνη συνάντηση του πατέρα σας με τον Μάρκο;

— Θυμάμαι, από μία διήγη

τι δεν βρίσκει ανταπόκριση.

Πειραματιζόμενες λοιπόν, ορισμένες εταιρίες και προσηθώντας να δημιουργήσουν νέες τάσεις και να ανοίξουν νέους ορίζοντες, άρχισαν να καλλιεργούν το έντεχνολογικό τραγούδι. Έτσι υποστηρίχτηκε η άποψη ότι το τραγούδι μπορεί να βασιστεί όχι μόνο σε έναν απλό στίχο αλλά και πάνω σε ένα ομοιομορφικό ποίημα. Αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας ήταν να φτάσουν ποιήματα μεγάλων Ελλήνων και ξένων ποιητών, μέσω του τραγουδιού, στο στόμα ανθρώπων, που ούτε η μόρφωσή τους, ούτε το επίπεδο τους γενικά θα μπορούσε να δικαιολογήσει κάτι τέτοιο. Σ' αυτό λοιπόν εδω το σημείο θα ήθελα να τονίσω ότι κατ' αντίθεση με όσα κατηγορούν τις εταιρίες, αυτές τα τελευταία χρόνια έχουν παίξει ένα σημαντικό πολιτιστικό ρόλο που θα πρέπει κάποια στιγμή να τους αναγνωριστεί.

Βοηθώντας και ενθαρρύνοντας, ορισμένες εταιρίες, προικισμένους συνθέτες σαν τον Θεοδωράκη, τον Χατζιδάκι, τον Σαρχάκο, τον Λοΐζο, τον Μαρκόπουλο, τον Κουκουμτζή και τόσους άλλους, καταφέρνανε μαζί τους να αξιοποιήσουν τον πλούτο της ελληνικής ποίησης και να τον φέρουν κοντά στο μεγάλο κοινό. Ίσως ποτέ δεν θα είχαμε φτάσει στο στόμα του εργατή της οικοδομής και του τεχνίτη του συνεργείου, ο Ελύτης, ο Ρίτσος, ο Βάρναλης και τόσο άλλοι Έλληνες ποιητές, ή ο Λόρκα και ο Ναζίμ Χικμέτ, αν δεν υπήρχαν οι συνθέτες που τους μελοποίησαν και οι εταιρίες εκείνες που δεν φοβήθηκαν να τους υποστηρίξουν και να κάνουν τα «ανοίγματα» αυτά, που τα πρώτα, τουλάχιστον, χρόνια πολλοί τα αποκαλούσαν «κατυχή πειράματα». Κι αυτό το πετυχημένο κίνημα — προς την εθνική μας ποίηση, που επικεφαλής στη μικρή αγορά των 10.000.000

ου του πατέρα μου, ότι όταν για πρώτη φορά ο Μάρκος μπήκε στο στούντιο, ακούμπωσε τα δάχτυλά του στις χορδές του μπαγλαμά του και ακούστηκαν οι πρώτοι του ήχοι, ο τότε μεγάλος συνθέτης Νίκος Χατζηπαποστόλου, τού είπε: «Αγαπώ με Μίνω, μ' αυτό το είδος της μουσικής που θέλεις να επιβάλλεις, προβάλλεις το κύρος και της εταιρίας σου και των συνεργατών σου».

Αν αυτή η άποψη είχε «περάσει» την εποχή εκείνη, τότε θα είναι βέβαιο ότι τα πράγματα θα θα είχαν εξελιχθεί πολύ διαφορετικά. Γιατί οι δυνατότητες για τους καλλιτέχνες τότε ήταν πολύ περιορισμένες, μεγάλοι ανταγωνισμοί στις δύο φωνογραφικές εταιρίες, την ΟΔΕΟΝ — MINOS και τη ΚΟΛΟΥΜΠΙΑ δεν υπήρχε, μία αρνητική στάση της μίας εταιρίας προς έναν καλλιτέχνη, πολλές φορές επηρέαζε και την άλλη εταιρία και τότε ο καλλιτέχνης έκανε κάθε ευκαιρία για να προχωρήσει.

Ίσως από αυτές τις υποθέσεις κάτω από τις οποίες λειτουργούσαν τότε οι καλλιτέχνες και να μιλάνε ακόμα και σήμερα ορισμένοι καλλιτέχνες και να μιλάνε με τόση ένταση για το ρόλο που παίζουν οι φωνογραφικές εταιρίες στην πορεία της εξέλιξης τους. Σήμερα, όμως, τα πράγματα είναι τελείως διαφορετικά και ο ρόλος των φωνογραφικών εταιριών είναι πολύ μικρότερος. Κάθε καλλιτέχνης που έχει ταλέντο και που έχει κάτι καινούργιο να πει, οπωσδήποτε δεν είναι δυνατόν να μην υποφέρει να το πει, ανεξάρτητα από την πολιτική των εταιριών και ανεξάρτητα από τη θετική ή την αρνητική τους στάση απέναντί του. Ένας καλλιτέχνης σήμερα, όταν έχει ταλέντο, όσο κι αν δεν εκτιμηθεί από τη μία εταιρία, οπωσδήποτε θα βρεθεί κάποια άλλη εταιρία που θα εκτιμήσει τη δουλειά και το ταλέντο του. Κι αν υποθέσουμε ότι καμιά εταιρία δεν θα βρεθεί να φιλοξενήσει το έργο του, τότε κάποιο ραδιόφωνο, σε κάποια εκπομπή, θα του δώσει τη δυνατότητα να επικοινωνήσει με το κοινό και το κοινό εκτιμήσει τη δουλειά του, η ζήτηση για το έργο του θα αφηνίσει σίγουρα τις εταιρίες και θα φροντίσουν πλέον αυτές να τον βρουν και να εξασφαλίσουν την συνεργασία του.

Ελλήνων, μπορεί να πω, ότι δεν έχει επιχειρηθεί σε άλλες χώρες με πολύ μεγαλύτερες δυνατότητες και πολύ μεγαλύτερη αγορά, όπου η φωνογραφική επιχείρηση απευθύνεται σε δεκάδες εκατομμύρια, με προοπτικές εκατοντάδων εκατομμυρίων, α γοραστών μέσω της διεθνούς αγοράς. Δυστυχώς, όμως, αυτό το γεγονός ποτέ δεν επισημάνθηκε και ποτέ δεν καταχωρήθηκε σαν μία επιτυχία και μία προσφορά της γραμμοφώνιας. Κι αυτό είναι ένα παράπονο που σαν άνθρωπος που λειτουργώ στο χώρο του δίσκου, αυτή την στιγμή, θέλω να το τονίσω. Αντίθετα, προβάλλονται αόριστες απόψεις και αόριστα παράπονα κατά των εταιριών δίσκων, για εμπορικοποίηση των πάντων, ή για αρνητική, πολιτιστική και καλλιτεχνική πολιτική.

## ΟΙ ΞΕΝΟΙ ΚΕΡΔΙΖΟΥΝ ΕΔΑΦΟΣ

— Δίπλα όμως στη θετική, όπως επισημαίνετε, προσφορά των εταιριών, θα πρέπει να αναγνωρίσετε ότι έχουν προσφέρει και πολύ άσχημες υπηρεσίες στο τραγούδι με τις άθλιες παραγωγές που κάνουν.

— Δεν μπορώ να παραγνωρίσω ότι πάρα πολλά άσχημα τραγούδια κυκλογνται και πολλές κακές παραγωγές έρχονται στο προσκήνιο. Αυτό, όμως, δεν αποτελεί λόγο για γενικούς αφορισμούς. Και στο χώρο της δημοσιογραφίας υπάρχουν καλά και κακά έντυπα και γενικά, σε κάθε επαγγελματικό χώρο υπάρχουν καλοί και σωστοί επαγγελματίες και κακοί και απορριπτέοι. Θάπρεπε, λοιπόν, κάποτε, κάποτε, να γίνονται ορισμένες διακρίσεις ουτωσώστε να ποθαρρύνονται οι κακοί επαγγελματίες και να ενθαρρύνονται αυτοί οι οποίοι και να προσπαθούν και πετυχαίνουν.