



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
(Τ.Ε.Ι.) ΚΡΗΤΗΣ
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΡΕΘΥΜΝΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ & ΑΚΟΥΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

« Το status των δισκογραφικών studios στην Ελλάδα του σήμερα, ως κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών στο χώρο της τέχνης, μέσω υψηλής τεχνολογίας ».



**ΠΑΥΛΟΥ ΚΩΣΤΑΣ Α.Μ 146
ΤΟΠΑΛΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ Α.Μ 109**

Επόπτης : Καθηγητής Ξενικάκης Δημήτρης

Ρέθυμνο, Σεπτέμβριος 2007

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σελ.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ

1.1 Studio Ηχογραφήσεων	8
1.2 Δισκογραφικό Studio.....	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1 Αναγκαιότητα, επικαιρότητα και πρωτοτυπία έρευνας.....	11
2.2. Σκοποί και στόχοι έρευνας.....	11
2.3 Μεθοδολογία έρευνας.....	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο:ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΩΝ STUDIOS

3.1 Κίνητρο, κόστος και προϋποθέσεις δημιουργίας ενός δισκογραφικού studio....	17
3.2 Πελατεία και τιμές ενός δισκογραφικού studio.....	19
3.3 Η επίδραση της πτώσης της ελληνικής δισκογραφίας αλλά και ο αντίκτυπος που έχει η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας πάνω στο studio.....	22
3.4 Σύγκριση Ελληνικών studios και studios εξωτερικού.....	24
3.5 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπος της στο δισκογραφικό studio.....	24
3.6 Σχέσεις studios μεταξύ τους και σχέσεις studios με εταιρείες μηχανημάτων.....	26
3.7 Επιχείρηση δισκογραφικό studio και κέρδος	27
3.8 Μέλλον δισκογραφικού studio στην Ελλάδα.....	29

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

4.1 Τι είναι μια δισκογραφική εταιρεία.....	30
4.2 Τα κριτήρια επιλογής της εκάστοτε παραγωγής.....	30
4.3 Κριτήρια επιλογής studio καθώς και οι απαιτήσεις από αυτό.....	32
4.4 Αριθμός ωρών studio για μία παραγωγή και οι παράγοντες που εξαρτώνται αυτές οι ώρες.....	34
4.5 Λόγοι φαινομένου συμβολής αρκετών studios σε μια παραγωγή.....	35
4.6 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπός της στις δισκογραφικές εταιρείες.....	36
4.7 Μέλλον δισκογραφικών εταιρειών.....	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ

5.1 Σχέση καλλιτεχνών με δισκογραφικά studio και οι απαιτήσεις που έχουν από αυτά.....	40
5.2 Ο λόγος που έχει η δισκογραφική εταιρεία στους καλλιτέχνες στην επιλογή του studio αλλά και ο καθορισμός των διαθέσιμων ωρών στο studio.....	42
5.3 Καλλιτέχνες και home studios	42
5.4 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπος που έχει στους καλλιτέχνες.....	43
5.5 Το επίπεδο των Ελληνικών παραγωγών σήμερα.....	44
5.6.Το επίπεδο των Ελληνικών studios σε σχέση με τα αντίστοιχα του εξωτερικού..	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Δυσμενείς συνθήκες για την επιχείρηση δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα.....	47
6.2 Ευνοϊκές συνθήκες για την επιχείρηση δισκογραφικό studio σήμερα στην Ελλάδα.....	53
6.3 Τελικό συμπέρασμα για την επιχείρηση δισκογραφικό studio.....	56
6.4 Ιδανική επιχείρηση δισκογραφικού studio στην Ελλάδα σήμερα.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ – ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

7.1 Φωτογραφίες.....	61
7.2 Βιβλιογραφία.....	67

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η μουσική βιομηχανία στις μέρες μας περνάει την μεγαλύτερη κρίση από την στιγμή της ύπαρξής της. Το φαινόμενο αυτό δεν είναι ένα φαινόμενο που εμφανίζεται μόνο στην Ελλάδα αλλά είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Τα αίτια λοιπόν αυτής της παγκόσμιας κρίσης είναι σίγουρα πάρα πολλά και προέρχονται από πολλούς και διαφορετικούς τομείς και φυσικά έχουν αντίκτυπο σε ένα ευρύ φάσμα ειδικοτήτων-φορέων και οργανισμών. Η γενικευμένη λοιπόν κρίση στο χώρο της μουσικής βιομηχανίας είναι ένας από τους κύριους λόγους που επιλέχθηκε να γίνει μία αρκετά μεγάλη έρευνα στην επιχείρηση που ονομάζεται δισκογραφικό studio όπου αναμφισβήτητα είναι μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών στο χώρο της τέχνης.

Η έρευνα που έγινε, έγινε για να εμβαθύνει κάποια πράγματα και να διαφωτίσει κυρίως ανθρώπους οι οποίοι στο μέλλον με οποιοδήποτε τρόπο θα έρθουν σε θέση να δουλέψουν, να συνεργαστούν ή ακόμα και να ανοίξουν μία τέτοια επιχείρηση όπως είναι το δισκογραφικό studio. Μία τέτοια έρευνα λοιπόν πιστέψαμε ότι αν και είναι δύσκολο πολύ να πραγματοποιηθεί για λόγους όπως έλλειψη βιβλιογραφίας αλλά και απόκρυψης πιθανών στοιχείων από τις πηγές που θα απευθυνόμασταν, τελικώς επιλέχθηκε να γίνει για να διαφωτίσει πολλά πράγματα που κρύβονται πίσω από μια τέτοια επιχείρηση με σκοπό να ξεκαθαρίσει έννοιες και πιθανών πράγματα τα οποία άνθρωποι του μουσικού χώρου αλλά και μη θα χρησιμοποιήσουν για να κατανοήσουν απολύτως το τι πραγματικά είναι μια τέτοια επιχείρηση, πως δημιουργείται, πως λειτουργεί, τι συμφωνίες υπάρχουν πίσω από αυτήν, ποιοι άνθρωποι δουλεύουν σε αυτήν και τελικώς να βγει ένα τελικό συμπέρασμα για το αν μια τέτοια επιχείρηση στην Ελλάδα σήμερα είναι κερδοφόρα και αν ναι κάτω υπό ποιες συνθήκες.

Πιστεύουμε ότι οι άνθρωποι που αγαπούν πραγματικά τη μουσική και νοιάζονται για αυτήν αλλά ακόμα και οι άνθρωποι που απλά ασχολούνται γενικότερα με τον ήχο θα βρουν πολλές απαντήσεις σε πιθανά ερωτήματα τους αλλά και θα μείνουν έκπληκτοι άλλοτε θετικά και άλλοτε αρνητικά με τα σχόλια ανθρώπων του χώρου της μουσικής βιομηχανίας ευρύτερα που απευθυνθήκαμε για την έρευνα μας.

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ευχαριστίες μας σε όλους όσους με οποιονδήποτε τρόπο βοήθησαν και στήριξαν την εργασία – έρευνα αυτή. Ιδιαίτερα θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον Δημήτρη Ξενικάκη που είχε την εποπτεία αυτής της

έρευνας, για τις πολύτιμες συμβουλές του και την διαμεσολάβηση του για την επαφή μας με μερικά από τα σημαντικά πρόσωπα στο χώρο της μουσικής ευρύτερα που ήρθαμε σε επαφή και τα οποία μας βοήθησαν να βγάλουμε σημαντικά συμπεράσματα στην έρευνα αυτή. Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε έναν έναν και ξεχωριστά τους : Τάσο Κυριαζή, Άκη Γκολφίδη, Θύμιο Παπαδόπουλο, Γιάννη Στεργίου, Λευτέρη Παναγιώτη, Σωτήρη Παπαδόπουλο, Πάνο Μαραβέλια, Ελένη Δήμου και Πάνο Κιάμο για τον πολύτιμο χρόνο τους και την σημαντικότερη βοήθεια που μας έδωσαν.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι η μελέτη των δισκογραφικών studios στην Ελλάδα σήμερα ως κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών στο χώρο της τέχνης. Πιο συγκεκριμένα η έρευνα που έγινε εστιάζει και περιστρέφεται γύρω από τον παράγοντα κέρδος και επιχείρηση δισκογραφικό studio. Τελικός στόχος της εργασίας – έρευνας αυτής είναι να απαντηθεί το ερώτημα αν ένα δισκογραφικό studio σήμερα στην Ελλάδα είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση και αν ναι υπό ποιες προϋποθέσεις και με ποιες διεργασίες και ενέργειες. Για να φτάσουμε όμως στην απάντηση αυτού του ερωτήματος θα πρέπει να δούμε την επιχείρηση που ονομάζεται δισκογραφικό studio από διάφορες οπτικές γωνίες. Αυτό σημαίνει ότι είναι αναγκαία η άντληση πληροφοριών που αφορούν το studio από διάφορους χώρους. Για το λόγο αυτό αποφασίστηκε ότι οι καταλληλότεροι χώροι οι οποίοι θα μας δώσουν πληροφορίες πάνω σε θέματα που αφορούν τον τρόπο λειτουργίας και τις υπηρεσίες που προσφέρει ένα δισκογραφικό studio είναι κυρίως επιχειρηματίες που έχουν στην κατοχή τους τέτοιους χώρους, δισκογραφικές εταιρείες όπου συνεργάζονται με δισκογραφικά studios καθώς και καλλιτέχνες όπου δουλεύουν κατά τακτά χρονικά διαστήματα σε τέτοιους χώρους. Με αυτόν τον τρόπο θα καταφέρουμε να δούμε πως λειτουργεί και πως κινείται στην αγορά ένα δισκογραφικό studio από 3 διαφορετικές γωνίες.

Πιο αναλυτικά η έρευνα έγινε για να αντληθούν πληροφορίες και να απαντηθούν ερωτήματα που έχουν σχέση με τις επιπτώσεις που έχει ένα δισκογραφικό studio σήμερα από την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας, την κατάρρευση της δισκογραφίας, την πειρατεία της μουσικής αλλά ακόμα να μελετηθούν και θέματα που αφορούν τις απαιτήσεις των δισκογραφικών εταιρειών και των καλλιτεχνών από τα studio, τον τρόπο εύρεσης πελατείας ενός τέτοιου χώρου, την σχέση που έχουν τα studio στην Ελλάδα σήμερα μεταξύ τους αλλά και τις διαφορές αυτών με αντίστοιχα studios του εξωτερικού.

Για την έρευνα που πραγματοποιήθηκε αποφασίστηκε ότι ο καλύτερος τρόπος για άντληση πληροφοριών και απόψεων είναι οι συνεντεύξεις με ανθρώπους του χώρου της μουσικής, της δισκογραφίας και φυσικά με ανθρώπους όπου έχουν στην ιδιοκτησία τους μια τέτοια επιχείρηση όπως είναι το δισκογραφικό studio. Ο λόγος που αποφασίστηκε η έρευνα να στηριχθεί σε συνεντεύξεις – ομιλίες είναι ότι το

αντικείμενο της έρευνας είναι τέτοιας φύσης όπου δεν θα μπορούσε να γίνει με άλλον τρόπο λαμβάνοντας υπόψη και το γεγονός ότι μέχρι στιγμής στην Ελλάδα δεν υπάρχει κάποια βιβλιογραφία σχετική που να αναφέρεται σε τόσο λεπτά θέματα που αφορούν ένα δισκογραφικό studio από πλευράς κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα όσο αφορά τη δομή της εργασίας στο πρώτο κεφάλαιο θα αναλυθεί το τι είναι ένα δισκογραφικό studio. Θα γίνει αναφορά στη χρησιμότητα ενός τέτοιου χώρου καθώς και στη δομή του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα γίνει μία επεξήγηση της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας. Θα γίνει επεξήγηση των 3 ομάδων που αποφασίστηκε να χωριστεί το δείγμα για την άντληση πληροφοριών αλλά και ο τρόπος με τον οποίον έγινε αυτό. Θα αναφερθούν τα ονόματα και οι ειδικότητες των ανθρώπων που μιλήσαμε για διάφορα θέματα που αφορούν το δισκογραφικό studio σήμερα ως κερδοσκοπικού χαρακτήρα επιχείρηση καθώς θα υπάρξει και επιγραμματικά το κάθε ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στις συνεντεύξεις για κάθε μία από αυτές τις 3 ομάδες στις οποίες χωρίστηκε το δείγμα μας.

Στο τρίτο κεφάλαιο καταγράφονται όλες οι απόψεις των ανθρώπων της πρώτης ομάδας του δείγματος όπου είναι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν δισκογραφικά studio.

Στο τέταρτο κεφάλαιο καταγράφονται οι απόψεις και οι απαντήσεις των ανθρώπων οι οποίοι αντιπροσωπεύουν την δεύτερη ομάδα του δείγματός μας τις δισκογραφικές εταιρείες.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι απόψεις του τρίτου δείγματος μας όπου είναι οι καλλιτέχνες.

Στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα τα οποία προέκυψαν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε τα οποία συμπεράσματα μας οδηγούν στην απάντηση τελικά του ερωτήματος για το αν ένα δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα είναι μία κερδοφόρα επιχείρηση και αν ναι υπό ποιες προϋποθέσεις και με ποιο τρόπο λειτουργίας.

Τέλος στο έβδομο και τελευταίο κεφάλαιο καταγράφονται όλες οι πηγές βιβλιογραφίας την οποία συμβουλευτήκαμε για την ολοκλήρωση της έρευνά μας καθώς και ένα παράρτημα φωτογραφιών από τα 3 δισκογραφικά studio όπου και επισκεπτήκαμε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : STUDIO ΗΧΟΓΡΑΦΗΣΕΩΝ

1.1 Studio ηχογραφήσεων

Το Studio είναι ένας χώρος ο οποίος ακουστικά εναρμονίζεται με μοναδικό σκοπό τη δημιουργία του καλύτερου δυνατού ήχου σε ένα μέσω καταγραφής όπως ταινία η σκληρός δίσκος κατά τη διάρκεια της (χρήσης) χρησιμοποίησης μικροφώνου. Είναι οικοδομικά απομονωμένο για να διατηρεί τους ήχους έξω από το εσωτερικό του δωματίου και να κρατά τους εσωτερικούς ήχους ώστε να μην διαρρεύσουν και ενοχλήσουν το γειτονικό περιβάλλον.

Τα Studio ποικίλουν στο μέγεθος, το σχήμα και τον ακουστικό σχεδιασμό, σύμφωνα με τις προσωπικές προτιμήσεις του κατόχου. Μπορεί να έχουν σχεδιαστεί ειδικά για να ηχογραφούν με τον καλύτερο τρόπο ορισμένα είδη μουσικής.

Ένα studio ηχογραφήσεων χωρίζεται σε 2 κύριους χώρους, το control room και το recording room. Το δωμάτιο ελέγχου (control room) ενός studio ηχογράφησης εξυπηρετεί δύο σκοπούς: είναι ακουστικά σχεδιασμένο για να λειτουργεί σαν ένα περιβάλλον κριτικού ακούσματος, χρησιμοποιώντας προσεκτικά τοποθετημένα monitor speakers (ηχεία) και στεγάζει την πλειονότητα του εξοπλισμού του studio. Στην καρδιά του control room βρίσκεται η κονσόλα ηχογράφησης. Η κονσόλα ηχογράφησης αποτελεί το βασικό εργαλείο του ηχολήπτη. Επιτρέπει το mix¹ και τον έλεγχο κάθε μηχανήματος που βρίσκεται στο studio. Η βασική λειτουργία της κονσόλας συνίσταται στο μεγάλο έργο να επιτρέπει να γίνεται κάθε συνδυασμός εισόδων – εξόδων και effect², συμπληρώνοντας έτσι όλα τα στάδια της ηχογράφησης γρήγορα και εύκολα. Από την δεκαετία του 1960 έως σήμερα έχουν δοκιμασθεί και κατά καιρούς έχουν τύχει ευρείας αποδοχής, διάφορες τεχνικές ακουστικής ρύθμισης των control rooms στο χώρο των studio ηχογράφησης. Όλες οι τεχνικές βασίζονται στην ιδέα ότι το ζητούμενο είναι σε ένα χώρο εργασίας όπως είναι αυτός του control room να μπορεί να υπάρξει κατά το δυνατόν ουδέτερος χαρακτήρας του ηχείου με αποτέλεσμα την αντικειμενική ακρόαση. Πρακτικά

¹ **Mix** = (μειξάρισμα/συνδιασμός). Συνδιασμός ακουστικών σημάτων που προέρχονται από πολλές πηγές (πολυκάναλη ηχογράφηση, ομάδα μικροφώνων άμεσης τροφοδότησης ή ομάδα συνθετητών).

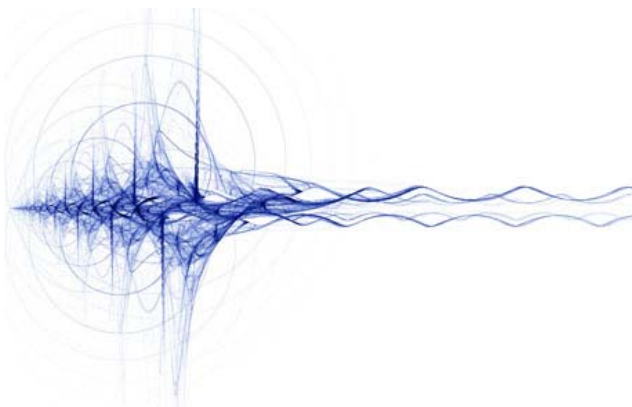
² **Effect** = Όρος κατηγοροποίησης όλων των τροποποιήσεων που δέχεται ένα ακουστικό σήμα και που έχουν να κάνουν με την ακουστική συμπεριφορά του στο χώρο. Μονάδα τροποποίησης κάποιων στοιχείων στη γενική συμπεριφορά ενός ήχου.

δηλαδή ο στόχος της ακουστικής ρύθμισης του χώρου είναι να μην επισέρχεται ο ‘χαρακτήρας’ του δωματίου στην ακρόαση έτσι ώστε να υπάρχει καλύτερη εκτίμηση στο ηχητικό αποτέλεσμα των ηχείων και να μην μεταβάλλεται αισθητά η ακρόαση από δωμάτιο σε δωμάτιο.

Τα αποτελέσματα αυτής της κατασκευαστικής λογικής που ακολουθείται τόσο στην κατασκευή των ηχείων (studio monitors) όσο και των χώρων (control rooms) είναι μια χαρακτηριστική διαφορά στην αντίληψη του ηχητικού αποτελέσματος που δημιουργεί μια συγκριτική ακρόαση μεταξύ ενός συστήματος hi-fi σε ένα καθημερινό χώρο και ενός συστήματος studio monitor σε ένα control room.

Τέλος το recording room ενός studio ηχογράφησης είναι ο χώρος στον οποίο πραγματοποιούνται οι ηχογραφήσεις των διάφορων μουσικών οργάνων καθώς και των φωνών. Η συμπεριφορά του ήχου και το μέγεθος του χώρου στο recording room είναι τα 2 βασικά στοιχεία που χαρακτηρίζουν τον χώρο αυτό.

1.2 Δισκογραφικό Studio



Στη σημερινή εποχή υπάρχουν αρκετά είδη studio που το καθένα όπως είναι φυσικό αποσκοπεί και σε κάτι συγκεκριμένο. Για παράδειγμα υπάρχουν studio

mastering³, studio για πρόβες, studio παραγωγής διαφημιστικών σποτ, μεταγλωτίσεων κ.α. Η συγκεκριμένη έρευνα έχει σαν στόχο αποκλειστικά και μόνο τη μελέτη των δισκογραφικών studios. Με τον όρο δισκογραφικό studio εννοούμε ένα studio ηχογραφήσεων το οποίο αποσκοπεί στην ηχογράφηση και παραγωγή δισκογραφικών παραγωγών. Τέτοιου είδους studios συνήθως έχουν σαν πελατεία δισκογραφικές εταιρείες οι οποίες έχουν κάποιους καλλιτέχνες στο ενεργητικό τους ή ακόμα και ανεξάρτητους καλλιτέχνες οι οποίοι κάνουν τις παραγωγές τους αυτόνομα.

³ **Mastering** = Το mastering είναι η τελική ηχητική επεξεργασία, η βελτιστοποίηση ενός master πριν αυτό κυκλοφορήσει σε cd παραγωγής

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο : ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1 Αναγκαιότητα, επικαιρότητα και πρωτοτυπία έρευνας.

Το θέμα της συγκεκριμένης έρευνας είναι ένα θέμα το οποίο κρύβει πολλά αναπάντητα ερωτήματα, καθώς και πολλές απορίες όπου δυστυχώς ο κάθε ενδιαφερόμενος δεν έχει τη δυνατότητα να βρει απαντήσεις σήμερα για το λόγω ότι στην Ελλάδα δεν κυκλοφορεί κάποια σχετική βιβλιογραφία αλλά ούτε υπάρχει και κάποιος άλλος τρόπος ώστε να παρθούν οι απαιτούμενες πληροφορίες. Έτσι όπως καταλαβαίνει κανείς η αναγκαιότητα μιας έρευνας πάνω στο επιχειρηματικό κομμάτι που αφορά τα δισκογραφικά studios στην Ελλάδα είναι κάτι παραπάνω από αναγκαία. Όσο αφορά τώρα την πρωτοτυπία της έρευνας αυτή είναι αναμφισβήτητη καθώς δεν έχει σημειωθεί κάποια αντίστοιχη στην Ελλάδα μέχρι σήμερα. Τέλος η χρονική περίοδος που λαμβάνει τόπο αυτή η έρευνα είναι σίγουρα πολύ σημαντική καθώς η Ελληνική αλλά και η παγκόσμια κρίση της μουσικής βιομηχανίας έχει φτάσει στα ύψη με αποτέλεσμα αυτή η κρίση να διαγράφεται καθημερινά σε πάρα πολλούς τομείς και φορείς που σχετίζονται με την μουσική και τον ήχο γενικότερα..

2.2 Σκοποί και στόχοι έρευνας

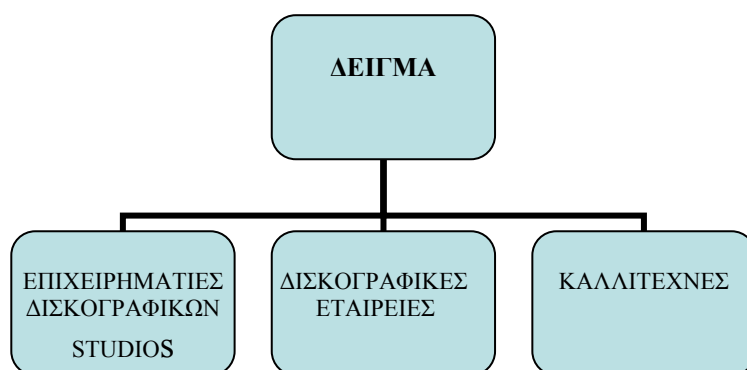
Ο κύριος σκοπός της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι να μελετηθεί αυτό που ονομάζεται σήμερα δισκογραφικό studio στην Ελλάδα ως προς το επιχειρηματικό του μέρος. Στόχος είναι καταρχάς να μελετηθεί το κίνητρο που κάποιος ανοίγει μια τέτοια επιχείρηση σήμερα στην Ελλάδα, ο τρόπος λειτουργίας της, οι σχέσεις της επιχείρησης αυτής με τις δισκογραφικές εταιρείες και τους καλλιτέχνες, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει μια τέτοια επιχείρηση σήμερα και να βγει ένα τελικό συμπέρασμα για το αν αποτελεί μια κερδοφόρα επιχείρηση στην Ελλάδα σήμερα καθώς και να παρουσιαστεί σαν πρόταση ένα ιδανικό μοντέλο μιας τέτοιας επιχείρησης.

2.3 Μεθοδολογία έρευνας

Για τους παραπάνω σκοπούς και στόχους σε αυτό το σημείο θα αναλυθεί και θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία της έρευνας αυτής.

Ξεκινώντας την συγκεκριμένη έρευνα διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει κάποια σχετική βιβλιογραφία από την οποία θα μπορούσαν να αντληθούν πληροφορίες σχετικά με αυτήν και για τον λόγο αυτό αποφασίστηκε ότι ο καλύτερος τρόπος άντλησης πληροφοριών είναι οι προσωπικές συνεντεύξεις με ανθρώπους του μουσικού χώρου αλλά και με ανθρώπους οι οποίοι με κάποιον τρόπο έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με την επιχείρηση δισκογραφικό studio.

Ύστερα από σκέψη αποφασίστηκε ότι το δείγμα των ανθρώπων αυτών θα έπρεπε να χωριστεί σε 3 κύριες κατηγορίες : α) στους επιχειρηματίες δισκογραφικών studios β) στις δισκογραφικές εταιρείες και γ) στους καλλιτέχνες.



Η επιλογή των τριών αυτών ομάδων έγινε για τους εξής λόγους: α) Οι επιχειρηματίες δισκογραφικών studios σίγουρα θα μας έδιναν πληροφορίες για πολύ σημαντικά θέματα όπου αφορούν την επιχείρησή τους, β) οι δισκογραφικές εταιρείες θα ξεκαθάριζαν τη σχέση που έχουν με ένα δισκογραφικό studio αλλά και τις απαιτήσεις που έχουν από έναν τέτοιο χώρο και γ) οι καλλιτέχνες σαν άνθρωποι που έρχονται σε καθημερινή αλλά και σε άμεση επαφή με έναν τέτοιο χώρο θα έδιναν την άποψη τους για την επιχείρηση αυτή σε ότι αφορά το κλίμα που τους παρέχει ο χώρος αυτός, τις αδυναμίες του χώρου αυτού, τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν και φυσικά τις απαιτήσεις τους από έναν τέτοιο χώρο.

Στη συνέχεια αφού χωρίστηκε το δείγμα μας στις 3 αυτές κατηγορίες αποφασίστηκε ότι το δείγμα θα το αποτελούν ανά κατηγορία οι εξής άνθρωποι : α)

επιχειρηματίες δισκογραφιών studios: Τάσος κυριαζής, Άκης Γκολφίδης και Σωτήρης Παπαδόπουλος, β) δισκογραφικές εταιρείες : Θύμιος Παπαδόπουλος (SONY BMG) , Γιάννης Στεργίου (Label Εξάρτηση Music- ανεξάρτητη εταιρεία παραγωγής) Πάνος Μαραβέλιας (ΛΥΡΑ) και γ) καλλιτέχνες : Παναγιώτης Λευτέρης, Ελένη Δήμου και Πάνος Κιάμος. Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονιστεί ότι η απόφαση για τους συγκεκριμένους ανθρώπους όπου και αποτελούν το δείγμα αυτής της έρευνας δεν ήταν καθόλου τυχαία. Κύριος σκοπός ήταν να βρεθούν άνθρωποι οι οποίοι να έχουν διαφορετική βεληνεκούς δύναμη στον τομέα τους ο καθένας ξεχωριστά. Για παράδειγμα όσον αφορά τα studio προσπαθήσαμε να βρούμε 3 studio τα οποία να μην είναι της ίδιας κατηγορίας, δηλαδή το ένα να είναι μία πολύ μεγάλη επιχείρηση, το δεύτερο να είναι μια μικρότερη επιχείρηση και το τρίτο μια ακόμα μικρότερη επιχείρηση. Το ίδιο έγινε και με τις δισκογραφικές εταιρείες , δηλαδή θελήσαμε και καταφέραμε να βρούμε μια πολύ μεγάλη δισκογραφική εταιρεία, μία μικρότερη και μία εντελώς ανεξάρτητη. Με το ίδιο σκεπτικό έγινε και η επιλογή των καλλιτεχνών όπου και απευθυνθήκαμε, δηλαδή θέλαμε έναν καλλιτέχνη πολύ επώνυμο, παλιό και διαχρονικό, έναν νέο αλλά με μεγάλη εμπορική επιτυχία και τρίτον έναν νέο καλλιτέχνη ο οποίος να κάνει την παραγωγή του ο ίδιος και να μην έχει από πίσω του καμία δισκογραφική εταιρεία. Αφού αποφασίστηκαν και οι άνθρωποι που θα αποτελούσαν το δείγμα για την συγκεκριμένη έρευνα συντάχθηκαν 3 ερωτηματολόγια ανά κατηγορία τα οποία θα ήταν η βάση για μια εποικοδομητική συνέντευξη και συζήτηση με τα παραπάνω πρόσωπα. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι η επιλογή των ερωτήσεων τις οποίες περιέχουν τα ερωτηματολόγια συντάχθηκαν και αποφασίστηκαν με την σύμφωνη γνώμη του επόπτη καθηγητή.

Παρακάτω παρουσιάζονται αναλυτικά τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν στις προσωπικές συνεντεύξεις ανά κατηγορία :

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ (STUDIO)

- 1) Το κίνητρο που σε οδήγησε να ανοίξεις το studio.
- 2) Το κόστος της επιχείρησης ανά κατηγορία (κτήριο, μηχανήματα, ακουστική μελέτη)
- 3) Με βάση το νόμο υπάρχουν προϋποθέσεις για μια τέτοια επιχείρηση ; π.χ άδεια εξασκήσεως επαγγέλματος, ηχομόνωση, ιδιαιτερότητα χώρου, ή κάποια τετραγωνικά συγκεκριμένα.
- 4) Πως ένα δισκογραφικό studio σήμερα αποκτά πελατεία ;
- 5) Οι πελάτες του studio σε ποιες κατηγορίες χωρίζονται και ποιες οι τιμές συγκριτικά ;
- 6) Ο πελάτης – καλλιτέχνης – εταιρεία έχει απαιτήσεις και ποιες από ένα studio ;
- 7) Το studio έχει standard μηχανήματα – τιμές για τις εκάστοτε παραγωγές ή ο πελάτης έχει τη δυνατότητα επιλογής των μηχανημάτων οπότε αλλάζουν και οι τιμές ;
- 8) Ποια είναι η καλύτερη διαφήμιση για ένα δισκογραφικό studio σήμερα ;
- 9) Τον υπάλληλο σου – ηχολήπτη με ποια κριτήρια τον διαλέγεις ;
- 10) Ο ηχολήπτης τι απολαβές έχει από τις παραγωγές ;
- 11) Τι επιπέδου παραγωγές κυκλοφορούν στην Ελλάδα ;
- 12) Πως κρίνετε πάνω – κάτω το επίπεδο των ελληνικών studios σε σχέση με αυτά του εξωτερικού ; Για ποιο λόγο, αν πιστεύετε φυσικά υπάρχει διαφορά επιπέδου ;
- 13) Ανάλογα με την πορεία ενός δίσκου το studio όπου έγινε ο δίσκος κερδίζει κάτι παραπάνω π.χ δόξα , χρήμα
- 14) Η κρίση στην Ελληνική δισκογραφία επηρεάζει και πως τα studio ;
- 15) Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας επηρεάζει αρνητικά και πως την επιχείρηση studio ;
- 16) Η πειρατεία στις μέρες μας πιστεύετε ότι είναι ο κύριος λόγος της γενικότερης κρίσης που υπάρχει στην Ελληνική δισκογραφία ;
- 17) Η πειρατεία που πιστεύετε ότι βλάπτει, στο κεφάλαιο τέχνη-μουσική ή στο κεφάλαιο μουσική βιομηχανία- επιχείρηση ;
- 18) Με τις εταιρείες μηχανημάτων ήχου τι συμφωνίες υπάρχουν και ποιο το κλίμα γενικότερα ;
- 19) Τι σχέση έχουν τα studio μεταξύ τους ;

- 20) Είναι κερδοφόρα επιχείρηση το studio στην Ελλάδα σήμερα;
- 21) Πως πιστεύετε το μέλλον της επιχείρησης που ονομάζεται δισκογραφικό studio στην Ελλάδα ;

ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

- 1) Τι είναι μια δισκογραφική εταιρεία ;
- 2) Με ποια κριτήρια μια εταιρεία επιλέγει να κάνει μια παραγωγή ;
- 3) Με ποια κριτήρια επιλέγει το studio ; (λόγω καλλιτέχνη λόγω χρημάτων ;)
- 4) Ποιες οι απαιτήσεις μιας εταιρείας από ένα studio ;

- 5) Για ποιο λόγο πολλές φορές μια παραγωγή δεν γίνεται εξ' ολοκλήρου σε ένα studio, και από τον ίδιο τεχνικό – ηχολήπτη ;
- 6) Προτιμάτε μια παραγωγή από έναν άνθρωπο – καλλιτέχνη που να έχει την παραγωγή του έτοιμη από Home studio ή μέρος αυτής ;
- 7) Για ποιο λόγο μερικές εταιρείες έχουν τα δικά τους studios ;
- 8) Πόσες ώρες studio δίνει μια εταιρεία για μια παραγωγή και από ποιους παράγοντες εξαρτώνται αυτές οι ώρες ;
- 9) Η εταιρεία λέει από την αρχή στον καλλιτέχνη ότι έχει τόσες ώρες για την ολοκλήρωση της δουλειάς του ή είναι σε συνεχή επαφή και κρίνει και ενεργεί ανάλογα ;
- 10) Η πειρατεία στις μέρες μας πιστεύετε ότι είναι ο κύριος λόγος της γενικότερης κρίσης που υπάρχει στην Ελληνική δισκογραφία ;
- 11) Η πειρατεία που πιστεύετε ότι βλάπτει, στο κεφάλαιο τέχνη-μουσική ή στο κεφάλαιο μουσική βιομηχανία- επιχείρηση ;
- 12) Πώς βλέπετε το μέλλον των δισκογραφικών εταιρειών ;

ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ

- 1) Ποια είναι η σχέση σας με ένα studio ; Το βλέπετε καθαρά σαν μία επαγγελματική σχέση ή σαν ένα χώρο που σας εμπνέει και μπορείτε να δημιουργήσετε ;
- 2) Η εταιρεία σου επιτρέπει να διαλέγεις το studio ;
- 3) Τις ώρες studio για έναν δίσκο σας ποιος είναι αυτός που τις αποφασίζει ; Η γνώμη η δική σας μετράει καθόλου σε αυτόν τον τομέα;
- 4) Ποιες είναι οι απαιτήσεις ενός καλλιτέχνη από ένα studio ;
- 5) Έχετε δικό σας home studio και αν όχι έχετε κάνει ποτέ δουλειά σε ένα τέτοιο χώρο και γιατί ;
- 6) Η πειρατεία στις μέρες μας πιστεύετε ότι είναι ο κύριος λόγος της γενικότερης κρίσης που υπάρχει στην Ελληνική δισκογραφία ;
- 7) Η πειρατεία που πιστεύετε ότι βλάπτει, στο κεφάλαιο τέχνη-μουσική ή στο κεφάλαιο μουσική βιομηχανία- επιχείρηση ;
- 8) Τι επιπέδου παραγωγές κυκλοφορούν στην Ελλάδα ;
- 9) Πως κρίνετε πάνω-κάτω το επίπεδο των Ελληνικών studios σε σχέση με αυτά του εξωτερικού εάν φυσικά έχετε συνεργαστεί με τέτοια. Αν ναι πιστεύετε ότι υπάρχει διαφορά επιπέδου και γιατί ;

Όλες οι συνεντεύξεις που έγιναν, ηχογραφήθηκαν μετά από την σχετική άδεια που δόθηκε από τους συγκεκριμένους ανθρώπους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΩΝ STUDIOΣ

3.1 Κίνητρο, κόστος και προϋποθέσεις δημιουργίας ενός δισκογραφικού studio.

Η πρώτη απορία όταν μιλάμε για ένα δισκογραφικό studio δεν είναι άλλη από το εάν ο άνθρωπος – ιδιοκτήτης της συγκεκριμένης επιχείρησης έχει σχέση με τον καλλιτεχνικό χώρο ή με τον ήχο γενικότερα και άρα ποιο είναι και το κίνητρο που τον οδήγησε να δημιουργήσει μια τέτοια επιχείρηση. Σε αυτήν λοιπόν την απορία η απάντηση που δόθηκε ήταν η διάθεση και η αγάπη για τον ήχο και την μουσική στην πλειοψηφία των ερωτηθέντων με εξαίρεση τον Τάσο Κυριαζή ο οποίος ανέφερε ότι το κίνητρο που τον οδήγησε στο άνοιγμα μιας τέτοιας επιχείρησης ήταν καθαρά οικονομικό. Η άποψη του αυτή δεν εντυπωσιάζει και πολύ αν σκεφτεί κανείς ότι το συγκεκριμένο studio άνοιξε πριν 30 χρόνια περίπου οπότε μιλάμε για μια εποχή όπου ήταν ενδεικτική για τέτοιου είδους επιχειρήσεις αφού δεν υπήρχε ο ανταγωνισμός που υπάρχει σήμερα. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι την εποχή εκείνη υπήρχαν μόνο 3 studio: η Columbia , το polysound και το era όπου στο μέλλον μετονομάστηκε σε sierra. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι τα έσοδα των studios στην δεκαετία του '90 είναι το 1/5 από ότι στη δεκαετία του '80 όπως ανέφερε σχετικά ο Άκης Γκολφίδης. Εύκολα λοιπόν κάποιος καταλαβαίνει ότι τα δισκογραφικά studio ήταν πολύ πιο κερδοφόρα επιχείρηση τη δεκαετία του '80. Οι λόγοι όπως αναφέρει ο Άκης Γκολφίδης του φαινομένου αυτού είναι δύο . Πρώτων ότι δεν υπήρχαν home studios και δεύτερον ότι το '70 ο μέσος όρος ηλικίας που αγόραζε δίσκους ήταν 30 χρόνων ενώ σήμερα είναι 14 χρόνων. Αυτό σημαίνει ότι τα κομμάτια που απευθύνονται εμπορικά είναι πολύ πιο φθηνά και σε αυτό που ακούς και σε αυτό που λένε άρα είναι και πιο φθηνά σε κόστος.

Το κόστος μιας τέτοιας επιχείρησης είναι δύσκολο κανείς σήμερα να το προβλέψει με ακρίβεια. Το μόνο σίγουρο είναι ότι το χρηματικό ποσό που χρειάζεται για να ανοιχτεί ένα δισκογραφικό studio σήμερα δεν είναι μεγάλο σε αντίθεση με λίγα χρόνια πριν που ήταν αβάσταχτο. Πλέον ο εξοπλισμός έχει φθηνώνει πάρα πολύ όπως και ο κατασκευαστικός προϋπολογισμός λόγω των φθηνών υλικών που υπάρχουν στην αγορά πλέον. Όσο για την ακουστική μελέτη πλέον ή θα απευθυνθεί ο ενδιαφερόμενος σε μια ελληνική εταιρεία ή ξένη ειδικευμένη ή πλέον υπάρχει και η λύση να μπει ο ενδιαφερόμενος στο διαδύκτιο σε ειδικευμένες ιστοσελίδες, να γράψει

τις διαστάσεις του χώρου και το τι θέλει ακριβώς από αυτόν και θα πάρει αμέσως απάντηση για τα υλικά, το στήσιμο και γενικότερα πληροφορίες και γνώσεις που θα τον βοηθήσουν να το κατασκευάσει και μόνος του. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι παλαιότερα μια καλή ακουστική μελέτη και κατασκευή ήταν αναγκαία ενώ σήμερα με όλη αυτή την τεχνολογία και τα σύγχρονα μηχανήματα δεν είναι και τόσο αναγκαία. Με τις παραπάνω απόψεις που αφορούν το κόστος της επιχείρησης studio συμφωνούν και οι 3 ιδιοκτήτες που μιλήσαμε με διαφορά όμως τον Άκη Γκολφίδη ο οποίος διαχωρίζει στο τι θέλει κάποιος πραγματικά να κάνει με το studio το οποίο έχει. Η άποψη του είναι ότι ένα studio μπορεί να βασιστεί σε ψηφιακά μηχανήματα όπου είναι και της 'μόδας' όπως αναφέρει χαρακτηριστικά άρα συνεπάγεται και πολύ χαμηλό κόστος με μειονέκτημα το γεγονός ότι κάθε 2 χρόνια τα ψηφιακά - 'μοδάτα' μηχανήματα και γενικά όλη η φιλοσοφία του φθηνού θα θέλει ανανέωση ενώ αν ένα studio στηριχθεί σε αναλογικά μηχανήματα που όμως έχουν πολύ μεγαλύτερο κόστος δεν θα χρειαστεί στο μέλλον καμία ανανέωση διότι τα αναλογικά μηχανήματα μένουν και μπορούν να ανταπεξέλθουν στα διάφορα συστήματα που τρέχουν. Με αυτή την λογική ο Άκης Γκολφίδης (reaction studios) υπολόγισε πρόχειρα το κόστος των μηχανημάτων στο reaction studio και ανέφερε το ποσό των 580.000 ευρώ. Ο ίδιος στη συνέχεια μίλησε για την ακουστική μελέτη που έγινε στο recording room και είπε ότι δόθηκε πολύ μεγάλο βάρος στην μελέτη και την κατασκευή του χώρου για τον απλούστατο λόγο ότι αν μία τέτοια αίθουσα όπως είναι το recording room κατασκευαστεί με πολύ υψηλές προδιαγραφές τότε αυτή η αίθουσα είναι σίγουρο ότι στο πέρασμα του χρόνου δεν θα χρειαστεί κάποια άλλη συμπληρωματική κατασκευή και αναδιόρθωση οπότε δεν θα σπαταληθούν έτσι και παραπάνω χρήματα. Όλη αυτή η λεπτομερής κατά κάποιον τρόπο παρουσίαση του συγκεκριμένου studio έχει σαν μοναδικό και αποκλειστικό σκοπό, να δείξει ότι πολύ απλά κάποιος μπορεί με ένα πολύ μικρό ποσό της τάξεως των 50.000 να δημιουργήσει ένα studio το οποίο όμως κάθε 2 χρόνια περίπου να χρειάζεται αναβάθμιση μηχανημάτων άρα υψηλό κόστος ενώ κάποιος άλλος να δημιουργήσει ένα άλλο studio με 40πλάσιο κόστος αλλά με μηχανήματα τα οποία θα αντέχουν στο χρόνο και με μία ακουστική η οποία για δεκάδες χρόνια δεν θα χρειαστεί την παραμικρή παρέμβαση – διόρθωση και άρα καθόλου παραπάνω έξοδα.

Στο θέμα τώρα των προϋποθέσεων και των προδιαγραφών που χρειάζονται με βάση την Ελληνική νομοθεσία για το άνοιγμα μιας τέτοιας επιχείρησης τα πράγματα είναι πολύ απλά όπως μας ανέφεραν και οι 3 ιδιοκτήτες studio που απευθυνθήκαμε.

Μία τέτοια επιχείρηση όπως είναι το δισκογραφικό studio δεν χρειάζεται καμία ιδιαίτερη και ξεχωριστή διαδικασία αλλά και άδεια από ότι χρειάζεται μία οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση. Ο ενδιαφερόμενος που θα θελήσει να ανοίξει έναν τέτοιο επαγγελματικό χώρο θα χρειαστεί απλά να κάνει μία έναρξη επαγγέλματος στην εφορία και φυσικά να πάρει μία άδεια λειτουργίας από το υπουργείο βιομηχανίας για θέματα πυρασφάλειας και άλλα παρεμφερή θέματα όπου αφορούν οποιαδήποτε επιχείρηση σήμερα. Σιγά σιγά τείνει να κατοχυρωθεί στην εφορία η διαδικασία παράδοσης κάποιου πτυχίου παρεμφερή με τον ήχο για την έναρξη επαγγέλματος studio ηχογραφήσεων αλλά μέχρι στιγμής τα πράγματα ακόμα δεν είναι ξεκαθαρισμένα πάνω σε αυτό το θέμα. Η μόνη προϋπόθεση που πρέπει να τηρεί ένα studio σήμερα με βάση την υπάρχουσα νομοθεσία στην Ελλάδα είναι ο ήχος που θα βγαίνει έξω από το studio να μην ξεπερνάει τα 60 db. Παρ' όλα αυτά η νομοθεσία σε ότι αφορά τον ήχο είναι πεπαλαιωμένη και σε πολλά σημεία της λάθος και χρειάζεται σίγουρα κάποια αναδιαμόρφωση. Τέλος για κάποιον που θα ήθελε να ανοίξει μια τέτοια επιχείρηση και θα ήθελε να πάρει κάποιο δάνειο τα πράγματα έχουν ως εξής: α) Αν κάποιος θέλει ένα κρατικό δάνειο θα πρέπει να προσκομίσει το κρατικό του πτυχίο ενώ β) αν κάποιος θέλει ένα ιδιωτικό δάνειο θα πρέπει να προσκομίσει το ιδιωτικό του πτυχίο. Και στις δύο αυτές περιπτώσεις όμως θα πρέπει μαζί με την προσκόμιση του πτυχίου να δοθεί και ένα βιογραφικό του ανθρώπου για να ξέρει το κράτος ή η ιδιωτική εταιρεία με ποιόν έχουν να κάνουν και τι έχει κάνει μέχρι στιγμής αυτός ο άνθρωπος επαγγελματικά στη ζωή του όπως τόνισε χαρακτηριστικά ο Άκης Γκολφίδης.

3.2 Πελατεία και τιμές ενός δισκογραφικού studio

Ένα πολύ μεγάλο κεφάλαιο για ένα δισκογραφικό studio σήμερα είναι η πελατεία του και ο τρόπος με τον οποίο την αποκτά και διαφημίζεται μέσα στον χώρο της μουσικής. Η απάντηση για το ποια είναι σήμερα η καλύτερη διαφήμιση για ένα studio είναι ομόφωνη από τους ανθρώπους που απευθυνθήκαμε. Καταρχάς πρέπει ο άνθρωπος που θα ανοίξει, ή που έχει ήδη μια τέτοια επιχείρηση να είναι μέσα στο κύκλωμα της μουσικής (μουσικοί, καλλιτέχνες, τραγουδιστές, στιχουργοί, συνθέτες) για να έχει και κάποιες σημαντικές γνωριμίες αλλά και επαφές από τον χώρο αυτό.

Εκτός από αυτήν την άποψη ομόφωνη απάντηση είχαμε και στο ότι η καλύτερη και μεγαλύτερη διαφήμιση για ένα studio σήμερα είναι ο άνθρωπος – ηχολήπτης που δουλεύει το studio. Ο ηχολήπτης είναι που κάνει την διαφορά και όχι το studio κάθε αυτό. Ο εξοπλισμός και ο χώρος έρχονται σε δεύτερη μοίρα διότι σημασία έχει ο άνθρωπος που το δουλεύει και η καλή δουλειά που βγαίνει από αυτόν. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι για αυτόν τον λόγο τα κριτήρια που τα studio επιλέγουν τους τεχνικούς – ηχολήπτες τους είναι πολύ αυστηρά. Συνήθως προτιμώνται άνθρωποι καταξιωμένοι στο χώρο που να τους γνωρίζουν οι καλλιτέχνες ώστε να έχουν άνεση και οικειότητα μαζί τους. Οι οικονομικές απολαβές των ηχοληπτών ποικίλουν και κυρίως ποικίλει ο τρόπος λειτουργίας του κάθε studio σε αυτόν τον τομέα. Στην περίπτωση του Τάσου Κυριαζή λάβαμε την πληροφορία ότι ο ηχολήπτης καταρχάς πληρώνεται με την ώρα και ότι λαμβάνει από 7 ευρώ μέχρι και 15 ευρώ την ώρα ενώ στην περίπτωση του Άκη Γκολφίδη λάβαμε την πληροφορία ότι ο εκάστοτε ηχολήπτης που δουλεύει στο συγκεκριμένο studio πληρώνεται με τον μήνα και οι οικονομικές του απολαβές είναι από 0 ευρώ μέχρι και 2500 ευρώ το μήνα. Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο ακόμα που ειπώθηκε εδώ είναι ότι η Ελλάδα είναι το μοναδικό κράτος από τα ‘ανεπτυγμένα’ στο οποίο ο ηχολήπτης δεν έχει το συγγενικό δικαίωμα. Το συγγενικό δικαίωμα όπως ανέφερε ο Άκης Γκολφίδης είναι παράπλευρο του πνευματικού δικαιώματος και κατοχυρώνει ότι όλοι οι άνθρωποι που συμβάλουν σε μία παραγωγή (ηχολήπτες, μουσικοί, ενορχηστρωτές, παραγωγοί) πρέπει να πληρώνονται ανάλογα με την πορεία της παραγωγής, δηλαδή με ποσοστά. Στην Ελλάδα δυστυχώς δεν υπάρχει αυτό το δικαίωμα και έτσι τα χρήματα τα κρατάει το κράτος.

Η πελατεία ενός δισκογραφικού studio σήμερα χωρίζεται σε 2 κύριες κατηγορίες όπως ομόφωνα είπαν και οι 3 ιδιοκτήτες studio. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι πελάτες όπου κάνουν ανεξάρτητες παραγωγές και στην δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι δισκογραφικές εταιρείες. Παλαιότερα το λόγο τον είχαν αποκλειστικά οι δισκογραφικές εταιρείες όπως είπε ο Τάσος Κυριαζής, όπου είχαν συμβόλαιο με τον εκάστοτε καλλιτέχνη. Τώρα πλέον όμως τις περισσότερες φορές την παραγωγή (σπόνσορας) την κάνουν οι ίδιοι οι καλλιτέχνες και σπάνια οι δισκογραφικές εταιρείες. Οι καλλιτέχνες πλέον δίνουν στην εταιρεία έτοιμη την παραγωγή τους και απλά η εταιρεία τους κάνει την διανομή και την διαφήμιση.

Όσο αφορά τώρα τις τιμές ενός δισκογραφικού studio και το αν διαθέτει κάποιες επιλογές μηχανημάτων και άρα διαφορετικές τιμές ή είναι προκαθορισμένα αυτά και

standard, οι απαντήσεις των studio που καταφύγαμε διαφοροποιούνται. Ο Τάσος Κυριαζής και ο Σωτήρης Παπαδόπουλος είπαν ότι οι τιμές των studios που έχουν είναι standard και ότι τα μηχανήματα και η αίθουσα ηχογράφησης είναι και αυτά επίσης. Σε αυτά λοιπόν ο πελάτης δεν έχει την επιλογή να επιλέξει κάποιας κατώτερης ποιότητας μηχανήματα ή κάποια μικρότερη ίσως αίθουσα χωρίς αυτό να τονίζουν ότι είναι και σωστό, το κάνουν όμως για λόγους ευκολίας. Στο συγκεκριμένο θέμα η άποψη του Άκη Γκολφίδη για τον τρόπο λειτουργίας του studio διαφέρει. Από ότι ανέφερε στο συγκεκριμένο studio ο πελάτης έχει την επιλογή της ποιότητας των μηχανημάτων που θα χρησιμοποιήσει με διαφορετική τιμή φυσικά το καθένα αλλά έχει και την επιλογή της αίθουσας που θα ηχογραφήσει. Οι τιμές κυμαίνονται από 22 ευρώ μέχρι και 60 ευρώ ανάλογα με την αίθουσα που θα επιλέξει να κάνει την ηχογράφηση και τα μηχανήματα που θα επιλέξει ο πελάτης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να θυχθεί αφού ειπώθηκε και εξάλλου από τον Άκη Γκολφίδη και το θέμα των τιμών που έχουν τα studio του εξωτερικού. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε η Ελλάδα, η Σερβία και το Ισραήλ είναι οι μόνες χώρες όπου τα studios κλείνονται με την ώρα ενώ στα υπόλοιπα κράτη κλείνονται ανά εβδομάδα. Επίσης στο εξωτερικό δουλεύουν με την λογική 'lock out', δηλαδή ότι, ότι και αν προκύψει η παραγωγή θα τελειώσει με το ποσό που έχει συμφωνηθεί στην αρχή ασχέτως αν χρειαστούν παραπάνω οι λιγότερες ώρες studio. Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι από την κουβέντα στο συγκεκριμένο θέμα ο Άκης Γκολφίδης ανέφερε ότι ένα μέτριο studio στο Λονδίνο κοστίζει την μέρα 1000 ευρώ, ενώ ένα πολύ καλό studio στην Ελλάδα κοστίζει 600 ευρώ τη μέρα.

Στη συνέχεια το θέμα των απαιτήσεων που έχουν οι πελάτες από ένα δισκογραφικό studio είναι ένα θέμα στο οποίο οι άνθρωποι που απευθυνθήκαμε θλίβονται πολύ όταν γίνεται αναφορά σε αυτό.. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι οι απαντήσεις που πήραμε ήταν ίδιες και από τους 3 ιδιοκτήτες studio. Και οι τρεις απάντησαν ότι οι πελάτες χωρίς να έχουν κάποιες ιδιαίτερες γνώσεις αλλά λόγω της συνήθειας και της μόδας που κυριαρχεί στον χώρο ζητούν πολλές φορές συγκεκριμένα μοντέλα και μάρκες μικροφώνων, monitor, και effects χωρίς τις περισσότερες φορές να γνωρίζουν τον λόγο που τα ζητάνε. Συνήθως αυτό το κάνουν από ανασφάλεια, όπως για τον ίδιο λόγο ζητάνε πολλές φορές και καταξιωμένους στο χώρο ηχολήπτες για τις εκάστοτε παραγωγές τους μόνο και μόνο για να φαίνεται το όνομα του τεχνικού στο δίσκο χωρίς οι ίδιοι να μπορούν να κατανοήσουν το προσωπικό ύφος και την ιδιαιτερότητα που δίνει ο κάθε τεχνικός. Πάντως εκτός από

τα αρνητικά αυτά στοιχεία όπου παρουσιάζει μεγάλη μερίδα των πελατών οι περισσότεροι και είναι λογικό θέλουν και έχουν την απαίτηση να βρίσκονται σε ένα χώρο ο οποίος να τους προσφέρει άνεση, χαλαρότητα και να νιώθουν οικία με τον εκάστοτε ηχολήπτη.

3.3 Η επίδραση της πτώσης της ελληνικής δισκογραφίας αλλά και ο αντίκτυπος που έχει η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας πάνω στο studio

Η εποχή που διανύουμε σίγουρα είναι μία εποχή η οποία δεν ενδείκνυται για καλές μουσικές παραγωγές και αυτή την άποψη έχουν και οι τρεις επιχειρηματίες δισκογραφικών studio όπου και μιλήσαμε. Οι Ελληνικές παραγωγές αλλά και γενικότερα είναι μια μικρογραφία του κόσμου και του τρόπου ζωής μας. Οι παραγωγές στην Ελλάδα σήμερα είναι πολύ ‘αγχωμένες’ δηλαδή πιεσμένες από άποψη χρόνου και χρήματος. Από τη μεριά τους οι δισκογραφικές εταιρείες δεν πάνε καθόλου καλά και έτσι δίνουν πολύ λίγα χρήματα για την ολοκλήρωση μιας παραγωγής με συνέπεια πολύ λίγα χρήματα για studio, και έτσι πολλές φορές επιλέγουν φθηνά studios ή ακόμα και home studios για λόγους καθαρά οικονομίας χωρίς να δίνουν ιδιαίτερη σημασία στο ηχητικό αποτέλεσμα. Όλα τα χρήματα οι δισκογραφικές εταιρείες σήμερα τα διαθέτουν για διαφήμιση του προϊόντος τους (τηλεόραση, ραδιόφωνο) ασχέτως αν αυτό είναι καλό χωρίς να δίνουν έμφαση στο τι περιέχει το προϊόν αυτό που διαφημίζουν και ταυτόχρονα θέλουν να το δημιουργήσουν πολύ γρήγορα με όσο το δυνατόν λιγότερο κόστος και να το πουλήσουν για να έχουν γρήγορη απόσβεση όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Σωτήρης Παπαδόπουλος.

Αν το καλοσκεφτούμε ανέφερε ο Άκης Γκολφίδης ότι ναι μεν στην Ελλάδα επικρατεί μια δραματική μετριότητα στο επίπεδο των παραγωγών που βγαίνουν κατά καιρούς αλλά αυτό είναι ένα φαινόμενο που δεν βρίσκει χώρο μόνο στη χώρα μας αλλά σε όλο τον κόσμο απλά εδώ στην Ελλάδα φαίνεται περισσότερο διότι εμείς στην Ελλάδα έχουμε συνηθίσει να ακούμε από μέτρια έως καλά και όχι από γελοία και απαράδεκτα όπως συμβαίνει στο εξωτερικό.

Η κρίση που περνάει η Ελληνική δισκογραφία τα τελευταία χρόνια έχει τρομερά αρνητικό αντίκτυπο στα δισκογραφικά studios. Τα αίτια της κρίσης αυτής όπως ανέφερε ο Άκης Γκολφίδης είναι κυρίως 3. Πρώτον υπάρχει κρίση στη δισκογραφία

διότι υπάρχει και γενικότερα πολιτισμικοκοινωνική κρίση , δεύτερον έχει κατέβει δραματικά ο μέσος όρος ηλικίας των ανθρώπων που αγοράζουν δίσκους και τρίτον η έξαρση της πειρατείας.

Ένα άλλο μεγάλο κεφάλαιο που χαρακτηρίζει την εποχή μας είναι η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας σε όλους τους τομείς της ζωής μας. Αυτή η ραγδαία ανάπτυξη δεν θα μπορούσε να μην επηρεάσει και μία επιχείρηση όπως είναι το δισκογραφικό studio το οποίο λειτουργεί με υψηλής τεχνολογίας μέσα. Σε αυτό εδώ το θέμα δεν θα μπορούσε παρά οι απόψεις των επιχειρηματιών studios να συμπίπτουν απόλυτα. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας είπαν καταρχάς έχει ρίξει πάρα πολύ τις τιμές στα μηχανήματα και στα μέσα και τα υλικά τα οποία χρειάζεται ένα studio για να λειτουργήσει. Αυτό έχει ως συνέπεια ο καθένας σήμερα να μπορεί να έχει ένα δικό του home studio με πολύ μικρό κόστος. Επίσης είναι εμφανές ότι πλέον στην Ελληνική αγορά υπάρχουν χιλιάδες studios πλέον σε αντίθεση με παλιότερα χρόνια. Χαρακτηριστική είναι η φράση του Άκη Γκολφίδη στο σημείο αυτό που λέει ότι με τα home studios το 50% της δουλειάς γίνεται σε αυτά και το υπόλοιπο σε κανονικό studio όπου μπορεί να γραφτεί καλά η φωνή και τα φυσικά όργανα αλλά και επειδή έχει καλούς και ακριβούς converters⁴. Στην εποχή μας για παράδειγμα σημειώνει ότι μια παραγωγή των 300 ωρών θα λάβει χώρα και θα γίνουν στο studio μόνο οι 75 ώρες ενώ σε προηγούμενες εποχές θα γινόντουσαν και οι 300 ώρες. Με όλα αυτά λοιπόν καταλαβαίνει κανείς εύκολα ότι η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι η κύρια αιτία δημιουργίας των home studios και κατά συνέπεια αυτή η ανάπτυξη έχει δραματικά μεγάλο απόηχο στα δισκογραφικά studios σήμερα.

Στην ερώτηση τέλος που τέθηκε για το αν το δισκογραφικό studio ανάλογα με την πορεία ενός δίσκου που ηχογραφήθηκε σε αυτό παίρνει κάποιο bonus από την εταιρεία ή τον οποιονδήποτε άλλο χρηματοδότη ή σπόνσορα της παραγωγής η απάντηση ομοφώνως ήταν πως όχι. Σημαδιακό χαρακτήρα έχει η φράση του Τάσου Κυριαζή που ανέφερε ότι : <<όχι μόνο δεν παίρνουμε κάποιο bonus αν πάει καλά ο δίσκος, αλλά πλέον μας έχουν κόψει και την τιμητική πλακέτα που μας έστελναν ανάλογα με τις πωλήσεις του δίσκου >>.

⁴ **Converter** = (μετατροπέας ψηφιακού σήματος σε αναλογικό και αναλογικού σε ψηφιακό ανάλογα με τον τύπο του)

3.4 Σύγκριση Ελληνικών studios και studios εξωτερικού.

Στο ερώτημα και θέμα προς συζήτηση ελληνικά studio και studio εξωτερικού ο Άκης Γκολφίδης , ο Τάσος Κυριαζής και ο Σωτήρης Παπαδόπουλος συμφώνησαν στο ότι τα Ελληνικά δισκογραφικά studios δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού και παρόλα αυτά τα Ελληνικά studios είναι πολύ πιο φθηνά σε τιμές. Με άλλα λόγια σε μηχανήματα, εξοπλισμό και κατασκευή τα Ελληνικά studios είναι ισάξια αυτών του εξωτερικού. Η μόνη διαφορά που παρατηρείται σε αυτά τα δύο είναι στο ανθρώπινο δυναμικό όπου ιδιαίτερα ο Τάσος Κυριαζής ανέφερε ότι τα δισκογραφικά studios του εξωτερικού έχουν καλύτερο και πιο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, άποψη που ο Σωτήρης Παπαδόπουλος δεν συμφωνεί και λέει χαρακτηριστικά ότι οι Έλληνες ηχολήπτες είναι ισάξιοι των ξένων. Τέλος μια άλλη διαφορά όσον αφορά τα Ελληνικά studios και τα studios του εξωτερικού όπως χαρακτηριστικά ανέφερε ο Τάσος Κυριαζής είναι ότι στο εξωτερικό ο ηχολήπτης που δουλεύει σε ένα studio ανά πάσα στιγμή μπορεί με ένα τηλεφώνημα που θα κάνει να έχει οποιοδήποτε μηχάνημα και μοντέλο αυτός θέλει μέσα σε ελάχιστα λεπτά, πράγμα που πρώτων κάνει πιο άνετα την δουλειά του και δεύτερον έχει και καλύτερο ηχητικό αποτέλεσμα στην ολοκλήρωση της παραγωγής που δημιουργεί.

3.5 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπος της στο δισκογραφικό studio.

Η πειρατεία της μουσικής είναι ένα φαινόμενο που υπάρχει και υπήρχε από τη στιγμή της δημιουργίας της μουσικής βιομηχανίας. Στις μέρες μας το φαινόμενο αυτό έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις και φυσικά δεν είναι ένα φαινόμενο το οποίο παρουσιάζεται μόνο στην Ελλάδα αλλά είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Οι τεράστιες διαστάσεις που έχει πάρει το φαινόμενο αυτό σήμερα πηγάζουν από την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και σε αυτό συμφωνούν και οι τρεις ιδιοκτήτες studio όπως επίσης συμφωνούν και στο ότι ναι μεν η πειρατεία είναι πρόβλημα αλλά δεν είναι το κύριο αίτιο της πτώσης της Ελληνικής δισκογραφίας όπως πολλοί θέλουν να μας πείσουν. Από τη στιγμή όμως που η πειρατεία της μουσικής δημιουργεί τεράστιο

πρόβλημα και οικονομική συμφορά στην μουσική βιομηχανία τότε αυτομάτως ζημιώνει και την επιχείρηση που ονομάζεται δισκογραφικό studio.

Η άποψη του Τάσου Κυριαζή για τις ανεξέλεγκτες διαστάσεις που έχει πάρει το φαινόμενο αυτό είναι ότι το φαινόμενο αυτό κάθε αυτό βοηθιέται από την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και μας επισημαίνει ότι από τη στιγμή που έφυγαν οι δίσκοι και ήρθαν τα cd οι πωλήσεις έχουν πέσει στο μισό λόγω του ότι ένα cd αντιγράφεται πολύ πιο εύκολα από ότι ένας δίσκος, και επειδή είναι ψηφιακό δεν χάνει και στην ποιότητα σε αντίθεση με τον δίσκο που έχει πολλές απώλειες κατά την αντιγραφή του. Σε αυτή την άποψη κυμαίνεται και η άποψη που έχει για το θέμα ο Σωτήρης Παπαδόπουλος και αναφέρει χαρακτηριστικά ότι η έννοια του cd πλέον έχει ξεφτιλιστεί τελείως. Αν κάποιος βλέπεται από την πειρατεία της μουσικής αυτό καταρχάς είναι το κράτος συνεχίζει να λέει όπου χάνει από το φ.π.α και στη συνέχεια η μουσική βιομηχανία. Η πειρατεία της μουσικής επισημαίνει δεν βλάπτει καλλιτεχνικά αλλά αντίθετως με τα πειρατικά cd θα μπει και σε 10 σπίτια παραπάνω ένας δίσκος οπότε γίνεται καλύτερη διαφήμιση έτσι αλλά είναι υπέρ και για τους συνθέτες και στιχουργούς, τουλάχιστον καλλιτεχνικά αν το δούμε γιατί οικονομικά είναι κατά τους, Όσο αφορά τους τραγουδιστές επισημαίνει ο Τάσος Κυριαζής δεν χάνουν κάτι ιδιαίτερο από την πειρατεία διότι οι τραγουδιστές τα μεγάλα κέρδη τα έχουν από τα νυχτερινά κέντρα όπου και τραγουδούν. Έτσι έχουν φτάσει στο σημείο επισημαίνει οι τραγουδιστές να είναι υπέρ της πειρατείας διότι την βρίσκουν σαν την καλύτερη διαφήμιση για τον εαυτό τους και κατά συνέπεια για την δουλειά τους.

Ο Άκης Γκολφίδης συμμερίζεται τις παραπάνω απόψεις αλλά εμβαθύνει λίγο παραπάνω και λέει ότι η πειρατεία όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως είναι κατασκευάσμα των μεγαλύτερων σε δύναμη εταιρειών για να καταπολεμήσουν τις μικρότερες σε δύναμη εταιρείες.

Πάντως είτε είναι έτσι είτε όχι ένα δισκογραφικό studio από το φαινόμενο αυτό της πειρατείας χάνει πάρα πολλά για το λόγο ότι χάνουν οι ίδιες οι δισκογραφικές εταιρείες αλλά γενικότερα και οι γενικότεροι χρηματοδότες – σπόνσορες μουσικών παραγωγών όπου θα πραγματοποιηθούν στο studio.

3.6 Σχέσεις studios μεταξύ τους και σχέσεις studios με εταιρείες μηχανημάτων.

Κάθε δισκογραφικό studio περιέχει στον εξοπλισμό του μία γκάμα μηχανημάτων από διάφορες επώνυμες εταιρείες και όχι μόνο. Έτσι η πρώτη σκέψη κάποιου είναι ότι θα υπάρχει μία καλή σχέση μεταξύ των δισκογραφικών studios και των εταιρειών μηχανημάτων. Οι πληροφορίες όμως που αντλήθηκαν και αφορούν αυτό το θέμα δείχνουν μάλλον το αντίθετο. Πιο συγκεκριμένα ο Τάσος Κυριαζής ανέφερε ότι δεν υπάρχουν καθόλου καλές σχέσεις μεταξύ των studios και των εταιρειών μηχανημάτων διότι οι εταιρείες δεν εξυπηρετούν και δεν αντιμετωπίζουν τα studios με το σεβασμό που θα έπρεπε και εδώ συμφωνεί και ο Σωτήρης Παπαδόπουλος και συμπληρώνει ότι την ώρα της αγοράς κάποιου μηχανήματος από μια εταιρεία είναι όλα καλά, το πρόβλημα έρχεται μετά από καιρό με την απαράδεκτη τεχνική υποστήριξη και το service.

Στο συγκεκριμένο ζήτημα ο Άκης Γκολφίδης χωρίζει το θέμα σε δύο κατηγορίες. Στην μία κατηγορία βρίσκονται οι εταιρείες οι οποίες πουλάνε γνωστές, επώνυμες και 'μοδάτες' μάρκες μηχανημάτων και από την άλλη βρίσκονται οι εταιρείες οι οποίες έχουν πολύ σπουδαία μηχανήματα αλλά τις οποίες δυστυχώς τις ξέρουν πολλοί λίγοι. Στην πρώτη περίπτωση λοιπόν οι εταιρείες που πουλάνε επώνυμες μάρκες μηχανημάτων, το studio δεν το έχουν και πολύ μεγάλη ανάγκη διότι αν δεν πουλήσουν τα επώνυμα μηχανήματά τους στο studio θα τα πουλήσουν σίγουρα σε κάποια μαγαζιά με live μουσική και οπουδήποτε αλλού αφού μιλάμε για ευρέως γνωστές μάρκες. Άρα με αυτό το σκεπτικό οι σχέσεις που έχει το studio με αυτές τις εταιρείες δεν είναι καθόλου καλές διότι οι συγκεκριμένες εταιρείες δεν το έχουν ανάγκη το studio κάθε αυτό διότι μπορούν πολύ εύκολα να πουλήσουν τα προϊόντα τους σε ένα πολύ μεγάλο αγοραστικό κοινό.

Σε αντίθεση με την πρώτη αυτή κατηγορία εταιρειών η δεύτερη κατηγορία η οποία έχει πολύ καλά και σπουδαία μηχανήματα αλλά δεν είναι τόσο διαδεδομένα και γνωστά έχει πολύ μεγάλη ανάγκη το studio διότι αυτά τα μηχανήματα λόγω του ότι δεν είναι ευρέως γνωστά η μόνη πελατεία είναι τα studios. Συνεπώς ανάμεσα σε αυτήν την κατηγορία των εταιρειών και στα studio υπάρχει υψηλό επίπεδο συνεννόησης. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι ακόμα και αν ένα studio δεν έχει τα χρήματα για ένα οποιοδήποτε μηχανήμα αυτής της κατηγορίας των εταιρειών η εταιρεία θα του το φέρει χωρίς χρήματα διότι στοχεύει στο ότι θα το μάθουν και τα

άλλα studio και θα τρέξουν να το αγοράσουν για λόγους ανταγωνιστικούς καθαρά οπότε έτσι η εταιρεία βγαίνει κερδισμένη.

Αφού ξεκαθαρίστηκε η σχέση των εταιρειών μηχανημάτων με τα δισκογραφικά studios θα ειπωθούν και κάποια πράγματα για τη σχέση που έχουν τα studios μεταξύ τους. Σε αυτήν εδώ την ερώτηση και οι τρεις ιδιοκτήτες που μιλήσαμε δώσανε την ίδια απάντηση ότι δηλαδή τα δισκογραφικά studios μεταξύ τους έχουν καλές σχέσεις και ότι υπάρχει αλληλεγγύη. Το συγκεκριμένο θέμα το προχώρησε λίγο παραπέρα ο Άκης Γκολφίδης λέγοντας ότι η σχέση που έχουν τα studios μεταξύ τους είναι αναγκαία και ότι το ένα βοηθάει το άλλο για καθαρά οικονομικούς και μόνο λόγους, ενώ ουσιαστικά το ένα studio αποδοκιμάζει το άλλο. Λέγοντας ότι το ένα studio αποδοκιμάζει το άλλο αφήνει να εννοηθεί πως δεν αποδοκιμάζονται το ένα με το άλλο σαν studio κάθε αυτό αλλά σαν ηχολήπτης με ηχολήπτη διότι πλέον έχουμε φθάσει στο σημείο το 70% σε ένα studio σήμερα να το αποτελεί το άτομο και 30% τα μηχανήματα, ενώ πριν κάποια χρόνια αυτό το ποσοστό μοιραζόταν ακριβώς στη μέση και ήταν 50%-50%.

3.7 Επιχείρηση δισκογραφικό studio και κέρδος

Ο κύριος σκοπός της πτυχιακής αυτής εργασίας ήταν να βγει ένα συμπέρασμα για το αν ένα δισκογραφικό studio σήμερα στην Ελλάδα είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση. Συνεπώς οι απαντήσεις στο ερώτημα αυτό των ιδιοκτητών studio είναι κάτι παραπάνω από σημαντικές. Η άποψη του Τάσου Κυριαζή και του Σωτήρη Παπαδόπουλου στο ερώτημα αυτό ήταν και οι δύο πολύ σύντομες και ομόφωνα απάντησαν ότι το δισκογραφικό studio στην Ελλάδα πλέον δεν είναι μία κερδοφόρα επιχείρηση. Κερδοφόρα επιχείρηση ήταν μόνο όταν υπήρχε μονοπώλιο τουλάχιστον στην Αθήνα από 2 με 3 studio. Σήμερα πλέον με όλη αυτήν την κρίση που υπάρχει στη δισκογραφία και με την πληθώρα των studios που υπάρχουν σίγουρα δεν είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση.

Η απάντηση του Άκη Γκολφίδη στο ερώτημα αυτό ήταν λίγο διαφοροποιημένη. Συγκεκριμένα ισχυρίστηκε ότι ένα δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα δεν

είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση αλλά μία πολύ καλή επένδυση. Στην ιδανική περίπτωση ένα studio που πήγε και πηγαίνει καλά έχει κάνει απόσβεση κόστους, έχει καταφέρει να κρατήσει το προσωπικό του και πλέον το προσωπικό του φέρνει δουλειές και καινούριους πελάτες. Βλέποντας έτσι λοιπόν το studio σαν μια επένδυση καλό θα είναι το studio να διαθέτει και ένα ειδικό εξοπλισμό για live ηχογραφήσεις σε εξωτερικούς χώρους και αυτό διότι πλέον τα πολλά χρήματα είναι στις εξωτερικές ηχογραφήσεις.. Μια τέτοια εξωτερική ηχογράφιση που θα χρειαστεί μία μέρα δουλειάς και άλλες 7 μέρες μίξη στο studio , έχει 10πλάσια έσοδα παρά ένας ολόκληρος μήνας studio κλεισμένος για κάποια δισκογραφική δουλειά.

Κανένα studio στον κόσμο δεν μπορεί να συντηρηθεί με αυτόν τον παραδοσιακό τρόπο εσόδων που είναι ο κλασικός, δηλαδή κλείσιμο ωρών για ηχογράφιση. Επειδή όμως και οι εξωτερικές ηχογραφήσεις που θα κάνει ένα studio είναι μετρημένες το studio θα πρέπει να 'ρискάρει'. Θα πρέπει δηλαδή ο άνθρωπος που το λειτουργεί να το δει σαν επένδυση και να αρχίσει να επενδύει πάνω σε καλλιτέχνες οι οποίοι δεν ανήκουν σε κάποια εταιρεία και θέλουν να βγάλουν δίσκο αλλά δεν έχουν τα χρήματα. Εδώ λοιπόν το studio αν πιστεύει σε αυτούς τους καλλιτέχνες θα επενδύσει πάνω τους, δηλαδή θα τους κάνει το δίσκο χωρίς να τους πάρει καθόλου χρήματα αλλά θα πάρει ένα ποσοστό από τις πωλήσεις το οποίο θα έχει συμφωνηθεί από πριν. Έτσι με αυτόν τον τρόπο το studio επενδύει και μπορεί ανά πάσα στιγμή να κερδίσει τεράστια ποσά.

Συνοπτικά λοιπόν ο Άκης Γκολφίδης επισημαίνει ότι ένα δισκογραφικό studio δεν είναι τίποτα άλλο από μια καλή επένδυση που αν στηθεί και λειτουργήσει με έξυπνο τρόπο μπορεί στο μέλλον να κάνει απόσβεση των μηχανημάτων και του χώρου και να αρχίζει να γίνεται κερδοφόρα επιχείρηση. Για να γίνει αυτό όμως θα πρέπει να ξεφύγει από την λογική και τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας με το κλείσιμο ωρών για κάποιο δίσκο αλλά να αρχίζει να βγαίνει προς τα έξω με εξωτερικές ηχογραφήσεις και να αρχίσει να επενδύει πάνω σε νέες παραγωγές τις οποίες πιστεύει ότι μπορούν να πάνε καλά και στη συνέχεια να προσφέρουν και κέρδη από τις πωλήσεις τους στο studio όπου σε αυτή την περίπτωση παίζει το ρόλο του χρηματοδότη.

3.8 Μέλλον δισκογραφικού studio στην Ελλάδα

Το μέλλον μιας τέτοιας επιχείρησης σίγουρα δεν είναι και πολύ αισιόδοξο όπως πάνε τα πράγματα σήμερα και όπως μας απάντησαν οι ιδιοκτήτες των studios. Η εποχή που διανύουμε επισημαίνει ο Τάσος Κυριαζής είναι μία μεταβατική περίοδος. Έχουμε φτάσει δηλαδή σε ένα σημείο όπου έχουμε πιάσει πάτο και ήρθε η στιγμή να ξανανέβουμε αλλά σίγουρα με διαφορετικές συνθήκες. Στο σύντομο μέλλον, το μέσω με το οποίο πωλείται η πλειοψηφία της μουσικής σήμερα και είναι το cd θα αλλάξει και πιθανώς όλα να γίνονται μέσω διαδικτύου. Με αυτόν τον τρόπο οι εταιρείες θα αρχίσουν σιγά σιγά να ανακάμπτουν και να έχουν κάποια κέρδη οπότε μπορεί να γίνονται και καλύτερες παραγωγές από ότι σήμερα. Σίγουρα ηχογραφήσεις θα γίνονται και στο μέλλον και αυτό δεν πρόκειται να αλλάξει απλά το πώς θα πληρώνονται πλέον αυτό παραμένει άγνωστο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ



ΕΞΑΡΤΗΣΗ MUSIC

4.1 Τι είναι μια δισκογραφική εταιρεία

Ξεκινώντας την κουβέντα μας για το θέμα της πτυχιακής αυτής εργασίας με ανθρώπους που αντιπροσωπεύουν τις δισκογραφικές εταιρείες θέλαμε αρχικά να ξεκαθαρίσουμε τι είναι μια δισκογραφική εταιρεία ακριβώς. Ο Γιάννης Στεργίου αρχικά τοποθετήθηκε λέγοντας ότι μια δισκογραφική εταιρεία είναι μια επιχείρηση η οποία καλείται να πουλήσει ένα προϊόν με διάφορους τρόπους. Είναι ακριβώς δηλαδή σαν μία εμπορική επιχείρηση με την διαφορά ότι το προϊόν της είναι ένα καλλιτεχνικό αποτέλεσμα το οποίο αποθηκεύεται σε ένα μέσο όπως είναι σήμερα το cd. Καλώς η κακώς παρ' όλο που είναι ένα καλλιτεχνικό αποτέλεσμα οι εταιρείες το βλέπουν σαν ένα ψυχρό προϊόν. Χαρακτηριστική ήταν η φράση του που είπε ότι οι πιο επιτυχημένες δισκογραφικές εταιρείες στον κόσμο αντιμετωπίζουν ένα μουσικό δίσκο σαν ένα προϊόν και μόνο και δεν βλέπουν ανθρώπους αλλά προϊόντα. Την άποψη του Γιάννη Στεργίου ακολουθεί η απάντηση του Πάνου Μαραβέλια ο οποίος απαντάει απλά και λέει ότι μία δισκογραφική εταιρεία είναι απλά μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών και καταλήγουμε με την απάντηση του Θύμιου Παπαδόπουλου που λέει ότι η δισκογραφική εταιρεία είναι μια εταιρεία της οποίας το κύριο έσοδο είναι η πώληση φορέων ήχου που περιέχουν υλικό.

4.2 Τα κριτήρια επιλογής της εκάστοτε παραγωγής

Ο Γιάννης Στεργίου σε αυτήν την ερώτηση τοποθετήθηκε και είπε ότι καταρχάς πριν από όλα, τα κριτήρια εξαρτώνται από το προφίλ της εταιρείας δηλαδή αν είναι ανεξάρτητη ή αν είναι πολυεθνική. Στην περίπτωση της ανεξάρτητης εταιρείας τα

χαλινάρια κρατάει ένα και μόνο άτομο άρα οτιδήποτε περνάει από αυτό το άτομο αυτομάτως είναι καθαρά προσωπικό του ζήτημα δηλαδή το ποιος θα είναι ο καλλιτέχνης που θα επενδύσει πάνω του και το πώς θα πλασάρει το προϊόν στην αγορά. Στην περίπτωση της πολυεθνικής εταιρείας τώρα το κριτήριο του ποιος θα είναι ο καλλιτέχνης περνάει όπως είναι φυσικό από πολλά κλιμάκια και έτσι δεν είναι προσωπικό το κριτήριο ενός και μόνο ανθρώπου.

Ο Πάνος Μαραβέλιας στην ερώτηση αυτή απάντησε πιο απλά και είπε ότι μία δισκογραφική εταιρεία ποντάρει σε ανθρώπους οι οποίοι πιστεύει ότι θα έχουν μια καλή πορεία αλλά και μία διάρκεια. Τις δύο παραπάνω απόψεις έρχεται να συμπληρώσει και η άποψη του Θύμιου Παπαδόπουλου η οποία θα λέγαμε ότι είναι και αρκετά διπλωματική και λέει πως η εταιρεία επιλέγει να κάνει μια παραγωγή ανάλογα με τις ανάγκες της, δηλαδή το πρόγραμμα – στόχο που έχει στο μυαλό της.

Στην ερώτηση εάν οι δισκογραφικές εταιρείες προτιμούν στο να ποντάρουν και να κάνουν μία παραγωγή σε έναν καλλιτέχνη ο οποίος να έχει πρόσβαση σε ένα home studio ή ακόμα να έχει και δικό του, οπότε να ετοιμάσει ένα μέρος αυτής σε αυτό τον χώρο με σκοπό την σπατάλη μικρότερου χρηματικού ποσού δόθηκαν οι παρακάτω απαντήσεις. Ο Πάνος Μαραβέλιας απάντησε ότι παρόλο που μια δισκογραφική εταιρεία βγαίνει κερδισμένη από το γεγονός εάν ένα ποσοστό ενός υλικού έχει γίνει σε ένα home studio δεν αποτελεί κριτήριο σημαντικό η κατοχή ενός home studio ή η πρόσβαση σε ένα τέτοιο χώρο από τον καλλιτέχνη στον οποίο θέλει να ποντάρει και να προωθήσει. Την ίδια απάντηση έδωσε και ο Θύμιος Παπαδόπουλος και με ποιο αυστηρό ύφος επισήμανε ότι εάν μία δισκογραφική εταιρεία έχει σαν στόχο την δημιουργία μιας παραγωγής ενός καλλιτέχνη τότε πάση θυσία θα την κάνει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο χωρίς να σκεφτεί το ενδεχόμενο μέρος αυτής να γίνει σε ένα home studio. Τέλος, η τοποθέτηση του Γιάννη Στεργίου στο θέμα αυτό συμμαρξίζεται απολύτως την άποψη του Θύμιου Παπαδόπουλου ότι δηλαδή εάν η εταιρεία έχει φανταστεί κάτι στο μυαλό της τότε δεν θα μπει στην σκέψη και την λογική να γλιτώσει κάποια χρήματα φτιάχνοντας ένας μέρος της παραγωγής σε home studio εκτός και αν τύχει να έχει τυφλή εμπιστοσύνη στον άνθρωπο αυτόν που θα ηχογραφήσει και θα αναλάβει κάτι τέτοιο.

4.3 Κριτήρια επιλογής studio καθώς και οι απαιτήσεις από αυτό.

Στο ερώτημα ποια είναι τα κριτήρια επιλογής ενός studio και οι απαιτήσεις που έχει μια δισκογραφική εταιρεία από αυτό λάβαμε απαντήσεις όπου σίγουρα δεν περιμέναμε. Καταρχάς στην ερώτηση που κάναμε για ποιο λόγο μερικές εταιρείες σήμερα έχουν τα δικά τους δισκογραφικά studios η ομόφωνη απάντηση που πήραμε από όλους ήταν ότι καμία δισκογραφική εταιρεία σήμερα δεν έχει τα δικά της studio. Η μόνη εξαίρεση αναφέρει ο Θύμιος Παπαδόπουλος ήταν στην δεκαετία του '60 η EMI όπου είναι και η μόνη δισκογραφική εταιρεία όπου είναι αποκλειστικά και μόνο δισκογραφική και δεν ανήκει σε κανέναν άλλο όμιλο. Η EMI λοιπόν στην δεκαετία του '60 ήρθε στην Ελλάδα και αγόρασε μια τεράστια δισκογραφική εταιρεία, την εταιρεία αφοί Λαμπρόπουλοι και έτσι δημιουργήθηκε η EMIAL. Έτσι πλέον αγόρασε ιδιόκτητους χώρους στην Ριζούπολη-Περισσό οι οποίοι ήταν πολύ μεγάλοι με γραφεία και 3 υπερσύγχρονα studio για την εποχή πλήρως εξοπλισμένα. Επίσης δημιούργησε και ένα εργοστάσιο παραγωγής βινυλίου και κασετών. Όλο αυτό το τεράστιο δημιούργημα τότε στην δεκαετία του '80 πουλήθηκε και πλέον στις μέρες μας καταστράφηκε με τελικό αγοραστή τον κ Μάτσα.



#Εργοστάσιο κοπής βινυλίου και studio ηχογραφήσεων Columbia

Στο σημείο αυτό ο Πάνος Μαραβέλιας συμπλήρωσε και είπε ότι όλη αυτή η τεράστια επιχείρηση απέτυχε παταγωδώς διότι η Ελλάδα είναι μια πολύ μικρή αγορά και εκτός αυτού δεν βοηθάει σε αυτό και η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας που υπάρχει σήμερα. Τελειώνοντας ο Πάνος Μαραβέλιας τόνισε ότι και στην Ευρώπη ακόμα δεν υπάρχουν πλέον ιδιόκτητα studios από δισκογραφικές εταιρείες και ότι όσες πολυεθνικές εταιρείες είχαν στην κατοχή τους εργοστάσια κοπής cd τα

πουλήσανε και πλέον ρίχνουν όλο το βάρος στην παροχή υπηρεσιών και στην διαφήμιση των προϊόντων τους.

Αφού ξεκαθαρίστηκε λοιπόν το ότι πλέον καμία δισκογραφική εταιρεία στην Ελλάδα δεν έχει στην κατοχή της studio φτάσαμε στο σημείο να μάθουμε τα κριτήρια όπου οι δισκογραφικές εταιρείες επιλέγουν τα studio που θα χρησιμοποιήσουν αλλά και τις απαιτήσεις που έχουν από αυτά. Ξεκινώντας ο Γιάννης Στεργίου απάντησε ότι η απαίτηση που έχει από ένα studio και το κριτήριο επιλογής του είναι αν αυτό είναι άρτια εξοπλισμένο από μηχανήματα και επίσης να έχει μια αξιοπρεπή ακουστική ο χώρος. Στο θέμα αυτό ο Πάνος Μαραβέλιας τόνισε ότι εκτός του γεγονότος ότι δηλαδή πρέπει το studio που θα επιλεγεί να είναι γνωστό και να ακούγονται καλά λόγια για αυτό θα πρέπει να παρέχει το κλίμα και την διάθεση για να μπορέσει ο καλλιτέχνης να αποδώσει καλύτερα στο χώρο αυτόν. Αυτό συμβαίνει διότι οι καλλιτέχνες και συνήθως οι νέοι καλλιτέχνες περνάνε πολύ δύσκολα σε ένα studio για το λόγο ότι δεν νιώθουν οικία και ζεστά οπότε χάνουν στην απόδοσή τους. Στη συνέχεια συμπλήρωσε ότι η μόνη απαίτηση που έχει η εταιρεία από το studio είναι η αίθουσα ηχογράφησης εφόσον στην παραγωγή που θέλει να κάνει χρειαστεί να ηχογραφηθούν φυσικά όργανα. Αν δεν χρειαστεί να ηχογραφηθούν φυσικά όργανα τότε τα πράγματα είναι πολύ πιο απλά διότι σήμερα με την τεχνολογία που υπάρχει όλα τα studio πάνω κάτω δίνουν τα ίδια περίπου ηχητικά αποτελέσματα.

Τελειώνοντας την ενότητα αυτή παραθέτετε και η άποψη του Θύμιου Παπαδόπουλου που τονίζει ότι το studio χωρίζεται σε δύο μεγάλες κατηγορίες : α) στον άνθρωπο (ηχολήπτη) και β) στον χώρο. Έτσι με αυτήν την λογική τοποθετεί σαν το κύριο κριτήριο για την επιλογή ενός studio τον άνθρωπο – ηχολήπτη και στη συνέχεια το χώρο και τα μηχανήματα. Συγκριτικά με τα δύο τελευταία δηλαδή τον χώρο και τα μηχανήματα υπογραμμίζει ότι τα χωροταξικά θέματα ενός studio είναι σημαντικότερα από τα τεχνολογικά

4.4 Αριθμός ωρών studio για μία παραγωγή και οι παράγοντες που εξαρτώνται αυτές οι ώρες.

Οι ώρες studio που θα χρειαστούν για μια παραγωγή είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό ο δείκτης για να κατανοήσει κανείς το μέγεθος αλλά και την ποιότητα της παραγωγής. Την απάντηση αυτή φαίνεται να μην συμμαρξίζεται η πλειοψηφία των δισκογραφικών εταιρειών του δείγματός μας.

Ξεκινώντας ο Πάνος Μαραβέλιας την άποψή του επί του θέματος ανέφερε ότι μία εταιρεία όταν ξεκινάει μια παραγωγή φτιάχνει ένα budget με το οποίο θα κινηθεί για την παραγωγή αυτή και ο παραγωγός σε συνεννόηση με τον καλλιτέχνη βάζουν κάποιες παραμέτρους που έχουν να κάνουν με τους ανθρώπους που θα συμβάλλουν στην παραγωγή (συνθέτες, στιχουργούς, ενορχηστρωτές, μουσικούς) και με τις ώρες studio που θα χρειαστούν. Στην πράξη τονίζει ότι αυτό το budget που είχε υπολογίσει η εταιρεία πάντα αλλάζει, και πάντα αλλάζει με έναν τρόπο προς τα πάνω.

Ο Γιάννης Στεργίου επί του θέματος είπε ότι οι ώρες που θα δώσει η δισκογραφική εταιρεία για την παραγωγή που θέλει να κάνει εξαρτώνται καθαρά από τον οικονομικό προϋπολογισμό που θα έχει σκεφτεί ο παραγωγός ή η ίδια η εταιρεία. Αν η εταιρεία πιστεύει ότι θα βγάλει κέρδος από την παραγωγή τότε θα είναι πιο γενναιόδωρη με τις ώρες studio που θα παραχωρήσει. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι από ότι ανέφερε ο Γιάννης Στεργίου οι εταιρείες συνήθως δεν δίνουν παραπάνω ώρες studio από αυτές που έχουν συμφωνήσει από αρχής γιατί πολύ απλά δεν τους νοιάζει το ηχητικό αποτέλεσμα.

Ο Θύμιος Παπαδόπουλος στο θέμα των ωρών studio ανέφερε ότι στα κλασσικά συμβόλαια των καλλιτεχνών υπάρχει κάποιο όριο χρηματικό για κάθε παραγωγή που θα γίνεται. Λόγω εμπειρίας πλέον η εταιρεία ξέρει πόσες ώρες θα χρειαστούν και πόσα χρήματα περίπου διότι ξέρει καλά τον καλλιτέχνη σαν άνθρωπο και επαγγελματία και άρα ξέρει και τον τρόπο με τον οποίο δουλεύει και συνεργάζεται. Με τον ίδιο ακριβώς τρόπο, λόγω εμπειρίας δηλαδή ξέρει και τον ηχολήπτη αλλά και όλη την ομάδα που θα συμβάλει στην υλοποίηση της παραγωγής και άρα δεν πέφτει έξω στις ώρες που θα καθορίσει και θα σκεφτεί από την αρχή.

4.5 Λόγοι φαινομένου συμβολής αρκετών studios σε μια παραγωγή

Πολλές φορές σε μία δισκογραφική παραγωγή αν προσέξει κανείς στο artwork θα δει την συμβολή παραπάνω του ενός studio . Πάνω στο φαινόμενο αυτό που φυσικά δεν είναι ο κανόνας αλλά συμβαίνει μερικές φορές οι γνώμες και οι απόψεις που πήραμε είναι οι ακόλουθες :

Αρχικά ο Πάνος Μαραβέλιας απάντησε ότι αυτό συμβαίνει κάποιες φορές για λόγους χρόνου όπως μη διαθέσιμων ωρών σε ένα studio. Τη σκυτάλη παίρνει η απάντηση του Γιάννη Στεργίου ο οποίος αναφέρει ότι μπορεί ο παραγωγός της δισκογραφικής παραγωγής σε μία τέτοια περίπτωση να εμπιστευτεί κάποιους ανθρώπους όπως ενορχηστρωτές και μουσικούς οι οποίοι να έχουν δικό τους studio, οπότε αν σε ένα δίσκο υπάρχουν 4 ενορχηστρωτές οι οποίοι ο καθένας τους έχει και το δικό του studio που δουλεύει τότε θα υπάρχουν και ανάλογα τόσα studio. Αφού λοιπόν γίνουν όλα αυτά τα ηχογραφήματα σε αυτά τα 4 για παράδειγμα studio, θα μαζευτεί μετά όλο αυτό το υλικό σε ένα studio ώστε να υπάρξει συνοχή. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ότι ο Γιάννης Στεργίου τόνισε ότι σε καμία περίπτωση στην Ελλάδα δεν επιλέγεται ένα studio λόγω καλής ακουστικής, οπότε και αυτό και μόνο δηλώνει ότι το φαινόμενο αυτό που εξετάζουμε σε αυτήν εδώ την παράγραφο δεν έχει αίτια που να έχουν σχέση με την ακουστική του κάθε studio.

Η άποψη του Θύμιου Παπαδόπουλου σε αυτό το θέμα είναι ότι αυτό γίνεται για λόγους πρακτικής. Δηλαδή ο κάθε καλλιτέχνης, μουσικός, ενορχηστρωτής, συνθέτης η στιχουργός συνεργάζεται με ένα συγκεκριμένο studio οπότε είναι και λογικό έτσι να συμβαίνει κάτι τέτοιο. Εδώ ο Θύμιος Παπαδόπουλος σημειώνει ότι το φαινόμενο αυτό βοηθιέται πολύ στις μέρες μας από την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας. Δηλαδή με τις νέες ψηφιακές μεθόδους δεν υπάρχει κανένα πρόβλημα συμβατότητας ή στη χειρότερη περίπτωση αυτή είναι πολύ μικρή. Αντιθέτως στη δεκαετία του '80 υπήρχαν τρομερά προβλήματα συμβατότητας. Για παράδειγμα τύχαινε πολλές φορές να μην διαβαζόταν μία ταινία σε ένα studio η οποία είχε γραφτεί σε ένα άλλο ή εάν διαβαζόταν να διαβαζόταν πολύ διαφορετικά. Κάποια άλλη φορά τύχαινε παλαιότερα κάποιο studio να έχει Dolby surround ενώ κάποιο άλλο όχι ή τα πράγματα ήταν ακόμα χειρότερα στο τέλος της δεκαετίας του '80 όπου άρχισαν και τα πρώτα ψηφιακά μαγνητόφωνα. Εκεί τα πράγματα ήταν τραγικά από άποψη συμβατότητας μεταξύ τους. Το πιο λαμπρό παράδειγμα ήταν χαρακτηριστικά ότι το Mitsubishi δεν

διάβαζε τα Sony αλλά και άλλα πολλά τέτοια. Άρα η εποχή μας ενδείκνυται για τέτοιου είδους φαινόμενα αν χρειαστεί να γίνουν οποιαδήποτε στιγμή.

4.6 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπός της στις δισκογραφικές εταιρείες

Η πειρατεία σίγουρα είναι ένας σημαντικός λόγος της γενικότερης πτώσης της δισκογραφίας στην Ελλάδα αλλά και παγκόσμια. Είναι όμως και ο κύριος λόγος και πως ακριβώς αντανακλά στις δισκογραφικές εταιρείες σήμερα;

Ο Πάνος Μαραβέλιας στο θέμα αυτό απάντησε καταρχάς ότι η πειρατεία είναι ένας βασικός λόγος της πτώσης της Ελληνικής δισκογραφίας αλλά όχι ο κύριος. Ο κύριος λόγος είπε ότι είναι η γενικότερη συγκέντρωση και συγκεντροποίηση που υπάρχει τόσο σε επίπεδο παραγωγής όσο και σε επίπεδο επικοινωνίας με αποτέλεσμα να δημιουργούνται κάποιες μουσικές μιας κατεύθυνσης και μόνο όπου αυτό δυσκολεύει πολύ να δημιουργηθούν άλλες παραγωγές διαφορετικής κατεύθυνσης. Αυτό συνέχισε και είπε ότι γίνεται ακόμα πιο δύσκολο διότι δεν υπάρχει και κάποιο κανάλι επικοινωνίας, δηλαδή ο τρόπος προβολής αυτού που φτιάχνεις. Δεν υπάρχουν τηλεοράσεις που να προβάλλουν κάτι διαφορετικό αλλά ούτε και ραδιόφωνα πλην απειροελάχιστων περιπτώσεων. Παρόλα αυτά η Ελλάδα είναι το μοναδικό Ευρωπαϊκό κράτος που το εντόπιο ρεπερτόριο έχει τόσο μεγάλο μερίδιο αγοράς (πάνω από 50%) σε αντίθεση με άλλες χώρες τεράστιες σε μουσική κουλτούρα όπως η Ιταλία και η Γερμανία με ποσοστό 4% με 10%. Άρα στην Ελλάδα είναι πολύ δύσκολο σήμερα να πουλήσει κάποιος 40000 δίσκους για παράδειγμα διότι η Ελλάδα απευθύνεται μόνο σε συγκεκριμένο εντόπιο κοινό σε αντίθεση με άλλα κράτη.

Όσο αφορά τώρα το κυρίαρχο κομμάτι όπου βλάπτει η πειρατεία της μουσικής σήμερα ανέφερε ότι η πειρατεία βλάπτει καταρχάς το επιχειρηματικό κομμάτι, όμως στην μουσική παραγωγή το ένα είναι πάντα συνδεδεμένο με το άλλο. Το παράδειγμα που ακολουθεί και ανέφερε ο Πάνος Μαραβέλιας είναι χαρακτηριστικό:

<<Ας υποθέσουμε ότι μια εταιρεία είναι ένας επενδυτής. Με τον όρο αυτό εννοούμε δηλαδή ότι η εταιρεία θα κάνει 10 απόπειρες παραγωγών και ξέρει ότι αν της 'κάτσουν' οι 2 από αυτές τις 10 δηλαδή το 20% , θα βγει κερδισμένη. Η πειρατεία όμως έρχεται εδώ και ψαλιδίζει τις πωλήσεις των 2 αυτών παραγωγών με αποτέλεσμα η εταιρεία να μην έχει τη δύναμη να προχωρήσει σε αυτές τις 10 που αναφέραμε

πριν. Παρ' ότι οι πειρατικοί δίσκοι που πωλούνται σήμερα είναι κυρίως τα τρέχοντα σουξέ και άρα δίσκοι καλλιτεχνών που έχουν ένα πολύ καλό μεροκάματο αμάξια και βίλες και όπου αυτοί δεν περιμένουν τίποτα από την δισκογραφία δεν χτυπιούνται αυτοί! Στην πραγματικότητα από την πειρατεία χτυπιέται το εισόδημα της εταιρείας που θεωρητικά θα μπορούσε να επανεπενδυθεί σε νέες προσπάθειες. Άρα χαρακτηριστικά είπε ότι η αγορά ενός πειρατικού δίσκου για παράδειγμα του Μαζωνάκη δεν ζημιώνει τον Μαζωνάκη ιδιαίτερα. Στην πραγματικότητα χτυπάει πολύ περισσότερο το group των 20σάρηδων που κάνουν εναλλακτική ροκ διότι εκεί δεν υπάρχει πια το χρήμα από την εταιρεία για να επενδυθεί. Έτσι λοιπόν και η δισκογραφική εταιρεία τον Μαζωνάκη και τον οποιονδήποτε Μαζωνάκη θα τον βγάλει και ας μην πουλήσει 100.000 αλλά 25.000 δίσκους, τους 20σάρηδες όμως που πειραματίζονται με νέες ιδέες δεν θα τους βγάλει! >>

Ο Γιάννης Στεργίου στο θέμα αυτό της πειρατείας ξεκαθάρισε από την αρχή ότι η πειρατεία δεν αποτελεί τον κύριο λόγο της κρίσης της Ελληνικής δισκογραφίας αλλά και παγκόσμια. Η κρίση που υπάρχει στην Ελληνική δισκογραφία προέρχεται από το επίπεδο της μουσικής όπου και υπάρχει. Από την δεκαετία του '80 ανέφερε χαρακτηριστικά ότι έχουμε μια αύξηση 300% στις παραγωγές. Παλαιότερα ήταν πολυτέλεια μια παραγωγή ενώ σήμερα όποιος και όποτε θέλει την κάνει. Μην ξεχνάμε αναφέρει ότι πλέον έχει πέσει δραματικά και το επίπεδο του στίχου, των ενορχηστρώσεων, των τραγουδιστών, των μουσικών αλλά και η ποιότητα του ήχου που ακούμε! Στη συνέχεια ανέφερε και την άποψη του ότι η τιμή των δίσκων που πωλούνται σήμερα συγκριτικά με παλαιότερα είναι πάνω – κάτω η ίδια οπότε αυτό δεν μπορεί να πει κάποιος ότι είναι και λόγος μείωσης των πωλήσεων σήμερα. Ανακεφαλαιώνοντας ολοκλήρωσε την τοποθέτηση που έκανε στο θέμα της πειρατείας σήμερα και είπε χαρακτηριστικά ότι η πειρατεία της μουσικής βλάπτει στο κεφάλαιο Μουσική βιομηχανία και όχι στο κεφάλαιο τέχνη.

Η άποψη του Θύμιου Παπαδόπουλου στο θέμα αυτό της πειρατείας της μουσικής μας εντυπωσίασε λίγο. Η πειρατεία ανέφερε ότι είναι ένας λόγος οικονομικής πτώσης της δισκογραφίας αλλά ο κύριος λόγος είναι ότι ο καταναλωτής πλέον μετά από πολλά cd έχει απέχθεια στο υλικό αυτό. Το μέσω αυτό τόνισε ότι είναι 'ντεμοντέ' και ότι οι εταιρείες πρέπει να το καταλάβουν αυτό και να βρουν κάποια λύση σε αυτό το θέμα.

Πιο συγκεκριμένα για την πειρατεία τόνισε ότι υπήρχε, υπάρχει και θα υπάρχει. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι ότι είναι ανίκητη! Είναι ανίκητη για 2 πολύ απλούς

λόγους. Πρώτων διότι κανένας άνθρωπος σήμερα που αγοράζει πειρατικό δίσκο δεν ντρέπεται αλλά αντιθέτως πολλές φορές παινέυεται και ο δεύτερος λόγος είναι ότι εκλείπει από το καταναλωτικό κοινό σήμερα η έννοια του παρανόμου σε αυτό τον τομέα.

Στο θέμα αν η πειρατεία βλάπτει στο κεφάλαιο μουσική βιομηχανία ή στο κεφάλαιο τέχνη και μουσική ξεκαθάρισε ότι η πειρατεία βλάπτει και τα δύο αυτά κεφάλαια εξίσου. Αυτό συμβαίνει διότι η πειρατεία από την μία ρίχνει τις πωλήσεις των εταιρειών και από την άλλη η πειρατεία υποχρεώνει τον δημιουργό να κάνει 2 και 3 δουλειές για να ζήσει. Εδώ ο Θύμιος Παπαδόπουλος τόνισε ότι η πειρατεία είναι ο κύριος λόγος που απωθούνται πιθανοί χρηματοδότες μιας παραγωγής. Αυτό έχει σαν συνέπεια να πέφτει πολύ η ποιότητα των επενδυτών και αυτό διότι η απόσυρση χρηματοδοτών ευρύτερων μουσικών γούστων είχε και έχει ως συνέπεια να μπουν στην παραγωγή πάρα πολλοί επιχειρηματίες νυχτερινών κέντρων και άρα να γεμίσει η αγορά από ‘λαϊκές’ παραγωγές. Τελειώνοντας την τοποθέτησή του επί του θέματος τονίζει ότι το κράτος πρέπει πλέον να λάβει δραστικά μέτρα για την πάταξη της πειρατείας στην μουσική διότι χάνει και το ίδιο από αυτήν τεράστια έσοδα από το φ.π.α.

4.7 Μέλλον δισκογραφικών εταιρειών

Το μέλλον των δισκογραφικών εταιρειών είναι το θέμα πάνω στο οποίο θα παρατεθούν εδώ οι απόψεις των ανθρώπων που απευθυνθήκαμε.

Ο Πάνος Μαραβέλιας εξέφρασε την άποψη ότι οι εταιρείες με την δομή την κλασσική που είχαν, δηλαδή να παίρνουν έναν άγνωστο καλλιτέχνη και να τον κατευθύνουν και να τον προωθούν δεν έχουν κανένα μέλλον πια. Η ανάγκη όμως του κόσμου στο να ακούει και να ζητάει μουσική είναι πολύ μεγάλη οπότε δεν θα σταματήσει ποτέ να βγαίνει και να παράγεται μουσική. Παρ’όλα αυτά το μέλλον θα είναι λίγο άναρχο δηλαδή οι παραγωγές θα γίνονται από μικρά σύνολα ανθρώπων (παρέες) οι οποίες μουσικές που θα φτιάχνουν θα κινούνται κυρίως από τα κινητά τηλέφωνα και το διαδίκτυο. Δηλαδή αυτές οι ‘μουσικές παρέες’ δεν θα περιμένουν τα

ραδιόφωνα και τις τηλεοράσεις για να πουλήσουν αλλά θα κάνουν ‘κρότο’ στο ευρύ κοινό σιγά σιγά και από στόμα σε στόμα. Άρα ο παραδοσιακός ρόλος της εταιρείας είναι τελειωμένος.

Ο Θύμιος Παπαδόπουλος επί του θέματος απάντησε ότι σίγουρα οι εταιρείες θα υπάρχουν και στο μέλλον απλά η μορφή που θα έχουν και το υλικό – προϊόν που θα πωλούν θα είναι κάτι διαφορετικό από αυτό που υπάρχει σήμερα και όπου η μορφή και τρόπος θα φανούν στο μέλλον.

Ο Γιάννης Στεργίου σε αυτό το θέμα είναι υποστηρικτής της άποψης ότι στην Ελλάδα πια θα αρχίσει να γίνεται ότι γίνεται και στο εξωτερικό, δηλαδή οι ανεξάρτητες εταιρείες θα αρχίσουν να ανεβαίνουν πολύ σιγά σιγά αλλά το που θα καταλήξει μετά όλο αυτό είναι λίγο αβέβαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ

5.1 Σχέση καλλιτεχνών με δισκογραφικά studio και οι απαιτήσεις που έχουν από αυτά

Η σχέση των καλλιτεχνών με τα δισκογραφικά studio είναι το θέμα που θα ασχοληθούμε σε αυτό το κεφάλαιο και στο οποίο θα παρουσιαστούν και οι τρεις γνώμες των τριών καλλιτεχνών που αντιπροσωπεύουν το δείγμα μας.

Αρχικά στο ερώτημα της σχέσης που έχει ένας καλλιτέχνης με ένα δισκογραφικό studio αλλά και οι απαιτήσεις του από αυτό ο Παναγιώτης Λευτέρης ανέφερε ότι το δισκογραφικό studio το αντιμετωπίζει καθαρά σαν έναν επαγγελματικό χώρο και σημείωσε ότι δεν μπορεί παρά η σχέση του με αυτό να είναι καθαρά επαγγελματική για τον απλούστατο λόγο ότι ο περιορισμός του χρόνου και η τιμή της κάθε ώρας που περνάει να του δημιουργεί ένα άγχος καθώς και έλλειψη δημιουργικότητας. Αν ο ίδιος είχε μία δισκογραφική εταιρεία από πίσω του τότε θα ήταν πολύ πιο χαλαρός στο θέμα του χρόνου και θα είχε άλλη αντιμετώπιση και συμπεριφορά μέσα σε ένα studio. Παρ' όλα αυτά τόνισε ότι ο χώρος του studio παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στο πόσο οικία θα νιώσει ο καλλιτέχνης για να μπορεί να δουλέψει μέσα σε αυτό όπως επίσης πολύ σημαντικό ρόλο παίζει πάντα και ο άνθρωπος – ηχολήπτης που βρίσκεται στο studio. Η σχέση δηλαδή του ηχολήπτη με τον καλλιτέχνη παίζει ίσως τον σημαντικότερο ρόλο και είναι καθοριστική για την υλοποίηση της εκάστοτε παραγωγής και αυτό διότι ο καλλιτέχνης λόγω του άγχους που νιώθει σε έναν τέτοιο χώρο πολλές φορές δεν αποδίδει το μέγιστο των ικανοτήτων του. Έτσι ο ηχολήπτης σε αυτήν την περίπτωση πρέπει να τον κάνει να νιώσει χαλαρά, ήρεμα και οικεία με τον χώρο ώστε να τον βοηθήσει έτσι στην μέγιστη απόδοσή του. Τελειώνοντας την άποψη του για την σχέση που έχει με το studio αλλά και τις απαιτήσεις που έχει από αυτό είπε και τόνισε ότι λόγω του ότι πολλές φορές χρησιμοποιεί κατά κόρων στη δουλειά του φυσικά όργανα οι απαιτήσεις που έχει από ένα studio είναι πού υψηλές κυρίως όσον αφορά τον χώρο του recording room, τα μικρόφωνα και τα effects , και συμπλήρωσε ότι αυτές τις απαιτήσεις που έχει τις πληρώνει όσο όσο.

Η Ελένη Δήμου πάνω στο ίδιο θέμα τοποθετήθηκε και είπε ότι στην Ελλάδα δυστυχώς σε ότι αφορά τα studios και την σχέση των καλλιτεχνών με αυτά είμαστε πολύ πίσω σε σχέση με το εξωτερικό . Αυτό το τεκμηρίωσε απλά λέγοντας ότι στην

Ελλάδα σήμερα ένας καλλιτέχνης όσο γνωστός και αν είναι δεν έχει την ευκαιρία να έχει στην διάθεσή του από την εταιρεία του 6 μήνες studio όπως αυτό γίνεται σε άλλες χώρες του κόσμου. Έτσι από τη στιγμή που ο καλλιτέχνης δεν έχει την πολυτέλεια του χρόνου και της ώρας δεν μπορεί να εμπνευστεί από τον χώρο του studio και να δημιουργήσει στο βαθμό που θα έκανε αν είχε την πολυτέλεια του χρόνου μέσα σε αυτό. Σε ότι αφορά τώρα τις απαιτήσεις που έχει από έναν τέτοιο χώρο απάντησε ότι το σημαντικότερο είναι ο καλλιτέχνης να νιώθει άνετα και οικεία σε έναν τέτοιο χώρο και να έχει δημιουργική επαφή όπως και κοινή αισθητική με τον ηχολήπτη που βρίσκεται στο studio. Ακόμα τόνισε ότι το studio σαν χώρος θα πρέπει να είναι καθαρός και να έχει και καθαρό ήχο και τελειώνοντας την τοποθέτησή της τόνισε ότι προτιμά πάντα studio με όσο το δυνατόν λιγότερη ψηφιακή τεχνολογία μέσα για το λόγο ότι η ψηφιακή τεχνολογία δίνει μια ψυχρότητα στον ήχο που σε αντίθεση με την αναλογική τεχνολογία τον κάνει να είναι άχρωμος.

Ο Πάνος Κιάμος επί του θέματος έκανε μία πολύ ειλικρινή και σαφή τοποθέτηση. Είπε ξεκάθαρα ότι η σχέση του με τα δισκογραφικά studios στην αρχή της καριέρας του ήταν καθαρά επαγγελματική έως και υποχρεωτική και αυτό διότι είναι ένας καλλιτέχνης που δουλεύει κυρίως live, αλλά με το πέρασμα του καιρού αυτή η σχέση άρχισε να αλλάζει και έφτασε στο σημείο σήμερα να έχει εξοικειωθεί πλήρως με τον χώρο του studio και πλέον να μπορεί να δημιουργεί κιόλας μέσα σε αυτόν τον χώρο. Στο ερώτημα που του τέθηκε όσον αφορά τις απαιτήσεις που έχει από ένα δισκογραφικό studio είπε ότι κανονικά θα έπρεπε οι απαιτήσεις να είναι πολύ μεγάλες αλλά για να γίνει αυτό θα πρέπει να υπάρχει και γνώση πάνω στο αντικείμενο. Αν δεν υπάρχει μεγάλη γνώση πάνω σε κάτι δεν μπορείς να έχεις και μεγάλες απαιτήσεις σε αυτό. Αυτό που τόνισε και με αυτό ολοκλήρωσε και την άποψη του σε ότι αφορά τις απαιτήσεις που έχει από έναν τέτοιο χώρο είναι ότι δεν έχει και πολλές γνώσεις από αυτό που ονομάζεται δισκογραφικό studio και αφού δεν γνωρίζει πολλά πράγματα η μόνη απαίτηση του από αυτόν τον χώρο είναι να του παρέχει τα βασικά πράγματα έτσι ώστε ο δίσκος που θα γίνει και θα ολοκληρωθεί στον χώρο αυτόν να είναι ισάξιος των άλλων παραγωγών που κυκλοφορούν.

5.2 Ο λόγος που έχει η δισκογραφική εταιρεία στους καλλιτέχνες στην επιλογή του studio αλλά και ο καθορισμός των διαθέσιμων ωρών στο studio.

Ο Παναγιώτης Λευτέρης αν και παραγωγός του ίδιου του εαυτού του και άρα χρηματοδότης του, ανέφερε ότι όταν γίνεται μια παραγωγή από μια δισκογραφική εταιρεία και η παραγωγή αυτή είναι σοβαρή με σοβαρό παραγωγό τότε ο παραγωγός είναι αυτός που θα ορίσει το studio αλλά και όλο το budget και φυσικά τις ώρες του studio.

Η Ελένη Δήμου στο ίδιο θέμα απάντησε ότι οι εταιρείες γενικότερα δεν επιτρέπουν στους καλλιτέχνες τους να επιλέγουν οι ίδιοι studio και ειδικά στους νέους στο χώρο. Εξαίρεση αποτελεί η δική της περίπτωση όπου η εταιρεία της, της επιτρέπει να επιλέγει το studio που η ίδια επιθυμεί. Σε ότι αφορά τις ώρες του studio ξεκαθάρισε ότι αυτός που τις ορίζει είναι ο παραγωγός και μόνο.

Ο Πάνος Κιάμος επί του θέματος απάντησε ότι η εταιρεία του, του έχει δώσει το ελεύθερο προκειμένου να έχει το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και να επιλέγει ο ίδιος τους χώρους τους οποίους τον εκφράζουν και νιώθει άνετα σε αυτούς. Έτσι μαζί με τους συνεργάτες του (συνθέτες, στιχουργούς, μουσικούς, ενορχηστρωτές) επιλέγουν το studio το οποίο θα τους προσφέρει σιγουριά και ο χώρος του οικειότητα. Όσον αφορά τις ώρες τώρα του studio απάντησε ότι η εταιρεία του και πάλι του έχει δώσει το ελεύθερο να έχει όσες ώρες studio διαθέσιμες αυτός θέλει για να βγει όσο το δυνατόν καλύτερο ηχητικό αποτέλεσμα χωρίς να γίνονται όμως υπερβολές.

5.3 Καλλιτέχνες και home studios

Οι καλλιτέχνες που αντιπροσωπεύουν το δείγμα μας ρωτήθηκαν για το εάν τυχόν έχουν home studio και αν όχι αν έχει τύχει ποτέ να δουλέψουν σε ένα τέτοιο χώρο αλλά και γενικότερα την άποψή τους για τα home studios.

Ο Παναγιώτης Λευτέρης στο θέμα αυτό ξεκαθάρισε ότι ο ίδιος έχει home studio και ότι μέσα στο χώρο αυτό νιώθει πολύ πιο οικεία αλλά και πιο δημιουργικά από ένα δισκογραφικό studio. Κατά καιρούς έχει δουλέψει σε τέτοιους χώρους και αν εξαιρέσει το capture δηλαδή ότι έχει σχέση με την ηχογράφηση μένει πολύ ευχαριστημένος. Λόγω του ότι δεν έχει κάποια δισκογραφική εταιρεία από πίσω του

και έτσι είναι ο χρηματοδότης της ίδιας της δουλειάς του, στο home studio που έχει φτιάχνει ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής του και ιδιαίτερα το editing. Με αυτόν τον τρόπο τόνισε ότι χαμηλώνει κατά πολύ το κόστος της παραγωγής του αλλά γενικά είναι πιο χαλαρός και πιο δημιουργικός στον χώρο αυτό.

Η Ελένη Δήμου στο θέμα του home studio ξεκαθάρισε ότι έναν τέτοιο χώρο δεν μπορεί να τον δει επαγγελματικά αν και έχει τύχει να δουλέψει αρκετές φορές σε αυτόν. Αυτό συμβαίνει λέει για το λόγο ότι για να γίνει μια δουλειά καλά σε έναν τέτοιο χώρο όπως είναι το home studio πρέπει ο χώρος του να είναι πολύ καλός και να έχει εξαιρετικά μηχανήματα. Τέλος συμπληρώνει ότι τα home studios αποτελούν μια πολύ καλή λύση στο θέμα των demo και των πειραματισμών.

Ο Πάνος Κιάμος απάντησε ότι δεν έχει home studio για τον απλούστατο λόγο του ότι δεν έχει καμία γνώση πάνω σε αυτό. Παρ' όλα αυτά συμπληρώνει ότι έχει δουλέψει πολλές φορές σε τέτοιους χώρους κυρίως όμως για δημιουργία demo. Αξιοσημείωτη είναι και η φράση που είπε ότι επειδή δεν έχει καμία γνώση στον τομέα αυτόν που λέγεται studio πολλές φορές έχει τύχει να ακούσει παραγωγές και να μην μπορεί να ξεχωρίσει αν αυτές έχουν γίνει σε home studio ή σε κανονικό δισκογραφικό studio.

5.4 Η πειρατεία της μουσικής και ο αντίκτυπος που έχει στους καλλιτέχνες

Ο Παναγιώτης Λευτέρης τόνισε ότι η πειρατεία δεν είναι ο κύριος λόγος της πτώσης της δισκογραφίας τα τελευταία χρόνια. Ο κύριος λόγος ανέφερε ότι είναι το γεγονός ότι οι δισκογραφικές εταιρείες αντιμετωπίζουν τους δίσκους σαν ένα προϊόν και μόνο και όχι σαν ένα έργο τέχνης. Ξεκαθάρισε ακόμα ότι η πειρατεία βλάπτει και στο κεφάλαιο τέχνη – μουσική αλλά και στο κεφάλαιο μουσική βιομηχανία. Τελειώνοντας την άποψη του περί του θέματος τονίζει ότι η πειρατεία σαν πρόβλημα είναι μεγαλύτερο στην περίπτωση του ιδίου που είναι και καλλιτέχνης και παραγωγός του εαυτού του διότι από την στιγμή που δεν υπάρχει η εταιρεία από πίσω να τον καλύπτει οικονομικά, με την πειρατεία φοβάται και δεν ξέρει αν τελικά θα καταφέρει να βγάλει τα έξοδα του για αυτήν την παραγωγή.

Η άποψη της Ελένης Δήμου όσον αφορά την πειρατεία της μουσικής δεν διαφέρει από την άποψη του Παναγιώτη Λευτέρη ότι δηλαδή εκτός του ότι είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο και ότι βλάπτει σοβαρά την μουσική , βλάπτει και το κεφάλαιο μουσική βιομηχανία αλλά και το κεφάλαιο τέχνη και μουσική.

Ο Πάνος Κιάμος στο θέμα της πειρατείας απάντησε και τόνισε ότι η πειρατεία δεν αποτελεί τον κύριο λόγο της πτώσης της δισκογραφίας σήμερα. Ο κύριος λόγος αυτής της πτώσης είναι το γεγονός ότι δεν υπάρχουν πλέον καλές παραγωγές και ότι σήμερα στο θέμα των παραγωγών υπερισχύει η άποψη της ποσότητας και όχι της ποιότητας. Παρ' όλα αυτά ξεκαθαρίζει ότι η πειρατεία κάνει πολύ μεγάλο κακό στη μουσική και έχει τρομερά μεγάλο αντίκτυπο όχι μόνο στις δισκογραφικές εταιρείες αλλά και γενικότερα στους συντελεστές μιας μουσικής παραγωγής όπως είναι οι συνθέτες, οι στιχουργοί, οι ενορχηστρωτές κ.α. Κλείνοντας ξεκαθάρισε πολύ ειλικρινά την θέση του λέγοντας ότι ο ίδιος σαν καλλιτέχνης με την ύπαρξη της πειρατείας δεν χάνει αλλά κερδίζει διότι με την αγορά ενός πειρατικού cd θα μπει χαρακτηριστικά όπως είπε σε ένα σπίτι παραπάνω αλλά 'εγώ' ανέφερε χαρακτηριστικά είμαι ο μόνος που δεν χάνω ενώ όλοι οι άλλοι συντελεστές της εκάστοτε παραγωγής χάνουν.

5.5 Το επίπεδο των Ελληνικών παραγωγών σήμερα.

Ο Παναγιώτης Λευτέρης στο θέμα που θίξαμε για το επίπεδο των ελληνικών παραγωγών σήμερα ανέφερε ότι πλέον η πλειοψηφία των μουσικών παραγωγών είναι λογικής fast food, δηλαδή είναι γρήγορες, επιπόλαιες και καθόλου προσεγμένες. Το πρόβλημα λοιπόν των κακών παραγωγών σήμερα τόνισε ότι είναι κοινωνικοπολιτικό φαινόμενο αλλά και παγκόσμιο φαινόμενο το οποίο όπως ανέφερε χαρακτηριστικά δημιουργήθηκε ξαφνικά. Συμπληρώνοντας μας είπε ότι πλέον όλες οι υπηρεσίες σήμερα είναι πολύ χαμηλού επιπέδου και όχι μόνο η μουσική. Όλα πλέον γίνονται πολύ γρήγορα λόγω χαμηλού κόστους και ότι ακόμα έχει φύγει το μεράκι από την ζωή μας γιατί κανείς πλέον δεν το αναγνωρίζει και δεν το τιμά. Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι και οι δισκογραφικές εταιρείες σήμερα αλλά και οι εταιρείες διανομής δεν βοηθάνε καθόλου στο να ανεβάσουν αυτό το πολύ χαμηλό επίπεδο παραγωγών που υπάρχει στην αγορά αλλά αντιθέτως τροφοδοτούν αυτήν την κατάσταση. Αυτό

συμβαίνει διότι οι δισκογραφικές εταιρείες αλλά και οι εταιρείες διανομής αντιμετωπίζουν αυτό που λέμε μουσικό cd σαν ένα ψυχρό και άψυχο πράγμα και όχι σαν ένα προϊόν τέχνης όπως είναι και δεν φτάνει αυτό αλλά και οι εταιρείες διανομής κυρίως στην περίπτωση του που έκανε μία ανεξάρτητη παραγωγή χωρίς να έχουν κοπιάσει καθόλου αλλά και χωρίς να έχουν συμβάλλει στην παραγωγή αυτή παίρνουν ένα τεράστιο ποσοστό από την διανομή που θα κάνουν. Και το άσχημο σε αυτήν την κατάσταση δεν είναι μόνο το τεράστιο ποσοστό που θα πάρουν αλλά και το γεγονός ότι είναι τελείως άσχετες όπως ανέφερε χαρακτηριστικά με την μουσική και το προϊόν που κάθε φορά διανέμουν. Το αποκορύφωμα όλης αυτής της κατάστασης τόνισε ότι είναι να έχουμε φτάσει στο σημείο πλέον ο διανομέας της Βίση και του Χατζηδάκη να είναι ο ίδιος και να μην υπάρχουν πλέον εξειδικευμένοι διανομείς.

Η Ελένη Δήμου πολύ πιο γενικά απάντησε ότι σήμερα κυκλοφορούν όλων των ειδών οι παραγωγές: χάλια, μέτριες, καλές και πολύ καλές αλλά δυστυχώς σε γενικές γραμμές καλή παραγωγή είναι πλέον 1 στις 10.

Ο Πάνος Κιάμος επί του θέματος απάντησε πολύ ανοιχτά και ξεκάθαρα, και είπε ότι βάζοντας και τον εαυτό του μέσα, το επίπεδο των ελληνικών παραγωγών σήμερα είναι πάρα πολύ χαμηλό και ο κύριος λόγος αυτού του φαινομένου είναι ότι όλα θέλουμε να τα κάνουμε γρήγορα με αποτέλεσμα να χάνεται η ποιότητα και το μεράκι.

5.6. Το επίπεδο των Ελληνικών studios σε σχέση με τα αντίστοιχα του εξωτερικού.

Στο συγκεκριμένο ερώτημα ο Παναγιώτης Λευτέρης απάντησε ότι δεν πιστεύει ότι υπάρχει διαφορά στα Ελληνικά δισκογραφικά studios με τα αντίστοιχα του εξωτερικού αν και δεν είχε ποτέ την ευκαιρία να δουλέψει σε ένα από αυτά του εξωτερικού. Τόνισε όμως ότι η μόνη διαφορά που πιθανώς να υπάρχει ανάμεσα σε αυτά είναι σε ότι αφορά το ανθρώπινο δυναμικό το οποίο δουλεύει μέσα σε αυτά. Αυτό το τεκμηρίωσε λέγοντας ότι στο εξωτερικό οι ηχολήπτες έχουν καλύτερες και περισσότερες γνώσεις λόγω καλύτερου επιπέδου σπουδών. Για παράδειγμα η πλειοψηφία των ηχοληπτών στο εξωτερικό έχει μουσικές γνώσεις, γνώσεις σύνθεσης

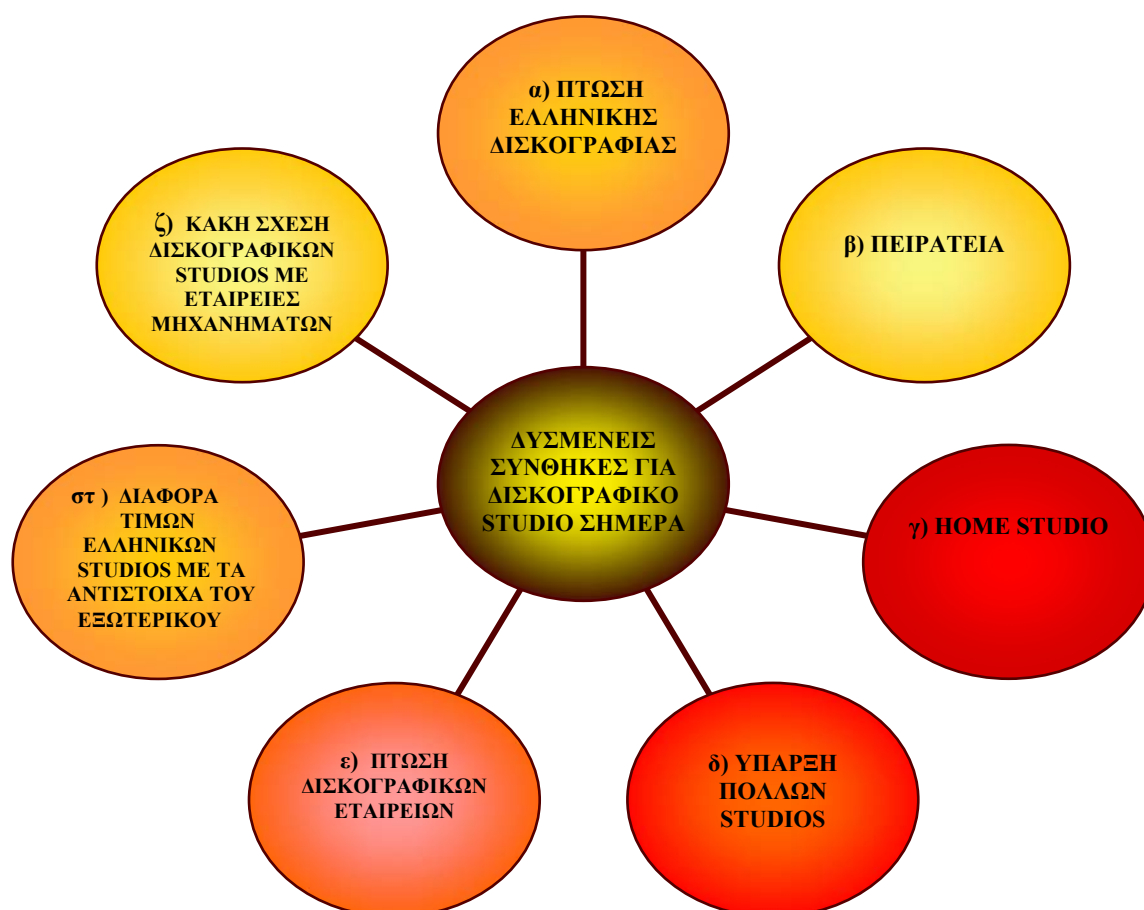
αλλά και γνώσεις παρτιτούρας όπου θεωρεί ότι είναι πολύ σημαντικό για κάποιον ηχολήπτη να έχει.

Η Ελένη Δήμου στο ίδιο ερώτημα έδωσε την απάντηση ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά στα δισκογραφικά studio του εξωτερικού από τα Ελληνικά με εξαίρεση 2 studios στην Αθήνα τα οποία είναι ισάξια με αυτά του εξωτερικού. Αυτή η υπερίσχυση των studios του εξωτερικού σε βάρος των Ελληνικών συμβαίνει τόνισε για το λόγο ότι η Ελλάδα είναι μια πολύ μικρή αγορά οπότε κάτι τέτοιο είναι πάρα πολύ φυσιολογικό να συμβαίνει.

Ο Πάνος Κιάμος τέλος πάνω στο θέμα αυτό απάντησε ότι αν και δεν έχει δουλέψει ποτέ του σε studio στο εξωτερικό πιστεύει και συμμερίζεται ότι πλέον δεν υπάρχουν διαφορές σε αυτό που ονομάζουμε studio κάθε αυτό αλλά υπάρχει τεράστια διαφορά στον τρόπο και ιδιαίτερα στον χρόνο που γίνονται οι αντίστοιχες μουσικές παραγωγές στο εξωτερικό. Αυτό το έκανε πιο κατανοητό και σαφές λέγοντας με ένα παράδειγμα ότι στην Ελλάδα μια ολόκληρη παραγωγή γίνεται συνήθως σε 1 μήνα ενώ στο εξωτερικό ένα και μόνο κομμάτι μιας παραγωγής μπορεί να χρειαστεί και 7 μήνες για να ολοκληρωθεί. Με αυτό το παράδειγμα που έθεσε βλέπει κανείς ότι ο τρόπος λειτουργίας του όλου θέματος που ονομάζεται μουσική παραγωγή είναι τελείως διαφορετικός στο εξωτερικό από ότι στην Ελλάδα χωρίς αυτό να σημαίνει ότι στην Ελλάδα υστερούμε στον τομέα του studio.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Δυσμενής συνθήκες για την επιχείρηση δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα.



α) Πτώση της Ελληνικής δισκογραφίας.

Όταν λέμε πτώση της Ελληνικής δισκογραφίας δεν εννοούμε μόνο την πτώση των πωλήσεων αλλά και την πτώση του επιπέδου των παραγωγών που κυκλοφορούν στην αγορά σήμερα. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε τα αίτια της πτώσης του επιπέδου των ελληνικών παραγωγών σήμερα είναι αρκετά. Καταρχάς το φαινόμενο αυτό δεν είναι μόνο Ελληνικό αλλά και παγκόσμιο αλλά αφού το θέμα μας είναι τα Ελληνικά δισκογραφικά studio θα μείνουμε σε αυτά που συμβαίνουν στην Ελλάδα. Καταρχάς το κύριο αίτιο είναι η ευρύτερη κοινωνικοπολιτισμική κρίση που υπάρχει

γενικότερα σήμερα σε όλους σχεδόν τους τομείς της ζωής μας με αποτέλεσμα η μουσική και ο στίχος να μην μένουν ανεπηρέαστα. Λόγω του γρήγορου ρυθμού ζωής σήμερα οι παραγωγές είναι πάρα πολύ αγχωμένες και γίνονται πάρα πολύ γρήγορα με αποτέλεσμα να μην είναι προσεγμένες και να έχουν ένα τελικό ηχητικό, μουσικό και στιχουργικό αποτέλεσμα που θα λέγαμε τις περισσότερες φορές είναι κακό. Σε αυτή την πτώση του επιπέδου των παραγωγών σήμερα θα λέγαμε ότι έχει συμβάλει πάρα πολύ και η πτώση του μέσου όρου ηλικίας των ανθρώπων που αγοράζει δίσκους. Αυτό συμβαίνει διότι αφού το αγοραστικό κοινό έχει πολύ μικρή ηλικία κατά μέσο όρο τότε δεν έχει και υψηλές απαιτήσεις από το μουσικό προϊόν που θα αγοράσει οπότε ή παραγωγή θα γίνει γρήγορα, φθηνά και καθόλου προσεγμένα με ένα συνολικό ηχητικό αποτέλεσμα πολύ κακό τις περισσότερες φορές. Έτσι το μεγαλύτερο ποσοστό του ποσού της παραγωγής θα πάει στην διαφήμιση και το marketing και όχι στο studio για να υπάρξει ένα αξιοπρεπές και προσεγμένο ηχητικό αποτέλεσμα.

Ένα άλλο αίτιο της πτώσης του επιπέδου των παραγωγών σήμερα είναι η μη εξειδίκευση των εταιρειών παραγωγής και διανομής με αποτέλεσμα οι άνθρωποι που παράγουν και διακινούν μουσικούς δίσκους να είναι πολλές φορές άσχετοι με το προϊόν που εμπορεύονται με αποτέλεσμα να μη του δίνουν την προσοχή και την αξία που του αρμόζει. Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί ότι ειδικά τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έχει πέσει πάρα πολύ και το επίπεδο των χρηματοδοτών των μουσικών παραγωγών όπου πλέον είναι συνήθως ιδιοκτήτες λαϊκών μουσικών κέντρων με αποτέλεσμα την αυξημένη παραγωγή λαϊκών παραγωγών όπου χαρακτηρίζονται από πολύ κακό ήχο, μουσική και στίχο και όπου γενικότερα είναι πολύ γρήγορες, φθηνές και καθόλου προσεγμένες.

β) Πειρατεία.

Η πειρατεία της μουσικής είναι καταρχάς ένα παγκόσμιο φαινόμενο όπου υπήρχε, υπάρχει και θα υπάρχει. Το φαινόμενο αυτό όμως στις μέρες μας παρουσιάζει μια τρομερά μεγάλη έξαρση. Ο κύριος λόγος της έξαρσης αυτής είναι η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας όπου βοηθάει πάρα πολύ στην αντιγραφή και διακίνηση μουσικών προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται ότι παλαιότερα αν κάποιος

ήθελε να αντιγράψει ένα μουσικό δίσκο (βινύλιο) θα το έκανε πιο χρονοβόρα από ότι σήμερα και φυσικά με μεγαλύτερες απώλειες στο ηχητικό αποτέλεσμα, ενώ σήμερα λόγω της τεχνολογίας οι δίσκοι είναι ψηφιακοί και έτσι αντιγράφονται πολύ γρήγορα και με μηδαμινές απώλειες στο ηχητικό τους αποτέλεσμα. Επίσης με το διαδύκτιο η πειρατεία της μουσικής παίρνει ανεξέλεγκτες διαστάσεις αφού ανά πάσα στιγμή ο κάθε χρήστης μπορεί με το πάτημα ενός κουμπιού να έχει στη διάθεσή του όποιο μουσικό δίσκο αυτός θέλει χωρίς καμία χρέωση. Σημαντικό είναι ακόμα και δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι ένας από τους λόγους έξαρσης της πειρατείας είναι και οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες όπου επικρατούν στην πλειοψηφία της κοινωνίας σήμερα.

Το φαινόμενο της πειρατείας είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για την γενικευμένη κρίση και πτώση της μουσικής βιομηχανίας. Με την πειρατεία σήμερα οι εταιρείες παρουσιάζουν πολύ μεγάλα προβλήματα λόγω της πτώσης των πωλήσεων με αποτέλεσμα να αποδυναμώνονται και να κυκλοφορούν όλο και φθηνότερες παραγωγές όπου αυτό με τη σειρά του δημιουργεί ένα πολύ μεγάλο πλήγμα στα δισκογραφικά studios. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με επίσημα στοιχεία τις IFPI⁵ και με στοιχεία που παρατέθηκαν στο 3^ο συνέδριο Athens Music Forum στις 25 Απριλίου 2007 η Ελλάδα είναι μέσα στις χώρες που οι πωλήσεις πειρατικών cd ξεπερνούν τις αντίστοιχες των αυθεντικών. Αυτή τη στιγμή οι εν λόγω χώρες σε παγκόσμιο επίπεδο ξεπερνούν τις 30. Ακόμα με επίσημα στοιχεία που παρουσιάστηκαν και από τον υπουργό οικονομίας στο εν λόγω συνέδριο κατά τη δεκαετία 1995 – 2005 η μουσική πειρατεία προκάλεσε συνολική ζημιά της τάξεως του 1,5 δισεκατομμυρίου ευρώ στους εμπλεκόμενους φορείς (δισκογραφικές εταιρείες, φόροι κράτους, εργοστάσια κατασκευής cd, εταιρείες διανομής, μαγαζιά λιανικής κ.α . Δυστυχώς το φαινόμενο της πειρατείας λόγω της φύσης του είναι ένα φαινόμενο που δεν θα σταματήσει να υπάρχει για 2 απλούς λόγους: α) κανένας άνθρωπος σήμερα που αγοράζει πειρατικό δίσκο δεν ντρέπεται αλλά αντιθέτως πολλές φορές παινεύεται για αυτό που κάνει και β) η έλλειψη από το καταναλωτικό

⁵ **IFPI** = Η IFPI είναι η Διεθνής Ομοσπονδία Φωνογραφικής Βιομηχανίας (International Federation of Phonographic Industry - IFPI), η οποία εκπροσωπεί πλέον 1.400 δισκογραφικές εταιρείες - παραγωγών γραμμένων υλικών φορέων ήχου, σε περισσότερες από 70 χώρες στον κόσμο.

κοινό σήμερα της έννοιας του παρανόμου. Άρα η πειρατεία της μουσικής είναι και θα είναι ένα πολύ μεγάλο πλήγμα για τα δισκογραφικά studio.

γ) Home Studio



Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας σήμερα έχει βοηθήσει πολύ στο να πέσει πάρα πολύ το κόστος των μηχανημάτων και από την άλλη έχει ανεβάσει πολύ τις ικανότητες τους και την απόδοσή τους. Αυτό έχει σαν συνέπεια την ραγδαία δημιουργία πάρα πολλών home studios. Ο καθένας σήμερα με ένα πολύ μικρό ποσό μπορεί να έχει στον χώρο του ένα home studio και να βγάζει αξιοπρεπή ηχητικά αποτελέσματα. Όλο αυτό όμως το φαινόμενο και η ραγδαία εξάπλωση των home studios αποτελεί ένα τεράστιο πλήγμα για τα δισκογραφικά studios σήμερα. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε βγαίνει το συμπέρασμα ότι το 50% πλέον μιας μουσικής παραγωγής γίνεται σε home studio και το υπόλοιπο σε δισκογραφικό studio. Το δισκογραφικό studio σήμερα έχει φτάσει στο σημείο να το χρησιμοποιεί κάποιος ο οποίος κάνει μια παραγωγή μόνο για την ηχογράφηση των φωνών και την ηχογράφηση φυσικών οργάνων αν υπάρχουν στην μουσική του παραγωγή και όλες οι άλλες ηχογραφήσεις και πιθανότατα η μίξη γίνεται στο home studio. Όπως καταλαβαίνει κανείς ο απόηχος που έχουν τα home studios στο δισκογραφικό studio είναι δραματικός και δυστυχώς με την συνεχή ανάπτυξη της τεχνολογίας το πρόβλημα αυτό όλο και θα μεγαλώνει.

δ) Ύπαρξη πολλών δισκογραφικών studios

Η ύπαρξη πολλών δισκογραφικών studios σήμερα όπως καταλαβαίνει κανείς είναι ένα αίτιο για την μείωση του τζίρου που έχει μια τέτοια επιχείρηση αν αναλογιστεί κανείς ότι για παράδειγμα το 1978 υπήρχαν μόλις 3 δισκογραφικά studios στην Αθήνα (Columbia, era, Κυριαζής), ενώ σήμερα υπάρχουν χιλιάδες τέτοιες επιχειρήσεις. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε βγαίνει και το πολύ σημαντικό στοιχείο εδώ που λέει ότι στη δεκαετία του '90 τα έσοδα των studios ήταν το 1/5 από ότι στη δεκαετία του '80. Από αυτό και μόνο το νούμερο είναι φανερό ότι το πλήγμα που δέχεται μια τέτοια επιχείρηση σήμερα είναι τεράστιο.

ε) Πτώση δισκογραφικών εταιρειών

Η γενικευμένη κρίση και πτώση της μουσικής βιομηχανίας σήμερα καθώς και η έξαρση της πειρατείας της μουσικής έχουν οδηγήσει τις δισκογραφικές εταιρείες σε μία τεράστια οικονομική κρίση. Οι δισκογραφικές εταιρείες πλέον δεν έχουν την δύναμη και την οικονομική άνεση αλλά δυστυχώς και λόγω της ευρύτερης κοινωνικοπολιτισμικής κρίσης την διάθεση και την θέληση να βγάζουν προσεγμένες και μεγάλες μουσικές παραγωγές και έτσι καταφεύγουν στο να βγάζουν πάρα πολλές και φθηνές παραγωγές με σκοπό να κάνουν γρήγορη απόσβεση των χρημάτων τους και ίσως να βγάλουν και κάποιο κέρδος στη συνέχεια. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προέκυψε ότι οι μουσικές παραγωγές στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχουν μια αύξηση 300% από ότι παλαιότερα. Παλαιότερα μια μουσική παραγωγή ήταν πολυτέλεια ενώ σήμερα ο οποιοσδήποτε και οποτεδήποτε μπορεί να έχει τον προσωπικό του δίσκο. Αν κάποιος σκεφτεί ότι οι δισκογραφικές εταιρείες είναι ο καλύτερος πελάτης για ένα δισκογραφικό studio τότε θα υποθέσει ότι με την αύξηση αυτή των μουσικών παραγωγών σήμερα τα δισκογραφικά studios θα έχουν περισσότερα κέρδη. Τα πράγματα όμως δεν είναι έτσι διότι ναι μεν μπορεί να γίνονται περισσότερες παραγωγές από ότι παλαιότερα αλλά οι παραγωγές πλέον είναι πάρα πολύ φθηνές σε ήχο κυρίως και πολύ γρήγορες οπότε σε καμία περίπτωση δεν μπορούμε να πούμε ότι η αύξηση αυτή των μουσικών παραγωγών σήμερα έχει δώσει περισσότερα κέρδη στα δισκογραφικά studios .

Ακόμα δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι οι δισκογραφικές εταιρείες σήμερα δεν δίνουν καμία απολύτως σημασία και ενδιαφέρον στο προϊόν το οποίο παράγουν και διανέμουν αλλά ο μόνος στόχος τους και όλη η προσπάθεια τους πάει στη διαφήμιση του (ραδιόφωνα, τηλεόραση) και στην διανομή, και όχι στην παραγωγή του, οπότε αυτό είναι ένα πολύ μεγάλο πλήγμα για τα δισκογραφικά studios.

στ) Μεγάλη διαφορά τιμών των Ελληνικών δισκογραφικών studios σε σχέση με αυτά του εξωτερικού.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα δισκογραφικά studios, στις δισκογραφικές εταιρείες και τους καλλιτέχνες βγαίνει το συμπέρασμα ότι τα Ελληνικά δισκογραφικά studios δεν έχουν να ζηλέψουν τίποτα σε εξοπλισμό, μελέτη και κατασκευή από τα αντίστοιχα studio του εξωτερικού. Παρ' όλα αυτά δυστυχώς όμως, τα Ελληνικά δισκογραφικά studios έχουν πολύ πιο χαμηλές τιμές από αυτά του εξωτερικού και διαφορετική λογική στη λειτουργία τους καθώς και στο κλείσιμο των ωρών. Δυστυχώς η Ελλάδα, η Σερβία και το Ισραήλ είναι οι μόνες χώρες στις οποίες επικρατεί ο τρόπος κλεισίματος studio με την ώρα σε αντίθεση με τα υπόλοιπα κράτη που τα studios κλείνονται ανά εβδομάδα. Από αυτό και μόνο το στοιχείο βγαίνει το συμπέρασμα ότι στην Ελλάδα οι μουσικές παραγωγές είναι πολύ βιαστικές και φθηνές και στην πλειοψηφία τους όχι προσεγμένες όσο θα έπρεπε με συνέπεια όλων αυτών το δισκογραφικό studio να χάνει οικονομικά από όλη αυτή την κατάσταση.

ζ) Κακή σχέση μεταξύ δισκογραφικών studios και εταιρειών μηχανημάτων

Τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξάγει έδειξαν ότι η σχέση που έχουν τα δισκογραφικά studios με την πλειοψηφία των εταιρειών μηχανημάτων δεν είναι καλή. Το κυριότερο πρόβλημα εντοπίζεται στα service και στην εξυπηρέτηση μετά την αγορά των μηχανημάτων αλλά και γενικότερα οι εταιρείες δεν αντιμετωπίζουν τα δισκογραφικά studios με σεβασμό και η εξυπηρέτηση τους σε αυτά είναι πολύ κακή. Το πρόβλημα αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο με τις πολύ γνωστές εταιρείες μηχανημάτων οι οποίες είναι ευρέως γνωστές στο κοινό και οι οποίες λόγω του ότι μπορούν να πουλήσουν οποιαδήποτε στιγμή και σε οποιαδήποτε αγοραστικό κοινό λόγω της διαφήμισής τους και της αναγνωρισιμότητας τους δεν αντιμετωπίζουν το

δισκογραφικό studio σαν μια ιδιαίτερη επιχείρηση και η εξυπηρέτηση τους προς αυτό δεν είναι καθόλου καλή.

6.2 Ευνοϊκές συνθήκες για την επιχείρηση δισκογραφικό studio σήμερα στην Ελλάδα.



α) Εύκολη άδεια και ασήμαντες προϋποθέσεις για το άνοιγμα μιας τέτοιας επιχείρησης.

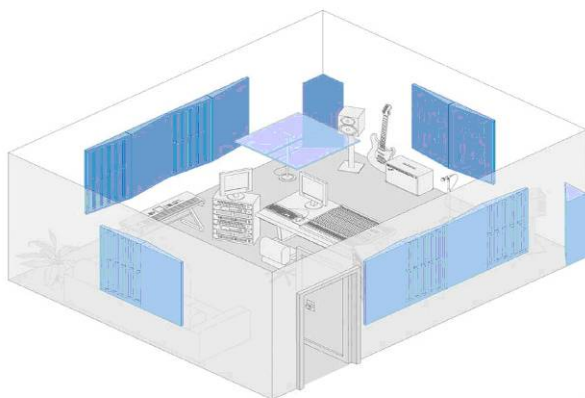
Για να καταφέρει κάποιος σήμερα στην Ελλάδα να ανοίξει μια τέτοια επιχείρηση θα πρέπει απλά να κάνει μία έναρξη επαγγέλματος studio ηχογραφήσεων στην εφορία και να πάρει και την σχετική άδεια προσκομίζοντας μόνο το πτυχίο του που μπορεί να είναι πτυχίο ειδικότητας σχετικά με τον ήχο ιδιωτικό ή δημόσιο. Στη συνέχεια θα πρέπει να πάρει μια σχετική άδεια από το υπουργείο βιομηχανίας για θέματα πυρασφάλειας. Όσο αφορά τη νομοθεσία στην Ελλάδα η μόνη προϋπόθεση που πρέπει να τηρεί ένα studio σήμερα είναι ο ήχος που θα βγαίνει από μέσα προς τα έξω να μην ξεπερνάει τα 60 db. Όπως καταλαβαίνει κανείς δεν υπάρχει κάποια ιδιαίτερη δυσκολία στο θέμα της νομοθεσίας και στο θέμα της αδειάς για μία τέτοια

επιχείρηση. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι για κάποιο δάνειο που θα θελήσει κάποιος να πάρει για το άνοιγμα ενός studio ηχογραφήσεων θα πρέπει να προσκομίσει το δημόσιο πτυχίο του για να πάρει από το δημόσιο δάνειο ή το ιδιωτικό του πτυχίο για να πάρει από κάποια ιδιωτική εταιρεία χωρίς αυτό βέβαια να αποτελεί και τον κανόνα διότι αν πάρουμε παραδείγματα ανθρώπων στην Ελλάδα που δεν έχουν κανένα πτυχίο έχουν καταφέρει όμως να έχουν ανοίξει δισκογραφικά studios. Όλα αυτά δείχνουν ότι στην Ελλάδα τα πράγματα σχετικά με την νομοθεσία πάνω στο συγκεκριμένο θέμα είναι λίγο στον αέρα με αποτέλεσμα αυτή η χαλαρότητα να βολεύει κάποιον να ξεκινήσει μια τέτοια επιχείρηση..

β) Μικρό κεφάλαιο για το άνοιγμα μιας τέτοιας επιχείρησης συγκριτικά με παλαιότερα

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας όπως είναι φυσικό έχει ρίξει πάρα πολύ τις τιμές στον εξοπλισμό ενός studio ηχογραφήσεων συγκριτικά με παλαιότερα αλλά έχει ρίξει τις τιμές πάρα πολύ και στην κατασκευή του χώρου λόγω των φθηνών υλικών που μπορεί κανείς να βρει σήμερα. Ακόμα σχετικά με το θέμα της ακουστικής μελέτης του χώρου αυτό πλέον στις μέρες μας μπορεί να γίνει αρκετά εύκολα και οικονομικά καθώς με λίγο ψάξιμο στο διαδύκτιο μπορεί ο οποιοσδήποτε να μπει στη σελίδα κάποιας εταιρείας σχετικής με θέματα ακουστικής μελέτης, να βάλει τις διαστάσεις του χώρου του και το τι θέλει ακριβώς να κάνει και θα πάρει αμέσως απαντήσεις και λύσεις σε σημείο που θα μπορεί να το κατασκευάσει και μόνος του. Αυτό φυσικά είναι κάτι πολύ σημαντικό αν αναλογιστεί κανείς ότι παλαιότερα δεν υπήρχαν τέτοιες ευκολίες και ότι το θέμα της ακουστικής μελέτης αλλά και της κατασκευής γενικότερα ήταν πολύ χρονοβόρο και δαπανηρό.

γ) Μη αναγκαία μια καλή ακουστική μελέτη και κατασκευή σε ένα studio σήμερα.



Παλαιότερα έτη σε ένα δισκογραφικό studio μια καλή ακουστική μελέτη και κατασκευή ήταν ένα αναγκαίο πράγμα όπου έπρεπε να γίνει για να μπορεί ένα studio να ανταπεξέλθει στην αγορά με αξιοπρεπείς μουσικές παραγωγές. Σήμερα με την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας μια καλή ακουστική μελέτη και κατασκευή δεν είναι ένα τόσο αναγκαίο στοιχείο μέσα σε ένα δισκογραφικό studio διότι με την τεχνολογία του εξοπλισμού και των μηχανημάτων του studio αυτό μπορεί να παράγει παραγωγές και να έχει αξιοπρεπή δείγματα δουλειάς που να είναι μέσα στα standard της Ελληνικής αγοράς. Αυτό σίγουρα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για το άνοιγμα μιας τέτοιας επιχείρησης από την άποψη ότι μπορεί να στηθεί και να λειτουργήσει με αρκετά χαμηλό προϋπολογισμό.

δ) Καλή σχέση ανάμεσα στα ελληνικά δισκογραφικά studios

Από τις απαντήσεις που λάβαμε κυρίως από τους ιδιοκτήτες των δισκογραφικών studios αλλά και γενικότερα από το όλο κλίμα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε βγαίνει το συμπέρασμα ότι τα δισκογραφικά studios στην Ελλάδα σήμερα έχουν καλές σχετικά σχέσεις μεταξύ τους και πολλές φορές αλληλοβοηθούνται. Σπάνια συμβαίνει το γεγονός να υπάρχει κάποιου είδους κόντρα μεταξύ 2 studio και αν αυτό

συμβεί θα συμβαίνει επειδή θα υπάρχει κόντρα μεταξύ των ηχοληπτών αυτών των studios και όχι κόντρα των studios κάθε αυτά

6.3 Τελικό συμπέρασμα για την επιχείρηση δισκογραφικό studio

Μελετώντας όλα αυτά τα θετικά και αρνητικά στοιχεία που αφορούν την επιχείρηση δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα όπως προκύπτουν από την έρευνα και στη συνέχεια συγκρίνοντας τα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ένα δισκογραφικό studio στην Ελλάδα του σήμερα δεν αποτελεί μια κερδοφόρα επιχείρηση. Κερδοφόρα επιχείρηση αποτελούσε μόνο όταν υπήρχε μονοπώλιο τουλάχιστον στην Αθήνα από 2 με 3 studio όπως προκύπτει και από τη έρευνα . Σήμερα πλέον με όλη αυτήν την κρίση που υπάρχει στη δισκογραφία και γενικότερα στην μουσική βιομηχανία σε συνδιασμό με την πληθώρα studios που υπάρχουν σίγουρα δεν είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση. Σίγουρα υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες μπορούν να αποδώσουν πολύ μεγαλύτερα κέρδη από ένα δισκογραφικό studio σήμερα. Με βάση όλη αυτήν την έρευνα που πραγματοποιήθηκε παρακάτω παρουσιάζεται ένα ιδανικό πρότυπο δισκογραφικού studio στην Ελλάδα σήμερα που θα μπορούσε να αποτελεί μια αρκετά κερδοφόρα επιχείρηση.

6.4 Ιδανική επιχείρηση δισκογραφικού studio στην Ελλάδα σήμερα

Ένα δισκογραφικό studio στην Ελλάδα σήμερα σίγουρα δεν είναι μία κερδοφόρα επιχείρηση αλλά σίγουρα είναι μια πολύ καλή επένδυση με το σκεπτικό ότι στην ιδανική περίπτωση κάποια στιγμή το studio καταφέρει και κάνει απόσβεση των μηχανημάτων, του χώρου και του προσωπικού του, και τότε θα αρχίζει να γίνεται μια κερδοφόρα επιχείρηση. Ας τα πάρουμε τα πράγματα όμως λίγο από την αρχή.

Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να συμβεί αρχικά είναι **ο άνθρωπος ή οι άνθρωποι που θα ανοίξουν ένα τέτοιο χώρο** να έχουν κάποια σχέση με τον ήχο

ή με τη μουσική ώστε να είναι καλοί γνώστες του αντικειμένου και φυσικά να έχουν αγάπη και μεράκι για αυτό που λέγεται μουσική. Η πιθανή ενασχόλησή τους με τη μουσική σίγουρα θα συντελέσει θετικά στον σημαντικότερο τομέα που λέγεται πελατεία studio αφού θα είναι πιο εύκολη η πρόσβαση τους σε καλλιτέχνες και εταιρείες αλλά τυχόν θα υπάρχουν και ήδη γνωριμίες στον ευρύτερο μουσικό χώρο.

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο οι τιμές στον **εξοπλισμό και την κατασκευή** ενός δισκογραφικού studio σήμερα έχουν πέσει πάρα πολύ και ειδικά σε ότι αφορά την ψηφιακή τεχνολογία. Αν ένα δισκογραφικό studio σήμερα στηριχθεί σε ψηφιακά μηχανήματα σίγουρα το κόστος του θα είναι πολύ μικρό αλλά κάθε 2 χρόνια περίπου τα ψηφιακά αυτά μηχανήματα θα θέλουν είτε αναβάθμιση είτε αλλαγή για να μπορούν να τρέχουν στις νέες μεθόδους και συστήματα άρα μιλάμε για ένα πολύ μεγάλο κόστος με βάση την λογική αυτή. Αν αντίθετα ένα δισκογραφικό studio στηριχθεί σε αναλογικά μηχανήματα που όμως έχουν πολύ μεγαλύτερο κόστος από ότι τα ψηφιακά θα έχει να κερδίσει πολλά χρήματα στο μέλλον αφού τα αναλογικά μηχανήματα εκτός του ότι είναι πολύ πιο αξιόπιστα από τα ψηφιακά μένουν και μπορούν να ανταπεξέλθουν στα διάφορα συστήματα που τρέχουν. Στην ιδανική περίπτωση όμως για την οποία μιλάμε το δισκογραφικό studio εκτός από τα αναλογικά αυτά μηχανήματα θα πρέπει να έχει και μερικά ψηφιακά για το λόγο ότι είναι της ‘μόδας’ στον ευρύτερο μουσικό και καλλιτεχνικό χώρο και πλέον οι καλλιτέχνες και οι μουσικοί τα ζητάνε πολύ συχνά όταν βρίσκονται σε ένα studio χωρίς φυσικά να ξέρουν κατά βάθος και οι ίδιοι για πιο λόγο, απλά τα ακούνε από παντού και πιθανών να τα έχουν και στα νυχτερινά κέντρα τα οποία δουλεύουν κατά καιρούς και έτσι νιώθουν μια ασφάλεια όταν ένα studio τους παρέχει γνωστές μάρκες και ‘μοδάτα’ μηχανήματα που ήδη γνωρίζουν. **Όσο αφορά τώρα την ακουστική μελέτη και κατασκευή** καλό θα είναι αυτό το κομμάτι να προσεχθεί ιδιαίτερος διότι αν κατασκευαστεί ένας χώρος σωστά και προσεγμένα από ακουστικής άποψης τότε αυτός ο χώρος για πολλά χρόνια σίγουρα δεν θα θέλει διορθώσεις και επεμβάσεις για την ακουστική του και άρα δεν θα έχει έξοδα στο πέρασμα του χρόνου. Οπότε καλύτερα να δαπανηθούν περισσότερα χρήματα αρχικά για την ακουστική μελέτη και την κατασκευή παρά να γίνει μια πρόχειρη δουλειά που κάθε λίγο θα χρειάζεται διορθώσεις και θα έχει επιπλέον έξοδα. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι ο ιδανικός χώρος τουλάχιστον για το recording room ενός δισκογραφικού studio πρέπει να είναι αρκετά μεγάλος ώστε να μπορεί να φιλοξενήσει με ευκολία μια ολόκληρη χορωδία ή και μία συμφωνική ορχήστρα για να έχει έτσι ευρύτερη γκάμα πελατείας. Εδώ πρέπει

να τονιστεί ότι η ύπαρξη κάποιων μουσικών οργάνων όπως ένα πιάνο με ουρά η ένα σερ από αξιοπρεπή τύμπανα είναι αναγκαία για την διευκόλυνση των μουσικών που θα ηχογραφήσουν στο χώρο αυτό αλλά και γενικότερα για την ευκολία των υπηρεσιών όπου θα προσφέρει το studio.

Ένα πάρα πολύ σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να χαρακτηρίζει το ιδανικό μοντέλο δισκογραφικού studio στην Ελλάδα σήμερα είναι το θέμα του **ηχολήπτη ή των ηχοληπτών που θα δουλεύουν στο χώρο αυτό**. Όπως προέκυψε από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο χώρο αυτό το σημαντικότερο πράγμα σε ένα δισκογραφικό studio σήμερα και άρα η καλύτερη διαφήμιση, δεν είναι ούτε ο χώρος, ούτε ο εξοπλισμός του αλλά ο ηχολήπτης δηλαδή η ανθρώπινη παρουσία στο χώρο μέσα. Ο ηχολήπτης είναι που κάνει την διαφορά σήμερα και όχι το studio κάθε αυτό. Ο εξοπλισμός και ο χώρος έρχονται σε δεύτερη μοίρα διότι σημασία έχει ο άνθρωπος που το δουλεύει και η καλή δουλειά που βγαίνει από αυτόν. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι οι άνθρωποι στους οποίους απευθυνθήκαμε για την έρευνα έδωσαν τεράστια σημασία στο θέμα αυτό και τόνισαν ότι σε οποιαδήποτε παραγωγή που πρόκειται να γίνει το πρώτο πράγμα που θα κοιτάξουν δεν είναι σε πιο studio θα γίνει αλλά από ποιόν τεχνικό. Άρα η επιλογή των ανθρώπων που θα δουλεύουν στο ιδανικό μοντέλο δισκογραφικού studio που αναλύουμε σε αυτό το κεφάλαιο θα πρέπει να είναι πάρα πολύ αυστηρή. Συμπεριλαμβανομένης λοιπόν του θέματος του τεχνικού ήχου το ιδανικό μοντέλο δισκογραφικού studio θα πρέπει να παρέχει και στον πελάτη του κάθε φορά ένα κλίμα ιδιαίτερα φιλικό και οικείο για να μπορεί ο εκάστοτε καλλιτέχνης κάθε φορά στο χώρο αυτό να ηρεμεί και να νιώθει σιγουριά ώστε να μπορεί να αποδώσει το μέγιστο των ικανοτήτων του αλλά και των προσδοκιών του.

Ένα άλλο θέμα το οποίο θα πρέπει να προσεχθεί στο ιδανικό μοντέλο μιας τέτοιας επιχείρησης είναι οι κατηγορίες των μηχανημάτων αλλά και των αιθουσών οι οποίες θα είναι καλό να είναι πάνω από μία, δηλαδή το studio να περιλαμβάνει παραπάνω από ένα recording room και φυσικά παραπάνω από ένα control room. Αυτές οι κατηγορίες και οι ανέσεις είναι αναγκαίες σε ένα δισκογραφικό studio σήμερα για το λόγο ότι πρέπει να δίνουν στον πελάτη κάθε φορά τη δυνατότητα να επιλέγει ποια κατηγορία μηχανημάτων θέλει και ποια αίθουσα για να ηχογραφήσει. Φυσικά η ύπαρξη διαχωρισμού του εξοπλισμού και των αιθουσών σε κατηγορίες θα δημιουργήσει και ένα τιμοκατάλογο ο οποίος όπως είναι αυτονόητο και φυσικό θα διαφέρει ανάλογα με το τι θα επιλέξει ο πελάτης. Αυτό το θέμα της επιλογής των μηχανημάτων και των αιθουσών είναι ένα πάρα πολύ σημαντικό θέμα για ένα

δισκογραφικό studio σήμερα για το λόγο ότι τα πράγματα έχουν αλλάξει πάρα πολύ από παλαιότερα έτη. Παλαιότερα ο μοναδικός πελάτης ενός δισκογραφικού studio ήταν οι δισκογραφικές εταιρείες όπου είχαν ένα κλασικό συμβόλαιο με κάποιον ή κάποιους καλλιτέχνες. Σήμερα πλέον η πελατεία ενός δισκογραφικού studio χωρίζεται σε 2 κύριες κατηγορίες.. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι πελάτες όπου κάνουν ανεξάρτητες παραγωγές και στην δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι δισκογραφικές εταιρείες. Τις περισσότερες φορές αυτό που συμβαίνει είναι ότι την παραγωγή (χρηματοδότης) την κάνουν οι ίδιοι οι καλλιτέχνες και σπάνια οι δισκογραφικές εταιρείες. Οι καλλιτέχνες πλέον δίνουν στην εταιρεία έτοιμη την παραγωγή τους και απλά η εταιρεία τους κάνει την διανομή και την διαφήμιση. Άρα ο κάθε καλλιτέχνης που θα θέλει να κάνει μια παραγωγή σήμερα θα πρέπει να έχει και την επιλογή του κόστους αυτής της παραγωγής, αφού θα είναι ο ίδιος χρηματοδότης και άρα το studio θα πρέπει να του προσφέρει την δυνατότητα αυτή να επιλέξει τα μηχανήματα και τον χώρο όπου φυσικά αυτό θα γίνει με βάση την οικονομική του δυνατότητα αλλά και τα υψηλά standard που πιθανών αυτός να έχει θέσει.

Στο ιδανικό μοντέλο ενός δισκογραφικού studio στην Ελλάδα σήμερα πρέπει να υπάρχει και ένας ‘ανοιχτόμυαλος’ τρόπος λειτουργίας ώστε να μπορέσει η επιχείρηση αυτή να αποτελεί και μια κερδοφόρα επιχείρηση. Ο τρόπος λειτουργίας θα πρέπει να ξεφύγει από τον κλασικό και παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας όπου είναι το κλείσιμο ωρών για την υλοποίηση μιας μουσικής παραγωγής. Το studio θα πρέπει να αρχίζει να βγαίνει προς τα έξω και να μην μένει στη δουλειά την οποία θα παράγει μέσα στο χώρο του. Στην ιδανική περίπτωση θα πρέπει να διαθέτει κινητή μονάδα ηχογραφήσεων όπου θα μπορεί με αυτόν τον τρόπο να πηγαίνει να κάνει εξωτερικές ηχογραφήσεις σε διάφορους χώρους όπως νυχτερινά κέντρα, συναυλίες, θέατρα κ.α Αυτό θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη αφού όπως προέκυψε και από την έρευνα που έγινε τα έσοδα που έχει ένα δισκογραφικό studio από μία εξωτερική παραγωγή που θα κάνει είναι πολύ περισσότερα από τα έσοδα που θα πάρει από μία ολόκληρη και ολοκληρωμένη δισκογραφική παραγωγή που θα γίνει με τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή με το κλείσιμο ωρών. Αν καταφέρει τώρα το studio να κάνει και την επεξεργασία του υλικού που ηχογράφησε (μίξη) στον χώρο του τότε τα κέρδη του πολλαπλασιάζονται. Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο που πρέπει να παρατεθεί στο σημείο αυτό είναι ότι εκτός από τα πολύ περισσότερα έσοδα που θα έχει το studio από μια εξωτερική ηχογράφιση και την τεχνική επεξεργασία (μίξη) του υλικού σε

αντίθεση με τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας είναι ότι στην πρώτη περίπτωση θα χρειαστεί το πολύ 1 εβδομάδα δουλειά (1 μέρα ηχογράφηση και 6 μέρες μίξη υλικού για παράδειγμα), ενώ στην δεύτερη τουλάχιστον 1 μήνας. Κλείνοντας το κεφάλαιο του ιδανικού τρόπου λειτουργίας ενός δισκογραφικού studio σήμερα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερα έμφαση στο γεγονός ότι μια τέτοια επιχείρηση θα πρέπει σήμερα στην Ελλάδα να επενδύει πάνω σε νέους καλλιτέχνες οι οποίοι δεν έχουν από πίσω τους κάποια δισκογραφική εταιρεία και όπου θέλουν να βγάλουν ένα δίσκο. Το θέμα αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό αν αναλογιστεί κανείς ότι οι δισκογραφικές εταιρείες σήμερα δεν πάνε καθόλου καλά και σιγά σιγά αρχίζουν και χάνουν τον παραδοσιακό τους ρόλο δηλαδή την παραγωγή και μένουν μόνο στην διαφήμιση και την διανομή του προϊόντος τους, με συνέπεια του φαινομένου αυτού οι παραγωγές σήμερα να είναι ανεξάρτητες στην πλειοψηφία τους. Έτσι ένα δισκογραφικό studio αν αντιληφθεί ή του ζητηθεί για παράδειγμα να αναλάβει μια παραγωγή ενός καλλιτέχνη ο οποίος δεν έχει την οικονομική δυνατότητα να πληρώσει την παραγωγή του θα πρέπει να το κάνει αμέσως αν φυσικά πιστεύει στον καλλιτέχνη και στην μελλοντική του εμπορική επιτυχία με αποτέλεσμα όλο αυτό να αποφέρει στο studio από μηδαμινά μέχρι πάρα πολύ μεγάλα κέρδη αφού σαν χρηματοδότης θα έχει και ένα ποσοστό επί των πωλήσεων της παραγωγής.

Όλα τα παραπάνω είναι προτάσεις και λύσεις για το στήσιμο και την λειτουργία ενός δισκογραφικού studio σήμερα στην Ελλάδα με μοναδικό και κύριο σκοπό το κέρδος μιας τέτοιας επιχείρησης. Παρ' όλες τις δυσκολίες που έχει η εποχή που διανύουμε σε θέματα όπως δισκογραφία και studio οι προτάσεις αυτές είναι σίγουρα μια λύση για ανθρώπους που έχουν καταρχάς μια τέτοια επιχείρηση με το σκεπτικό να την βελτιώσουν, για ανθρώπους που πιθανόν θα θελήσουν στο μέλλον να ανοίξουν μια τέτοια επιχείρηση αλλά και για ανθρώπους που πραγματικά έχουν μεράκι για την μουσική και τον ήχο και όπου με οποιονδήποτε τρόπο έχουν σχέση άμεση ή έμμεση με έναν τέτοιο χώρο όπως είναι το δισκογραφικό studio.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ – ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

7.1 Φωτογραφίες

KYRIAZIS STUDIOS :



Kyriazis Studios photo #1



Kyriazis Studios photo #2



Kyriazis Studios photo #3



Kyriazis Studios photo #4



Kyriazis Studios photo #5



Kyriazis Studios photo #6



Kyriazis Studios photo #7



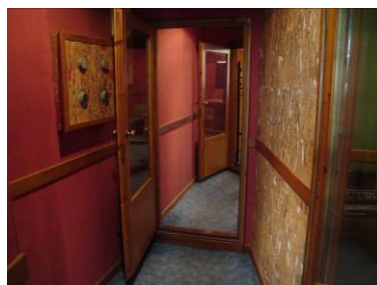
Kyriazis Studios photo #8



Kyriazis Studios photo #9



Kyriazis Studios photo #10



Kyriazis Studios photo #11



Kyriazis Studios photo #12



Kyriazis Studios photo #13



Kyriazis Studios photo #14



Kyriazis Studios photo #15



Kyriazis Studios photo #16



Kyriazis Studios photo #17



Kyriazis Studios photo #18



Kyriazis Studios photo #19



Kyriazis Studios photo #20



Kyriazis Studios photo #21



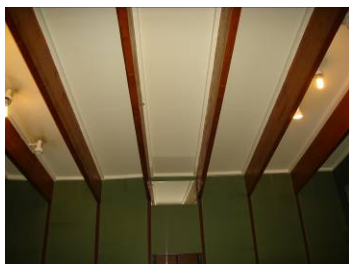
Kyriazis Studios photo #22



Kyriazis Studios photo #23



Kyriazis Studios photo #24



Kyriazis Studios photo #25



Kyriazis Studios photo #26



Kyriazis Studios photo #27

REACTION STUDIOS :



Reaction studios photo #1



Reaction studios photo #2



Reaction studios photo #3



Reaction studios photo #4



Reaction studios photo #5



Reaction studios photo #6



Reaction studios photo #7



Reaction studios photo #8



Reaction studios photo #9



Reaction studios photo #10



Reaction studios photo #11



Reaction studios photo #12



Reaction studios photo #13



Reaction studios photo #14



Reaction studios photo #15



Reaction studios photo #16



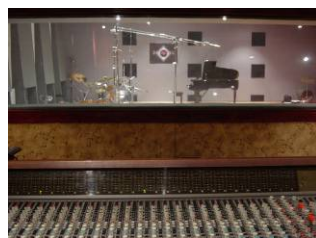
Reaction studios photo #17



Reaction studios photo #18



Reaction studios photo #19



Reaction studios photo #20



Reaction studios photo #21



Reaction studios photo #22



Reaction studios photo #23



Reaction studios photo #24



Reaction studios photo #25



Reaction studios photo #26



Reaction studios photo #27

STUDIO ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ :



Studio Παπαδόπουλος photo #1



Studio Παπαδόπουλος photo #2



Studio Παπαδόπουλος photo #3



Studio Παπαδόπουλος photo #4



Studio Παπαδόπουλος photo #5



Studio Παπαδόπουλος photo #6



Studio Παπαδόπουλος photo #7



Studio Παπαδόπουλος photo #8



Studio Παπαδόπουλος photo #9



Studio Παπαδόπουλος photo #10



Studio Παπαδόπουλος photo #11



Studio Παπαδόπουλος photo #12



Studio Παπαδόπουλος photo #13



Studio Παπαδόπουλος photo #14



Studio Παπαδόπουλος photo #15



Studio Παπαδόπουλος photo #16



Studio Παπαδόπουλος photo #17



Studio Παπαδόπουλος photo #18



Studio Παπαδόπουλος photo #19



Studio Παπαδόπουλος photo #20



Studio Παπαδόπουλος photo #21

7.2 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ιωάννου, Ι.Γ.(1997) *Ακουστική για ηχολήπτες* Αθήνα : ΙΩΝ
- Δώδης, Δ. (2001). *ΗΧΟΛΗΨΙΑ, Η Δημιουργία με τη Σύγχρονη Τεχνολογία* (3^η έκδ.). Αθήνα : ΙΩΝ
- Συμβουλόπουλος, Α. (1994). *ΛΕΞΙΚΟ ΟΡΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ* Αθήνα : ΦΙΛΙΠΠΟΣ ΝΑΚΑΣ

Πληροφορίες επίσης βρέθηκαν στις ακόλουθες ιστοσελίδες :

3^ο συνέδριο Athens Music Forum (2007) Ανακτημένο στις 28-8-2007 από το δικτυακό τόπο <http://www.mad.tv/homepage/>

Μουσική πειρατεία (2007) Ανακτημένο στις 20-8-2007 από το δικτυακό τόπο <http://www.ifpi.gr/mission/piracy.htm>

Μουσική βιομηχανία (2007) Ανακτημένο στις 19-7-2007 από το δικτυακό τόπο http://www.ifpi.gr/sitemap/music_industry.htm

