

# Wychowawca gwiazd

Z Maciejem Durczakiem, menedżerem polskich gwiazd, twórcą sukcesu m.in. zespołu Ich Troje i Dody, rozmawia Tomasz Kamyk

**Proszę sobie wyobrazić, że przychodzę do Pana jako młody człowiek, który jest zdeterminowany, aby zrobić karierę wokalną. Jak będzie wyglądała nasza rozmowa?**

Mam sporo takich sytuacji. Zwykle przychodzi do mnie ktoś i mówi po prostu, że pragnie zostać gwiazdą. Pytam, co potrafi robić. Jeśli odpowiada, że tańczy, śpiewa, a tak w ogóle to robi niemal wszystko, od razu jest u mnie skreślony. Jego podejście świadczy o tym, że nie ma na tyle samoświadomości, aby mógł precyzyjnie określić, czym chce się zajmować.

**Trzeba mieć determinację do czegoś konkretnego?**

Trzeba mieć przede wszystkim pasję, smykałkę i talent.

**A nie wystarczy tylko chcieć być gwiazdą?**

Nie, bo nie z każdego da się zrobić gwiazdę.

**Założmy zatem, że ja śpiewam, nie fałszuję i jestem zdeterminowany, by zaistnieć w tej branży. Co dalej?**

Zwykle z taką osobą muszę spędzić trochę czasu, przyjrzeć się jej, wyczuć, czy ma niezbędną w tym fachu osobowość. Bo ktoś może fantastycznie śpiewać i tańczyć, ale gdy brak mu charyzmy, to nigdy nie zostanie gwiazdą. Z drugiej strony, nawet jeśli nie do końca jest wybitnie utalentowany i nie ma doskonałego słuchu czy głosu, a ma w sobie coś magnetycznego, to da się z nim coś zrobić. Bo tylko sceniczna osobowość upoważnia do miana i do roli gwiazdy.

Wiśniewski w swojej artystycznej oprawie był kiczowaty, ale prawdziwy. Gwiazdą trzeba się urodzić, nie da się jej wyprodukować tak jak proszku do prania

**A jeśli już Pan odkryje te gwiazdorskie predyspozycje i potencjał sceniczny, jakie są dalsze kroki w promocji takiego „nieopakowanego” produktu?**

Gwiazdą trzeba się urodzić. Nie da się jej wyprodukować tak jak proszku do prania. Na swojej zawodowej drodze spotkałem przeróżnych artystów. Współpracowałem z takimi, którzy nie byli pupilkami mediów, a mimo to osiągnęli sukces. Stało się to właśnie dzięki wrodzonym predyspozycjom, których nie da się wymyślić.

**Mamy więc człowieka z determinacją, by śpiewać i z niezbędną charyzmą. Nie ma jednak repertuaru. Czy analizuje Pan, co w jego wypadku „chwyci”?**

W swojej karierze trafiałem na artystów, którzy byli określani muzycznie. Na przykład Michał Wiśniewski, który wokalistą jest jakim jest, ale od początku wiedział, co chce muzycznie robić. Nie było problemu wymyślenia go od początku... Znam gusta muzyczne Polaków i w tamtym czasie to był doskonały strzał.

**Jak by Pan określił u niego to „coś”?**

Dziwaczność, wyjątkowość? Trudno to opisać. Wiadomo, że nie jest świetnym wokalistą, twórczość zespołu Ich Troje również można określić jako kontrowersyjną, ale już po pierwszym spotkaniu z nim wiedziałem, że ten facet będzie wielką gwiazdą, że ma w sobie coś takiego, co sparaliżuje masy. Tylko trzeba go było pokazać światu w odpowiednim miejscu i czasie.

**Kogo Pan ujrzał, kiedy po raz pierwszy spotkał Michała?**

Nie był to Wiśniewski, którego świat poznał dwa lata później. Nad jego wizerunkiem oczywiście pracowaliśmy. Bo tę dziwaczną osobowość trzeba było jakoś opakować. Ale nie było to sztuczne kreowanie, nie zastanawialiśmy się, co zrobić, aby jeszcze bardziej zaszokować ludzi. Michał sam to wszystko wymyślił – wszystkie te kolczyki, tatuaże, włosy. Pewnego dnia oznajmił: „Zrobię sobie czerwone włosy”, innym razem wpadł na pomysł, by założyć sobie kolczyk w policzku. I to robił...

**Ale nie do końca wierzę, że cała inwencja**

**była po jego stronie, musiał Pan mieć w tym udział...**

Oczywiście, byliśmy spółką partnerską. Te go typu pomysły rodziły się podczas rozmów i konsultacji.

**Kiedy wprowadza się na rynek nowy produkt, zwykle jest kilka koncepcji strategicznych zarówno opakowania, jak i nazwy. Czy w show-biznesie jest podobnie?**

Tak, choć nigdy nie stosowałem takich metod. Celują w tym wytwórnie płytowe i producenci, którym się wydaje, że artystę można wymyślić za biurkiem, ubrać, uczesać, postawić na scenie i automatycznie będzie gwiazdą. To zupełnie nie działa, a jeżeli już się udaje, są to wyjątkowe przypadki. W Polsce było ich niewiele. Takim jednonozonowym projektem stworzonym za biurkiem był np. zespół Just 5. Wytrzymał rok, bo ludzie nie dali się oszukać, że ci chłopcy śpiewają to, co czują. Michał Wiśniewski w swojej artystycznej oprawie był kiczowaty, ale prawdziwy. Kiedy ubierał się w przystawkiowe pawie pióra czy oklejał twarz kryształkami, to robił to, co czuł... On naprawdę chciał tak dziwnie wyglądać. Ludzie w to wierzyli i za to go pokochali. Podejmowane przez wytwórnie płytowe próby tworzenia duplikatu artystów spalają na panewce. Żadna z wypuszczonych na rynek kopii Dody nie odniosła sukcesu.

**Doda jest wyjątkowa? Jakie były początki?**

Ujęła mnie tym, że szła jak burza. W dążeniu do celu przypominała czotg. Była ubrana, rzekłbym, wręcz skandalicznie, wyrażała się jeszcze gorzej, ale od samego początku wiedziałem, że coś w niej jest. A do tego dobrze śpiewała, co jest bardzo ważne, bo nie trzeba kreować sztucznych sytuacji. A przy tym była taką pozytywnie zakręconą wariatką...

**Ale pracował Pan też dla Mandaryny, której – jak wiemy – słoń nadepnął na ucho. Po starej znajomości z Michałem?**

Można tak powiedzieć, zająłem się jej karierą na prośbę Michała, który wówczas był jej mężem. Tak naprawdę Mandarynę jako gwiazdę stworzył Michał. Dostrzegł lukę na polskiej scenie dance i postanowił ją wypełnić. Jego żona była ładna, zgrab-

na i dobrze tańczyła. Fakt, że nie umie śpiewać, to szczegół, który dzięki technice można poprawić. W tym przypadku byłem więc bardziej promotorem niż kreatorem tej sytuacji.

**Dzisiaj nie pracuje Pan już ani z Ich Troje, ani z Dodą, ani z Mandaryną. Wydaje się, że te wasze rozstania były gorzkie...**

Były różne. Z Michałem wspólnie stwierdziliśmy, że mamy inną wizję rozwoju jego kariery. On bardziej odnajdywał się w ramach reality show, ja uważałem, że artysta powinien przede wszystkim stawiać na muzykę. Teraz jego największym problemem jest to, że pomimo ogromnej popularności oraz ciągłej obecności na okładkach czasopism i w portalach internetowych, od kilku lat nie stworzył przeboju. Po prostu za bardzo się skupił na pozamuzycznych historiach. Ale nadal podtrzymujemy znajomość i jesteśmy w bardzo dobrej komitywie.

---

**Artysty nie można wymyślić za biurkiem, ubrać, uczesać, postawić na scenie i sprawić, by automatycznie stał się gwiazdą. To absolutnie nie działa**

---

**Czego nie można powiedzieć o „królowej”...**

To było jedyne bardzo nieprzyjemne rozstanie. I wbrew temu, co ona opowiada we wszystkich wywiadach, to ja postanowiłem rozstać się z nią.

**Co było powodem?**

Całokształt. Nie pracowało mi się z nią komfortowo, w pewnym momencie poczułem, że zaczynam tracić nerwy. Rozstałem się więc dla własnego zdrowia psychicznego... Faktycznie było to bolesne i trudne rozstanie. Ale wprowadziłem Dorotę na wyżyny popularności medialnej. I bardzo dobrze wspominam ten czas. Chciałbym z nią – tak jak z każdym z artystów – normalnie rozmawiać, na razie przypadkowe spotkania rodzą napięcie...

**Kilka lat temu Polskę obiegła informacja**

**o jej wysokim IQ. Jak to się miało do wizerunku puste blondynki?**

To był w pełni świadomy zabieg, który pozwolił przełamać wizerunek, o którym pan mówi, co w tamtym czasie było potrzebne. Nie chodziło o rozszerzenie targetu, ale o wyrazistość – Doda to już nie głupia blondynka z reality show, ale gwiazda, która ma coś do powiedzenia.

**Wprowadzenie produktu na rynek poprzedzone jest badaniami rynkowymi. Czy przed premierą artysty sprawdza się, czy to chwyci?**

Na świecie robi się tego typu badania. Przy poziomie sprzedaży na naszym rynku można to uznać za fanaberię i wyrzucanie pieniędzy w błoto. U nas bada się pojedyncze piosenki, a nie potencjał artysty. Stąd mnóstwo niewypałów stworzonych i wypromowanych za duże pieniądze, ale niestrawnych dla publiczności. Dlatego np. kariera muzyczna wylansowanej za ogromne pieniądze Natalii Lesz okazała się kompletną kląpą.

**A jak to wygląda bez tej kasy?**

Pracuję teraz m.in. z zespołem Video. Dwa lata temu nieznaną artystą podestał mi swoje demo, potem zaprosił mnie na koncert. Grupa, w której występował, nie zrobiła na mnie wrażenia, ale wiedziałem, że wokalista ma ogromny potencjał. Potrzebny był mu przebojowy repertuar i dobra produkcja. Tak zrobiłem. I w ten sposób na jego wyjątkowej charyzmie i piosenkach, bez szczególnych badań rynkowych zbudowaliśmy sukces nowego zespołu.

**Ile minimalnie trzeba zainwestować, aby wypromować gwiazdę?**

Aby wydać płytę i pokazać artystę światu, trzeba mieć co najmniej 200 tys. zł.

**Ale pieniądze to nie wszystko. Na sukces w show-biznesie składa się kilka rzeczy: talent, osobowość, szczęście i notatnik z odpowiednim zestawem numerów telefonów... Proszę procentowo ocenić znaczenie poszczególnych „składników” sukcesu.**

Podstawą jest osobowość, która oczywiście powinna być poparta jakimś talentem, bez

tego nie ma sensu uruchamiać kontaktów. Niezbędna jest też szczypta szczęścia. Osobowość wyceniłbym na 50 proc., na drugim miejscu postawiłbym na kontakty i zaplecze, a jak ma się to wszystko, to już jest wielkie szczęście...

**A jakie znaczenie ma dobry PR w tabloidach?**

Trzeba z nimi dobrze żyć. Tyko że one nie zawsze chcą dobrze żyć z artystą. Jestem daleki od wypowiadania tym wszystkim „pudelkom” wojen. Artyści, którzy tak robią, źle na tym wychodzą. Kiedy Doda była gnębiona przez „Fakt” i przez Pudelka, radziłem jej, by nie reagowała. Ale ci pseudodziennikarze posuwają się czasem do takich metod, że rozumiem artystów, którym puszczają nerwy.

**Chciałbym usłyszeć coś o Panu, o człowieku, który zwykle chowa się w cieniu swoich gwiazd. Skąd Pan się w ogóle wziął?**

Z najpiękniejszego miasta w Polsce – Wrocławia...

**Wychowuje Pan gwiazdy...**

Jestem z wykształcenia nauczycielem francuskiego. Merytorycznego przygotowania nie mam, bo nie ma w Polsce uczelni, która kształci menedżerów show-biznesu. Choć chciałbym mieć takie podstawy, wiem, że żadna szkoła nie da mi tego, co wieloletnie doświadczenie na froncie.

**Jak Pan się na nim znalazł?**

Pracowałem jako dziennikarz muzyczny m.in. w „Wieczorze Wrocławia” i „Szpilkach”, z racji tego zajęcia poznałem branżę muzyczną. Polubiłem obcowanie z gwiazdami, więc złapałem bakcyła. W tym czasie poznałem zespół Big Cyc, z którym związałem się na blisko dziewięć lat. Pojąłem, na czym polega współpraca z mediami, produkcja telewizyjna, profesjonalna sesja foto. Za kulisami odkryłem w sobie wyczucie do muzyki.

**Teraz prowadzi Pan własną firmę, wychował Pan jakichś swoich następców?**

Sporo, to ludzie, którzy są dzisiaj menedżerami różnych gwiazd. Teraz mam kolejną szansę, ponieważ Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu uruchomiła kierunek Zarządzanie rozrywką, który będzie kształcił ka-

dry menedżerów rozrywki. Będę tam wykładał trzy przedmioty i nie ukrywam, iż mam tremę, bo jestem „tylko” praktykiem...

**Wysokie IQ Dody to świadomy zabieg, który pozwolił przełamać jej banalny wizerunek i uczynić go bardziej wyrazistym**

**Tego akurat zazdroszczę Pana przyszłym studentom. Co Pan odpowie, kiedy spytają, co decyduje o sukcesie w show-biznesie?**

Odpowiem, że przede wszystkim świeżość. Przykład – zespół Feel. Odniósł sukces nie dlatego, że ponadprzeciętnie gra, ale dlatego, że wniósł nową jakość. Jego wizerunek jest fajny i nie przekombinowany. Ale dla sukcesu ważny jest też dobry repertuar, którego brak jest największą bolączką polskich artystów.

**Za granicą jest inaczej?**

Moi znajomi z branży na Zachodzie mówią,

że jesteśmy przeciwieństwem innych rynków. W Polsce jest wielu utalentowanych artystów, którzy nie mają co śpiewać. A np. w Niemczech powstaje mnóstwo świetnych utworów, których nie ma kto wykonywać. Ewentualnie na europejską skalę jest Szwecja, która pod względem sprzedaży muzyki jest trzecim rynkiem na świecie. Przyczyna jest prosta: w polskich szkołach stawia się na matematykę i język polski, w edukacji szwedzkich dzieci stawia się nie tylko na rodzimy język, ale również na angielski i muzykę.

**Udziela Pan wywiadów, gości w serwisach plotkarskich, ostatnio wystąpił Pan nawet w telewizyjnym show. Czy to dobrze, że wychodzi Pan zza kurtyny?**

Nie widzę w tym nic złego. Nie lansuję siebie, nie opowiadam o moim prywatnym życiu, kobietach i samochodach. Mówię tylko o tym, jak się promuje artystów, bo to interesuje ludzi. Wiśniewski dla wielu ludzi jest tandetny, jednak pomimo wielu przeciwności losu został megagwiazdą, w czym miałem swój ogromny udział. Można nie lubić Michała, ale o mnie jako o fachowcu świadczy to chyba dobrze. ■

Maciej Durczak w towarzystwie swoich podopiecznych: Ani Wyszkonii z „Łez” i Wojtka Łuszczkiewicza z zespołu „Video”



foto: Włodzisław Wasyluk