

ΕΙΡΗΝΗ ΣΗΦΑΚΗ, ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΣΤΑΜΟΥ, ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

## Η ΑΝΑΔΥΣΗ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΚΥΜΑΤΟΣ ΣΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΚΑΘΙΕΡΩΣΗΣ  
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ



ΕΙΡΗΝΗ ΣΗΦΑΚΗ, ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΣΤΑΜΟΥ, ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

**Η ΑΝΑΔΥΣΗ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΚΥΜΑΤΟΣ  
ΣΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ**

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΚΑΘΙΕΡΩΣΗΣ  
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ



**ΑΘΗΝΑ 2020**



ePublishing

Εκδότης: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ)

Πάροχος Υπηρεσίας ePublishing: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου (ΕΚΤ)

Copyright © 2020 Ειρήνη Σηφάκη, Αναστασία Στάμου, Μαρία Παπαδοπούλου

Επιμέλεια: Μαρία Τοπάλη, Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών

Σελιδοποίηση: thinking.gr

Φωτογραφία εξωφύλλου: Ειρήνη Λιναρδάκη, ψηφιακό κολλάζ *The thing that waits I*, 2019



Η χρήση του περιεχομένου καθορίζεται από την άδεια Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή 4.0 Διεθνές.

Προκειμένου να δείτε αντίγραφο της άδειας επισκεφθείτε την ακόλουθη σελίδα:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.el>

Η έκδοση διατίθεται online στη διεύθυνση <http://ebooks.epublishing.ekt.gr/>

ISBN: 978-960-6834-35-6 (pdf)

Η παρούσα ηλεκτρονική έκδοση πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της Πράξης «Έρευνα, Εκπαίδευση και Υποδομές: ο τριγωνισμός των αξόνων στρατηγικής ανάπτυξης του ΕΚΚΕ (REDI)» (MIS 5002378) που εντάσσεται στη «Δράση Στρατηγικής Ανάπτυξης Ερευνητικών και Τεχνολογικών Φορέων» και χρηματοδοτείται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014-2020, με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης)



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Ταμείο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΠΑ & ΤΣ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΡΙΣΗΣ ΕΠΑΝΕΚ



ΕΠΑΝΕΚ 2014-2020  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



ΕΣΠΑ  
2014-2020  
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΙΡΗΝΗ ΣΗΦΑΚΗ, ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΣΤΑΜΟΥ, ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

**Η ΑΝΑΔΥΣΗ ΕΝΟΣ ΝΕΟΥ ΚΥΜΑΤΟΣ  
ΣΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ**

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΚΑΘΙΕΡΩΣΗΣ  
ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΣ



*Αφιερωμένο στους συντρόφους και τις οικογένειές μας*



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος – Ευχαριστίες.....	1
Εισαγωγή.....	5
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>	
<b>Πλαίσιο και συνθήκες ανάδυσης ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.....</b>	<b>13</b>
1.1 Τα Νέα Κύματα στην ιστορία και τη θεωρία του κινηματογράφου.....	14
1.1.1 Το πλαίσιο ανάδυσης του γαλλικού Νέου Κύματος.....	18
1.2 Ένας χώρος ευκαιριών στη θεωρία των καλλιτεχνικών κινημάτων.....	23
1.2.1 Εξωγενείς παράγοντες στο ευρύτερο πολιτικό σκηνικό.....	24
1.2.2 Υλικά και άυλα μέσα και πόροι: ενδογενείς παράγοντες που διευκολύνουν την επιτυχία.....	39
1.2.3 Λόγοι, ιδεολογία και πλαισίωση: η καθιέρωση απαιτεί μια εξήγηση...63	
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>	
<b>Ερευνητικός σχεδιασμός.....</b>	<b>81</b>
2.1 Τεχνικές αναζήτησης υλικού στο διαδίκτυο.....	83
2.2 Ερευνητικό πρωτόκολλο.....	97
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	
<b>Ο λόγος πανεπιστημιακών και ερευνητών για το Νέο Κύμα.....</b>	<b>99</b>
3.1 Μεθοδολογία ανάλυσης επιστημονικών δημοσιεύσεων.....	103
3.2 Περιγράφοντας το Νέο Κύμα: ερευνητικές κατευθύνσεις και εννοιοδοτήσεις.....	109
3.2.1 Νέο Κύμα: θεματικός άξονας ή θεματικό πλαίσιο;.....	114
3.2.2 Προσδιορισμός, χαρακτηριστικά και εκπρόσωποι Νέου Κύματος....	115
3.2.3 Προσεγγίσεις και ερμηνείες του Νέου Κύματος.....	125
3.3 Ερευνητικές τάσεις και κατευθύνσεις των κινηματογραφικών σπουδών.....	130
3.3.1 Ο ελληνικός κινηματογράφος γίνεται «trendy».....	131
3.3.2 Η χρήση της αγγλικής γλώσσας.....	133
3.3.3 Νέες ευκαιρίες προαγωγής της κινηματογραφικής έρευνας.....	134
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	
<b>Ο λόγος των Μέσων και της κριτικής για το Νέο Κύμα.....</b>	<b>139</b>
4.1 Μεθοδολογία ανάλυσης δημοσιευμάτων του Τύπου.....	150
4.2 Αναδεικνύοντας το Νέο Κύμα: κριτικές αναγνώσεις ενός φαινομένου της τέχνης.....	155
4.2.1 Περιεχόμενο και στόχευση δημοσιευμάτων του Τύπου για το Νέο Κύμα.....	166
4.2.2 Προσδιορισμός, χαρακτηριστικά και εκπρόσωποι Νέου Κύματος....	169
4.2.3 Προσεγγίσεις και ερμηνείες του Νέου Κύματος.....	189

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Στρατηγικές και τακτικές επικοινωνίας των ταινιών του Νέου Κύματος...201

5.1 Ο ρόλος του μάρκετινγκ στη δημιουργία και προώθηση των κινηματογραφικών ταινιών.....	202
5.2 Προωθητικές τακτικές στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	207
5.3 Το You Tube ως εργαλείο μάρκετινγκ των ταινιών.....	215
5.4 Το επικοινωνιακό προφίλ των ταινιών μέσα από τις συνόψεις.....	220
5.5 Ανάλυση των αφισών της επικοινωνιακής εκστρατείας επιλεγμένων ταινιών του Νέου Κύματος.....	228
5.5.1 Ανάλυση των αφισών ανάλογα με το οπτικό τους μήνυμα.....	229
5.6 Τίτλος και χαρακτηριστική ατάκα ταινίας.....	254
5.7 Η αξιοποίηση κριτικών σε αφίσες, you tube τρέιλερ και επίσημες ιστοσελίδες.....	255
5.7.1 Αξιοποίηση θετικών κριτικών στις διεθνείς αφίσες.....	256
5.7.2 Αξιοποίηση κριτικών στα τρέιλερ στο you tube.....	262
5.7.3 Αξιοποίηση κριτικών στις επίσημες ιστοσελίδες.....	263

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### Η ανάδειξη ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό

### κινηματογράφο. Όψεις και προοπτικές..... 265

6.1 Το Νέο Κύμα συγκροτείται εξω-φιλμικά. Οι παράγοντες που συνέβαλαν ή/και ευνόησαν την ανάδυσή του.....	267
6.1.1 Σηματοδοτικοί παράγοντες.....	268
6.1.2 Ενδογενείς παράγοντες του κινηματογραφικού πεδίου.....	268
6.1.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την κινητοποίηση – αναγνώριση θεσμικών φορέων.....	269
6.1.4 Ο ρόλος των κινηματογραφικών φεστιβάλ.....	271
6.2 Η οικονομική κρίση και το «σινεμά της κρίσης».....	272
6.2.1 Συγκυριακή σχέση: Κινηματογράφος στα χρόνια της κρίσης.....	272
6.2.2 Αιτιώδης σχέση: η οικονομική δυσπραγία υπεύθυνη για τη δημιουργικότητα;.....	273
6.2.3 Ερμηνευτική σχέση: οι ταινίες σχολιάζουν την κρίση ή η κρίση είναι το πρίσμα για την ερμηνεία τους;.....	275
6.2.4 Πλαίσιο παραγωγής: Συνεργατικά σχήματα και χρηματοδότηση.....	277
6.3 Κριτικός και επιστημονικός λόγος για το Νέο Κύμα: συγκλίσεις και αποκλίσεις.....	278
6.3.1 Κύριοι εκπρόσωποι και ταινίες του Νέου Κύματος.....	281
6.3.2 Ταυτότητα, θεματολογία και αισθητική του Νέου Κύματος.....	283
6.4 Η συμβολή της στρατηγικής μάρκετινγκ και επικοινωνίας στην πλαίσιωση και προώθηση του Νέου Κύματος.....	287
6.5 Η στάση των δημιουργών για την κατασκευή ενός Νέου Κύματος.....	290
6.6 Προοπτικές και εξέλιξη του Νέου Κύματος.....	297

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση.....	301
Ξενόγλωσση.....	311

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Δεδομένα αναφορικά με το μάρκετινγκ των ταινιών του Νέου Κύματος.....	329
---	-----

## Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «Weird wave of greek cinema».....	85
Εικόνα 2: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «αλλόκοτο ελληνικό σινεμά».....	85
Εικόνα 3: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «Greek Contemporary Cinema».....	85
Εικόνα 4: Περιγραφή Νέου Κύματος σε δημοσιεύσεις του Τύπου (Word cloud).....	174
Εικόνα 5: Ενδεικτικοί τίτλοι δημοσιευμάτων του Τύπου.....	180
Εικόνα 6: Φεστιβαλική αφίσα Κυνόδοντας.....	231
Εικόνα 7: Ελληνική αφίσα Νορβηγία.....	233
Εικόνα 8: Διεθνής αφίσα 2 Chevalier.....	234
Εικόνα 9: Αφίσες ταινιών με φωτογραφίες ή film stills.....	237
Εικόνα 10: Ισπανική αφίσα Κυνόδοντας.....	239
Εικόνα 11: Βρετανική αφίσα Attenberg.....	240
Εικόνα 12: Αφίσες ταινιών με σκίτσο.....	242
Εικόνα 13: Σκίτσα εικαστικού Τάσου Παυλόπουλου.....	243
Εικόνα 14: Διεθνής αφίσα Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού.....	244
Εικόνα 15: Διεθνής αφίσα Ο Αστακός.....	245
Εικόνα 16: Διεθνής αφίσα 2 Ο Αστακός.....	246
Εικόνα 17: Αφίσες με πρωταγωνιστή.....	248
Εικόνα 18: Διεθνής αφίσα Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά.....	249
Εικόνα 19: Αφίσες με σύμβολο.....	250
Εικόνα 20: Ισπανική αφίσα 2 Κυνόδοντας.....	252
Εικόνα 21: Διεθνής αφίσα Άλπεις (ΗΠΑ).....	259
Εικόνα 22: Γαλλική αφίσα Άλπεις.....	260
Εικόνα 23: Βρετανική αφίσα Άλπεις.....	261
Εικόνα 24: Ιταλική Αφίσα Ο Αστακός.....	262

## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Χρηματοδότηση από το MEDIA Programme.....	47
Πίνακας 2: Διεθνείς Πρεμιέρες ορισμένων ταινιών του Νέου Κύματος.....	52
Πίνακας 3: Κατάλογος ιστοσελίδων με δημοσιευμένα κείμενα για το Νέο Κύμα.....	89
Πίνακας 4: Λέξεις-κλειδιά για τη διαδικτυακή αναζήτηση κειμένων.....	96
Πίνακας 5: Ερευνητικό πρωτόκολλο.....	98
Πίνακας 6: Κατάλογος επιστημονικών περιοδικών με κριτές.....	100
Πίνακας 7: Κατηγοριοποίηση δεδομένων.....	106
Πίνακας 8: Συγγραφείς επιστημονικών δημοσιεύσεων.....	111
Πίνακας 9: Περιγραφή Νέου Κύματος σε αγγλόγλωσσες επιστημονικές δημοσιεύσεις.....	116
Πίνακας 10: Περιγραφή Νέου Κύματος σε ελληνόγλωσσες επιστημονικές δημοσιεύσεις.....	118
Πίνακας 11: Ταινίες Νέου Κύματος (αναφορές σε επιστημονικές δημοσιεύσεις).....	119
Πίνακας 12: Ταινίες προπομποί του Νέου Κύματος (αναφορές επιστημονικών δημοσιεύσεων).....	120
Πίνακας 13: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος (αναφορές σε επιστημονικές δημοσιεύσεις).....	121
Πίνακας 14: Παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάδυση του Νέου Κύματος.....	128
Πίνακας 15: Πηγές δημοσιευμάτων του Τύπου (ανά αριθμό κειμένων μέσου).....	143
Πίνακας 16: Πηγές αγγλόγλωσσων δημοσιευμάτων του Τύπου (ανά χώρα έκδοσης μέσου).....	147
Πίνακας 17: Πηγές ελληνόγλωσσων δημοσιευμάτων του Τύπου (ανάλογα με τον αριθμό των κειμένων).....	148
Πίνακας 18: Κατηγοριοποίηση δεδομένων δημοσιευμάτων του Τύπου.....	151
Πίνακας 19: Συντάκτες δημοσιευμάτων του Τύπου (ανά αριθμό κειμένων που υπογράφουν).....	156
Πίνακας 20: Κατάλογος ανυπόγραφων δημοσιευμάτων του Τύπου (ανά αριθμό κειμένων ανά μέσο).....	161
Πίνακας 21: Περιγραφή Νέου Κύματος σε δημοσιεύσεις του Τύπου.....	170
Πίνακας 22: Ταινίες Νέου Κύματος (αναφορές σε δημοσιεύσεις του Τύπου).....	176
Πίνακας 23: Ταινίες Νέου Κύματος. Σχηματική αποτύπωση αναφορών δημοσιεύσεων του Τύπου.....	178
Πίνακας 24: Ταινίες προπομποί του Νέου Κύματος (αναφορές δημοσιεύσεων του Τύπου).....	179
Πίνακας 25: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος (αναφορές σε δημοσιεύματα του Τύπου).....	181
Πίνακας 26: Πίνακας επίσημων ιστοσελίδων και διαδικτυακών πλατφορμών.....	209



Πίνακας 27: Δεδομένα σχετικά με την καταγεγραμμένη αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	214
Πίνακας 28: Υπερσύνδεσμοι (links) για τα τρέιλερ στο you tube.....	217
Πίνακας 29: Πρώτη πρόταση των συνόψεων των ταινιών.....	221
Πίνακας 30: Συνόψεις ταινιών.....	225
Πίνακας 31: Ατάκες των ταινιών από το IMDb.....	226
Πίνακας 32: Πίνακας με λέξεις-κλειδιά πλοκής από το IMDb.....	227
Πίνακας 33: Αναφορές στον σκηνοθέτη της ταινίας.....	253
Πίνακας 34: Ατάκες αφισών.....	254
Πίνακας 35: Κριτικές ταινιών στις αφίσες Dogtooth και Άλπεις.....	257
Πίνακας 36: Κριτικές ταινιών στις αφίσες Dogtooth, Attenberg και Άλπεις.....	258
Πίνακας 37: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος.....	281
Πίνακας 38: Ταινίες Νέου Κύματος.....	283

### **Κατάλογος Διαγραμμάτων**

Διάγραμμα 1: Το ποπίο της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής αγοράς για το 2013.....	44
Διάγραμμα 2: Ποσοστό κειμένων επιστημονικού λόγου ανά έτος δημοσίευσης.....	113
Διάγραμμα 3: Ιδιότητες συντακτών δημοσιευμάτων του Τύπου.....	160
Διάγραμμα 4: Αριθμός κειμένων Τύπου ανά έτος δημοσίευσης.....	168
Διάγραμμα 5: Ποσοστά δημοσιευμάτων Τύπου με βάση την έκτασή τους.....	190
Διάγραμμα 6: Επιστημονικές δημοσιεύσεις και κείμενα Τύπου.....	280



## Πρόλογος – Ευχαριστίες

Η καλλιτεχνική παραγωγή μιας χώρας φέρει αναμφισβήτητα τα σημάδια της εποχής της. Πόσο μάλιστα όταν η συγκεκριμένη τέχνη που, στο πλαίσιο της ελληνικής καλλιτεχνικής παραγωγής, θα μας απασχολήσει στο βιβλίο αυτό είναι ο κινηματογράφος, μια τέχνη που απαιτεί σημαντικούς πόρους αλλά και τη συνδρομή και συνεργασία διαφορετικών καλλιτεχνικών δρώντων καθώς και άλλων συντελεστών στο ευρύτερο θεσμικό περιβάλλον. Ο κινηματογράφος ως πολιτιστικό φαινόμενο παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο πλαίσιο της κοινωνιολογίας του πολιτισμού καθώς αποτελεί ένα πεδίο στον κόσμο της τέχνης που αναπτύσσεται παράλληλα με ευρύτερες κοινωνικές και πολιτισμικές διεργασίες. Παρόλο που οι δημιουργοί βρίσκονται συμβολικά στο επίκεντρο του κόσμου της τέχνης, η συμμετοχή τους σε δίκτυα συνεργασίας και η παράλληλη, επιτυχής δράση διαφορετικών συνεργατών και θεσμών διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάδειξη του έργου τους και στην τοποθέτησή τους στο πλαίσιο καλλιτεχνικών ρευμάτων. Ως ένα συλλογικό, λοιπόν, καλλιτεχνικό προϊόν που απαιτεί σημαντικούς πόρους και μέσα για τη δημιουργία έργων, ο κινηματογράφος αναδεικνύει, όσο καμία άλλη πολιτιστική παραγωγή, τις πρακτικές με τις οποίες οι δημιουργοί αποδίδουν νόημα και εν τέλει δημιουργούν τα έργα αυτά σε συγκεκριμένα χωροχρονικά περιβάλλοντα.

Το βιβλίο αυτό ευελπιστεί να αποτελέσει μια συνεισφορά στην εμπειρική έρευνα και βιβλιογραφία στη σύγχρονη ελληνική κοινωνιολογία του πολιτισμού. Πραγματεύεται ζητήματα γύρω από τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο σε μια προσπάθεια να χαρτογραφηθούν τα πρώτα βήματα και η πορεία ενός «Νέου Κύματος» που αναπτύχθηκε στην ελληνική επικράτεια, ενώ άκμασε και διακρίθηκε τόσο εντός όσο και εκτός συνόρων. Οι δονήσεις στο ευρύτερο πολιτικό σκηνικό, οι αλλαγές στο επίπεδο της παραγωγής, η εξωστρέφεια και οι συνέργειες στον ευρύτερο επαγγελματικό χώρο αποτελούν τις πρώτες ενδείξεις αλλαγών στο πλαίσιο αυτό. Με αναφορές στο σύνολο των παραγόντων που επηρέασαν την ανάπτυξη αυτού του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, η παρούσα μελέτη εστιάζει κυρίως στις διαδικασίες κατασκευής, διαμεσολάβησης και καθιέρωσης του φαινομένου αυτού.

Η διαπραγμάτευση ενός πολιτισμικού φαινομένου ενώ αυτό βρίσκεται σε εξέλιξη παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον και, συνάμα, αρκετές δυσκολίες σε πολλά επίπεδα. Το ιδιαίτερο του εγχειρήματος έγκειται στο γεγονός ότι το κύριο τμήμα της έρευνας πραγματοποιήθηκε το 2016, κατά τη διάρκεια, δηλαδή, της ακμής του φαινομένου. Κατ' αυτόν τον τρόπο διατήρησε αρχικά μια «εν θερμώ» επαφή με τον ίδιο τον επαγγελματικό χώρο, την περιρρέουσα ατμόσφαιρα και τους σύγχρονους ιδεολογικούς δημόσιους λόγους. Στη συνέχεια, έπειτα από πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών, το 2018, επιλέχθηκε να δημοσιευτεί, κατόπιν τυφλής αξιολόγησης από δύο κριτές-μέλη της πανεπιστημιακής και ερευνητικής κοινότητας. Τόσο η διαδικασία της αξιολόγησης από τους ανώνυμους κριτές όσο και η χρονική απόσταση

που μεσολάβησε, συντέλεσαν ώστε η έρευνα να ενισχυθεί θεωρητικά αλλά και να αποκρυσταλλωθούν τα κύρια συμπεράσματα και οι κατευθύνσεις του φαινομένου αυτού.

Πέρα από τις θεωρητικές και εννοιολογικές προκλήσεις, μεταξύ των δυσκολιών που κλήθηκαν οι συγγραφείς να αντιμετωπίσουν κατά τη διάρκεια συγγραφής και ολοκλήρωσης του βιβλίου συγκαταλέγονται η δυσκολία διασφάλισης της άδειας των δημιουργών ή/και των δικαιούχων των πνευματικών δικαιωμάτων για την αναδημοσίευση των αφισών και εν γένει του οπτικού υλικού που αξιοποιήθηκε στο πλαίσιο της επικοινωνιακής στρατηγικής για την προώθηση των ταινιών του Νέου Κύματος. Η δυσκολία ή ακόμα και η άρνηση ορισμένων καλλιτεχνών να μιλήσουν για τις συνθήκες δημιουργίας και παραγωγής των έργων τους, την επικοινωνιακή στρατηγική που ακολούθησαν για την προώθησή τους στο ελληνικό και παγκόσμιο κοινό και τις διεθνείς διοργανώσεις και κυρίως για τη στάση τους απέναντι στο Νέο Κύμα, τους εκπροσώπους και τα χαρακτηριστικά του, υπήρξε μία ακόμα δυσχέρεια που κληθήκαμε να υπερβούμε.

Τα παραπάνω δεν παρατίθενται για να αποθαρρύνουν κάθε ενδιαφερόμενο ερευνητή να ασχοληθεί με παρόμοια ζητήματα για τον κινηματογράφο ή για τον κόσμο της τέχνης γενικότερα. Στόχος αυτών των διαπιστώσεων είναι να παρουσιάσουν με ακρίβεια τα όσα αναμενόμενα ή και απρόσμενα προέκυψαν κατά τη διαδικασία της έρευνας, της συγγραφής, της επιμέλειας και της ολοκλήρωσης του βιβλίου. Κι ενώ τα κινηματογραφικά έργα προσφέρουν ανεκτίμητα δώρα στους ανθρώπους, την κοινωνία και την πολιτιστική μας κληρονομιά, ένα βασικό «δίδαγμα» που προέκυψε από την ερευνητική αυτή διαδικασία είναι ότι ο κόσμος της τέχνης έχει ανάγκη και την επιστήμη για την καθιέρωσή της. Μια επιστήμη που θα ανοίξει δίαυλους επικοινωνίας μεταξύ της καλλιτεχνικής δημιουργίας και των πρακτικών στο πεδίο και θα παρέχει τα κατάλληλα κλειδιά και εργαλεία για την ενίσχυση της καλλιτεχνικής αξίας, των στρατηγικών κατευθύνσεων και την κατανόηση της κοινωνίας μας.

Η εκπόνηση του βιβλίου δε θα ήταν εφικτή χωρίς την έμπρακτη συμπαράσταση και υποστήριξη πολλών ανθρώπων, που ήταν στο πλευρό μας και πρόσφεραν τον χρόνο, τις γνώσεις και σχετικό υλικό απαραίτητα για τη συγγραφή του πονήματος αυτού. Καταρχήν θα θέλαμε να απευθύνουμε ένα μεγάλο ευχαριστώ στον κ. Γιώργο Γραμματικάκη, ο οποίος κατά τη διάρκεια της θητείας του στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο μερίμνησε για την ανάδειξη των επιτευγμάτων των νέων ελλήνων κινηματογραφιστών, στήριξε έμπρακτα τη δική μας συμβολή στην κινηματογραφική έρευνα και διοργάνωσε ειδική εκδήλωση στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στις Βρυξέλλες, το 2018, με θέμα τα «Διδάγματα από το Νέο Κύμα του ελληνικού κινηματογράφου και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει η καλλιτεχνική δημιουργία στην Ευρώπη». Δίχως τη δική του ενίσχυση, η μελέτη αυτή δε θα είχε καν ξεκινήσει.

Θερμές ευχαριστίες θα θέλαμε να απευθύνουμε και στο Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών για την έκδοση του βιβλίου αυτού στο πλαίσιο της αξιολογής αποστολής του

περί προαγωγής και ανάπτυξης της κοινωνικής έρευνας στην Ελλάδα και των επιμέρους δράσεων του για την ανάδειξη και διάχυση της γνώσης.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε επίσης, τους δύο ανώνυμους κριτές για τα εποικοδομητικά σχόλια και τις επισημάνσεις τους, τα οποία ανέδειξαν ζητήματα και διαστάσεις του θέματος που ενίσχυσαν το θεωρητικό υπόβαθρο του βιβλίου καθώς και τα μέλη της Επιτροπής Ηλεκτρονικών Εκδόσεων του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών Έρση Ζακοπούλου, Κατερίνα Σάββα και Νίκο Σουλιώτη για την αδιάλειπτη υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια υποβολής, αξιολόγησης και έκδοσης της παρούσας μελέτης.

Ευχαριστούμε ιδιαίτερως την κα Μαρία Τοπάλη, για τη συνέπεια και την αφοσίωση κατά την επιμέλεια του κειμένου καθώς και τους Γιώργο Παπαναγιώτου και Άρη Καραταράκη από την εταιρεία [thinking.gr](http://thinking.gr) για τον σχεδιασμό του εξωφύλλου και την συνολική επιμέλεια του βιβλίου.

Προηγούμενες εκδοχές ή τμήματα καθώς και επιμέρους ζητήματα σχετικά με τη μελέτη αυτή έχουν επίσης ωφεληθεί από τις εισηγήσεις σε συνέδρια (π.χ. το 13<sup>th</sup> Conference of the European Sociological Association, το 2017, με θέμα: «(Un)Making Europe: Capitalism, Solidarities, Subjectivities»), την αξιολόγηση στο πλαίσιο υποβολών σε επιστημονικά περιοδικά αλλά και από τις συζητήσεις με συναδέλφους πανεπιστημιακούς, ερευνητές, σκηνοθέτες, παραγωγούς κ.ά.

Ευχαριστούμε ιδιαίτερως, τις συναδέλφους Αφροδίτη Νικολαΐδου και Άννα Πούπου, για κάποιες πρώτες συζητήσεις σχετικά με την ανάδυση του Νέου Κύματος καθώς και τη Λυδία Παπαδημητρίου και τον Γιάννη Τζιουμάκη για τα ενδιαφέροντα σχόλια και την κριτική ανάγνωση μέρους της δουλειάς αυτής που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό *Journal of Greek Media and Culture*.

Οι εταιρείες παραγωγής και διανομής *Αργοναύτες ΑΕ, Beben Films, Boo Productions, Channel Four Television Corporation, Element Pictures, Faliro House, Haos Film, Haut et Court, Heretic, Homemade Films, Horsefly Films, Lemming Film, Plays2Place Productions, Playtime, Pro-fun Media, Protagonist Pictures, Pyramide Films, Scarlet Films, Strand Releasing, The British Film Institute* μας παραχώρησαν τα δικαιώματα αναδημοσίευσης στο πλαίσιο της παρούσας έκδοσης των κινηματογραφικών αφισών που αποτελούν μέρος της ανάλυσης της επικοινωνιακής στρατηγικής. Θερμές ευχαριστίες θέλουμε να απευθύνουμε, όμως, κυρίως στους ανθρώπους πίσω από τις εταιρείες αυτές για τη θετική τους διαμεσολάβηση και πιο συγκεκριμένα στους Μαρία Δρανδάκη, Πάνο Κούτρα, Αμάντα Λιβανού, Έκτορα Λυγίζο, Ηρακλή Μαυροειδή, Ιωάννα Μπολομούτη, Ιοκάστη Ταρνανίδη, Γιώργο Τσουργιαννη, Βασιλή Χρυσανθόπουλο, Sarah Coker, Ivan Cush, Kira Lavac, Marielle Membreno, Coline Moret, Mounia Wissinger, καθώς και τους δημιουργούς Ιφιγένεια Βασιλείου, Κατερίνα Παναγιώτου και Τάσο Παυλόπουλο.

Τέλος, δεν μπορούμε να παραλείψουμε να ευχαριστήσουμε την εικαστικό Ειρήνη Λιναρδάκη – η οποία συμμετέχει ενεργά σε καλλιτεχνικά έργα και εκθέσεις σε όλο τον κόσμο – που μας παραχώρησε την άδεια να αναδημοσιεύσουμε στο εξώφυλλο του βιβλίου

μας το ψηφιακό κολλάζ *The thing that waits I*, 2019. Μέσα από το έργο της αναδεικνύει το αναπάντεχο, το απροσδόκητο της επόμενης ημέρας, τις μνήμες που ενυπάρχουν στα στοιχεία πολιτιστικής κληρονομιάς και ανασυντίθενται σε νέες μορφές και σχήματα σαν ένα δημιουργικό κύμα που απλώνεται παντού.

Το βιβλίο αυτό «παραδίδεται στα χέρια» κάθε ενδιαφερόμενου αναγνώστη και μελετητή με την ελπίδα της συμβολής στην περαιτέρω διεύρυνση του πεδίου και της βιβλιογραφίας γύρω από την κοινωνιολογία του πολιτισμού καθώς και στην περαιτέρω εμβάθυνση στις διαδικασίες καλλιτεχνικής παραγωγής, καθιέρωσης και επικοινωνίας στον κόσμο της τέχνης εκ μέρους των θεσμικών συντελεστών που, ως καθ' ύλην αρμόδιοι, εργάζονται στην παραγωγή, την προώθηση και τον στρατηγικό σχεδιασμό του ελληνικού κινηματογράφου και του πολιτισμού εν γένει. Ευχή μας είναι το πόνημα αυτό να θεωρηθεί συνάμα και ως ένα είδος οφειλόμενης απόδοσης τιμής σε μια γενιά δημιουργών που σε αντίξοες συνθήκες συνεχίζει την επιτυχημένη καλλιτεχνική της δράση και ελπίδα μας είναι να τους μεταφέρει μια ικανοποιητική αίσθηση για τον τρόπο με τον οποίο η επιστήμη αντιλαμβάνεται, ερμηνεύει και – ως μας επιτρέπει η έκφραση – συνδιαμορφώνει τον αντίκτυπο του έργου τους διαχρονικά.

## Εισαγωγή

Στη σύγχρονη εποχή, το διαδίκτυο και η ψηφιακή διάχυση της πληροφορίας έχει αλλάξει ριζικά τους τρόπους ανάδειξης και προώθησης καλλιτεχνικών προϊόντων και, κατ' επέκταση, την καταξίωσή τους. Παρόλο που οι δημιουργοί βρίσκονται συμβολικά στο επίκεντρο του κόσμου της τέχνης, η συμμετοχή τους σε δίκτυα συνεργασίας και η παράλληλη, επιτυχής δράση διαφορετικών συνεργατών και θεσμών διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάδειξη του έργου τους και στην τοποθέτησή τους στο πλαίσιο καλλιτεχνικών ρευμάτων. Ο «κόσμος της τέχνης» περιγράφεται ως ένα πλέγμα σχέσεων και ένα σύστημα πληροφορίας, η δυναμική του οποίου χαρακτηρίζεται από συνεχή κινητικότητα και εναλλαγή ρόλων και λειτουργιών μεταξύ ανθρώπων, ιδρυμάτων και θεσμών (Alloway, 1984, σελ. 222).

Πρόκειται για μια έννοια που είχε εισαγάγει ο Howard Becker το 1974 και η οποία μας απομακρύνει από την ιδεατή εικόνα του καλλιτέχνη ως αυτόνομου υποκειμένου, υπενθυμίζοντάς μας ότι ευρύτεροι παράγοντες και διεργασίες μεσολαβούν στην παραγωγή και διακίνηση των καλλιτεχνικών έργων. Ο κόσμος της τέχνης αποτελεί ένα σύστημα που περιλαμβάνει τις εισροές (ανθρώπους, πόρους, μέσα), τους μετασχηματισμούς (συμβολικές αξίες, σημασίες, ιδεολογίες, αλλά και τεχνικές ή πρακτικές) και τις εκροές (έργα τέχνης, καλλιτεχνικές δράσεις, πολιτιστικά αγαθά, υπηρεσίες θεσμών τέχνης), ενώ απευθύνεται και ανατροφοδοτείται από το κοινό των ομάδων ενδιαφέροντος (stakeholders) και από το κοινό (Οικονόμου, 2003, σελ. 329). Αυτό το σύστημα σχέσεων και πρακτικών στους κόσμους της τέχνης, το επονομαζόμενο «πακέτο», όπως το χαρακτηρίζει ο Becker (1995), δημιουργεί όμως συχνά και μια ισχυρή αδράνεια στο εσωτερικό του πεδίου. «Όταν θελήσει κάποιος να απομακρυνθεί από το σύνηθες πακέτο, διαπιστώνει ολοένα και περισσότερο ότι όλα όσα σχετίζονται με τη δημιουργία γίνονται πιο περίπλοκα και δύσκολα» (Becker, 1995, σελ. 306). Η σταθερότητα παρουσιάζεται συχνά ως στοιχείο αναχαίτισης της δημιουργικής διαδικασίας στους κόσμους της τέχνης. Η καινοτομία είναι δυνατό να συμβεί κατά τον Becker (1995, σελ. 301) όταν οι άνθρωποι είναι πρόθυμοι να μπουκώσουν στον κόπο να κάνουν τα πράγματα με τον δύσκολο τρόπο. Πέρα όμως από την πρόθεση των ίδιων των δημιουργών, στους κόσμους της τέχνης συχνά η ρίζη με τις συμβάσεις που σχετίζονται με τον υπάρχοντα κανόνα, τα είδη και την κυρίαρχη λογική συνδέεται με ένα ασταθές πολιτισμικό πεδίο και με περιόδους θεσμικών αλλαγών.

Η έρευνα έχει επισημάνει επίσης ότι η παραγωγή πολιτιστικών προϊόντων διαμορφώνεται από ένα πολύπλοκο σύστημα παραγωγών, διανομών, μέσων ενημέρωσης και κριτικών, που μεσολαβούν ανάμεσα στους πολιτιστικούς δημιουργούς και τους τελικούς αποδέκτες. Λόγω της δυσκολίας και της ασάφειας για την αξιολόγηση της ποιότητας των καλλιτεχνικών ειδών, οι κριτικοί διαδραματίζουν συχνά έναν ιδιαίτερα κρίσιμο ρόλο ως πυλωροί (gatekeepers) (Hirsch, 1972), ενδιάμεσοι καταναλωτές (Griswold, 1987) και

μεσολαβητές της απόκρισης του κοινού-καταναλωτή (Shrum, 1991) σε πολλές πολιτιστικές βιομηχανίες. (Glynn & Lounsbury, 2005, σελ. 1032)

Πιο πρόσφατα, έχει υπάρξει αυξανόμενη προσοχή στον ρόλο και τον αντίκτυπο των κριτικών σε διάφορα επιστημονικά πεδία στην κοινωνιολογία του πολιτισμού (π.χ. Baumann, 2002· Holbrook, 1999· Janssen, 1997· Kersten & Bielby, 2012· Janssen et al, 2008). Καθώς το ενδιαφέρον για τους κριτικούς έχει αυξηθεί, η έρευνα έχει επεκταθεί πέρα από την εστίαση στον καθοριστικό ρόλο των κριτικών ως διαμορφωτών της αγοράς και στον τρόπο με τον οποίο οι κριτικοί δρουν ως βασικοί παράγοντες που δίνουν νόημα στα πολιτιστικά πεδία. Πράγματι, ο ρόλος της κριτικής στην αναγνώριση και αξιολόγηση των πολιτιστικών αγαθών έχει ιστορικά αποβεί καθοριστικός στην ανάπτυξη καλλιτεχνικών ρευμάτων στον χώρο της τέχνης. Στο πλαίσιο αυτό εγγράφεται και η παρούσα μελέτη, σε μια προσπάθεια να διερευνήσουμε πώς η ενσωμάτωση του κριτικού κι επιστημονικού λόγου σε θεσμικά πεδία επηρεάζει την πολιτισμική αξιολόγηση και την καθιέρωση στον κόσμο του κινηματογράφου.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σημαντική αύξηση του διεθνούς ενδιαφέροντος για τον ελληνικό κινηματογράφο ως επακόλουθο της μεγάλης επιτυχίας των σύγχρονων ελληνικών ταινιών σε παγκόσμια κινηματογραφικά φεστιβάλ. Αυτή η αυξημένη συμμετοχή και προβολή του ελληνικού κινηματογράφου στα σημαντικότερα κινηματογραφικά φεστιβάλ του κόσμου, τροφοδοτήθηκε και κατασκευάστηκε αρχικά από τα διεθνή Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) καθώς η Ελλάδα είναι στο επίκεντρο των εξελίξεων λόγω των οικονομικών και πολιτικών συνθηκών από το 2008.

Ιδιαίτερα μετά την εξαιρετική πορεία της ταινίας *Κυνόδοντας* του Γιώργου Λάνθιμου το 2009, πολλοί κριτικοί και θεωρητικοί του κινηματογράφου καθώς και διεθνείς ευρωπαϊκοί και τοπικοί κινηματογραφικοί παράγοντες συνηγορούν υπέρ του ότι η ελληνική παραγωγή έχει εισέλθει σε μια φάση εξαιρετικής δημιουργικότητας και ανανέωσης. Το *Attenberg* της Αθηνάς Ραχήλ Τσαγγάρη (2010) αποτελεί την ουσιαστική συνέχεια, δίνοντας την απαραίτητη βάση αρχικά στους κριτικούς του κινηματογράφου και, στη συνέχεια, στην επιστημονική κοινότητα να κάνουν λόγο για την ύπαρξη μιας ομάδας καλλιτεχνών με κοινές αφετηρίες, αισθητική, αλλά και κοινά προβλήματα, όπως για παράδειγμα αυτό της χρηματοδότησης των ταινιών τους μεσούσης μιας πρωτοφανούς οικονομικής κρίσης.

Το 2011, ένα δημοσίευμα του Steve Rose, κριτικού κινηματογράφου στην εφημερίδα *The Guardian*, λειτουργεί ως χιονοστιβάδα στη μετέπειτα πορεία των ταινιών αυτών, καθώς έρχεται να «βαφτίσει» το νέο κύμα («weird wave of greek cinema»), τα δείγματα, δηλαδή, μιας νέας καλλιτεχνικής γραφής στον χώρο του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Οι «ανεξήγητα παράξενες» ταινίες μιας χώρας, η εικόνα της οποίας – σύμφωνα με τον Rose – έχει παγκοσμίως αλλάξει από ένα μεσογειακό, ειδυλλιακό μέρος για διακοπές σε ένα ανυπότακτο μέρος με πολλά προβλήματα, κεντριζούν το ενδιαφέρον με την «ασυνήθιστη» ματιά τους (Rose, 2011).



Η δημιουργία ενός νέου, αναγνωρίσιμου κι αισθητικά πρωτοπόρου, δυναμικού φαινομένου, υπό τον τίτλο «weird wave of greek cinema», ενός όρου αμφιλεγόμενου και γενικευτικού, που εν πολλοίς δε θα γίνει αποδεκτός από τους Έλληνες δημιουργούς, τροφοδοτεί τη συζήτηση σχετικά με την ελληνική δημιουργία στον κινηματογράφο, στα μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο και αποτελεί αντικείμενο επιστημονικού ενδιαφέροντος. Σ' αυτό το πλαίσιο δημοσιογράφοι, κριτικοί κινηματογράφου, σινεφίλ και bloggers, μέλη της επιστημονικής κοινότητας και ερευνητές επιδιώκουν να καταγράψουν, περιγράψουν, αποκωδικοποιήσουν και, τελικά, συστήσουν στο κοινό τα χαρακτηριστικά ενός νέου φαινομένου, που εντοπίζεται στην ελληνική κινηματογραφική παραγωγή.

Ως εκ τούτου, η ονοματοδοσία του Rose τυγχάνει ευρείας αναφοράς στον κριτικό δημοσιογραφικό τύπο και στα ΜΜΕ αλλά και σε επιστημονικές μελέτες και δεν αργεί να αποτελέσει ένα πλαίσιο διαλόγου αλλά και στρατηγική προσέλευσης ενδιαφέροντος για διαφορετικά είδη κοινού στο ευρύτερο πολιτιστικό πεδίο. Όπως θα αναλυθεί διεξοδικότερα στις επόμενες σελίδες, η έννοια του «παράξενου νέου κύματος» με διάφορες παραλλαγές έχει ενσωματωθεί και αποτελέσει αντικείμενο δημοσιογραφικού, επιστημονικού και επαγγελματικού λόγου σε συνέδρια, διημερίδες,<sup>1</sup> και συζητήσεις στο πλαίσιο δράσεων μεγάλων πολιτιστικών οργανισμών<sup>2</sup> αλλά και αφορμή για την προώθηση του ελληνικού κινηματογράφου σε φεστιβάλ του εξωτερικού.

Η ανάδυση του Νέου Κύματος τροφοδοτεί στη συνέχεια μια σειρά από πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία νέων επιστημονικών περιοδικών που έρχονται να καλύψουν ένα κενό στον τομέα των σπουδών κινηματογράφου και ΜΜΕ. Αρκετοί είναι και οι μελετητές από τον χώρο των κινηματογραφικών σπουδών που έχουν στρέψει την προσοχή τους στη σύγχρονη ελληνική παραγωγή, εντοπίζοντας κοινά χαρακτηριστικά τόσο στον τρόπο παραγωγής και προώθησης όσο και σε αφηγηματικά και μορφολογικά χαρακτηριστικά.

Η δυναμική του φαινομένου έχει ξεφύγει από τα στενά πλαίσια συζήτησης που αφορούν τους δημιουργούς και τα έργα τους και την αναπαράσταση της κοινωνίας της κρίσης, και μετεξελίσσεται γρήγορα σ' ένα αυτόνομο καλλιτεχνικό και επικοινωνιακό φαινόμενο. Μεταξύ άλλων, αποτελεί ένα είδος επικοινωνιακής στρατηγικής και μάρκετινγκ για την εξωστρέφεια του ελληνικού κινηματογράφου, την ενίσχυση της καλλιτεχνικής δημιουργικότητας, την προώθηση επαγγελματικής κουλτούρας αλλά και μια πρόταση ανάγνωσης της ελληνικής πραγματικότητας σε διεθνές επίπεδο.

Στόχος της μελέτης αυτής είναι να ρίξει φως στις διαδικασίες κατασκευής και ανάδυσης αυτού του φαινομένου μέσα από την παραγωγή και την πρόσληψη της κριτικής και του δημοσιογραφικού λόγου, τις εννοιολογήσεις του επιστημονικού λόγου αλλά και τις

1. Ελληνική Ακαδημία Κινηματογράφου, Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Ωνάση, *Riding the Greek Wave*, 29-30 Σεπτεμβρίου 2012 και 28-29 Σεπτεμβρίου 2013. Ελληνική Ακαδημία Κινηματογράφου, Σύνδεσμος Υποτρόφων Ιδρύματος Ωνάση, *Riding the Greek Wave*, 28 & 29 Σεπτεμβρίου 2013.

2. Στέγη Γραμμάτων & Τεχνών. Μέγαρον Μουσικής Αθηνών, *Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα*; MegaronPlus, 07 Μαρτίου 2013.

πρακτικές στον τομέα του μάρκετινγκ και της προώθησης. Η τοποθέτηση αυτών των νέων δεδομένων μέσα στο πλαίσιο των κοινωνικών, πολιτικών, οικονομικών και ευρύτερων πολιτισμικών μετασχηματισμών στο πεδίο της επικοινωνίας και του πολιτισμού, κάνει τη μελέτη του φαινομένου αυτού ενδιαφέρουσα για τις διαδικασίες κατασκευής, διαμόρφωσης και προώθησης ενός νέου κινηματογραφικού ρεύματος.

Πρόκειται, όμως, πράγματι για ένα Νέο Κύμα στον χώρο του κινηματογράφου και ποια τα χαρακτηριστικά του; Υπό τον όρο «Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο» συμπεριλαμβάνουμε όλες τις διεργασίες των τελευταίων χρόνων που οδήγησαν στην ανάδυση μιας νέας γενιάς ανεξάρτητων δημιουργών, των οποίων το έργο συνομιλεί με μοντερνιστικές κινηματογραφικές τάσεις και εντάσσεται στον art-house κινηματογράφο.

Η αναγνώριση ενός Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο, όπως και κάθε καλλιτεχνικού κινήματος, σχετίζεται άμεσα με την αποδοχή του από τμήματα του κοινού, κατά πόσον, δηλαδή, συμφωνεί το κοινό ότι υπάρχει ένα νέο κύμα. Η συμβολή διαφόρων θεσμικών και επικοινωνιακών παραγόντων στο πλαίσιο αυτό φαίνεται να είναι καθοριστική για την πορεία του. Στην περίπτωση, δε, μιας τάσης που παρουσιάζεται σε μια μικρή εθνική κινηματογραφία και απευθύνεται σε ένα πιο ειδικό κοινό, έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να διερευνηθεί κατά πόσον η αναγνώριση και η καθιέρωσή της συνδέονται με παράγοντες όπως οι καλλιτέχνες του είδους, οι επιστήμονες, οι κριτικοί, οι θεσμικοί συντελεστές και άλλοι δρώντες του κινηματογραφικού πεδίου, οι οποίοι προσδίδουν αξία σε ένα καλλιτεχνικό-πολιτιστικό προϊόν (Baumann, 2007). Η έμφαση στην ανάλυση του κριτικού και επιστημονικού λόγου ανταποκρίνεται στην πρόταση του Shrum (1991, σελ. 372) προς τους ερευνητές για την ανάγκη να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή στον κριτικό λόγο και σε άλλες μορφές δευτερογενούς λόγου, καθώς οι επιδράσεις των κριτικών και οι συνθήκες υπό τις οποίες συμβαίνουν απαιτούν ενσωμάτωση στις κοινωνιολογικές θεωρίες για τη συμμετοχή στην τέχνη. Ουσιαστικά κατά τον Schrum (1991, σελ. 351) ο ίδιος ο κριτικός λόγος μπορεί να αποτελεί τη βάση των σχηματισμένων απόψεων καθώς και των αλληλεπιδράσεων που αφορούν ένα αντικείμενο. Σ' αυτό το πλαίσιο, στην παρούσα μελέτη εστιάζουμε ειδικότερα στους παράγοντες διαμεσολάβησης και θεσμοποίησης του Νέου Κύματος βάσει των παρακάτω ερευνητικών ερωτημάτων:

- Πώς παρουσιάζεται, περιγράφεται και ερμηνεύεται σε επιστημονικά κείμενα αλλά και στον κριτικό έντυπο/ηλεκτρονικό τύπο το φαινόμενο του «Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο»; Πώς προσεγγίζεται και πώς προσδιορίζεται;
- Τί είναι το «παράξενο» που χαρακτηρίζει το Νέο Κύμα; Πώς το συζητούν, προσεγγίζουν και εξηγούν οι δημοσιογράφοι και κριτικοί κινηματογράφου και πώς οι επιστήμονες και ερευνητές;
- Ποια η συμβολή της στρατηγικής μάρκετινγκ και των επικοινωνιακών τακτικών στην πλαισίωση και προώθησή του στον κόσμο του κινηματογράφου;

Έτσι, κεντρικός στόχος της μελέτης μας είναι να συμβάλλουμε και να επεκτείνουμε τη συζήτηση σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους ένα πολιτιστικό προϊόν ή ένα σύνολο καλλιτεχνικών προϊόντων που έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά αποκτούν καλλιτεχνική αξία και αναγνώριση.

Στο πρώτο εισαγωγικό κεφάλαιο θα επιχειρήσουμε να κάνουμε μια συνολική χαρτογράφηση όλων των παραγόντων του κόσμου της τέχνης που συνδέονται με την ανάδυση του Νέου Κύματος, βασισμένη στην προσέγγιση του Baumann (2007). Στο πλαίσιο αυτό, θα συζητηθούν ορισμένοι από τους ενδογενείς αλλά και τους εξωγενείς παράγοντες που συντέλεσαν άμεσα ή έμμεσα στην ανάδυση του φαινομένου αυτού. Οι οικονομικές και πολιτικές συνθήκες εντός των οποίων αναγκάστηκε να συσταθεί και να προωθηθεί η σύγχρονη ελληνική παραγωγή συνθέτουν το ευρύτερο σκηνικό. Το ζήτημα του περιορισμού της κρατικής χρηματοδότησης και η αδράνεια των θεσμικών φορέων αποτελούν κυρίαρχους παράγοντες που συντέλεσαν στην αναζήτηση νέων πηγών χρηματοδότησης και μοντέλων παραγωγής. Ο διεθνοποιημένος χαρακτήρας του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης, η κατάργηση των κρατικών βραβείων ποιότητας και η σύσταση της Ακαδημίας Ελληνικού Κινηματογράφου αποτελούν ενδογενείς παράγοντες της κινηματογραφικής αγοράς. Από την άλλη, η πολιτιστική δημιουργικότητα και η δράση της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον οπτικοακουστικό χώρο, μέσα από προγράμματα εκπαίδευσης, κατάρτισης και χρηματοδότησης αλλά και η καθοριστική σημασία των κινηματογραφικών φεστιβάλ ως δημιουργών αλλά και αποδεκτών των ταινιών του Νέου Κύματος αποτέλεσαν κριτικούς εξωγενείς παράγοντες προς τη διαμόρφωση και την ανανέωση του ρεύματος αυτού.

Σ' αυτό το πλαίσιο, θα διερευνηθούν οι λόγοι και οι παράγοντες που επέτρεψαν την εμφάνιση αυτής της εξωστρέφειας στην κινηματογραφική αγορά, συζητώντας την ανάδυση μιας νέας γενιάς σκηνοθετών, σεναριογράφων και παραγωγών, η οποία έχει ωφεληθεί από τη συμμετοχή σε ευρωπαϊκά πολιτιστικά προγράμματα, παρουσιάζει έντονη κινητικότητα και κυρίως αναπτύσσει την ικανότητά της να παράγει νέες αισθητικές τάσεις από οικονομική αναγκαιότητα. Ειδική μνεία θα γίνει στην εκπαίδευση, τις δραστηριότητες ανάπτυξης και χρηματοδότησης που προσφέρονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση σε σκηνοθέτες και παραγωγούς για να αναπτύξουν και να προωθήσουν τα έργα τους σε διεθνές επίπεδο, στοιχεία τα οποία είχαν μεγάλη επίδραση στη δημιουργία, εξωστρέφεια και προβολή του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Ο ρόλος που διαδραματίζουν οι αγορές των φεστιβάλ (festival markets), τα συστήματα συμπαραγωγής, αλλά και οι sales agents στην περαιτέρω προώθηση και εμπορική εκμετάλλευση αυτών των ταινιών αποτελούν παράγοντες που θα συζητηθούν επίσης.

Στη συνέχεια τα κεφάλαια 2, 3, 4 εστιάζουν στις διαδικασίες εννοιολόγησης και ορισμού του φαινομένου αυτού. Πιο συγκεκριμένα, θα αναζητηθούν οι τρόποι που οριοθετείται/συγκροτείται το Νέο Κύμα στα κείμενα του δημοσιογραφικού λόγου, στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο, καθώς και στα δημοσιευμένα συγγραφικά πονήματα

πανεπιστημιακών και ερευνητών, προκειμένου να «φωτιστούν» οι επιμέρους πτυχές του φαινομένου όπως τις αναδεικνύουν οι ίδιοι οι συγγραφείς των κειμένων. Στο πλαίσιο αυτό, κύριος στόχος είναι να αναζητηθεί ο τρόπος που αναδεικνύεται, περιγράφεται και ερμηνεύεται σε επιστημονικά κείμενα αλλά και στον κριτικό/έντυπο τύπο το φαινόμενο του «Νέου Κύματος» στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Παράλληλα δε, διερευνώνται οι λόγοι (discourses) γύρω από την αποδιδόμενη στις ταινίες αυτής της γενιάς σκηνοθετών έννοια της παραδοξότητας.

Για τη διερεύνηση των παραπάνω ερωτημάτων και τη μελέτη του φαινομένου συγκροτήθηκε ένα corpus από μια πλειάδα κειμενικών ειδών του δημοσιογραφικού και του επιστημονικού λόγου, η μεθοδολογία του οποίου θα αναπτυχθεί αναλυτικά στο κεφάλαιο 2.

Ακολούθως, στο κεφάλαιο 5 θα εξεταστούν οι στρατηγικές ανάπτυξης (development) και προώθησης των ταινιών αυτών σε συνάρτηση με τις ιδιαιτερότητες της κινηματογραφικής αγοράς σε όλη την πορεία του κύκλου ζωής των ταινιών. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να εξεταστούν οι επικοινωνιακές πρακτικές και στρατηγικές που ακολουθήθηκαν, από το στάδιο της παραγωγής των ταινιών μέχρι την προβολή τους στις κινηματογραφικές αίθουσες, και να αναδειχθούν τα στοιχεία των ταινιών που προβλήθηκαν περισσότερο στο προωθητικό υλικό που συλλέχθηκε από εγχώριους και διεθνείς παράγοντες της κινηματογραφικής αγοράς. Η επιλογή των ταινιών που λειτούργησαν ως μελέτες περίπτωσης βασίστηκε στις ταινίες που αναδείχθηκαν από τα κείμενα του κριτικού και επιστημονικού λόγου (όπως αυτά αναλύονται και παρουσιάζονται στα πρώτα κεφάλαια). Προκειμένου να αναλυθούν οι τακτικές του μάρκετινγκ και οι στρατηγικές προώθησης, η ανάλυση θα επικεντρωθεί σε συγκεκριμένα τρέιλερ (trailers) ταινιών, αφίσες, συνόψεις και άλλες επικοινωνιακές τακτικές και μοντέλα (όπως το μοντέλο cross-media – οριζόντια πολυκαναλική τακτική – όπου το ίδιο περιεχόμενο αναδημοσιεύεται σε όλα τα επιλεγμένα κανάλια επικοινωνίας και το μοντέλο trans-media – κάθετη πολυκαναλική τακτική –, όπου εξ αρχής δημιουργείται διαφορετικό περιεχόμενο για κάθε κανάλι επικοινωνίας<sup>3</sup>).

Λόγω της πολυπλοκότητας και της δυναμικότητας του φαινομένου χρησιμοποιήθηκαν θεωρητικά πλαίσια από την κοινωνιολογία του πολιτισμού, τις κινηματογραφικές και πολιτισμικές σπουδές αλλά και ένας συνδυασμός μεθόδων όπως η ανάλυση λόγου (discourse analysis), η ανάλυση περιεχομένου (content analysis), η ανάλυση οπτικού λόγου (visual analysis) και η σημειωτική. Η συλλογή των δεδομένων έγινε από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, τα αρχεία του Τμήματος Προγραμμάτων του Ελληνικού

3. Τα url πολλών ιστοσελίδων (όπως οι επίσημες ιστοσελίδες ταινιών) και άλλων υπερσυνδέσμων ελέγχθηκαν το Σεπτέμβριο του 2020. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου ενδέχεται ορισμένα url να μην είναι ενεργά. Ο αναγνώστης έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει κάποιο ψηφιακό αρχείο του παγκόσμιου ιστού όπως το [wayback machine](https://www.archive.org/) όπου μπορεί να αναζητήσει αναλυτικό ιστορικό και να προβάλει επίσης αποθηκευμένα στιγμιότυπα της ιστοσελίδας αυτής.

Κέντρου Κινηματογράφου (ΕΚΚ), την εγχώρια και ευρωπαϊκή νομοθεσία, την Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία, τον Εκτελεστικό Οργανισμό Εκπαίδευσης, Οπτικοακουστικών Θεμάτων και Πολιτισμού (ΕΑΧΕΑ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και από τα αρχεία επίσημων ιστοσελίδων ελληνικών οργανισμών, κινηματογραφικών φεστιβάλ και εταιρειών παραγωγής και διανομής. Στα παραπάνω θα πρέπει να προστεθεί ένας μεγάλος όγκος δημοσιογραφικών κειμένων και κριτικών αλλά και επιστημονικών δημοσιεύσεων και βιβλίων που παρουσιάζονται διεξοδικότερα στο πρώτο κεφάλαιο αλλά και στη βιβλιογραφία.

Το ενδιαφέρον αλλά και η πρόκληση αυτής της μελέτης είναι ότι πραγματοποιήθηκε σε μια περίοδο που το φαινόμενο αυτό ήταν σε πλήρη εξέλιξη σε επίπεδο καλλιτεχνικής δημιουργίας και κατ' επέκταση τόσο ο επιστημονικός όσο και ο κριτικός λόγος αλλά και οι διαδικασίες προώθησης αναπτύσσονταν διαρκώς προς διάφορες κατευθύνσεις. Για λόγους περιοδολόγησης αλλά και συλλογής και ανάλυσης του υλικού, αναγκαστήκαμε να οριοθετήσουμε χρονικά τη συλλογή των δεδομένων όσον αφορά τα δημοσιεύματα στον Τύπο, τον κριτικό λόγο και τις επιστημονικές δημοσιεύσεις. Αναφορικά με το χρονικό διάστημα δημοσίευσης των κειμένων που τελικώς συγκρότησαν το corpus του βιβλίου αυτού, σημειώνεται ότι επελέγη η χρονική περίοδος μεταξύ Ιανουαρίου 2009 και Σεπτεμβρίου 2016 (βλ. επίσης και ενότητα 2.2). Επιπλέον, με το να επικεντρωθούμε σε μια ιστορικά δοσμένη χρονική περίοδο που ισοδυναμεί με μια περίοδο που οι διάφοροι λόγοι περί Νέου Κύματος και «weird wave» βρίσκονται στο απόγειο της συζήτησης αλλά και που συμπίπτουν με την περίοδο της οικονομικής κρίσης, επιδιώκουμε να διερευνήσουμε τον ρόλο του κριτικού λόγου στη διαδικασία παραγωγής νοήματος σε συνθήκες θεσμικών αλλαγών. Εξάλλου, όπως ισχυρίζονται οι θεσμολόγοι (βλ. Glynn & Lounsbury, 2005) οι εξωγενείς κραδασμοί συχνά λειτουργούν ως καταλύτες για αλλαγές στις λογικές που διέπουν την καλλιτεχνική παραγωγή.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, τα αποτελέσματα και οι προοπτικές αυτής της μελέτης που παρουσιάζονται στο κεφάλαιο 6 αναδεικνύουν τη δυναμική και τις κατευθύνσεις αυτού του φαινομένου και παραμένουν ανοιχτά σε νέες προσεγγίσεις και αναλύσεις. Απώτερος στόχος είναι το βιβλίο αυτό να συμβάλει στον επιστημονικό διάλογο για τη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφική παραγωγή, ευελπιστώντας να ενισχύσει την οπτική του κινηματογραφικού κόσμου ως ένα πεδίο που αναπτύσσεται παράλληλα με τις κοινωνικές και πολιτισμικές διεργασίες.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Πλαίσιο και συνθήκες ανάδυσης ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο

Το πρώτο αυτό εισαγωγικό κεφάλαιο χρησιμεύει ως χάρτης πλοήγησης σε θεωρίες και έννοιες που άπτονται των κινηματογραφικών σπουδών και της πολιτισμικής θεωρίας καθώς θα μας φωτίζουν διάφορους δρόμους που έχουν ανοιχτεί από προηγούμενες μελέτες σχετικά με το υπό εξέταση θέμα. Προκειμένου να οριοθετήσουμε τι συνιστά ένα νέο κύμα στον κινηματογράφο θα ανατρέξουμε, στην ενότητα 1.1, στην ιστορία και τη θεωρία του κινηματογράφου, δίνοντας παραδείγματα από άλλες εθνικές κινηματογραφίες και, πιο συγκεκριμένα, από την εμφάνιση του γαλλικού Νέου Κύματος, τη δεκαετία του 1960.

Σ' αυτό το πλαίσιο, στόχος του κεφαλαίου αυτού είναι να αναζητήσει μέσα από την ιστορία του κινηματογράφου αλλά και την κριτική θεώρηση τι συνιστά τελικά ένα Νέο Κύμα. Πρόκειται για ένα κίνημα που συγκροτείται συνειδητά ή οργανικά μέσα από το έργο συγκεκριμένων κινηματογραφιστών ή υπάρχει και μια άλλη πλευρά αυτής της συζήτησης; Όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι Thomson and Bordwell (2011, σελ. 440), ο νέος κινηματογράφος κάθε χώρας αποτελείται από ένα σύνολο ετερόκλητων κινηματογραφιστών. Τυπικά το έργο τους δεν παρουσιάζει τον βαθμό ενότητας που βρίσκουμε στα στιλιστικά κινήματα της εποχής του βωβού κινηματογράφου. Πάντοτε όμως κάποιες ευρύτερες τάσεις συνδέουν το έργο των πρωτοεμφανιζόμενων αυτών δημιουργών. Για να προσεγγίσουμε τον στόχο μας, θα επικεντρωθούμε στην ανάπτυξη του Νέου Κύματος στη Γαλλία, καθώς, αφενός εκεί εμφανίζεται για πρώτη φορά ο όρος «Νέο Κύμα», αφετέρου οι συνθήκες ανάδυσής του τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο φωτίζουν σημαντικές πτυχές του θέματος, που θα βοηθήσουν τη συζήτηση για το ελληνικό πλαίσιο.

Η πολιτισμική θεωρία θα μας παρέχει στις επόμενες ενότητες το ερμηνευτικό πλαίσιο ως προς τις διαδικασίες ανάδειξης, αναγνώρισης και καθιέρωσης των καλλιτεχνικών ρευμάτων και κινημάτων. Σύμφωνα με τον DiMaggio (1987, σελ. 442) ένα πολιτισμικό είδος αναφέρεται σε σύνολα έργων τέχνης, που ταξινομούνται μαζί βάσει των εκλαμβανόμενων ομοιοτήτων που αντιπροσωπεύουν κοινωνικά κατασκευασμένες οργανωτικές αρχές, οι οποίες εμπλουτίζουν τα έργα τέχνης με σημασία πέρα από το θεματικό τους περιεχόμενο. Πιο συγκεκριμένα, η θεωρία του «κόσμου της τέχνης» έχει αποδείξει ότι η τέχνη εξαρτάται από τις κοινωνικές διαδικασίες και τη συλλογική δράση μιας πλειάδας ατόμων και θεσμών, και όχι απλώς από τα ατομικά χαρίσματα των καλλιτεχνών και την ποιότητα των έργων τους. Ο Baumann, μάλιστα (2007, σελ. 50), παραλληλίζει τις διαδικασίες καλλιτεχνικής καθιέρωσης με αυτές των κοινωνικών κινήματων ως προς τη διαδικασία νομιμοποίησης. Κοινός στόχος, όπως αναφέρει, είναι η νομιμοποίηση μιας ιδέας που δεν ήταν αρχικά ευρέως αποδεκτή (στο ίδιο). Αυτή η διάσταση των κοινωνικών

κινήματων ως κοινωνικού χώρου όπου διαμορφώνονται και προωθούνται νέες ιδέες ή γνώση, καθιστά εμφανή και καθοριστική μια ομοιότητα με τον κόσμο της τέχνης ως προς τη δημιουργία και την καθιέρωση των νέων ιδεών. Ουσιαστικά, μέσα από αυτές τις διαδικασίες, το κοινό-στόχος καταλήγει να θεωρήσει τις ιδέες και τους στόχους του κινήματος ή την ίδια την υπόσταση που του έχει αποδοθεί ως έγκυρη. Παράλληλα με την ανάπτυξη της θεωρίας, διερευνώνται συγκεκριμένοι λόγοι και συνθήκες που επέτρεψαν την εμφάνιση ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, εντοπίζοντας τα πιο εμφανή γεγονότα και τους παράγοντες που συνδέονται με τις διαδικασίες ανάδυσης και καθιέρωσης.

## 1.1 Τα Νέα Κύματα στην ιστορία και τη θεωρία του κινηματογράφου

Αν αναζητήσει κάποιος πληροφορίες και στοιχεία για την εμφάνιση των «νέων κυμάτων», θα διαπιστώσει ότι, στο πλαίσιο της παγκόσμιας ιστορίας του κινηματογράφου, πολλές χώρες φαίνεται να έχουν αποτελέσει τόπους ανάδυσης νέων κυμάτων και νέων κινηματογράφων. Βέβαια, καθώς η αφήγηση εμπλέκεται με διαφορετικές κινηματογραφικές κουλτούρες και παραδόσεις αλλά, κυρίως, με διαφορετικές ιστορικοκοινωνικές συγκυρίες, παραμένει η δυσκολία να βρεθεί ένας συνδετικός ιστός που θα μπορούσε να αποδώσει κάποια κοινά χαρακτηριστικά σ' αυτά τα μορφώματα.

Το σίγουρο είναι ότι τα κινήματα ή ρεύματα αυτά στον χώρο του κινηματογράφου εντάσσονται σε ό,τι ονομάζεται «καλλιτεχνικός κινηματογράφος». Ο όρος «art cinema», που στα ελληνικά άλλοτε μεταφράζεται ως «καλλιτεχνικός κινηματογράφος» κι άλλοτε ως «κινηματογράφος τέχνης», χρησιμοποιείται από τους κριτικούς και τους θεωρητικούς του κινηματογράφου για να αποδώσει το είδος των ταινιών οι οποίες, αν και εντάσσονται σ' έναν βιομηχανικό τρόπο παραγωγής, επηρεάζονται ως προς τη μορφή και το ύφος τους από τις διάφορες μοντερνιστικές τάσεις που καλλιεργούνται στις «υψηλές τέχνες», και χαρακτηρίζονται από τον πρωτοποριακό τους χαρακτήρα, προσφέροντας μια εναλλακτική ως προς τον ψυχαγωγικό κινηματογράφο πρόταση. Παρόλο που, όπως προαναφέραμε, από τη φύση του ο κινηματογράφος αποτελεί μια βιομηχανοποιημένη, δημοφιλή τέχνη, που απαιτεί τη συνεργασία πολλών ανθρώπων και τη διάθεση σημαντικών πόρων, μια σημαντική διαφοροποίηση του καλλιτεχνικού κινηματογράφου από τον κλασικό αφηγηματικό κινηματογράφο αποτελεί το μοντέλο παραγωγής που θέτει τον σκηνοθέτη-δημιουργό ως ανεξάρτητο από τις συμβάσεις και τις απαιτήσεις του συστήματος των στούντιο. Αυτή η διαφοροποίηση σχετίζεται βέβαια κυρίως με το αμερικανικό πλαίσιο κινηματογραφικής παραγωγής ή και με χώρες που διαθέτουν κινηματογραφική βιομηχανία.



Είναι, ωστόσο, σημαντικό να υπογραμμίσουμε ότι στο πλαίσιο του παγκόσμιου κινηματογράφου ο όρος αυτός χρησιμοποιείται επίσης από την αμερικανική κινηματογραφική βιομηχανία για εισαγόμενες ταινίες, που προορίζονται κυρίως για ένα κοινό ανώτερου μορφωτικού και κοινωνικού επιπέδου (Thomson & Bordwell, 2011, σελ. 733). Η έννοια του «art-house cinema», που συναντάμε όλο και περισσότερο στη διεθνή αλλά και την ελληνική<sup>4</sup> βιβλιογραφία στη θέση του καλλιτεχνικού κινηματογράφου, προέρχεται ακριβώς από τις συνθήκες παραγωγής αλλά και τις διαδικασίες προβολής των καλλιτεχνικών ταινιών. Ιδιαίτερα στη Δυτική Ευρώπη και την Αμερική συχνά οι ταινίες αυτές προβάλλονται σε ειδικές αίθουσες (όπως για παράδειγμα οι αίθουσες art & essay στη Γαλλία), που προορίζονται για ένα καλλιεργημένο κοινό αλλά και σε ταινιοθήκες, κινηματογραφικές λέσχες και, φυσικά, στο πλαίσιο των κινηματογραφικών φεστιβάλ. Σταδιακά ο όρος αυτός, επειδή ακριβώς περικλείει και ορισμένες εξω-φιλμικές και θεσμικές ιδιότητες (Andrews, 2010) αυτού του είδους των ταινιών, τείνει να αντικαθιστά την έννοια του καλλιτεχνικού κινηματογράφου. Οι δυσκολίες αυτές εννοιολόγησης του καλλιτεχνικού κινηματογράφου στον χώρο των κινηματογραφικών σπουδών, σχετίζονται επίσης με επιστημολογικές διαμάχες μεταξύ προσεγγίσεων που βασίζονται περισσότερο στην ανάλυση των αφηγηματικών χαρακτηριστικών των ταινιών (βλ. Thanouli, 2009) και σε προσεγγίσεις που εστιάζουν στη θεσμική τους διάσταση και τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά τους (βλ. Neale, 1981· Andrews, 2010). Συχνά όμως οι ταξινομήσεις ταινιών σε είδη, ρεύματα και κινήματα ενέχουν ιδεολογικές διαστάσεις που συνδέονται, όπως θα δούμε παρακάτω, με τη χωροχρονική προέλευση των λόγων που τις πλαισιώνουν και με επικρατούσες ιδεολογικές αντιλήψεις για το εθνικό, το τοπικό και το παγκόσμιο.

Για να επανέλθουμε στην έννοια του Νέου Κύματος, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο James Tweedie (2013, σελ. 5), στον τομέα των κινηματογραφικών σπουδών το Νέο Κύμα είτε παραμένει μια άμορφη και ωκεάνια μεταφορά χωρίς ιστορία ή ουσία, είτε εμφανίζεται ως επικεφαλίδα των ιδιαίτερων εθνικών κινηματογράφων, όπως το γαλλικό ή το ιαπωνικό Νέο Κύμα. Ωστόσο, ο πολλαπλασιασμός των Νέων Κυμάτων στα διεθνή κυκλώματα τέχνης και στα κινηματογραφικά φεστιβάλ είναι ένα από τα λίγα κινηματογραφικά φαινόμενα του δεύτερου μισού του περασμένου αιώνα με παγκόσμια απήχηση, που ανταγωνίζεται τη γεωγραφική εμβέλεια και τη φιλοδοξία του Χόλυγουντ. Παρόλο που η τάση καταλογογράφησης αυτών των κινημάτων σε συγκεκριμένα γεωγραφικά, βιομηχανικά ή γλωσσικά όρια βοηθά στην αναγνώριση των εγχώριων συνθηκών από τις οποίες προέρχονται, μπορεί επίσης να παρακωλύσει μία από τις πιο καινοτόμες και αποκαλυπτικές τους διαστάσεις: την επανάληψη και τον συγχρονισμό σε διάφορες τοποθεσίες και την αντίστασή τους στη συνήθη απόδοση ενός τοπικού ονόματος (στο ίδιο, σελ. 5).

4. Μάλιστα λόγω της δυσκολίας απόδοσης ενός σύντομου και συνεκτικού όρου στην ελληνική γλώσσα, χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο ο όρος «ταινίες art-house» σε ελληνικά κείμενα.

Τα κινήματα στον χώρο του κινηματογράφου αποτελούν άμεσο προϊόν της εποχής τους και πεδίο συνάντησης νέων κινηματογραφιστών αλλά και μεταβολών στο πλαίσιο της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Τη δεκαετία του 1960, ο καλλιτεχνικός κινηματογράφος γνώρισε εξαιρετική κινητικότητα διεθνώς. Όχι μόνον υπήρξαν σημαντικές καινοτομίες από μεγαλύτερους σε ηλικία δημιουργούς, αλλά ένα πλήθος Νέων Κυμάτων πρωτοεμφανιζόμενων δημιουργών και Νέων Κινηματογράφων αναδύθηκε, ασκώντας κριτική στη μοντερνιστική παράδοση και δίνοντας παράλληλα μια νέα ώθηση, ιδιαίτερα στις εθνικές κινηματογραφίες.

Οι Thomson και Bordwell συνδέουν στο σχετικό κεφαλαίο τα νέα ρεύματα και τους νέους κινηματογράφους της δεκαετίας του 1960 (2011, σελ. 439-476) με τις νέες ανάγκες των βιομηχανιών αλλά και με τις αλλαγές σε πολιτιστικό και κοινωνικό επίπεδο. Υπήρχε, δηλαδή, ένα ευρύτερο πλαίσιο που ευνόησε την ανάπτυξη ταινιών κάπως πιο ανορθόδοξων από εκείνες του λεγόμενου ποιοτικού κινηματογράφου. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι οι συνθήκες που επικρατούσαν στην κινηματογραφική βιομηχανία ευνόησαν την εμφάνιση καινούριων ταλέντων. Την περίοδο 1958-1967 σε ολόκληρη την Ευρώπη σκηνοθέτες νεαρής ηλικίας (γύρω στα τριάντα) γύριζαν τις πρώτες μεγάλου μήκους ταινίες τους. Παράλληλα, οι διαδικασίες αυτές συνέπεσαν με την ανάπτυξη των κινηματογραφικών σπουδών σε επαγγελματικό επίπεδο, όπως η ίδρυση εθνικών σχολών κινηματογράφου στην Ολλανδία, τη Σουηδία, τη Δυτική Γερμανία και τη Δανία. Μια έκρηξη παγκόσμιου κινηματογράφου, μια «επανάσταση» αφιερωμένη στην αναπαράσταση του σύγχρονου και του πραγματικού, βρισκόταν σε πλήρη εξέλιξη.

Η γενιά αυτή ήταν η πρώτη που είχε σαφή γνώση της συνολικής ιστορίας του κινηματογράφου. Οι συγγραφείς, στη σύντομη αυτή ιστορική προσέγγιση των τάσεων που διαμορφώθηκαν την περίοδο εκείνη, αναφέρουν ένα πλέγμα συσχετιζόμενων αναφορών (π.χ. η ανάπτυξη των ταινιοθηκών όπως η *Cinémaèque Française* στο Παρίσι, το *National Film Theater* στο Λονδίνο κ.λπ.), που έγιναν τόποι μύησης για ένα νεανικό κοινό που αδημονούσε να ανακαλύψει ταινίες από ολόκληρο τον πλανήτη αλλά και τόποι καινοτομιών στον τομέα της τεχνικής (στο ίδιο, σελ. 439-440).

Στη Δυτική Ευρώπη η σεξουαλική απελευθέρωση, η ροκ μουσική, οι νέες μόδες, η ανάπτυξη του ποδοσφαίρου και άλλων αθλημάτων, καθώς και οι νέες μορφές τουρισμού έγιναν ορόσημα της γενιάς που ωρίμασε γύρω στο 1960. Οι τάσεις για έναν αστικό, χαλαρό τρόπο ζωής ενισχύθηκαν από την οικονομική άνθηση που επέφερε άνοδο του ευρωπαϊκού βιοτικού επιπέδου. Οι παραγωγοί άρχισαν να στοχεύουν σε νέο κοινό – συχνά μέσω συμπαραγωγών – και προσπάθησαν να προσεγγίσουν την κουλτούρα των νέων που εμφανίστηκε στις περισσότερες δυτικές χώρες στα τέλη της δεκαετίας του 1950 (στο ίδιο, σελ. 439). Κατ' επέκταση, η νεανική κουλτούρα επιτάχυνε τη διεθνοποίηση της κινηματογραφικής κουλτούρας. Οι αίθουσες τέχνης και οι κινηματογραφικές λέσχες πολλαπλασιάστηκαν, ενώ στον κατάλογο των διεθνών φεστιβάλ κινηματογράφου προστέθηκαν και αρκετά άλλα (όπως του Σαν Φρανσίσκο και του Λονδίνου, της

Νέας Υόρκης και του Πεζάρο) ως σημεία συνάντησης πρωτοεμφανιζόμενων κινηματογραφιστών (στο ίδιο, σελ. 439-440).

Στη Γαλλία, στα τέλη της δεκαετίας του 1950, ο ιδεαλισμός και τα πολιτικά κινήματα των πρώτων μεταπολεμικών χρόνων παραχώρησαν τη θέση τους σε μια πιο απολιτική κουλτούρα κατανάλωσης και ψυχαγωγίας. Παρόλο που σε θεωρητικό και θεσμικό επίπεδο ο ανταγωνισμός μεταξύ ευρωπαϊκών και αμερικανικών αντιλήψεων για τον πολιτισμό συνεχίζεται, οι γάλλοι κινηματογραφιστές χρησιμοποίησαν τον αμερικανικό κινηματογράφο ως εργαλείο για να αντιμετωπίσουν τη λεγόμενη «παράδοση ποιότητας» που κυριαρχούσε στην εγχώρια βιομηχανία τους. Πολλοί από αυτούς τους νέους διάβαζαν κινηματογραφικά περιοδικά και παρακολουθούσαν προβολές σε κινηματογραφικές λέσχες και αίθουσες art & essai (τέχνης και πειραματισμού) (στο ίδιο, σελ. 443).

Οι σκηνοθέτες που αποτέλεσαν τις πλέον εμβληματικές φυσιογνωμίες και άσκησαν τη μεγαλύτερη επιρροή ήταν ο François Truffaut και ο Jean-Luc Godard αλλά και αρκετοί ομότεχνοί τους είχαν επίσης μακροχρόνια παρουσία στην κινηματογραφική βιομηχανία, όπως οι Claude Chabrol και ο κατά σχεδόν δέκα χρόνια μεγαλύτερος Eric Rohmer. Ωστόσο, θα πρέπει να τονιστεί ότι ο χαρακτηρισμός της *Nouvelle Vague* δόθηκε συχνά σε σκηνοθέτες που είχαν ελάχιστα κοινά στοιχεία μεταξύ τους. Ουσιαστικά, το Γαλλικό Νέο Κύμα ανέδειξε μια πληθώρα διαφορετικών νέων κινηματογραφικών δημιουργών. Μάλιστα είναι χαρακτηριστικό ότι οι αμερικανοί ιστορικοί κινηματογράφου όπως οι Bordwell and Thomson και ο James Monaco διαχωρίζουν το έργο του Alain Resnais, του Chris Marker και της Agnès Varda και άλλων δημιουργών όπως ο Georges Franju ως μια άλλη ομάδα κινηματογραφιστών με χαλαρούς δεσμούς, γνωστή ως η *Αριστερή Όχθη (Rive Gauche)*. Ο Philippe Farmer (2009) στη μελέτη του για την ιστορία της *Αριστερής Όχθης* αναφέρεται σε διαφορετικές εκδοχές των ιστορικών σχετικά με την ετυμολογία του όρου, τους σκηνοθέτες που εντάσσονται στην ομάδα αυτή και τα σημεία που τη διαφοροποιούν από τη *Nouvelle Vague*. Κοινό σημείο, σύμφωνα με τους Thompson and Bordwell (2011, σελ. 442), με τους κινηματογραφιστές της *Nouvelle Vague*, είναι ότι ασπάστηκαν και αυτοί τον κινηματογραφικό μοντερνισμό και η εμφάνισή τους στα τέλη της δεκαετίας του 1950 ενθάρρυνε το ενδιαφέρον ενός κοινού νεαρής ηλικίας για πειραματισμούς. Γενικότερα η τάση αυτή χαρακτηρίζεται από πιο διανοουμενίστικες ταινίες, όπως για παράδειγμα η ταινία-αρχέτυπο του Alain Resnais *Hiroshima Mon Amour/Χιροσίμα αγάπη μου* (1959). Κατά τη Vincendeu, σε αντίθεση με τους κινηματογραφιστές της *Nouvelle Vague*, οι σκηνοθέτες της *Αριστερής Όχθης* έδειξαν μεγαλύτερη πολιτική συνείδηση και αμφισβήτησαν τις παραδοσιακές αναπαραστάσεις των γυναικών (Vincendeau, 1996, σελ. 110).

### 1.1.1 Το πλαίσιο ανάδυσης του γαλλικού Νέου Κύματος

Το γαλλικό Νέο Κύμα (ή *Nouvelle Vague*) είναι μια κίνηση του γαλλικού κινηματογράφου που γεννήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και συγκέντρωσε τους σκηνοθέτες που έκαναν τις πρώτες μεγάλου μήκους ταινίες τους εκείνη την περίοδο. Όπως προαναφέρθηκε, ο καλλιτεχνικός κινηματογράφος από τη δεκαετία του 1950 και μετά κινήθηκε συνεχώς ανάμεσα σε υψηλές και χαμηλές παραδόσεις, ανάμεσα στα δημοφιλή μέσα μαζικής ενημέρωσης και την εκλεπτυσμένη τέχνη, μεταξύ μιας διεθνικής νεολαίας και της γκαλερί ή του μουσείου (Tweedie, 2013, σελ. 2).

Ο όρος «νέο κύμα» είναι ένας από τους σπάνιους κριτικούς όρους στις κινηματογραφικές σπουδές που δεν αποτελεί δάνειο από την ιστορία της τέχνης ή της λογοτεχνίας, και δεδομένης τόσο της σημασίας του όσο και της ασυνήθιστης προέλευσής του, μια σύντομη πολιτισμική ετυμολογία κρίνεται απαραίτητη. Η φράση *nouvelle vague* μετανάστευσε στη φιλική κριτική από τα μέσα μαζικής κυκλοφορίας που πολλαπλασιάστηκαν στη Γαλλία μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο. Πρόκειται για μια επινόηση της συγγραφέως και επιμελήτριας Françoise Giroud. Τον χρησιμοποίησε για να περιγράψει την τεράστια δημογραφική έκρηξη, που συντελέστηκε μετά το τέλος του πολέμου. Το ειδησεογραφικό περιοδικό *L'Express* με επικεφαλής τη Giroud ανέλαβε να εκπονήσει μια φιλόδοξη κοινωνιολογική έρευνα για τους νέους και τον αντίκτυπο του *babyboom*, σε μια προσπάθεια συλλογής στοιχείων για τους σύγχρονους και δυνητικούς αναγνώστες, αλλά και για να μετρήσει τις διαφορές μεταξύ της νεολαίας εκείνης της εποχής και προηγούμενων γενεών. Το περιοδικό παρουσίασε εντέλει τα ευρήματα στις 3 Οκτωβρίου 1957, ως απόδειξη μιας βαθιάς γενεαλογικής αλλαγής, και ανακοίνωσε την έλευση του «νέου κύματος». Η δημογραφική έκρηξη ήταν αναμφισβήτητη, αλλά η Giroud πίστευε ότι η καινοτομία αυτής της περιόδου ήταν επίσης πέραν της αμφισβήτησης το γεγονός ότι ο μετασχηματισμός από τη στέρηση της μεταπολεμικής εποχής ήταν ολικός και αμετάκλητος. Υπενθυμίζοντας το πέρασμα από την κουλτούρα της έλλειψης και τη διανομή των βασικών προϊόντων που επιβλήθηκε υπό συνθήκες πολέμου, σε ένα έθνος «πεινασμένο για καταναλωτικά αγαθά, από νάιλον κάλτσες μέχρι ψυγεία, από δίσκους έως αυτοκίνητα», η Giroud χαιρέτισε επίσης τη δυνατότητα μιας νέας αρχής και υποστήριξε μια μορφή ριζικής κοινωνικής ανασυγκρότησης μέσω μιας καταναλωτικής επανάστασης, που χρησιμοποίησε ως μέσον τον αμερικανικό τρόπο ζωής της μεσαίας τάξης. Από αυτή την κατάσταση σχεδόν αφανισμού αναδύθηκε μια κοινωνία πρόθυμη να καλλιεργήσει μια οικονομία αφθονίας μέσω φαινομενικά ατελείωτων δυνατοτήτων παραγωγής (Giroud, 1958, σελ. 9-18).

Τη χρήση του όρου «νέο κύμα» συνεχίζει έπειτα ο Pierre Billard τον Φεβρουάριο του 1958 στο περιοδικό *Cinema 58*. Κατόπιν, ο χαρακτηρισμός αποδίδεται στις ταινίες που διανέμονται το 1959, κυρίως εκείνες που παρουσιάστηκαν στο Φεστιβάλ Κινηματογράφου των Καννών και δημιουργήθηκαν από νέους σκηνοθέτες. Μια διαφημιστική εκστρατεία

του CNC θα διαγράψει οριστικά το κοινωνιολογικό νόημα του όρου και θα το εφαρμόσει αυστηρότερα στον κινηματογράφο. (Douchet, 1998, σελ. 26)

Συχνά αναφέρεται ότι η εμφάνιση των νέων τεχνολογιών έπαιξε σημαντικό υποστηρικτικό ρόλο, δευτερεύοντα όμως σε αυτή την κίνηση. Σταδιακά φαίνεται να κάνει την εμφάνισή του ένας νέος τρόπος σύλληψης, δημιουργίας και παραγωγής ταινιών που αντιτίθεται στις παραδόσεις και στις μέχρι τότε επιχειρηματικές πρακτικές. Ο André Malraux έγινε Υπουργός Πολιτιστικών Υποθέσεων το 1958 και διευκόλυνε την πρόσβαση στη σκηνοθεσία των νέων κινηματογραφιστών χωρίς να χρειάζεται να περάσουν από την παραδοσιακή καριέρα του επαγγέλματος, με τη θέσπιση του συστήματος *avance sur recettes* (προκαταβολή έναντι εσόδων).

Το γαλλικό Νέο Κύμα δεν καθορίζεται μόνον από τις πρωτοποριακές κινηματογραφικές τεχνικές της εποχής αλλά και από τους σκηνοθέτες της όπως ο François Truffaut, ο Éric Rohmer, η Agnès Varda, ο Jean Eustache, ο Jacques Rivette, ο Claude Chabrol και ο Jean-Luc Godard, που αποτελούν την καρδιά του κινήματος. Παρόλο που όσον αφορά στις φορμαλιστικές και στιλιστικές τάσεις διακρίνονται διαφορετικά χαρακτηριστικά, συνεχίστηκε η τάση του καλλιτεχνικού κινηματογράφου προς το σχόλιο του δημιουργού (Sellier, 2005). Η αφηγηματική μορφή της μεταπολεμικής ευρωπαϊκής καλλιτεχνικής ταινίας βασίστηκε σ'έναν αντικειμενικό ρεαλισμό τυχαίων γεγονότων που συχνά δεν ακολουθούσαν την τυπική αφηγηματική μορφή αιτίου-αποτελέσματος. Οι ανοιχτές αφηγήσεις συνέβαλλαν επίσης στην αμφισημία. Καθώς οι ιστορίες των ταινιών γίνονταν ακαθόριστες, φαίνονταν να απομακρύνονται από την πιστή αναπαράσταση του κοινωνικού κόσμου. Σε συνδυασμό με τη γνώση των νέων σκηνοθετών γύρω από την ιστορία του μέσου τους, αυτή η υποχώρηση από τον αντικειμενικό ρεαλισμό κατέστησε αυτοαναφορική τη μορφή και το ύφος της ταινίας. Πολλές ταινίες δεν επιδίωκαν πλέον να αντανakλούν μια πραγματικότητα πέρα από τις ιδιες. Όπως η μοντέρνα ζωγραφική και λογοτεχνία, έτσι και ο κινηματογράφος έγινε αυτοαναφορικός, προβάλλοντας τα δικά του υλικά, τις δικές του δομές και τη δική του ιστορία (Thomson & Bordwell, όπ.π., σελ. 442).

#### *Ο ρόλος του κριτικού λόγου και τα Cahiers du cinéma*

Η ιστορία του γαλλικού Νέου Κύματος θεωρείται από πολλούς ιστορικούς ως η ιστορία μιας ομάδας κριτικών που ήθελαν να γίνουν σκηνοθέτες. Πράγματι, οι περισσότερες από τις εμβληματικές φιγούρες της ομάδας, όπως ο François Truffaut, ο Jean-Luc Godard και ο Jacques Rivette, προέρχονται από το *Cahiers du cinéma*. Από το 1952 εμφανίστηκε μια νέα γενιά κριτικών στις σελίδες του περιοδικού (ο Godard στο No. 15, ο Truffaut στο No. 21, ο Rivette στο No. 23).

Η προσωπικότητα και η δράση του κινηματογραφικού θεωρητικού και κριτικού André Bazin έπαιξε αναμφισβήτητα καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του κινηματογράφου στη Γαλλία και την ανάδυση του γαλλικού Νέου Κύματος. Ήδη από τη δεκαετία του

1950 διοργάνωνε συστηματικά διαλέξεις και συζητήσεις στο *Maison des Lettres* καθώς και στην πρώτη του κινηματογραφική λέσχη το 1949, ενώ σύντομα πέρασε και στην επίσημη επαγγελματική εκπαίδευση, όπου παρέδιδε μαθήματα στην *IDHEC* (πρόγονο της σημερινής σχολής κινηματογράφου *FEMIS*). Ήδη από τα πρώτα γραπτά του ο André Bazin κάνει μια έκκληση για αλλαγή, όπως στο διάσημο άρθρο που δημοσιεύει τον Δεκέμβριο του 1943 στο *L'Echo des étudiants* με τίτλο «Για μια κινηματογραφική κριτική». Το κείμενο αυτό αποτελεί μια αληθινή κριτική της κριτικής. Αναφερόμενος στην περιορισμένη φύση και έκταση των κινηματογραφικών κριτικών στον τύπο και την έλλειψη κατάρτισης εκείνων που την πραγματοποιούν, προσκαλεί σε μια συγκεκριμένη εξειδίκευση του επαγγέλματος (*une certaine spécialisation du métier*). Για τον André Bazin αυτή η κριτική πρέπει να ακολουθεί την εξέλιξη του κοινού, να γίνει πιο απαιτητική και θα μπορούσε να πει κανείς «σινεφιλική». Κατ' επέκταση αυτή η ελίτ του κοινού πρέπει να συναντήσει μια ελίτ κριτικής (Bazin, 1998).

Τον Ιούλιο του 1945 η κυκλοφορία του εβδομαδιαίου *L'Ecran français* ικανοποιεί την ανάγκη για την ανάπτυξη μιας τέτοιας κινηματογραφικής κουλτούρας και ο Bazin συμμετέχει σ' αυτή την περιπέτεια. Στις κριτικές του, όπως και στα άρθρα του, παρουσιάζει την τέχνη του στην ανάπτυξη λόγου και την επιχειρηματολογία. Γι' αυτόν μια ταινία θα πρέπει να ξεετάζεται από πολλές οπτικές γωνίες, δίνοντας έμφαση στην αισθητική του ίδιου του έργου αλλά και στον λόγο του δημιουργού. Η αντίληψή του για τον κινηματογράφο βρίσκεται στο επίκεντρο της αντίθεσης ανάμεσα στην αισθητική και την πολιτική, ανάμεσα στην καλλιτεχνική νομιμοποίηση και τον κοινωνικό προοδευτισμό, η οποία διαρθρώνει τον τομέα της κριτικής (Mary, 2006, σελ. 58). Την πολυσχιδή κινηματογραφική κριτική του τη συναντάμε και στο *Les Cahiers du Cinéma*, το οποίο ιδρύθηκε το 1951.

Το μυθικό περιοδικό του γαλλικού κινηματογράφου, αποκαλούμενο και «κίτρινο περιοδικό» από επικριτές του λόγω του στρατευμένου χαρακτήρα του, αρχικά σχεδιάστηκε ως επέκταση του *La Revue du cinéma* (το οποίο σταμάτησε να εκδίδεται το 1949) στη μνήμη του ιδρυτή του, Jean-Georges Auriol, ο οποίος πέθανε το επόμενο έτος. Το πρώτο τεύχος των *Cahiers du cinéma* εμφανίστηκε στην 1η Απριλίου 1951 με επικεφαλής της συντακτικής ομάδας τους Jean-Marie LoDuca και Jacques Doniol-Valcroze (παλιότερα στελέχη της *La Revue*) και, από το δεύτερο κιόλας τεύχος, τον André Bazin. Η χρηματοδότηση εξασφαλίστηκε από τον Leonide Keigel, αιθουσάρχη στο Παρίσι (de Baecque, 1991).

Τα *Cahiers du cinéma* υιοθετούν τη μορφή και το ανθρώπινο δυναμικό της *La Revue*, στο οποίο συγκαταλέγονται και οι Alexandre Astruc και Chris Marker, αλλά ξεχωρίζουν με το εκδοτικό, πραγματικό μανιφέστο της κριτικής, το οποίο καταγγέλλει την κακόβουλη ουδετερότητα που ανέχεται έναν μέτριο κινηματογράφο, μια συντηρητική κριτική που καταλήγει να γαλουχεί ένα αποχαυνωμένο κοινό. Τα *Cahiers* θέλουν να υποστηρίξουν ταινίες «πιστούς μάρτυρες των υψηλότερων και πιο έγκυρων προσπαθειών

του γαλλικού κινηματογράφου», λαμβάνοντας ως παράδειγμα την ταινία *Το ημερολόγιο ενός εφημέριου/Journal d'un curé de campagne* (1951) του Robert Bresson (Esquénazi, 2002, σελ. 81-82).

Μια μικρή ομάδα συγκεντρώνεται γύρω από τον André Bazin με το παρατσούκλι «Jeunes Turques» (Νεαροί Τούρκοι), που δεν είναι άλλοι από τον Maurice Scherer (ή αλλιώς Eric Rohmer), Jacques Rivettes, Claude Chabrol και Jean-Luc Godard (φερόμενος αρχικά ως Hans Lucas). Κοινά χαρακτηριστικά, πέρα από τις σκηνοθετικές τους βλέψεις, αποτελούν η συστηματική τους παρουσία στη Γαλλική Ταινιοθήκη και η ορμητικότητα τους, η διάθεσή τους να έρθουν σε ρήξη με την επικρατούσα γαλλική κινηματογραφική παράδοση. Πράγματι, αυτή τους η δραστηριότητά στα *Cahiers* και το περιοδικό *Arts* βοηθά ιδιαίτερα τους «Νεαρούς Τούρκους» να υπερασπιστούν νέες ιδέες για την κινηματογραφική γραφή, τη σκηνοθεσία και την παραγωγή. Με τη στήριξη του André Bazin, ο François Truffaut εμφανίζεται για πρώτη φορά στο Νο 21 των *Cahiers*. Πραγματικό σημείο καμπής στην ιστορία του περιοδικού, το πρώτο του άρθρο σηματοδοτεί την επιθυμία του να έρθει σε ρήξη μ' έναν «συγκεκριμένο γαλλικό κινηματογράφο». Η συντακτική γραμμή είναι ξεκάθαρη: εκτός από τον αμερικανικό κινηματογράφο και συγκεκριμένα τους Howard Hawks και Alfred Hitchcock, δεν υπάρχει σημείο σωτηρίας. Υπό την ώθηση του François Truffaut, οι «Νεαροί Τούρκοι» συλλαμβάνουν μια νέα θεώρηση γύρω από την κινηματογραφική τέχνη που την αποκαλούν «πολιτική του δημιουργού», την οποία αναπτύσσουν στα *Cahiers du cinéma*. Σύμφωνα μ' αυτή τη θεώρηση, αποδίδουν τον τίτλο του δημιουργού σε ορισμένους σκηνοθέτες, εστιάζοντας στην εσωτερική συνοχή που παρουσιάζει το έργο τους στο επίπεδο της σκηνοθεσίας και όχι στα θέματα που πραγματεύονται, όπως θα το έκανε η συμβατική κριτική (de Baecque 1991, σελ. 153). Υπερασπίζονται αυτό που κατά τη γνώμη τους αντιπροσωπεύει περισσότερο κινηματογραφικές μορφές τέχνης τις οποίες εντοπίζουν σε σκηνοθέτες διαφορετικούς μεταξύ τους όπως ο Alfred Hitchcock, ο Jean Renoir, ο Jean Cocteau, ο Ingmar Bergman, ο Howard Hawks, ο Vincente Minnelli, ο Fritz Lang ή και ο Friedrich Murnau. Ασκούν επίσης επιθετική κριτική στον εκ μέρους τους θεωρούμενο ακαδημαϊσμό του γαλλικού κινηματογράφου, που κυριαρχείται από λογοτεχνικά σενάρια και μια θεατρική υποκριτική.

Σταδιακά, ο Truffaut και η ομάδα του αντιτίθενται στους παλαιότερους του περιοδικού, συμπεριλαμβανομένων των André Bazin και Jacques Doniol-Valcroze, που συνδέονται με «κάποια γαλλική ποιότητα». Όταν οι πρώτοι επαινούν τη σκηνοθεσία, εκείνοι υπενθυμίζουν και τη σημασία του θέματος, όταν ο Godard εκθειάζει τις αρετές του «μοντάζ beat», ο André Bazin υπερασπίζεται το μονοπλάνο.

Τα *Cahiers du cinéma* αποτέλεσαν το θέατρο των εσωτερικών συζητήσεων, όλο και πιο έντονων μέχρι το διάσημο άρθρο του François Truffaut που δημοσιεύθηκε τον Ιανουάριο του 1954 με τίτλο «Μια συγκεκριμένη τάση του γαλλικού κινηματογράφου». Σε αυτό το μικρό μανιφέστο-ορόσημο για την ιστορία του κινηματογράφου, ο François Truffaut ολοκληρώνει επίσημα τη μάχη του ενάντια στον ποιοτικό κινηματογράφο χρησιμοποιώντας

τη φράση «παράδοση της ποιότητας», που έγινε στη συνέχεια διάσημη (Truffaut, 1954). Στοχοποιεί κυρίως τον λογοτεχνικό κινηματογράφο αλλά χλευάζει επίσης και τον ακαδημαϊσμό, τον κομπορμισμό και το μικροαστικό πνεύμα του γαλλικού κινηματογράφου, τα οποία συνιστά να εξαφανιστούν όλα προς όφελος του κινηματογράφου των δημιουργών (de Baecque, στο ίδιο).

Παρά τις προσπάθειες του André Bazin να σβήσει τη φωτιά, εκείνη εξαπλώνεται μέσω των *Cahiers du cinema*. Η ομάδα κέρδισε έδαφος και γενίκευσε την πρακτική των μεγάλων συνεντεύξεων με τους κινηματογραφιστές. Είτε πρόκειται για κριτική είτε για κινηματογράφο, η επιρροή των *Cahiers* είναι ουσιώδης εκείνη την περίοδο. Σε όλο τον κινηματογραφικό τύπο ο συγγραφέας παίρνει τη θέση του μαζί με τον κριτικό. Στο «κίτρινο περιοδικό» η πολιτική των δημιουργών θριαμβεύει το 1957 και ο Eric Rohmer αντικαθιστά τον LoDuca στην αρχισυνταξία. Αλλά αυτή η συντακτική γραμμή αποκρυσταλλώνει την αντίθεση ορισμένων ανταγωνιστικών περιοδικών, ξεκινώντας από τον *Positif*, το No 1 αντίπαλο των *Cahiers* (στο ίδιο, σελ. 169).

Μεταξύ του 1958 και του 1959 ο François Truffaut, ο Jean-Luc Godard, ο Jacques Rivette, ο Claude Chabrol, ο Eric Rohmer, ο Pierre Kast και ο Jacques Doniol-Valcroze έκαναν τις πρώτες μεγάλου μήκους ταινίες τους. Όλοι προέρχονται από τα *Cahiers du cinéma*. Άλλοι σκηνοθέτες μοιράζονται τις ίδιες αξίες, ακόμα κι αν δεν προέρχονται από την κριτική, όπως οι Agnès Varda, Jacques Demy, Jean Rouch, Rozier Jacques, Jean-Daniel Pollet. Ο Louis Malle δε θα ορίσει ποτέ τον εαυτό του ως μέλος του κινήματος (ή μάλλον θα θεωρήσει ότι απορρίπτεται από τις μορφές του κινήματος). Κι άλλοι νέοι σκηνοθέτες στη συνέχεια αναγνώρισαν ότι το έργο τους εγγράφεται στο πνεύμα του Νέου Κύματος. Πρόκειται κυρίως για τους Jean Eustache, Jean-Marie Straub, Danièle Huillet, André Téchiné, Philippe Garrel, Jacques Doillon και Benoît Jacquot.

Εφόσον οι κριτικοί των *Cahiers* υποστήριζαν έναν κινηματογράφο με προσωπικό όραμα, είναι φυσικό το γαλλικό Νέο Κύμα να μην αποτελεί ένα ενοποιημένο στιλιστικό κίνημα όπως ο Γερμανικός Εξπρεσιονισμός ή το Σοβιετικό Μοντάζ. Μάλιστα οι γνωστοί ιστορικοί Kristin Thomson και David Bordwell δε διστάζουν να υποστηρίξουν ότι «η εξέλιξη της σταδιοδρομίας των σκηνοθετών της *Nouvelle Vague* κατά τη διάρκεια του 1960 υποδηλώνει ότι το Νέο Κύμα ήταν απλώς μια εφήμερη συνύπαρξη ποικίλων ιδιοσυγκρασιών» (2011, σελ. 445).

Συνοψίζοντας, τα κοινά χαρακτηριστικά που μπορούμε να εντοπίσουμε στη δημιουργία του γαλλικού Νέου Κύματος σχετίζονται με αλλαγές στην κοινωνία και τα ήθη, την επιθυμία να μεταμορφωθεί ο κινηματογράφος και να έρθει σε ρήξη με τις συμβάσεις του παρελθόντος. Δεν πρόκειται δηλαδή, για μια «καλλιτεχνική σχολή» με ιδιαίτερο στυλ, αλλά για ένα πνεύμα που διατρέχει τις ταινίες αυτές που παρουσιάζει τόσες διαφορετικές εκφάνσεις όσες και οι δημιουργοί που εντάσσονται σ' αυτό. Μάλιστα ο Philippe Marie (2006) στην κοινωνιολογική του προσέγγιση για το γαλλικό Νέο Κύμα και τον κινηματογράφο του δημιουργού προωθεί την ιδέα ότι δεν πρόκειται για μια αισθητική



τάση αλλά για μια συμβολική δύναμη που σχετίζεται κυρίως με διαδικασίες αυτονομίησης του κινηματογράφου. Στην ανάλυσή του υποστηρίζει ότι η ρήξη που επήλθε μπορεί να θεωρηθεί ως μια σειρά ενεργειών και πράξεων, με τις οποίες ο τομέας του κινηματογράφου κατάφερε να κατακτήσει την πραγματική του αυτονομία. Εντοπίζει επίσης, ορισμένες διαφορές σε αξιακό επίπεδο, καθώς οι υποστηρικτές του «δημιουργού» ενσωμάτωσαν κατά τη διάρκεια της ιστορίας τους πολιτιστικές αξίες ασυμβίβαστες με εκείνες που συνδέονται με το γόητρο της γαλλικής ποιότητας (Mary, 2006, σελ. 16).

Το κλίμα που περιγράφηκε καθώς και οι διαφορετικές εκδοχές της κινηματογραφικής κριτικής και θεωρίας γύρω από την ανάπτυξη του γαλλικού Νέου Κύματος, υποδηλώνει μια αμφιθυμία ανάμεσα στο νέο και το παλιό, το καλλιτεχνικό και το δημοφιλές, το ευρωπαϊκό και το διεθνές, που εμφανίστηκε στις πρώτες ταινίες του Νέου Κύματος και εξερράγη στον γαλλικό κινηματογράφο στα τέλη της δεκαετίας του 1960. Όπως υποστηρίζει ο Tweedie (2013, σελ. 2) αυτό που τα κινηματογραφικά νέα κύματα έχουν παγκοσμιοποιήσει είναι μια υβριδική, πολιτιστική κατηγορία – άλλοτε αναφέρεται ως καλλιτεχνικός κινηματογράφος άλλοτε ως *art-house cinema* – η οποία βρίσκεται στα όρια της μαζικής επικοινωνίας και της τέχνης.

## 1.2 Ένας χώρος ευκαιριών στη θεωρία των καλλιτεχνικών κινήματων

Ένα κεντρικό ερώτημα στο πλαίσιο της κοινωνιολογίας της τέχνης αφορά το πως νομιμοποιούνται τα πολιτιστικά προϊόντα ως τέχνη, είτε υψηλή είτε δημοφιλή. Το έργο του Shyon Baumann, καθηγητή κοινωνιολογίας στο Πανεπιστήμιο του Τορόντο, ερευνά ζητήματα αξιολόγησης και καθιέρωσης στην τέχνη σε σχέση με τον κινηματογράφο, την τηλεόραση και τις διαφημιστικές εικόνες του Χόλυγουντ, αποτελεί έμπνευση και τροφοδοτεί σε μεγάλο βαθμό την προσέγγιση που θα ακολουθήσουμε στο βιβλίο αυτό.

Στη μελέτη του με τίτλο «A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements», που δημοσίευσε το περιοδικό *Poetics* το 2007, ο Baumann αναφέρεται σ' έναν μεγάλο αριθμό άλλων μελετών (βλ. Almeida, 2003· Benford and Snow, 2000· Jenkins et al., 2003· Meyer, 2004· Mc Adam et al., 2001) που τεκμηριώνουν ότι η αναγνώριση της τέχνης αποτελεί μια κοινωνική διαδικασία που δεν περιορίζεται μόνο στην καλλιτεχνική αξία. Ενδιαφέρεται για την καθιέρωση ως διαδικασία, συνδέοντας θεωρίες από την κοινωνική ψυχολογία για τη νομιμοποίηση και την κοινωνιολογική θεωρία για τα κοινωνικά κινήματα, για να αναπτύξει μια γενική θεωρία που θα εξηγήσει πώς ορισμένες πολιτιστικές παραγωγές επιτυγχάνουν να νομιμοποιηθούν ως τέχνη.

Στο πλαίσιο της κοινωνιολογίας της τέχνης ο Baumann (2001, σελ. 405) υποστηρίζει ότι οι έρευνες των κόσμων της τέχνης βασίζονται σε τρεις επεξηγηματικούς παράγοντες: έναν μεταβαλλόμενο χώρο πολιτιστικής ευκαιρίας, τη θεσμοθέτηση πόρων και

πρακτικών και μια νομιμοποιούμενη ιδεολογία. Τους παράγοντες αυτούς τους αντλεί από την έρευνα των κοινωνικών κινημάτων όπου χρησιμοποιούνται για να εξηγήσουν την επιτυχία των τελευταίων και διασαφηνίζει πως κάθε έννοια έχει αναλογίες μέσα στο σώμα των μελετών περίπτωσης στην κοινωνιολογία της τέχνης σχετικά με την καλλιτεχνική καθιέρωση. Κατ' αυτόν τον τρόπο η έρευνα του Baumann (2001) επιτυγχάνει δύο στόχους ταυτόχρονα: (1) γεφυρώνει αυτά τα δύο διαφορετικά πεδία της έρευνας για να δείξει πως η κοινωνιολογία της τέχνης μπορεί να επωφεληθεί από την έρευνα των κοινωνικών κινημάτων και (2) συνθέτει εργασίες στην κοινωνιολογία της τέχνης για να δείξει ότι οι ανεξάρτητες μελέτες αλληλοσυμπληρώνονται για να στηρίξουν μια γενική θεωρία της καλλιτεχνικής νομιμοποίησης (Baumann, 2007, σελ. 52).

Η γενική θεωρία της καλλιτεχνικής καθιέρωσης που παρουσιάζει ο Baumann (στο ίδιο, σελ. 60) μπορεί να συνοψισθεί ως εξής: διακριτές περιοχές πολιτιστικής παραγωγής αποκτούν νόημα ως υψηλή ή δημοφιλή τέχνη, σε περιόδους υψηλών πολιτιστικών ευκαιριών μέσω της κινητοποίησης υλικών ή θεσμικών μέσων και μέσω της άσκησης ενός λόγου που πλαισιώνει την πολιτιστική παραγωγή ως νόμιμη τέχνη σύμφωνα με μία ή περισσότερες προϋπάρχουσες ιδεολογίες.

Στις ενότητες που ακολουθούν θα στηριχθούμε σε μεγάλο βαθμό στην παραπάνω μελέτη καθώς παρουσιάζει, όπως προαναφέραμε, πέρα από μια κριτική επισκόπηση ερευνών από την κοινωνιολογία της τέχνης οι οποίες πραγματεύονται διαφορετικές διαστάσεις και όψεις της καλλιτεχνικής καθιέρωσης, ένα θεωρητικό και επεξηγηματικό πλαίσιο για την κατανόηση μιας διαδικασίας που είναι κοινή σε διάφορους κόσμους της τέχνης. Η θεωρία αυτή και οι επιμέρους διαδικασίες και παράγοντες που εντοπίζονται συνδέονται ταυτόχρονα με παραδείγματα και αναφορές από το ελληνικό πλαίσιο, προκειμένου να φωτίσουμε ορισμένες πτυχές που συντέλεσαν στην ανάδυση ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

### 1.2.1 Εξωγενείς παράγοντες στο ευρύτερο πολιτικό σκηνικό

Ο όρος «χώρος ευκαιριών» (opportunity space) αποτελεί ένα σύνολο εξωγενών παραγόντων και συνθηκών που εντοπίζονται στο ευρύτερο κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον αλλά και ενδογενών παραγόντων που αφορούν στο εσωτερικό περιβάλλον του εξεταζόμενου κόσμου της τέχνης. Αν και στην ελληνική γλώσσα η έννοια της ευκαιρίας συνδέεται κυρίως με ευνοϊκές συγκυρίες και έχει ένα θετικό πρόσημο, στο πλαίσιο της παρακάτω συζήτησης η εννοιολόγηση της ευκαιρίας παρουσιάζεται ως μια ανοιχτή δυναμικότητα συνθηκών, απόρροια, συχνά, κοινωνικοοικονομικών μεταβολών σ' ένα δοσμένο χρονικό και χωρικό διάστημα.

Η βασική ιδέα είναι ότι ορισμένοι εξωγενείς παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την πιθανότητα ένας κόσμος τέχνης να επιτύχει την επίτευξη καθιέρωσης. Παρόλο που στο πλαίσιο των ερευνών στο πεδίο της κοινωνιολογίας της τέχνης δε χαρακτηρίζονται πάντοτε κατ' αυτόν τον τρόπο, σε αρκετές πολιτιστικές μελέτες εντοπίζονται σημαντικά

στοιχεία ύπαρξης ενός χώρου ευκαιριών. Ορισμένα από αυτά τα στοιχεία αποτελούν γενικότερες αλλαγές στην ευρύτερη κοινωνία (Baumann, 2007, σελ. 52). Στη βιβλιογραφία, άλλοτε περιγράφονται ως πολιτικές ευκαιρίες και άλλοτε συνδέονται με γενικότερες δομές ευκαιρίας, ενώ διάφορες παραλλαγές αυτής της προοπτικής έχουν αναπτυχθεί στη λογοτεχνία των κοινωνικών κινημάτων και αναφέρονται κυρίως στα χαρακτηριστικά του πολιτικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργούν τα κινήματα. Έχοντας χρησιμοποιηθεί εδώ και αρκετές δεκαετίες, η έννοια έχει επιτύχει σχεδόν κανονική υπόσταση στη μελέτη των κοινωνικών κινημάτων (Almeida, 2003, σελ. 345).

Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να απομονώσουμε ενδεικτικά μερικά παραδείγματα, που συνδέουν ορισμένες αλλαγές στην ευρύτερη κοινωνία με την ανάδυση κινημάτων ή μεταβολών στο εσωτερικό κάποιων καλλιτεχνικών ειδών και ρευμάτων στον χώρο της τέχνης. Ο Peterson (1972, σελ. 147), για παράδειγμα, επισημαίνει ότι η ιδεολογική ερμηνεία της τζαζ στα πολιτιστικά μέσα έχει παραλληλιστεί με την επίσημη στάση απέναντι στους μαύρους της χώρας. Πιο συγκεκριμένα η τζαζ, ένα καλλιτεχνικό προϊόν που είχε έντονα αφροαμερικανικά στοιχεία τόσο λόγω των εκπροσώπων της όσο και λόγω του κοινού της, αναδείχθηκε πιο εύκολα ως καλλιτεχνικό είδος μετά τη μείωση των φυλετικών διακρίσεων μεταξύ των πολιτών και των ελίτ (στο ίδιο).

Η Tia DeNora (1991) υποστηρίζει ότι η ιδεολογία της σοβαρής κλασσικής μουσικής διατυπώθηκε στα τέλη του 18ου αιώνα από τη βιεννέζικη αριστοκρατία, όταν η αστική τάξη έγινε αρκετά πλούσια για να απειλήσει το μονοπώλιο της αριστοκρατίας στις συναυλίες της κλασσικής μουσικής. Οι διακρίσεις που δημιουργήθηκαν μεταξύ των συνθετών που προωθήθηκαν από τους αριστοκράτες και ο μεγάλος αριθμός άλλων συνθετών δημιούργησε διαφορές στο στάτους μεταξύ των λεγόμενων μουσικών μεγαλοφυϊών και του μέσου συνθέτη. Στην περίπτωση αυτή, η δημιουργία ενός νέου κόσμου τέχνης προκλήθηκε από την οικονομική αλλαγή στο πλαίσιο της ομάδας που περιλάμβανε τον κόσμο της τέχνης.

Στις μελέτες τους για την εδραίωση της πολιτιστικής ιεραρχίας στις Ηνωμένες Πολιτείες, τόσο ο DiMaggio (1982) όσο και ο Levine (1988) επικαλούνται την τάξη και την εθνοτική σύγκρουση σε μια περίοδο ταχείας εκβιομηχάνισης και αστικοποίησης, καθοριστικές για τη χρονική στιγμή ανάδυσης των λεγόμενων «υψηλών τεχνών». Η ανάγκη να διαχωριστούν πολιτισμικά οι ελίτ δημιούργησε μια ευκαιρία για ορισμένες καλλιτεχνικές παραγωγές να χρησιμεύσουν ως μηχανισμοί διάκρισης υψηλής τέχνης. Ο Watt (2001) συνδέει την άνοδο του μυθιστορήματος στην Αγγλία του 18ου αιώνα με τις μεταβαλλόμενες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, που δημιούργησαν ένα αναγνωστικό κοινό που είχε τον χρόνο και την τάση να διαβάζει μυθιστορήματα. Ο Baumann (2001) υποστηρίζει ότι η ανάδειξη του κινηματογράφου σε μορφή τέχνης στις ΗΠΑ διευκολύνθηκε από τη δραστική αύξηση του αριθμού των ανθρώπων που είχαν λάβει τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι οποίοι δημιούργησαν μια ομάδα δυναμικών πατρώνων.

Άλλα στοιχεία εντοπισμού ενός χώρου ευκαιριών μπορεί να αφορούν παράγοντες που εντοπίζονται στο εσωτερικό του υπό εξέταση κόσμου της τέχνης. Για παράδειγμα, στη μελέτη τους για την άνοδο του ιμπρεσιονισμού στη Γαλλία, οι White and White (1965) αναφέρουν την αδυναμία του συστήματος της Βασιλικής Ακαδημίας να προσφέρει εργασία στον αυξανόμενο αριθμό ζωγράφων στο κέντρο του Παρισιού ως την αιτία ανάπτυξης ενός εναλλακτικού συστήματος ζωγραφικής, διανομής και αξιολόγησής της. Επίσης, η πρόοδος στην τεχνολογία των χρωμάτων μείωσε την ανάγκη για μερικές από τις τεχνικές δεξιότητες στην προετοιμασία των υλικών, αυξάνοντας τους χώρους όπου θα μπορούσε να ζωγραφίσει κάποιος και δημιουργώντας έτσι περισσότερες δυνατότητες σε ερασιτέχνες ζωγράφους. Και οι δύο εξελίξεις ήταν σημαντικές για να καταστεί δυνατή η έλευση του ιμπρεσιονισμού. Ο DiMaggio (1992) ισχυρίζεται ότι η δημοτικότητα του κινηματογράφου ώθησε μεγάλο μέρος του κοινού της εργατικής τάξης στο σοβαρό θέατρο, βοηθώντας στη νομιμοποίηση του θεάτρου ως τέχνη. Σε παρόμοιο πνεύμα, ο Baumann (2001) αναφέρει ότι η άνοδος της τηλεόρασης ως ενός μέσου που είχε μια κατώτερη καλλιτεχνική υπόσταση, συντέλεσε στην καλλιτεχνική νομιμοποίηση του κινηματογράφου ως καλλιτεχνικού είδους που ανήκει στην υψηλή τέχνη.

Επιπλέον, πρόσφατες εξελίξεις στην έρευνα των κοινωνικών κινήματων που αποσαφηνίζουν και επαναπροσδιορίζουν την έννοια του χώρου ευκαιριών, παρουσιάζουν χρήσιμα εννοιολογικά και αναλυτικά εργαλεία για την ανάλυση του κόσμου της τέχνης. Οι Meyer και Minkoff (2004) υποστηρίζουν ότι οι αναλυτές πρέπει να κάνουν μια σειρά διακρίσεων κατά την εξέταση του ρόλου του πολιτικού περιβάλλοντος, συμπεριλαμβανομένων:

1. διαρθρωτικών παραγόντων έναντι σηματοδοτικών παραγόντων που λειτουργούν σε συμβολικό ή επικοινωνιακό επίπεδο,
2. γενικών παραγόντων εντός του πολιτικού περιβάλλοντος έναντι παραγόντων που είναι συγκεκριμένοι για το εξεταζόμενο κίνημα,
3. παραγόντων που επηρεάζουν την κινητοποίηση έναντι παραγόντων που επηρεάζουν την επιτυχία του κοινωνικού κινήματος και
4. παραγόντων που τα μέλη του κινήματος γνωρίζουν έναντι παραγόντων τους οποίους δε γνωρίζουν.

Όσον αφορά τη διαφορά μεταξύ δομικών παραγόντων και συμβολικών παραγόντων, οι υπάρχουσες μελέτες αναφορικά με την καλλιτεχνική νομιμοποίηση συχνά συνδυάζουν αυτούς τους παράγοντες μαζί. Παρατηρώντας αυτή τη διάκριση στα είδη εξωγενών παραγόντων, ο Baumann (2007, σελ. 52) υποστηρίζει ότι θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στους δύο διαφορετικούς αιτιώδεις μηχανισμούς που αυτοί συνεπάγονται. Για παράδειγμα, οι οργανωτικές αλλαγές στον γαλλικό κόσμο της τέχνης που μελετήθηκαν από τους White and White (1965) υποδηλώνουν έναν αιτιώδη μηχανισμό παροχής πόρων. Οι αλλαγές στο καλλιτεχνικό περιβάλλον επηρέασαν τη διαθεσιμότητα και τη

διανομή των πόρων κατά τρόπο που εννόησε την ανάπτυξη του ιμπρεσιονισμού. Αντίθετα, η εξέλιξη των ευρέως διαδεδομένων αξιών και πεποιθήσεων σχετικά με τις φυλετικές διαφορές που αναφέρονται στις μελέτες της τζαζ από τους Peterson (1972) και Lopes (2002) υποδεικνύουν έναν διαφορετικό μηχανισμό. Στην περίπτωση αυτή ένας εξωγενής παράγοντας και, πιο συγκεκριμένα, μια πολιτική συνθήκη, προσέδωσε κύρος και υπόσταση σε μια καλλιτεχνική μορφή, αρκετά χρήσιμη για τη νομιμοποίησή της.

Ο Baumann (2007, σελ. 52) συμβουλεύει στο σημείο αυτό οι μελλοντικές έρευνες σχετικά με την καλλιτεχνική νομιμοποίηση να δώσουν ιδιαίτερη προσοχή στη διατήρηση αυτής της διάκρισης για τον προσδιορισμό του είδους εξωγενών μεταβλητών (δομικών ή συμβολικών) και στο πλαίσιο λειτουργίας τους. Όσον αφορά τη διάκριση μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν την κινητοποίηση και των παραγόντων που επηρεάζουν την καθιέρωση, η διαφορά αυτή είναι εξίσου σημαίνουσα διότι επιτρέπει μια πιο σαφή, λεπτή και ακριβή απεικόνιση της διαδικασίας νομιμοποίησης (στο ίδιο, σελ. 53). Για παράδειγμα, οι κοινωνικοοικονομικές αλλαγές που ανέφερε η DeNora (1991) – η απειλή της αστικής τάξης στην οικονομική υπεροχή της αριστοκρατίας – στην κατανόηση του σχηματισμού ενός κόσμου της τέχνης για τη «σοβαρή» κλασική μουσική αναφέρεται στην πρώτη περίπτωση, δηλαδή στον σχηματισμό ή την έναρξη αυτής στον κόσμο της τέχνης. Αντίθετα, οι αλλαγές στις στάσεις απέναντι στη φυλή που αναφέρθηκαν από τους Peterson (1972) και Lopes (2002) αναφέρονται άμεσα στην αποδοχή και όχι στον σχηματισμό ενός κόσμου τέχνης της τζαζ. Οι Meyer και Minkoff (2004) υποστηρίζουν επίσης τη διάκριση μεταξύ των παραγόντων που γνωρίζουν τα μέλη του κινήματος από εκείνους τους παράγοντες τους οποίους αγνοούν. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να προσδιοριστεί ο τρόπος λειτουργίας ενός δεδομένου παράγοντα προκειμένου να προσδιοριστεί το είδος ανταπόκρισης που δημιουργεί μια ευκαιρία σε έναν κόσμο τέχνης. Ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες σ' ένα συγκεκριμένο κόσμο της τέχνης ενεργούν στρατηγικά και με συγκεκριμένες τακτικές αποτελεί επίσης μια σημαντική διάσταση της διαδικασίας νομιμοποίησης, στην οποία δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στο βιβλίο αυτό.

Στην περίπτωση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου υπήρξε ένα σύνολο εξωγενών και ενδογενών παραγόντων που θα αναπτύξουμε στη συνέχεια, οι οποίοι δημιούργησαν έναν χώρο ευκαιριών, λειτούργησαν καταλυτικά στην ανάπτυξη art-house ταινιών και πλαισιώθηκαν από διάφορους λόγους και στρατηγικές που συντέλεσαν στην ανάδυση ενός Νέου Κύματος. Στο πλαίσιο αυτό και προκειμένου να κατανοήσουμε τους διαφορετικούς ρόλους που διαδραματίζουν διαφορετικά είδη εξωγενών παραγόντων στην ανάδυση του Νέου Κύματος, θα αναφερθούμε σε ορισμένους σημαντικούς σηματοδοτικούς παράγοντες που επηρέασαν σε μια πρώτη φάση την κινητοποίηση της διαδικασίας ανάδυσης σε επικοινωνιακό επίπεδο.

Αν και υπήρχαν σημάδια ήδη από τις αρχές του 21<sup>ου</sup> αιώνα, οι διεθνείς επιτυχίες τριών ταινιών (*Στρέλλα*, *Κυνόδοντας* και *Ακαδημία Πλάτωνος*), μόλις το 2009, συνέβαλαν ώστε να αναγνωριστεί από τους ειδικούς του κινηματογράφου η είσοδος του

εγχώριου κινηματογράφου σε μια φάση εξαιρετικής δημιουργικότητας και ανανέωσης (Chalkou, 2012· Lykidis, 2015). Το έτος αυτό, μάλιστα, συνιστά χρονιά-ορόσημο και για άλλα σημαντικά θέματα στην ελληνική κινηματογραφία, καθώς καταργούνται τα Κρατικά Κινηματογραφικά Βραβεία Ποιότητας από το Διεθνές Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης.

Την ίδια χρονιά κάνουν επίσης την εμφάνισή τους οι λεγόμενοι *Κινηματογραφιστές στην Ομίχλη*, μια κίνηση αρχικά εξήντα τεσσάρων (64) και στη συνέχεια τουλάχιστον διπλάσιου αριθμού Ελλήνων κινηματογραφιστών, οι οποίοι από κοινού με παραγωγούς και σεναριογράφους ζητούν την κατάθεση, ψήφιση και εφαρμογή ενός νέου νομοθετικού πλαισίου και ασκούν ανάλογες πιέσεις με την ανάληψη σχετικών μαζικών δράσεων και την αποχή από τα Κρατικά Βραβεία Ποιότητας. Για πρώτη φορά, τρεις γενιές σκηνοθετών (παλαιότεροι και καταξιωμένοι, νεότεροι αλλά και πρωτοεμφανιζόμενοι) συνασπίστηκαν για να διαμαρτυρηθούν για την έλλειψη κινηματογραφικής πολιτικής, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η Κατσουνάκη (2009), και να αιτηθούν μεταξύ άλλων την ενίσχυση και την ενδεδειγμένη κατανομή όλων των διαθέσιμων οικονομικών και άλλων πόρων για την παραγωγή και συνάμα τη μέριμνα για τη διανομή και προβολή των ελληνικών ταινιών, την αξιοποίηση και αναβάθμιση του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης και των Κινηματογραφικών Βραβείων και, τέλος, τη συστηματοποίηση και αναβάθμιση της κινηματογραφικής παιδείας στην Ελλάδα. Πράγματι, με την πίεση των *Κινηματογραφιστών στην Ομίχλη* εντάθηκαν οι προσπάθειες να θεσπιστεί ο κινηματογραφικός νόμος (Μοτέρ, 2009, σελ. 26-54). Ένα άλλο όφελος που υπήρξε μέσα από την κίνηση αυτή ήταν η ικανοποίηση ενός αιτήματος που είχε ο χώρος επί τριάντα (30) χρόνια και αφορά στη δημιουργία μιας Ακαδημίας για τη βράβευση των ελληνικών ταινιών αλλά και για να λειτουργήσει ως χώρος παιδείας και ανταλλαγής ιδεών. Οι παράγοντες αυτοί λειτούργησαν σε επικοινωνιακό επίπεδο και σηματοδότησαν την αρχή μιας σειράς ενεργειών και διαδικασιών που επηρέασαν στη συνέχεια την πορεία της ελληνικής κινηματογραφικής παραγωγής.

Ωστόσο, ευρύτερες μεταβολές στο οικονομικοπολιτικό σκηνικό πυροδότησαν ακολούθως μια σειρά από διαδικασίες τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό περιβάλλον του κόσμου του κινηματογράφου, τις οποίες θα συζητήσουμε διεξοδικότερα στις παρακάτω ενότητες.

#### *α. Η πολιτικοοικονομική συγκυρία και η θέσπιση κινηματογραφικού νόμου*

Η οικονομική κρίση και η ευρύτερη πολιτική απορρυθμίση του κράτους αποτέλεσε αναμφισβήτητο το ευρύτερο πλαίσιο μέσα στο οποίο αναγκάστηκε να συσταθεί και να προωθηθεί η σύγχρονη ελληνική κινηματογραφική παραγωγή. Οι σύγχρονοι σκηνοθέτες και δημιουργοί στην Ελλάδα κλήθηκαν τα τελευταία χρόνια να υλοποιήσουν τα σχέδια για την παραγωγή των ταινιών τους σε ένα ασφυκτικό πλαίσιο, όπου τα περιθώρια χρηματοδότησης των νέων εγχειρημάτων και προσπαθειών συναντούν τεράστια εμπόδια σε όλο τον κύκλο ζωής μιας ταινίας. Λόγω της οικονομικής κρίσης που ταλανίζει τη χώρα από το 2012, έχουν επέλθει περικοπές σε όλους τους τομείς των δημοσίων

δαπανών. Τα κονδύλια για τον πολιτισμό έχουν συρρικνωθεί, με αποτέλεσμα κρατικοί φορείς όπως το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, οι Οργανισμοί Πολιτιστικών Φεστιβάλ (π.χ. Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης) να αδυνατούν συχνά να εξυπηρετήσουν τα κόστη λειτουργίας τους και, φυσικά, να έχουν περιορίσει αισθητά τις χρηματοδοτήσεις ταινιών. Η δε παύση λειτουργίας της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, από το 2013 και για ορισμένο χρονικό διάστημα αργότερα, είχε ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, να ακυρωθεί η προγραμματισμένη χρηματοδότηση ταινιών από την ΕΡΤ για τέσσερα ολόκληρα χρόνια.

Η έλλειψη θεσμικού πλαισίου, οι πελατειακές σχέσεις, οι συντεχνιακές πρακτικές και η ρευστότητα που επικρατεί στον οπτικοακουστικό τομέα, έχουν δημιουργήσει σοβαρές παθογένειες στον κινηματογραφικό χώρο και επιβράδυναν τη διαμόρφωση κινηματογραφικής πολιτικής. Εδώ και μια δεκαπενταετία έχουν κατατεθεί προτάσεις και σχέδια νόμου για την αναμόρφωση του κινηματογραφικού πεδίου, τα οποία όμως, για διάφορους λόγους που δεν μπορούν να συζητηθούν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, δεν προχώρησαν (βλ. Σηφάκη 2010). Προκειμένου να προσδιοριστεί ο τρόπος λειτουργίας ενός συγκεκριμένου παράγοντα και, κατά συνέπεια, το είδος και ο τρόπος επίδρασής του στον χώρο ευκαιριών ενός κόσμου τέχνης, απαιτείται διεξοδική μελέτη και σχετική έρευνα. Μολονότι το νομοθετικό πλαίσιο περί της εγχώριας κινηματογραφικής πολιτικής και οι απόπειρες διαμόρφωσης και εκσυγχρονισμού του από την Μεταπολίτευση μέχρι σήμερα αποτελούν κρίσιμο παράγοντα για την ανάπτυξη και παραγωγή ιδίως των art-house ταινιών, μια τέτοια έρευνα απαιτεί αφενός εκτενή ανάλυση του συνόλου των δρώντων στο κινηματογραφικό πεδίο και συνάμα των αλληλεπιδράσεων μεταξύ τους, αφετέρου διεξοδική διερεύνηση των διατάξεων περί κινηματογραφίας που βρίσκονται διάσπαρτες σε ποικίλα νομοθετήματα και, ως εκ τούτου, εκφεύγει της στόχευσης της παρούσας μελέτης. Παραμένει ωστόσο ένα ανοιχτό πεδίο για περαιτέρω διερεύνηση από θεωρητικούς και επιστήμονες του κινηματογράφου και της κοινωνιολογίας του πολιτισμού και του δικαίου. Κάποιες πρώτες διαβουλεύσεις και προτάσεις που συντέλεσαν στη διαμόρφωση ενός σχεδίου νόμου για τον κινηματογράφο και κρίνεται απαραίτητο να αναφερθούν είναι το σχέδιο που είχε εκπονηθεί από τον πρώην υφυπουργό Πολιτισμού Πέτρο Τατούλη το 2006, ενώ σημαντική ήταν η επεξεργασία και οι προτάσεις που έγιναν από την επιτροπή υπό τον σκηνοθέτη Κώστα Γαβρά, που συστάθηκε τον Δεκέμβριο του 2007 από τον τότε Υπουργό Πολιτισμού Μιχάλη Λιάπη.

Μετά από αλληπάλληλες αλλαγές του νομοσχεδίου ο κινηματογραφικός νόμος, επονομαζόμενος και «νόμος Γερούλανου» (από το όνομα του τότε υπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού Παύλου Γερούλανου) ψηφίστηκε τελικά στις 23 Δεκεμβρίου 2010. Ο Νόμος 3905/2010 (ΦΕΚ Α' 219, 23/12/2010) για την «ενίσχυση και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης» καθορίζει τις αρχές της εθνικής πολιτικής στον τομέα του κινηματογράφου και διαμορφώνει το νέο θεσμικό πλαίσιο. Στόχοι αυτού, σύμφωνα με την αιτιολογική του έκθεση, υπήρξαν η αύξηση των χρημάτων για την παραγωγή ταινιών με την κατάλληλη

αξιοποίηση πόρων, η ανακατανομή κονδυλίων, η διαφάνεια και η αποτελεσματικότητα στη λειτουργία των κρατικών φορέων υλοποίησης της κινηματογραφικής πολιτικής, η αύξηση των πηγών των προς διάθεση οικονομικών πόρων με τη συμμετοχή των παρόχων υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων και τηλεπικοινωνιών, η προσέλκυση ξένων παραγωγών και συμπαραγωγών, η ενίσχυση της εξωστρέφειας μέσα από την εξαγωγιμότητα της ελληνικής παραγωγής, καθώς και η άρση όποιων σχετικών γραφειοκρατικών εμποδίων εμφανίζονταν μέχρι πρότινος.

Είναι χαρακτηριστικό πάντως ότι ορισμένες πράξεις της δευτερογενούς νομοθεσίας, όπως το ύψος της οικονομικής συνεισφοράς των τηλεοπτικών σταθμών για την παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, που αποτελούσαν πάγια αιτήματα της κινηματογραφικής κοινότητας και πολιτικό διακύβευμα, αν και εκδόθηκαν, στην ουσία δεν εφαρμόστηκαν λόγω της θεσμικής αμηχανίας του Υπουργείου Πολιτισμού και του ΕΚΚ για την εφαρμογή και τήρηση του νόμου. Το κλίμα θεσμικής εκκρεμότητας και αβεβαιότητας, το οποίο συντηρείται εδώ και δεκαετίες, δε συμβάλλει στο να ξεκαθαρίσει το τοπίο των επιχειρήσεων στα ΜΜΕ (Σηφάκη, 2010). Πάντως, η εφαρμογή του νόμου επιδεινώθηκε από την ελληνική κρίση χρέους και την υπαγωγή της χώρας σε Μηχανισμό Στήριξης, τη δημοσιονομική λιτότητα και τις αλληπάλληλες πολιτικές και θεσμικές αλλαγές που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια.

*β. Ο διεθνοποιημένος χαρακτήρας του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης και η σύσταση της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου*

Εκτός από το ευρύτερο οικονομικοπολιτικό σκηνικό, που έχει σημαντική βαρύτητα για την παραγωγή μιας τέχνης που εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από χρηματοδοτικούς μηχανισμούς, μια σειρά παραγόντων στο εσωτερικό του κόσμου του κινηματογράφου αναδεικνύουν τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν οι θεσμικοί συντελεστές. Οι μεταβολές στον χαρακτήρα και τη λειτουργία του Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης καθώς και η σύσταση της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου (ΕΑΚ), κινητοποίησαν τις δυνάμεις του πεδίου προς ένα διεθνικό πλαίσιο συνεργειών και δικτύων.

Πιο συγκεκριμένα, η αποδυνάμωση τα τελευταία χρόνια του ελληνικού τμήματος του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης και η στροφή του προς μια τάση «διεθνοποίησης» (Paradimitriou, 2014a) επέφερε σημαντικές αλλαγές στην εικόνα προς τα έξω και την προώθηση του ελληνικού κινηματογράφου. Η κατάργηση των Κρατικών Βραβείων Ποιότητας το 2009, η άρση του διαγωνιστικού χαρακτήρα του ελληνικού τμήματος και η περιορισμένη συμμετοχή ελληνικών ταινιών πρωτοεμφανιζόμενων και έμπειρων δημιουργών στη διοργάνωση (Μυλωνάκη, 2013· Metzidakis, 2014· Paradimitriou, 2014b) συνέβαλαν, μεταξύ άλλων, στον προσανατολισμό των ελληνικών σκηνοθετών προς διεθνή φεστιβάλ που έχουν την έδρα τους σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Λίγο καιρό μετά τη συμπλήρωση πενήντα χρόνων λειτουργίας του Φεστιβάλ



Θεσσαλονίκης, τέτοιου χαρακτήρα ενέργειες συνέβαλαν στη ριζική αλλαγή του εγχώριου φεστιβαλικού σκηνικού.

Η σύσταση της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου (ΕΑΚ) τον Νοέμβριο του 2009, ήρθε να επιστεγάσει τις παραπάνω θεσμικές αλλαγές. Θέτοντας ως στόχο «να ενώσει τους κινηματογραφιστές όλων των δημιουργικών ειδικοτήτων, που διαμορφώνουν το κινηματογραφικό τοπίο της χώρας μας» (όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα της),<sup>5</sup> έθεσε ως κεντρική της δράση την ετήσια διοργάνωση και απονομή των Εθνικών Κινηματογραφικών Βραβείων. Η αλλαγή αυτή του πλαισίου βράβευσης των ταινιών ως προς τη διαδικασία, τα κριτήρια, τις κριτικές επιτροπές και τις τελικές επιλογές, έφερε έναν αέρα ανανέωσης στον κινηματογραφικό χώρο, δίνοντας σημαντικό προβάδισμα στους νέους κινηματογραφιστές, κρατώντας παράλληλα και τις ισορροπίες με την ενδιάμεση γενιά. Πέρα από το βραβείο πρωτοεμφανιζόμενου σκηνοθέτη που έχει δοθεί, μεταξύ άλλων, στους Αργύρη Παπαδημητρόπουλο, Σύλλα Τζουμέρκα, Έκτορα Λυγίζο, Ελίνα Ψύκου, Πάννη Βεσλεμέ, Πώργο Ζώη κ.ά., τα βραβεία σκηνοθεσίας έχουν απονεμηθεί κατά κύριο λόγο σε νέους σκηνοθέτες, των οποίων το έργο συνδέθηκε στη συνέχεια με την ανάδυση ενός Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο. Πιο συγκεκριμένα: στον Πώργο Λάνθιμο για την ταινία *Κυνόδοντας* το 2010, στον Γιάννη Οικονομίδη για την ταινία *Μαχαιροβγάλης* το 2011, στον Φίλιππο Τσίτο για την ταινία *Άδικος Κόσμος* το 2012, στον Θάνο Αναστόπουλο για την ταινία *Η Κόρη* το 2013, στον Γιώργο Τσεμπερόπουλο για την ταινία *Ο Εχθρός μου* το 2014, στον Πάνο Χ. Κούτρα για την ταινία *Ξενία* το 2015 και στον Αλέξη Αλεξίου για την ταινία *Τετάρτη 04:45* το 2016.

Μια άλλη καινοτομία του θεσμού είναι η βαρύνουσα θέση που επιφυλάσσει στους παραγωγούς απονέμοντάς τους ειδικό βραβείο ονομαστικά, με τίτλο «βραβείο μεγάλου μήκους ταινίας μυθοπλασίας». Από το 2010 το βραβείο αυτό έχει απονεμηθεί στους Γιώργο Λάνθιμο, Γιώργο Τσουνγιαννη και Ηρακλή Μαυροειδή για την ταινία *Κυνόδοντας* το 2010, στον Πάνο Παπαχατζή για την ταινία *Μαχαιροβγάλτης* το 2011, στους Φίλιππο Τσίτο και Αλεξάνδρα Μπουσίου για την ταινία *Άδικος Κόσμος* το 2012, στους Πώργο Καρναβά, Έκτορα Λυγίζο, Αργύρη Παπαδημητρόπουλο και Ελίνα Ψύκου, για την ταινία *Το Αγόρι Τρώει το Φαγητό του Πουλιού* το 2013, στην Κατερίνα Χελιώτη και τον Γιάννη Ιακωβίδη για τη *Μικρά Αγγλία* το 2014, στους Ελένη Κοσσυφίδου, Πάνο Χ. Κούτρα, Αλεξάνδρα Μπουσίου για την ταινία *Ξενία* το 2015, και στους Θανάση Καραθάνο και Κώστα Λαμπρόπουλο για την ταινία *Τετάρτη 04:45* το 2016.

Η γνώση και η επαγγελματική εμπειρία των μελών της επιτρέπει επίσης στην Ακαδημία να ηγείται πρωτοβουλιών για την ανάπτυξη της κινηματογραφικής παραγωγής, εκπονώντας μελέτες και σχέδια δράσης για τη βελτίωση της εθνικής πολιτικής για τον κινηματογράφο. Η ΕΑΚ δραστηριοποιείται επίσης στον τομέα της οπτικοακουστικής

5. Βλ. <https://hellenicfilmacademy.gr/about/whoweare/> (τελευταία πρόσβαση: 10/12/2018).

εκπαίδευσης και επιμόρφωσης, διοργανώνοντας ανοιχτές συζητήσεις και διαλέξεις για επαγγελματίες, καθώς και εργαστήρια/σεμινάρια που απευθύνονται σε σπουδαστές και σινεφίλ (Film Factory).

Στο πλαίσιο ενός κοινού πεδίου δράσης με την Ευρωπαϊκή Ακαδημία Κινηματογράφου και με άλλες ακαδημίες του εξωτερικού, η ΕΑΚ διοργανώνει και διεθνείς εκδηλώσεις, όπως το *Ευρωπαϊκό Βραβείο Νεανικού Κοινού (EFA Young Audience Award)*, τις *Χρυσές Νύχτες της Γαλλικής Ακαδημίας* κ.ά., φέρνοντας σε επαφή το ελληνικό κοινό με τους ευρωπαίους κινηματογραφιστές.<sup>6</sup>

Είναι σημαντικό να τονιστεί στο σημείο αυτό ότι η ΕΑΚ αποτελεί το πρώτο επίσημο κινηματογραφικό όργανο που αναγνώρισε την έννοια του Νέου Κύματος, καλώντας τους επαγγελματίες του χώρου σε δημόσιο διάλογο. Πιο συγκεκριμένα, για δύο συνεχόμενες χρονιές, το 2012 και 2013, διοργάνωσε μια διημερίδα με τίτλο «*Riding the greekwave*», η οποία απευθυνόταν σε επαγγελματίες του κινηματογράφου και σε νέους κινηματογραφιστές. Στόχος της συγκεκριμένης διημερίδας ήταν η ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών με διακεκριμένους εκπροσώπους της παγκόσμιας κινηματογραφικής αγοράς με θέμα την εξωστρέφεια της ελληνικής ταινίας. Η ανάπτυξη των εργαλείων που είναι διαθέσιμα για όλους τους ευρωπαίους σκηνοθέτες προκειμένου να αναπτύξουν και να προωθήσουν τα έργα τους σε διεθνές επίπεδο, πλαισιωνόταν πάντα με παραδείγματα νέων ελλήνων σκηνοθετών του κινήματος αυτού.

Τόσο από τον προσδιορισμό της ταυτότητας της ΕΑΚ στην ιστοσελίδα της όσο και από το είδος των δράσεων που επιλέγει διαφαίνεται, τέλος, μια τάση συνδιαλλαγής και ενσωμάτωσης με τις ευρωπαϊκές πολιτικές και στρατηγικές για την προώθηση της κινηματογραφικής τέχνης.

#### *γ. Η έλευση μιας νέας γενιάς σκηνοθετών και δημιουργικών παραγωγών*

Όπως είδαμε και στην ενότητα 1.1, το ζήτημα της γενιάς αποτελεί ένα κρίσιμο παράγοντα των κοινωνικών και πολιτισμικών μετασχηματισμών που συντελούνται στο πλαίσιο ανάδυσης νέων κυμάτων στον κόσμο του κινηματογράφου. Έχει επίσης γίνει σαφές ότι τα κινήματα στον κινηματογράφο είναι άμεσο προϊόν της εποχής τους και πεδίο συνάντησης νέων κινηματογραφιστών αλλά και μεταβολών στο πλαίσιο της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Ωστόσο, το ότι οι διεργασίες είναι συνδεδεμένες με την ιστορία και την κουλτούρα κάθε χώρας, αιτιολογεί το γιατί εν τέλει κάθε κύμα αντλεί από τις συγκεκριμένες δεξαμενές αισθητικών εργαλείων (Νικολαΐδου και Πούπου, 2017, σελ. 91-92).

Στο πλαίσιο ανίχνευσης των ιδιαίτερων εγχώριων συνθηκών που ευνόησαν την εμφάνιση καινούριων ταλέντων, θα συζητήσουμε τον τρόπο που έχει συνδεθεί σε ορισμένες μελέτες η έννοια της γενιάς με εκφάνσεις της καλλιτεχνικής δημιουργίας. Στον τομέα των πολιτισμικών σπουδών, η Εύη Σαμπανίκου εξετάζει την παραγωγή κόμικ των

6. Βλ. σχετικά <http://hellenicfilmacademy.gr/about/howweare/> (τελευταία πρόσβαση: 20/12/2018).

δεκαετιών 1990 και 2000 μελετώντας το έργο ορισμένων καλλιτεχνών του είδους, που ανήκουν στην ελληνική Generation X, τους οποίους τοποθετεί βάσει του έτους γέννησης μεταξύ 1960-1975, δηλαδή τη γενιά της Μεταπολίτευσης. Όπως προκύπτει μέσα από τη μελέτη αυτή, η παραγωγή κόμικ είναι στενά συνδεδεμένη με την ελληνική Generation X και το κοινωνικοπολιτικό και πολιτισμικό παρελθόν που η γενιά αυτή είχε να αντιμετωπίσει. «Εκτεθειμένοι σε μια πληθώρα διεθνών επιρροών και πολιτισμικών αλλαγών, αυτή η γενιά βιώνει αρκετές μεταβάσεις: από τις αριστερές ιδεολογίες στον πολυεθνικό καπιταλισμό, από τις ευρωπαϊκές στις αμερικανικές επιρροές, και από την έννοια του ηθικού στην αποξένωση του εαυτού» (Sampanίκου, 2012, σελ. 158). Ένα άλλο στοιχείο που αναδεικνύεται για την ελληνική Generation X είναι το γεγονός ότι αυτή βρίσκεται σε διαρκή αναζήτηση μιας ταυτότητας, ενώ συνεχώς υποφέρει από διχοτομήσεις που περιλαμβάνουν το αίσθημα της ασφυξίας σε μια κοινωνία που ευνοεί την προηγούμενη γενιά και τους αντιμετωπίζει ως ξένους.

Την έλλειψη μιας συνεκτικής ταυτότητας νεολαίας και τη διπολικότητα αυτή αναδεικνύουν και τα πορίσματα μια άλλης πολυετούς έρευνας που περιγράφει ως εξής τη σύγχρονη ελληνική νεολαία:

*Η πλειονότητα των νέων στην Ελλάδα σήμερα επιμένει ταυτόχρονα στη συνύπαρξη με φίλους, αλλά και αισθάνεται αποξενωμένη, χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες, αλλά επιμένει και σε παραδοσιακές συγκεντρώσεις, βλέπει τηλεόραση χωρίς να την πολυεμπιστεύεται, προσδοκά ρίσκο και εξασφάλιση μαζί, δεν πολυενδιαφέρεται για τη θρησκεία, δεν εμπιστεύεται τους θεσμούς αλλά πιστεύει στο έθνος ως αξία, εναλλάσσει προοδευτικό και συντηρητικό πνεύμα και συνδυάζει την «προσωπική απογοήτευση και την αδράνεια αφενός, με τη συλλογική εκδραμάτιση και τη συγκρουσιακή προδιάθεση και συμπεριφορά αφετέρου».*

(Δεμερτζής και Σταυρακάκης, 2008)

Σχεδόν έκπληκτοι οι μελετητές καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι νέοι στην Ελλάδα σήμερα είναι ταυτοχρόνως κορεσμένοι και στερημένοι. Είναι ίσως αυτός ακριβώς ο συνδυασμός που τους υποχρεώνει να τελούν σε αδράνεια και επί ποδός μαζί, καθιστώντας τους έτσι αστάθμητο παράγοντα του δημόσιου βίου (Παπανικολάου, 2008, σελ. 8-9). Κι ενώ οι προηγούμενες γενιές τόσο στις διεκδικήσεις τους όσο και στο κοινωνικό φαντασιακό έχουν επικρατήσει για τον ιδεολογικό προσανατολισμό και την πολιτική τους κουλτούρα, η σύγχρονη νέα γενιά ορίζεται από την υλική μιζέρια του κατώτατου μισθού (γενιά των 600 και στη συνέχεια 400 ευρώ). Όπως εύστοχα περιγράφει ο Νίκος Ξυδάκης:

*Είναι η γενιά που μεγάλωσε ψηφιακά, με κινητή τηλεφωνία, διαρκή ταξίδια, κοσμοπολιτισμό αλλά και ρευστότητα και ανασφάλεια, ανάμεσα σε ερείπια παρελθόντος και διαψευσμένες υποσχέσεις μέλλοντος· είναι η γενιά του ρίσκου και της επισφάλειας· είναι το πολύμορφο, πολυσθενές «πρεκαριάτο» (sic), που παίρνει τη θέση του προλεταριάτου σε ένα τοπίο αποβιομηχάνισης, συγκεντροποίησης και καινοφανών υπηρεσιών.*

(Ευδάκης, 2008)

Πρόκειται για μια γενιά με ιδιαίτερα ετερόκλητους και απολίτικους ιδεολογικούς προσανατολισμούς, με πολύ υψηλό μορφωτικό επίπεδο, και σπουδές που δεν της εξασφαλίζουν ωστόσο καμία επαγγελματική προοπτική. Σε πρόσφατο δημοσίευσμά της για τη μαζική μετανάστευση της ελληνικής νεολαίας η εφημερίδα *The Guardian* χαρακτηρίζει την ελληνική νέα γενιά ως *Generation G* (από το Greek), προσδίδοντας στο «εθνικό» ξεχωριστές ιδιότητες όπως το ταλέντο και το υψηλό επίπεδο μόρφωσης. Αποτελεί, όπως σημειώνεται, τμήμα μιας από τις μεγαλύτερες «φυγές εγκεφάλων» σε ανεπτυγμένη δυτική οικονομία στη σύγχρονη εποχή» (Smith, 2015).

Όσον αφορά τη γενιά των σύγχρονων ελλήνων δημιουργών, οι περισσότεροι εξ αυτών έχουν γεννηθεί τη δεκαετία του 1970 και του 1980 όπως ο Αλέξανδρος Αβρανάς (γεν. 1977), ο Αλέξης Αλεξίου (γεν. 1976), ο Αλέξανδρος Βούλγαρης (γεν. 1981), ο Αργύρης Παπαδημητρόπουλος (γεν. 1976), ο Έκτορας Λυγίζος (γεν. 1976), ο Γιώργος Γεωργόπουλος (γεν. 1975), ο Σύλλας Τζουμέρκας (γεν. 1978), η Ελίνα Ψύκου (γεν. 1977), ο Μιχάλης Κωνσταντάτος (γεν. 1977), αλλά και ο Θάνος Αναστόπουλος (γεν. 1965), ο Φίλιππος Τσίτος (γεν. 1966), ο Μπάμπης Μακρίδης (γεν. 1970), ο Γιάννης Οικονομίδης (γεν. 1967), η Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη (γεν. 1966), ο Γιώργος Λάνθιμος (γεν. 1973).

Πρόκειται για μια γενιά κινηματογραφιστών που ενώ μεγάλωσε σε μια περίοδο οικονομικής ευημερίας, ήρθε αντιμέτωπη με την ελληνική οικονομική και κοινωνικο-πολιτική κρίση και ένιωσε «...επιτακτική ανάγκη να επαναπροσδιορίσει ιδέες και κοινωνικές νόρμες...», όπως δήλωσε ο Σύλλας Τζουμέρκας σε συνέντευξή του στο *Fantom Film Magazine* (Komentaru, 2012). Η εξωστρέφεια των εν λόγω ταινιών (πολυάριθμες συμμετοχές και επίσημες πρεμιέρες σε φεστιβάλ, χρηματοδότηση από ευρωπαϊκά προγράμματα, θεματική που σχετίζεται με κοινωνικά ζητήματα που αφορούν την Ευρώπη στο σύνολό της) ταυτίζεται απόλυτα με την προσωπική και καλλιτεχνική πορεία των σκηνοθετών τους. Η πλειονότητα εξ αυτών έχει κάνει σπουδές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης σε Ελλάδα και εξωτερικό, τόσο σε άλλα αντικείμενα όσο και στον κινηματογράφο, με πολλούς μάλιστα να έχουν φοιτήσει στη *Σχολή Σταυράκου* (<http://www.stavrakos.edu.gr/>) (Γ. Λάνθιμος, Σ. Τζουμέρκας, Ελ. Ψύκου, Γ. Βεσλεμές, Έκτ. Λυγίζος). Επίσης, έχουν πρότερη των ταινιών εμπειρία από διεθνείς φεστιβαλικές διοργανώσεις έχοντας συμμετάσχει

και διακριθεί σε αυτές,<sup>7</sup> είτε με προηγούμενες ταινίες τους, είτε με τη συμμετοχή τους σε φεστιβαλικά εργαστήρια και συναντήσεις.<sup>8</sup>

Όπως εξηγήσαμε ήδη στην εισαγωγή, στην έννοια «Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο» συμπεριλαμβάνουμε όλες τις διεργασίες των τελευταίων χρόνων που οδήγησαν στην ανάδυση μιας νέας γενιάς ανεξάρτητων δημιουργών, των οποίων το έργο συνομιλεί με μοντερνιστικές τάσεις και εντάσσεται στον art-house κινηματογράφο. Σε μια εποχή όπου η ταυτότητα μιας γενιάς προσδιορίζεται με οικονομικούς όρους και η κοινωνική και πολιτισμική υπόσταση αυτής είναι υπό διαρκή διαπραγμάτευση, έχει ενδιαφέρον να εξετάσουμε το έργο των δημιουργών αυτών που τη βιώνουν (ή την υφίστανται) ως παρόν (Σηφάκη, 2016, σελ. 156).

Οι Νικολαΐδου και Πούπου (2017, σελ. 96-110) επιχειρούν μια εύστοχη κατηγοριοποίηση βάσει των αφηγηματικών, μορφολογικών και ειδολογικών χαρακτηριστικών των ταινιών του Νέου Κύματος, αναγνωρίζοντας τρεις τάσεις που συνομιλούν, αλληλοσυμπληρώνονται και συχνά ανιχνεύονται ταυτόχρονα ακόμα και στην ίδια ταινία. Η πρώτη τάση η οποία, όπως αναφέρουν, αποτελεί την εμπροσθοφυλακή αυτού του κύματος, ως πιο διακριτή και προκλητική, εκφράζεται από την ομάδα ταινιών που οι ξένοι κριτικοί ονόμασαν «weird», με εκπροσώπους τους Γιώργο Λάνθιμο, Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη, Ευθύμη Φιλίππου, Μπάμπη Μακρίδη, Φίλιππο Τσίτο, Ελίνα Ψύκου και Αλέξανδρο Αβρανά. Η δεύτερη τάση, η οποία συνδέεται με μια τάση αναστοχασμού της κρίσης, εντοπίζεται σ' ένα μεγάλο σώμα ταινιών την οποία ονομάζουν «αυτο-εθνογραφική». Σ' αυτή εντάσσονται ταινίες όπως η *Χώρα προέλευσης*, η *Έκρηξη* (Σύλλας Τζουμέρκας), η *Κόρη* (Θάνος Αναστόπουλος), η *Μαχαιροβγάλτης* (Πάννης Οικονομίδης), η *Συγχαρητήρια στους αισιόδοξους* (Κωνσταντίνα Βούλγαρη), η *Wasted Youth* (Αργύρης Παπαδημητρόπουλος), η *Να κάθεται και να κοιτάς* (Γιώργος Σερβετάς), η *Στο λύκο* (Χριστίνα Κουτσοσπύρου και Άραν Χιουζ), οι οποίες ανταποκρίνονται σε μια ανάγκη αναπαράστασης της κρίσης με έναν πιο έκδηλο τρόπο (στο ίδιο, σελ. 99). Τέλος, η τρίτη τάση, η οποία ισχυροποιείται, είναι η επαναδιαπραγμάτευση του σινεμά είδους, για παράδειγμα πειραματισμοί με το είδος της κωμωδίας όπως το *Chevalier* (Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη) και το *Άφτερλωβ* (Στέργιος Πάσχος) και του μελοδράματος όπως η *Στρέλλα* (Πάνος Κούτρας), είτε για συνομιλία με είδη όπως το νεο-νουάρ, η γκανγκστερική ταινία, η ταινία τρόμου και το θρίλερ. Η τάση αυτή ανοίγει ενσυνείδητα και ρητά ένα νέο πεδίο επικοινωνίας ανάμεσα στην ταινία

7. Αναφέρουμε χαρακτηριστικά τη βράβευση της Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη στο *New York Underground Film Festival* το 2002 (*The Slow Business of Going Awards*, χ.χ.), τη συμμετοχή του Έκτορα Λυγίζου στο *Φεστιβάλ Βενετίας* το 2004 (Μουρατίδης, 2016) και τη βράβευση της μικρού μήκους ταινίας του Σύλλας Τζουμέρκα *The Devouring Eyes* στο *Karlovy Vary IFF* το 2000 (*Syllas Tzoumerkas*, χ.χ.).

8. Αναφέρουμε ως παράδειγμα το *Cinemart* (<https://iff.com/en/cinemart>), ένα διεθνές φόρουμ συμπαραγωγών όπου, το 2012, είχε συμμετάσχει η Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη και το 2013 ο Γιώργος Λάνθιμος (*Cinemart History*, χ.χ.), καθώς και το *Torino Film Lab*, ένα διεθνές εργαστήριο με σκοπό την ανάδειξη νέων ταλέντων (<http://www.torinofilmlab.it/>), όπου το 2010 είχε συμμετάσχει ο Αλέξης Αλεξίου (*Torino Film Lab Participants 2010*, 2010).

τέχνης και στον κινηματογράφο είδους (βλ. για παράδειγμα, τις ταινίες των Φίλιππου Τσίτου, Γιάννη Οικονομίδη, Αλέξη Αλεξίου, Άγγελου Φραντζή, Γιάννη Βεσλεμέ, Γιάννη Σακαρίδη) (στο ίδιο, σελ. 101).

Οι κοινοί αφηγηματικοί τύποι και οι μοντερνιστικές αισθητικές στρατηγικές μπορούν να αιτιολογηθούν ως κοινό σύμπτωμα μιας εποχής κρίσης και μιας γενιάς που προσπαθεί να εργαστεί δημιουργικά και να ερμηνεύσει τον εαυτό της, δίνοντας ταυτόχρονα κλειδιά εισόδου στο κοινό προκειμένου να τοποθετήσει τις αναδυόμενες τάσεις στον ευρύτερο κοινωνικό και πολιτικό χάρτη. Το έργο τους αντικατοπτρίζει τους προβληματισμούς και τη διαπραγμάτευση της ταυτότητας των ίδιων των νέων σκηνοθετών που, είτε ηλικιακά είτε συμβολικά, ανήκουν σ' αυτή τη γενιά. Μέσα από τις ταινίες τους, πραγματεύονται τη ρευστότητα των οικογενειακών αξιών, την προσωπική και κοινωνική ταυτότητα στο σύγχρονο πλαίσιο της πόλης και τη δυσκολία των υποκειμένων να βρουν διέξοδο στις δυσκολίες που εντείνονται από την κρίση (Σηφάκη 2016, σελ. 156).

Ωστόσο, πέρα από ορισμένα κοινά ειδολογικά ή αφηγηματικά χαρακτηριστικά που εντοπίζονται στο σώμα των ταινιών των νέων κινηματογραφιστών, αυτό που αναμφισβήτητα τους ενώνει και συγκροτεί ένα κοινό στοιχείο των ταινιών αυτών είναι ο ανεξάρτητος και, θα τολμούσαμε να πούμε, σχεδόν χειροποίητος τρόπος παραγωγής. Οι διαδικασίες χρηματοδότησης και οι αλλαγές στο μοντέλο παραγωγής των ταινιών αποτελούν ορισμένα από τα πιο κοινά χαρακτηριστικά των ταινιών του Νέου Κύματος, καθώς πρόκειται για ταινίες χαμηλού κόστους και ανεξάρτητες παραγωγές που εντάσσονται στην κατηγορία του art-house κινηματογράφου.

Η οικονομική δυσπραγία οδήγησε τους σκηνοθέτες και τους παραγωγούς να κινηθούν σ' ένα διευρυμένο πλαίσιο για τη χρηματοδότηση των ταινιών τους και να συνδράμουν ο ένας τις ταινίες του άλλου, αναλαμβάνοντας συχνά πολλαπλούς ρόλους και πρωτοβουλίες. Σε μια περίοδο όπου δεν υπάρχει εισροή και κίνηση κεφαλαίων στην αγορά, η συνεργασία μεταξύ των κινηματογραφιστών και άλλων κινηματογραφικών συντελεστών λειτούργησε ως μονόδρομος, προκειμένου να συνεχιστούν τα γυρίσματα και η παραγωγή των ταινιών τους.

Αυτό το πνεύμα συνεργατικότητας, συσπείρωσης και αλληλεγγύης οδήγησε στην ανάπτυξη διαφόρων οικονομικών μοντέλων και πρακτικών. Ορισμένες από τις πιο συνηθισμένες πρακτικές που ακολουθούνται είναι η ανταλλακτική εργασία, η μεταχρονολογημένη πληρωμή ή η κεφαλαιοποίηση της αμοιβής. Για παράδειγμα, οι τακτικές που χρησιμοποιούνται στην πληρωμή των συνεργείων είναι οι εξής: α) χαμηλές αμοιβές ανά εβδομάδα, β) χαμηλή συνολική αμοιβή για το σύνολο της δουλειάς, χωρίς να υπολογίζεται ο όγκος της (π.χ. 10.000 ευρώ για τον διευθυντή φωτογραφίας για όλη την ταινία ανεξαρτήτως των εβδομάδων ή ωρών εργασίας) και γ) κεφαλαιοποίηση της αμοιβής (deferred fees), η οποία αρχίζει και αποδίδει χρήματα όταν αρχίζει και φέρνει χρήματα η ταινία (Αλέξης Αλεξίου, σκηνοθέτης, συνέντευξη, 2/10/2012).

Είτε για λόγους οικονομικής αναγκαιότητας, είτε γιατί μοιράζονταν αντίστοιχες καλλιτεχνικές ανησυχίες, το σίγουρο είναι ότι οι συνθήκες αυτές συντέλεσαν στη διαμόρφωση συνεργειών και την ανάδυση συνεργασιών στο πλαίσιο του Νέου Κύματος. Ενδεικτικά αναφέρονται οι περιπτώσεις του Γιώργου Λάνθιμου που δρα ως παραγωγός και ηθοποιός στην ταινία *Attenberg* της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη, ενώ η τελευταία είναι βοηθός παραγωγός της ταινίας *Κυνόδοντας* και παραγωγός της *Κινέττας* σε σκηνοθεσία του πρώτου· του σεναριογράφου Ευθύμιου Φιλίππου που έχει συν-συγράψει τα σενάρια των φιλμ *Κυνόδοντας*, *Άλλεις* και *L* της ηθοποιού Αριάν Λαμπέντ, που πρωταγωνιστεί στις ταινίες *Άλλεις* και *Attenberg*· του ηθοποιού Άρη Σερβετάλη που συμμετείχε στις *Άλλεις* και στο *L* της ηθοποιού Αγγελικής Παπούλια που συμμετέχει στις ταινίες *Κυνόδοντας* και *Έκρηξη*· του ηθοποιού Βαγγέλη Μουρίκη που πρωταγωνιστεί στις ταινίες *Chevalier*, *Το μικρό ψάρι* και *Νορβηγία*· του ηθοποιού Μάκη Παπαδημητρίου που έχει λάβει μέρος στις ταινίες *Chevalier*, *Η Έκρηξη*, *L* και *Runaway*· του ηθοποιού Χρήστου Στέργιου που πρωταγωνιστεί στις ταινίες *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, *Κυνόδοντας* και *Αδίκος Κόσμος*· του διευθυντή φωτογραφίας Θύμιου Μπακατάκη, που είχε αναλάβει ανάλογα καθήκοντα στις ταινίες *Κυνόδοντας*, *Attenberg* και *Αστακός*· του διευθυντή φωτογραφίας και κινηματογραφιστή Χρήστου Καραμάνη που συνεργάζεται στις ταινίες *Τετάρτη 04:45* και *Ιστορία 52* με τον Αλέξη Αλεξίου και στην *Νορβηγία* με τον Γιάννη Βεσλεμέ· του μοντέρ Γιώργου Μαυροψαρίδη που αναλαμβάνει καθήκοντα επεξεργασίας εικόνας και ήχου στις ταινίες *Κυνόδοντας*, *Chevalier* και *Αστακός* (Παναγόπουλος, 2012· Ρακόπουλος, 2013· Ντελλής, 2013· *The Boy* 2015· Δημοκίδης, 2015· Van Hooij, 2012). Αναφέρεται επίσης, η ταινία της Ελίνας Ψύκου *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, όπου συμμετέχουν σε μη πρωταγωνιστικούς ρόλους οι συνάδελφοι της δημιουργού Σύλλας Τζουμέρκας, Γιώργος Ζώης, Αλέξης Αλεξίου, Παναγιώτης Φαφούτης (Ρούσσο, 2014).

Οι αλλαγές που παρατηρούνται στο πλαίσιο της κινηματογραφικής παραγωγής και η σχέση με ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες και άλλες πηγές υποστήριξης της πολιτιστικής δημιουργικότητας αποτελούν επίσης σημαντικούς παράγοντες της ανανέωσης της ελληνικής κινηματογραφίας, τις οποίες θα συζητήσουμε σε επόμενη ενότητα στο πλαίσιο των υλικών μέσων που διευκόλυναν την επιτυχία.

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια πολλές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο οπτικοακουστικό χώρο και στη διαφήμιση έχουν εμπλακεί με διάφορους τρόπους στην παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών. Υπάρχουν πολλά σχήματα που ακολουθούν διαφορετικές τακτικές και στρατηγικές, ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν τη δεδομένη στιγμή, το ανθρώπινο δυναμικό που έχουν, τις φιλικές ή καλλιτεχνικές σχέσεις που μπορεί να διατηρούν με ορισμένους σκηνοθέτες ή τη συνεργασία που έχουν με ορισμένους παραγωγούς. Ορισμένες από αυτές όπως η *Cinegram*, η *Pan Entertainment*, η *Boo*, η *Badmovies* και η *Ideefix*, αποτελούν εταιρείες που το κύριο αντικείμενο της επιχείρησής τους (core business) δεν αφορά αποκλειστικά την παραγωγή ταινιών.

Άλλες εταιρείες όπως η *Marni Films* και η *Faliro House production* στήριξαν επίσης αρκετές ταινίες και προσέλκυσαν κεφάλαια σε μια περίοδο που υπήρχε σημαντικό κενό στην κινηματογραφική αγορά. Η *Faliro House*, που ανήκει στον εφοπλιστή Χρήστο Κωνσταντακόπουλο -επονομαζόμενο στον Τύπο και μαϊκήνα του σύγχρονου ελληνικού σινεμά-<sup>9</sup> δημιουργήθηκε μόλις το 2008 και αποτελεί μια ενδιαφέρουσα περίπτωση. Στην αρχή ξεκίνησε με μεγάλες ταινίες, τύπου μπλοκμπάστερ της Ελλάδας, ενώ στη συνέχεια προσανατολίστηκε σε πιο μικρές ταινίες και ανεξάρτητες παραγωγές. Πλέον η *Faliro House* δε χρηματοδοτεί μόνο ελληνικές ταινίες (μεταξύ άλλων: *Lobster*, *Miss Violence*, *Attenberg*, *Luton*, *Park*, *To μικρό ψάρι*, *Τετάρτη 4.45* κ.ά.), αλλά και ξένες παραγωγές. Μέχρι σήμερα έχει υποστηρίξει περισσότερες από σαράντα (40) ταινίες. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η εταιρεία διοργανώνει τα τελευταία χρόνια και εργαστήρια για νέους δημιουργούς (π.χ. το Εργαστήριο Σεναριογραφίας για ταινίες μεγάλου μήκους σε συνεργασία με το *Sundance Institute* (Faliro House|Sundance Mediterranean Screenwriters Workshop) με τη συμμετοχή σκηνοθετών και συντελεστών ταινιών του Νέου Κύματος (π.χ. Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη).

Παράλληλα, αρχίζουν και κάνουν την εμφάνισή τους και κάποια ευέλικτα και καινοτόμα σχήματα παραγωγής νέων, κατά κύριο λόγο, παραγωγών, που αναλαμβάνουν μεμονωμένες ταινίες ή τις δουλειές των συμμετεχόντων σε αυτές τις εταιρείες. Χαρακτηριστικές περιπτώσεις είναι: η εταιρεία *Horsefly* του Γιώργου Τσούργιαννη (*Κυνόδοντας*, *Luton*), η *Homemade Films* της Μαρίας Δρανδάκη (*Χώρα Προέλευσης*, *Η Έκρηξη*, *Interruption*), η *Nedafilm* της Αμάντας Λιβανού (*L*), η *Wrong Men* της Αλεξάνδρας Μπουσίου (*Αδίκος Κόσμος*, *Ξενία*). Στο πλαίσιο αυτό, πολλοί είναι και οι σκηνοθέτες που έχουν δημιουργήσει εταιρείες για την προσέλκυση πόρων και την παραγωγή των ταινιών τους, όπως η *100% Synthetic Films* των Πάνου Χ. Κούτρα και Ελένης Κοσσυφίδου, η *Haos Films* της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη, η *Guanaco*, των Ελίνας Ψύκου, Ρηνιώς Δραγασάκη, Σοφίας Εξάρχου και Παναγιώτη Φαφούτη.

Δεν είναι τυχαίο ότι οι περισσότερες από αυτές τις εταιρείες συστάθηκαν όταν άρχισε να διαφαίνεται η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, καθώς τα χρηματοδοτικά εργαλεία και οι πόροι έμοιαζαν να περιορίζονται ασφυκτικά. Οι νέοι παραγωγοί και σκηνοθέτες στράφηκαν στο εξωτερικό, όπου υπάρχει πλέον μεγαλύτερη πρόσβαση σε κεφάλαια μέσω των συμπαραγωγών. Χαρακτηριστική είναι η συμβολή του προγράμματος *Eurimages*, από το οποίο έχουν επωφεληθεί οικονομικά αρκετές από τις ταινίες του είδους όπως οι *Ακαδημία Πλάτωνος*, *L*, *To μικρό ψάρι*, *Ο Αστακός*, *Ξενία*, *Τετάρτη 4.45* κ.ά. Αυτή η κίνηση εξωστρέφειας έχει συνδεθεί με τη χειραφέτηση της νέας γενιάς σκηνοθετών και δημιουργικών παραγωγών. Αποδεδειγμένοι λόγω των συνθηκών από τα μοντέλα παραγωγής του παρελθόντος, την κρατική επιχορήγηση καθώς και από «βαθιά ριζωμένες

9. Ενδεικτικά βλ. Fabre, Cl. (2013), "Sur la piste de Christos V. Konstantakopoulos", *Le Monde*, Retrieved 15 November, 2016 from [here](#).



συμβάσεις της εγχώριας κινηματογραφικής κουλτούρας κινούνται σ' ένα παγκόσμιο περιβάλλον για τη χρηματοδότηση των ταινιών τους» (Chalkou, 2012, σελ. 259).

Κατά τη γνώμη μας, ο τρόπος λειτουργίας αυτών των δεδομένων παραγόντων (δηλαδή τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της νέας γενιάς σκηνοθετών και δημιουργικών παραγωγών) είναι καθοριστικής σημασίας στον προσδιορισμό του είδους της ανταπόκρισης που δημιούργησαν στον κόσμο του κινηματογράφου. Ουσιαστικά η νέα γενιά ήρθε αναπάντεχα σε ρήξη με προηγούμενα σχήματα παραγωγής και έδρασε με στρατηγική και τακτική, καταφέροντας να ελιχθεί σ' ένα διεθνοποιημένο περιβάλλον και να παράγει ένα υψηλού επιπέδου (για τα μέσα που διέθετε) καινοτόμο έργο. Όπως έχει τεκμηριωθεί και στη βιβλιογραφία, ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες σ' ένα συγκεκριμένο κόσμο της τέχνης ενεργούν στρατηγικά και με συγκεκριμένες τακτικές αποτελεί μια σημαντική διάσταση της διαδικασίας νομιμοποίησης.

Πράγματι, στο πλαίσιο της κοινωνιολογίας της τέχνης, ο εντοπισμός του τρόπου που λειτουργούν ορισμένοι αιτιώδεις παράγοντες είναι πολύ σημαντικός, διότι συνεπάγεται πολύ διαφορετικούς μηχανισμούς στο πλαίσιο της διαδικασίας καθιέρωσης. Ο Baumann (2001), για παράδειγμα, εξετάζει πώς η έλευση της τηλεόρασης θα μπορούσε να λειτουργήσει ως μια ευκαιρία για τον κινηματογράφο. Ορισμένα καιρία ζητήματα που εξετάζει σ' αυτό το πλαίσιο είναι η στρατηγική τοποθέτηση των ταινιών σε σχέση με την τηλεόραση που έκαναν οι φορείς στον κόσμο του κινηματογράφου. Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα της διττής λειτουργίας του χώρου ευκαιριών στον κινηματογράφο, η τηλεόραση θα μπορούσε να λειτουργήσει και με τους δύο τρόπους ταυτόχρονα. Αντίστοιχες αιτιώδεις διασυνδέσεις θα επιχειρήσουμε να κάνουμε στο επίπεδο της στρατηγικής τοποθέτησης και πλαισίωσης των ταινιών αυτών στον τομέα της προώθησης και του μάρκετινγκ (βλ. κεφάλαιο 5). Προτού περάσουμε όμως, σε συγκεκριμένες αναγνώσεις, θα επανέλθουμε στη θεωρία του Baumann προκειμένου να εξετάσουμε το δεύτερο σύνολο παραγόντων που διευκολύνουν την επιτυχία στο συγκεκριμένο πεδίο που μελετάμε.

### **1.2.2 Υλικά και άυλα μέσα και πόροι: ενδογενείς παράγοντες που διευκολύνουν την επιτυχία**

Τα υλικά και άυλα μέσα ή πόροι (resources) είναι επίσης καιρίας σημασίας στην ερμηνεία των διαδικασιών καθιέρωσης στον κόσμο της τέχνης. Ο πυρήνας αυτής της έννοιας βρίσκεται στον αντίποδα των πολιτικών ευκαιριών. Οι ενδογενείς παράγοντες που μπορούν να ενταχθούν στη κατηγορία αυτή μπορούν να λάβουν τη μορφή χρημάτων, εργασίας, γνώσης, εμπειρίας, συνδέσεων δικτύων και θεσμοθετημένων σχέσεων, κύρους και ιδιοτήτων, φυσικού εξοπλισμού ή περιουσιακών στοιχείων, άτυπων παραδόσεων, οργανωτικών μορφών, συναισθηματικής ενέργειας και ηγεσίας (Baumann, 2007, σελ. 54). Ο Baumann (στο ίδιο, σελ. 55) αναφερόμενος στο σημαντικό έργο του Becker (1982) υπενθυμίζει τη σπουδαιότητα της κινητοποίησης των πόρων (resources) στους κόσμους της τέχνης. Η κινητοποίηση των υλικών μέσων είναι θεμελιώδης έννοια για τον κόσμο

της τέχνης, καθώς μετατοπίζει την προοπτική από την τέχνη ως δημιουργημα ενός μεμονωμένου καλλιτέχνη προς την τέχνη ως συλλογική δράση. Η κινητοποίηση αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία. Για να εξηγήσουμε την καλλιτεχνική καθιέρωση, χρειάζεται να γνωρίζουμε ποια μέσα κινητοποιούνται και να κατανοήσουμε τα ιδιαίτερα οφέλη που προσφέρουν ειδικές κατηγορίες υλικών μέσων (στο ίδιο, σελ. 55).

Μεταξύ των παραγόντων εντός του περιβάλλοντος που είναι συγκεκριμένοι για την ανάπτυξη ενός δεδομένου κινήματος, τάσης ή ρεύματος σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση των Meyer και Minkoff (2004), ενδιαφέρον παράδειγμα αναφορικά με το τί χρειάζεται για να πραγματοποιηθεί μια τεράστια αλλαγή στους κόσμους της τέχνης αποτελεί η μελέτη του Menger (1983) για τη σκηνή της μουσικής σύνθεσης στη Γαλλία. Όταν ο συνθέτης-θεωρητικός Pierre Boulez κατάφερε να έχει υπό τον έλεγχό του περίπου το 80% του συνόλου των κρατικών χρημάτων που διατίθενται για την κλασική μουσική, ανήγγειλε μια αλλαγή στην παραγωγή της μουσικής δίνοντας έμφαση στην έρευνα της σύνθεσης σε ηχητικές εκδηλώσεις. Ασχολήθηκε δηλαδή, περισσότερο με τη διερεύνηση των νέων δυνατοτήτων που εισήγαγε η ψηφιακή μουσική παρά με την παραγωγή έργων που θα παιζόνταν σε συναυλίες. Το αποτέλεσμα, σύμφωνα με τον Menger, ήταν το παράδοξο να υποστηρίξει η κυβέρνηση μουσική που δεν ήταν ούτε συντηρητική ούτε δημοφιλής αλλά ριζικά πρωτοποριακή και ακραία εσωτεριστική. Αυτό υποδηλώνει μια ακόμη πτυχή της δύναμης της αδράνειας, που σχετίζεται εδώ με θεσμικούς και οικονομικούς παράγοντες που επηρεάζουν την κινητοποίηση. Ο Boulez μπορούσε να το κάνει αυτό επειδή ήταν σε θέση, χάρη στον κεντρικό μηχανισμό που έλεγχε, να καθορίσει τον ορισμό του τί συνιστούσε μουσική. Αυτός ο έλεγχος του ορισμού υπάρχει σε όλους τους επαγγελματικούς μουσικούς κόσμους κατά τον Becker (1995, σελ. 307).

Όπως προαναφέρθηκε, διαφορετικά είδη υλικών μέσων εμπλέκονται στην καλλιτεχνική δημιουργία και καθιέρωση. Ορισμένα υλικά μέσα έχουν μια φυσική μορφή όπως οι χώροι δημιουργίας, ο εξοπλισμός και βέβαια οι οικονομικοί πόροι. Άλλα υλικά μέσα δε λαμβάνουν συγκεκριμένη μορφή, όπως οι οργανωτικές αρχές, η εργασία, το κύρος ή το στάτους. Ο παραπάνω διαχωρισμός συνδέεται με τη διάκριση που είχαν κάνει οι Meyer και Minkoff (2004) στο πλαίσιο ανάλυσης των πολιτικών ευκαιριών μεταξύ δομικών και συμβολικών περιβαλλοντικών παραγόντων. Στην περίπτωση του κόσμου της τέχνης, οι υλικοί πόροι συμβάλλουν στην πραγματοποίηση της πρακτικής εργασίας που εμπλέκεται στην παραγωγή της ενώ οι άυλοι συμβάλλουν στην επίτευξη του απαραίτητου συμβολικού έργου.

Προς επίρρωση των παραπάνω, θα αναφερθούμε στη συνέχεια σε ορισμένα παραδείγματα που μας παρουσιάζει ο Baumann για να επεξηγήσει τον βαθμό στον οποίο διαφορετικά καλλιτεχνικά είδη στον κόσμο της τέχνης στηρίζονται σε ποικίλες διαβαθμίσεις σε διαφορετικά μέσα και πόρους. Η όπερα, για παράδειγμα, απαιτεί τεράστιους πόρους από την άποψη της κατασκευής κατάλληλων χώρων, της παροχής του εξοπλισμού και των προμηθειών που εν γένει απαιτούνται για την οργάνωσή της. Αντιθέτως,

ο πολιτιστικός τομέας της ποίησης απαιτεί λιγότερα υλικά, οικονομικά και ανθρώπινα μέσα. «Το μάθημα που μαθαίνουμε από τους Bourdieu και Becker, ωστόσο, είναι ότι παρόλο που η ποίηση απαιτεί λίγους πόρους για τη φυσική της παραγωγή, η συμβολική παραγωγή της αξίας της είναι μια πολύ μεγαλύτερη επιχείρηση συνολικά. Η εργασία των εκδοτών, οι κριτικοί και οι μελετητές που συμμετέχουν στην αξιολόγηση και διδασκαλία της ποίησης αποτελούν πολύτιμα μέσα που συμβάλλουν σημαντικά στη νομιμοποίησή της» (στο ίδιο, σελ. 55).

Επειδή όλες οι μορφές τέχνης στηρίζονται τελικά στη συλλογική δράση, η επιτυχημένη δημιουργία και ανάπτυξη διαφόρων υλικών και άυλων μέσων είναι απαραίτητη για να έχει διάρκεια στον χρόνο οποιαδήποτε τέχνη, να συναντήσει το κοινό της και να επιτύχει να καθιερωθεί στον κόσμο που εντάσσεται. Βέβαια, αυτές ακριβώς οι ιδιότητες της συλλογικής δράσης και οργάνωσης σε διάφορα πεδία στους κόσμους της τέχνης, συχνά οδηγούν και σε μια αδράνεια προκειμένου να υπάρξει συμβατότητα με τους ευρέως διαδεδομένους κανόνες και πρακτικές του πεδίου. Είναι σαφές ωστόσο, ότι η αδράνεια δε συνιστά μια τόσο ακραία μορφή εξουσίας ώστε να αποτρέψει τους καλλιτέχνες από το να καινοτομήσουν. Φαίνεται ότι πάντα υπάρχουν δημιουργικά ταλέντα που καινοτομούν με την έμπνευση και τις ιδέες τους διαθέτοντας παράλληλα την ενέργεια για να δοκιμάσουν νέες πρακτικές. Το πρόβλημα με την αλλαγή είναι αν οι ιδέες τους θα ενσωματωθούν στις λειτουργίες του υπόλοιπου «πακέτου» σύμφωνα με τη λογική του Becker (1995). Εάν δηλαδή, «οι αλλαγές θα θεσμοθετηθούν ώστε να εκμεταλλευτούν όλες τις λειτουργίες του υπάρχοντος μηχανισμού (apparatus)» (Becker, 1995, σελ. 306). Εναλλακτικά, αποτελεί πρόκληση να διερευνηθεί εάν οι καινοτόμοι είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα νέο μηχανισμό, ο οποίος θα έχει όλες αυτές τις ιδιότητες, χρήσεις και λειτουργίες που διαθέτει το κλασικό σύστημα για τα ήδη καθιερωμένα είδη.

Τα μουσεία τέχνης έχουν αποτελέσει αντικείμενα ανάλυσης ίσως περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο πεδίο στην κοινωνιολογία της τέχνης, καθώς υποστηρίζουν τους κόσμους της τέχνης στην παροχή τόσο υλικών όσο και άυλων μέσων. Ιστορικά ο χαρακτήρας και η αποστολή των μουσείων όσον αφορά στη συλλογή, συντήρηση, μελέτη, ταξινόμηση και προβολή της τέχνης τους δίνει έναν τεράστιο έλεγχο τόσο στο επίπεδο της αξίας, της προβολής όσο και της επιβίωσης, τελικά, των πολιτιστικών παραγωγών. Επιπλέον, ως ιδρύματα πολιτιστικής αυθεντίας οι αποφάσεις τους σχετικά με το ποιες πολιτιστικές παραγωγές θα υποστηρίξουν, καθίστανται αυτόματα αποδεκτές από άλλα μέλη του κόσμου της τέχνης, καθώς και από το ευρύτερο καλλιτεχνικό κοινό (Bourdieu, 1993). Τα μουσεία έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη νομιμοποίηση καλλιτεχνικών προϊόντων και ειδών από τη ζωγραφική και τη γλυπτική τον 19ο αιώνα (DiMaggio, 1982) ως και τα θρησκευτικά και φυλετικά αντικείμενα της Αφρικής (Zolberg, 1997). Ομοίως, οι αναγνωρισμένες γκαλερί τέχνης παρέχουν έναν φυσικό χώρο συγκέντρωσης και προβολής έργων τέχνης. Αυτά τα έργα, στη συνέχεια, «πακετάρονται» και προωθούνται σε ένα αγοραστικό κοινό της τέχνης, που συχνά αποτελεί ένα πρώτο βήμα σε

μια διαδικασία αναγνώρισης. Τα ιδρύματα και οι φορείς αυτοί έχουν επίσης την πολιτιστική εξουσία να υποδεικνύουν πειστικά ορισμένες καλλιτεχνικές παραγωγές ως τέχνη. Μελέτες σχετικά με την τέχνη των τρελών (*the art of the insane*) (Bowler, 1997), τη αφρικανική τέχνη (Rawlings, 2001) και την Pop Art (Cherbo, 1997) τεκμηριώνουν τη δυναμική και την εξουσία που διαθέτουν οι ιδιωτικές γκαλερί να εντοπίζουν, να «πακετάρουν» και να καθιερώνουν καλλιτεχνικά είδη. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι ιδιωτικοί οίκοι δημοπρασιών, όπως οι *Sotheby's* και *Christie's* στη Νέα Υόρκη, αποτελούν επίσης σημαντικούς θεσμούς που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τους οικονομικούς και καλλιτεχνικούς όρους της αγοράς και τις διαδικασίες καθιέρωσης στον κόσμο της τέχνης. Η δικτύωση με αυτούς τους οίκους είναι χρήσιμη από μόνη της για την παροχή γοήτρου αλλά και για την προβολή, συνδέοντας έργα τέχνης με νέους ιδιοκτήτες που συμμετέχουν στη συντήρηση της τέχνης (Arderly, 1997).

Ένας άλλος βασικός ενδογενής παράγοντας που διευκολύνει την επιτυχία είναι τα πανεπιστήμια. Όπως τα μουσεία, τα πανεπιστήμια αποτελούν έναν από τους κατεξοχήν οργανισμούς καθιέρωσης (Bourdieu, 1993) και χρησιμεύουν ως άυλοι πόροι με διάφορους τρόπους. Μέσα από τα προγράμματα σπουδών τους, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα μπορούν να διατηρήσουν και να διαδώσουν τη γνώση του πολιτιστικού περιεχομένου, ενώ ήδη με τη διαδικασία ένταξης στο πλαίσιο μαθημάτων, διαλέξεων ή ερευνητικών προγραμμάτων του αποδίδουν εγκυρότητα και συμβολική αξία. Αυτή η ίδια λειτουργία μπορεί να επιτευχθεί επιτυχέστερα όταν ένα πανεπιστήμιο δημιουργεί ένα τμήμα ή ερευνητικό κέντρο αφιερωμένο σε μια συγκεκριμένη τέχνη. Κατ'αυτόν τον τρόπο τα τμήματα λογοτεχνίας χρησιμεύουν στη διατήρηση της θέσης της λογοτεχνίας και της ποίησης μεταξύ των τεχνών, όπως αντίστοιχα τα τμήματα της φωτογραφίας και του κινηματογράφου. Ο ρόλος των πανεπιστημίων υποστηρίζεται ότι βοήθησε στην καθιέρωση του σύγχρονου χορού (DiMaggio, 1992· Sussman, 1997) και της τζαζ (Peterson, 1972).

Για να μπορέσουμε να ερμηνεύσουμε τις διαδικασίες της καλλιτεχνικής αναγνώρισης στο πλαίσιο ανάδυσης του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, κρίνεται απαραίτητο να αναφερθούμε σε ορισμένα υλικά και άυλα μέσα που κινητοποιούνται ώστε να κατανοήσουμε τα ιδιαίτερα οφέλη που προσέφεραν ή μπορούν να προσφέρουν ειδικές κατηγορίες αυτών των ενδογενών παραγόντων στην πορεία του Νέου Κύματος.

Αρχικά θα αναφερθούμε σε κάποιους ειδικούς υλικούς παράγοντες που στηρίζουν και διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τη σύγχρονη καλλιτεχνική παραγωγή και δημιουργία στον κόσμο του κινηματογράφου. Πιο συγκεκριμένα, θα αναφερθούμε στο ευρωπαϊκό κινηματογραφικό τοπίο και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι κινηματογραφιστές στην ανεύρεση χρηματοδότησης καθώς και στη συμβολή των προγραμμάτων ευρωπαϊκών θεσμών στήριξης στο επίπεδο της παραγωγής, διανομής αλλά και προώθησης των ταινιών τους. Οι δημιουργοί του Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο αξιοποίησαν τις ευκαιρίες που προσφέρουν οι ευρωπαϊκοί θεσμοί για διεθνείς συμπαραγωγές,

στήριξη διανομής και προώθηση σε διεθνείς φεστιβαλικές αγορές απαντώντας σε συγκεκριμένες «προσκλήσεις ενδιαφέροντος», διεκδικώντας κατ' αυτό τον τρόπο τη θέση τους στον χάρτη του ευρωπαϊκού ποιοτικού κινηματογράφου. Στην ενότητα που ακολουθεί αναφέρονται δύο ευρωπαϊκά προγράμματα, το *Eurimages* και το *MEDIA*, από τα οποία οι ταινίες ωφελήθηκαν όχι μόνον οικονομικά, αλλά και στηρίχθηκαν ποικιλοτρόπως ώστε να βρουν τη θέση τους στη διεθνή κινηματογραφική αγορά αναμετρώμενες με άλλες ευρωπαϊκές ταινίες. Επιπλέον, τα προγράμματα εκπαίδευσης των επαγγελματιών και οι κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον οπτικοακουστικό χώρο έχουν αναμφίβολα συμβάλει ουσιαστικά στην πολιτιστική δημιουργικότητα και ενδεχομένως και στο είδος της παραγόμενης καλλιτεχνικής δημιουργίας. Παρόλο που η παραπάνω θέση δε δύναται να τεκμηριωθεί με δεδομένα, κρίνεται απαραίτητο να συζητηθεί η λειτουργία των προγραμμάτων αυτών.

Στον χώρο ευκαιριών που συμβάλλουν καθοριστικά στη δημιουργία και την καθιέρωση των ταινιών του Νέου Κύματος, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ αποτελούν αδιαμφισβήτητα ένα κρίσιμο υλικό μέσον αντίστοιχο με αυτό των μουσείων, των γκαλερί και των οίκων δημοπρασιών στον κόσμο της τέχνης.

Τέλος, στο πλαίσιο αναζήτησης των άυλων μέσων που κινητοποιούνται θα αναφερθούμε σε ορισμένες ευρύτερες διεργασίες που συντελούνται στον τομέα της εκπαίδευσης στην Ελλάδα, οι οποίες συμβάλλουν κατά τη γνώμη μας σημαντικά στον διάλογο, την ανάπτυξη αλλά και την καθιέρωση του κινηματογράφου εν γένει. Ειδικότερα, θα αναφερθούμε σε ορισμένες τάσεις ενίσχυσης της κινηματογραφικής παιδείας μέσα από την ανάπτυξη του κινηματογραφικού εγγραμματισμού αλλά και τη θέση του κινηματογράφου στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

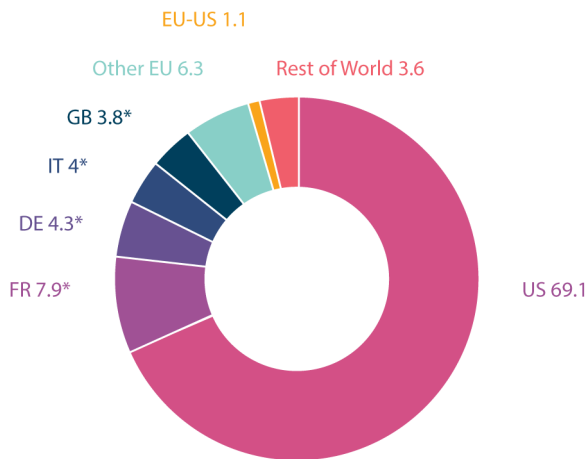
#### *α. Το τοπίο του ευρωπαϊκού κινηματογράφου: ένα διεθνοποιημένο δίκτυο ενίσχυσης της κινηματογραφικής δημιουργίας*

Ως προς τη διερεύνηση των υλικών παραγόντων που μετέχουν στην καλλιτεχνική παραγωγή, κρίνεται απαραίτητο να γίνει μια περιγραφή του ευρύτερου ευρωπαϊκού κινηματογραφικού τοπίου και των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι κινηματογραφιστές στην ανεύρεση χρηματοδότησης. Η κυριαρχία των μεγάλων αμερικανικών παραγωγών, οι δυσκολίες διεθνούς προβολής που συναντούν όλες οι μη-αγγλόφωνες ταινίες, η καλλιτεχνική «ετικέτα» (art-house label) που συνοδεύει την πλειονότητα των μικρών ανεξάρτητων ευρωπαϊκών παραγωγών και, τέλος, η κατακερματισμένη φύση της ευρωπαϊκής βιομηχανίας κινηματογράφου σε συνδυασμό με την ελληνική οικονομική κρίση αποτέλεσαν εμπόδια που έπρεπε να υπερκεραστούν για να φτάσουν οι ταινίες στις κινηματογραφικές αίθουσες. Προκειμένου, λοιπόν, να ενισχύσουν τη χρηματοδότησή τους οι ταινίες αυτές – λόγω της κρατικής χρηματοδοτικής ανεπάρκειας – στράφηκαν στα ευρωπαϊκά προγράμματα (*MEDIA*, *Eurimages*) και σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Για να ενισχύσουν τη διανομή και την προβολή τους, στόχευσαν σε φεστιβαλικές

διοργανώσεις και βραβεία, επιτυγχάνοντας παράλληλα και σημαντική έκθεση στα επικοινωνιακά μέσα που διαφορετικά, λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων και του art-house χαρακτήρα τους, θα ήταν αδύνατο να επιτύχουν.

Η ευρωπαϊκή κινηματογραφική βιομηχανία ανέκαθεν αγωνιζόταν να βρει τη θέση της στη αγορά της βιομηχανίας του θεάματος, εξαιτίας της κυριαρχίας των μεγάλων χολυγουντιανών παραγωγών. Μάλιστα, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το 2013 οι *παραγωγοί* και οι *διανομείς* του Χόλυγουντ κατείχαν σχεδόν το 70% της ευρωπαϊκής αγοράς, ενώ οι ευρωπαϊκές παραγωγές μόνο το 26% (βλ. Διάγραμμα 1). Ωστόσο, η ευρωπαϊκή βιομηχανία κινηματογράφου διαθέτει τα τελευταία χρόνια μια δυναμική παρουσία στην αγορά με πέντε χώρες να κρατάνε τα ηνία – Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Ισπανία και Ιταλία – παράγοντας το 80% των ευρωπαϊκών ταινιών (Katsarova, 2014, σελ. 1).

**Διάγραμμα 1: Το τοπίο της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής αγοράς για το 2013**



\* Total EU 26.2 (including GB, IT, DE, FR and other EU)

Data source: **European Audiovisual Observatory (2014)**

Πηγή: Katsarova (2014, σελ. 2)

Η κυριαρχία των αμερικανικών παραγωγών ενισχύεται και από το μοντέλο της *κάθετης ενσωμάτωσης* που ακολουθείται από αυτές ως προς τη διοίκησή τους. Με αυτό εννοούμε ότι δύνανται να διευρύνουν τις δραστηριότητές τους και να αναλάβουν όλα τα στάδια

της διαχείρισης του κύκλου ζωής ενός κινηματογραφικού προϊόντος, γεγονός που τους παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των μικρών ανεξάρτητων παραγωγών που αδυνατούν να αναλάβουν ένα τόσο μεγάλο κόστος (στο ίδιο, σελ. 2). Επιπλέον, οι μεγάλοι διανομείς έχοντας άφθονες πηγές και πόρους, ελέγχουν τη διανομή και την πρόσβαση των ταινιών στις ευρωπαϊκές κινηματογραφικές αίθουσες (Kerrigan & Özbilgin, 2004, σελ. 235). Με βάση τα παραπάνω είναι λογικό οι περιορισμοί της χρηματοδότησης και οι ιδιαιτερότητες της διανομής να δυσχεραίνουν τις μικρές ανεξάρτητες παραγωγές να «εισέλθουν» στις κινηματογραφικές αίθουσες.

Εκτός όμως, από την κυριαρχία των χολιγουντιανών παραγωγών η κατακερματισμένη φύση της βιομηχανίας του κινηματογράφου συνιστά μια ακόμη δυσκολία. Οι ευρωπαϊκές παραγωγές έρχονται αντιμέτωπες με το εμπόδιο της διαφορετικής γλώσσας και κουλτούρας, καθώς οι κινηματογραφικές προτιμήσεις του κοινού υπαγορεύονται από την ευκολία της πρόσβασης σε αυτές. Εκτός από την αυτονόητη δυσκολία, λοιπόν, της διαφορετικής γλώσσας, είναι σύνηθες οι μη-αγγλόφωνες ταινίες να θεωρούνται από το αγγλόφωνο κοινό ως *καλλιτεχνικές ταινίες (art films)*, δηλαδή ως ταινίες με «ιδιαιτερό» περιεχόμενο που απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό. Επίσης, αντιμετωπίζονται κατά τον ίδιο τρόπο και από τους διανομείς, με αποτέλεσμα να δυσκολεύονται να φτάσουν στις κινηματογραφικές αίθουσες (στο ίδιο, σελ. 235).

Μια ακόμη αδυναμία των ευρωπαϊκών παραγωγών να διευρύνουν το κοινό τους τόσο στην Ευρώπη όσο και διεθνώς, είναι οι λιγοστές ευκαιρίες για διεθνείς παραγωγές. Το μεγάλο ρίσκο επενδύσεων που συνδέεται με την κινηματογραφική βιομηχανία σε συνδυασμό με την αδυναμία πρόβλεψης της ανταποδοτικότητάς τους, έχει εύλογα οδηγήσει τις ευρωπαϊκές παραγωγές να στρέφονται σε πηγές εγχώριας και δημόσιας χρηματοδότησης, με αποτέλεσμα το κοινό στο οποίο απευθύνονται να είναι αντιστοιχώς εγχώριο (Katsarova, 2014, σελ. 4).

Ας υπενθυμίσουμε στο σημείο αυτό ότι το Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο γεννήθηκε σε μια περίοδο οικονομικής δυσχέρειας, συνδέοντας με αυτή την ταυτότητα και το επικοινωνιακό προφίλ του σε βαθμό τέτοιο, ώστε οι ταινίες του να χαρακτηριστούν ως «το σινεμά της κρίσης» όταν ταξίδευαν εκτός συνόρων (Mademli, χ.χ.). Το στοιχείο αυτό πλαισιώθηκε και από τις αδυναμίες που παρουσίαζε εκείνη την περίοδο ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος ως προς τη δομή, τις προσφερόμενες ευκαιρίες για διεθνείς παραγωγές και τη δυσκολία πρόσβασης στις κινηματογραφικές αίθουσες.

Οι ταινίες του Νέου Κύματος, λοιπόν, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια αυτά προσπάθησαν να προσελκύσουν πόρους από το ιδιωτικό κεφάλαιο, τις λιγοστές κρατικές χρηματοδοτήσεις και τα ευρωπαϊκά προγράμματα. Λόγω των θεσμικών αλλαγών αλλά και του περιορισμού των δαπανών και των διαθέσιμων κονδυλίων από το ΕΚΚ, μόνο κάποιες από τις ταινίες αυτές που εξετάζουμε (*Κυνόδοντας*, *Στρέλλα*, *Ακαδημία Πλάτωνος*, *Attenberg*, *Χώρα προέλευσης*, *Miss Violence* και *Το αγόρι τρώει το φαγητό*

του πουλιού) έλαβαν κρατική στήριξη ως συμπαραγωγές του ΕΚΚ ή έλαβαν οικονομική ενίσχυση για την παραγωγή.

Το πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης *MEDIA* και ο χρηματοδοτικός μηχανισμός του Συμβουλίου της Ευρώπης *Eurimages*, είναι δύο από τα σημαντικότερα προγράμματα στον κινηματογραφικό τομέα που κατάφεραν να αξιοποιήσουν ορισμένες από τις ταινίες αυτές. Το πρόγραμμα *MEDIA* εντάσσεται στη δράση του *Creative Europe*, ενός ευρωπαϊκού προγράμματος που αφορά στην ανάπτυξη της πολιτιστικής δημιουργικότητας. Στον κινηματογραφικό τομέα, σκοπός του είναι να εξασφαλίζει πρόσβαση σε χρηματοδότηση και διανομή, καθώς και προστασία πνευματικών δικαιωμάτων των ευρωπαϊκών ταινιών (*MEDIA Overview*, χ.χ.). Ειδικότερα, ο στόχος του *MEDIA* είναι να ενισχύσει τη διατήρηση της πολιτιστικής ευρωπαϊκής ταυτότητας μέσα από την κινηματογραφική βιομηχανία, να αυξήσει την κυκλοφορία των οπτικοακουστικών έργων εντός και εκτός της Ευρώπης και να εντείνει την ανταγωνιστικότητα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, διευκολύνοντας την πρόσβαση στη χρηματοδότηση και προώθηση της χρήσης νέων τεχνολογιών (*MEDIA Programme of the European Union*, χ.χ.). Μόνο για την περίοδο 2007-2013 δαπανήθηκαν 755 εκατομμύρια ευρώ σε δράσεις του *MEDIA Programme 2007-2013* (*MEDIA Programme 2007-2013*, χ.χ.) όπως η:

- εκπαίδευση επαγγελματιών,
- ανάπτυξη παραγωγών,
- διανομή ταινιών και οπτικοακουστικών προγραμμάτων,
- προώθηση ταινιών και οπτικοακουστικών προγραμμάτων,
- στήριξη κινηματογραφικών φεστιβάλ,
- προώθηση της χρήσης νέων τεχνολογιών.

Πολλές από τις ταινίες της νέας γενιάς των ελλήνων κινηματογραφιστών ωφελήθηκαν από το πρόγραμμα αυτό. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στην ιστοσελίδα του ΕΚΚ, το *MEDIA Programme* βοήθησε στην ενίσχυση σημαντικών ελληνικών ταινιών όπως το *L* του Μπάμπη Μακρίδη, καθώς και στη διανομή ελληνικών ταινιών στο εξωτερικό, όπως το *Attenberg* και οι *Άλπεις* (Το *MEDIA* διέθεσε παραπάνω από 1.5 εκ. Ευρώ στον κινηματογραφικό χώρο της Ελλάδας το 2011, χ.χ.). Πιο συγκεκριμένα, στην επίσημη βάση δεδομένων του *MEDIA*, τη *Film Database* (<http://www.mfdb.eu/>) (βλ. Πίνακα 1), αναφέρονται ταινίες που χρηματοδοτήθηκαν από το πρόγραμμα αυτό απαντώντας σε διάφορες προσκλήσεις ενδιαφέροντος όπως για την ανάπτυξη του σεναρίου, την προώθηση και τη διανομή σε συγκεκριμένες χώρες κ.λπ. Στην ίδια βάση δεδομένων βρίσκει κανείς μια σύντομη περίληψη της ταινίας, τους συντελεστές, την ημερομηνία κυκλοφορίας, το τρέιλερ (trailer) και τις διακρίσεις σε φεστιβάλ και βραβεία. Επίσης, παρατίθεται σε κάποιες από αυτές και το ποσόν που απέσπασαν για κάθε επιμέρους δράση:



Πίνακας 1: Χρηματοδότηση από το MEDIA Programme

ΕΙΔΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	ΤΑΙΝΙΑ	ΠΟΣΟ
Distribution Automatic	Ακαδημία Πλάτωνος	Δεν αναφέρεται
	Άλπεις	48.719,00 €
	Attenberg	10.803,00 € (2009) και 12.720,00 € (2010)
Distribution Selective	Άλπεις	101.500,00 €
	Attenberg	61.500,00 €
i2i Audiovisual	Ξενία	20.030,15 €
Development	Άλπεις	59.813,00 €
	Attenberg	42.000,00 €
	Ο Αστακός	180.000,00 €
	Ξενία	39.800,00 €

Πηγή: MEDIA Film Database (<http://www.mfdb.eu/>, 2/2/2019)

Ένα άλλο ευρωπαϊκό χρηματοδοτικό εργαλείο (fund), που ενίσχυσε οικονομικά ταινίες του Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο, είναι το *Eurimages*. Το πρόγραμμα αυτό στοχεύει στην ενίσχυση και προώθηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου μέσα από πέντε διαφορετικές δράσεις, που αφορούν μεταξύ άλλων στη στήριξη της διεθνούς διανομής και προβολής των ταινιών, στην ανάπτυξη συνεργασιών με κινηματογραφικά φεστιβάλ και διεθνείς αγορές και την ενίσχυση των διεθνών συμπαραγωγών (*Eurimages: What We Do*, χ.χ.). Μάλιστα οι συμπαραγωγές είναι μια πρακτική που ακολουθήθηκε από αρκετά από τα κινηματογραφικά έργα που εξετάζονται καθώς, δεδομένης της οικονομικής συγκυρίας, είναι αδιαμφισβήτητο ότι πολλές από τις ταινίες αυτές δε θα μπορούσαν να έχουν παραχθεί διαφορετικά λόγω της δυσκολίας ανεύρεσης χρηματοδότησης (*Missions & Objectives: Promote the European Film Industry*, χ.χ.). Πιο συγκεκριμένα, οι ταινίες *Το μικρό ψάρι*, *Ξενία* και *Αστακός* έλαβαν χρηματοδότηση ως προς τη διανομή τους σύμφωνα με τις λίστες της επίσημης ιστοσελίδας του Προγράμματος ([http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Distribution/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Distribution/default_en.asp)) ενώ οι ταινίες *Αστακός*, *Ξενία* και *Τετάρτη 4.45* ήταν συμπαραγωγές του *Eurimages*, λαμβάνοντας ένα σημαντικό ποσοστό χρηματοδότησης επί της συνολικής παραγωγής. Το πρόβλημα, όμως, με τον συγκεκριμένο χρηματοδοτικό μηχανισμό είναι ότι για να αποδεσμευτούν τα χρήματα από το *Eurimages* θα πρέπει να έχουν διασφαλιστεί αντίστοιχα ποσά από τη χώρα παραγωγής, κάτι που τη συγκεκριμένη περίοδο ήταν εξαιρετικά δύσκολο καθώς η οικονομική κρίση που έπληττε την Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα να μειωθούν σημαντικά τα ποσά που διατίθενταν τόσο από κρατικούς όσο και από ιδιωτικούς φορείς (Παπαδημητρίου, 2014, σελ. 6).

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, οι αλλαγές στο μοντέλο παραγωγής αποτέλεσαν έναν εγγενή παράγοντα που συνδέεται με την ανάδυση της ιδιαίτερης ταυτότητας των ταινιών αυτών. Προκειμένου να συμπληρώσουν τη χρηματοδότηση των ταινιών τους, η νέα γενιά ελλήνων κινηματογραφιστών αναγκάστηκε να στραφεί και σε εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης (βλ. Παράρτημα, Πίνακας 1 και 3). Η Παπαδημητρίου (2015, σελ. 113-130) εξετάζοντας κυρίως τον τρόπο χρηματοδότησης των ταινιών *Κυνόδοντας* και *Attenberg* παραθέτει τρία χαρακτηριστικά παραδείγματα εναλλακτικής χρηματοδότησης των ταινιών. Υποστηρίζει ότι με το να διαθέτουν πολλούς διαφορετικούς χρηματοδότες, συνεισφέροντας με διαφορετικό τρόπο ο καθένας, οι έλληνες δημιουργοί προσπάθησαν να αποφύγουν να συμβιβαστούν ως προς το τελικό προϊόν, γεγονός που θα ήταν δύσκολο σε αντίθετη περίπτωση. Το πρώτο παράδειγμα αφορά στη *Boo Productions* και στην ταινία που σηματοδότησε το Νέο Κύμα, τον *Κυνόδοντα*. Η συγκεκριμένη εταιρεία παραγωγής ουδεμία πρότερη εμπειρία είχε στη βιομηχανία του κινηματογράφου, καθώς μέχρι τότε δραστηριοποιούνταν στον χώρο της διαφήμισης. Έναυσμα για τη συνεργασία αυτή αποτέλεσε η προσωπική σχέση που είχε ο Γιώργος Λάνθιμος με τον Άγγελο Βενέτη (γενικό διευθυντή της εταιρείας) και το κίνητρο, όπως αναφέρεται, δεν ήταν η ανταπόδοση της επένδυσης, αλλά η στήριξη ενός πρωτότυπου καλλιτεχνικού εγχειρήματος. Η δεύτερη περίπτωση αφορά στις ταινίες *Attenberg*, *Άλπει* και *Chevalier*, που χρηματοδοτήθηκαν από τη *Haos Film*. Η εταιρεία αυτή ιδρύθηκε από την ίδια τη σκηνοθέτη Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη, με σκοπό να υποστηρίξει τις δικές της παραγωγές, ακολουθώντας το μοντέλο των ανεξάρτητων αμερικανικών εταιρειών παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, η *Haos Film* φέρνει κοντά διαφορετικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι συγχρηματοδοτούν την ταινία και αργότερα λαμβάνουν ποσοστό επί των κερδών. Η τρίτη περίπτωση αναφέρεται στις ταινίες που χρηματοδοτήθηκαν από τη *Feelgood Entertainment* (*Κυνόδοντας*, *Στρέλλα*, *Attenberg*, *Άλπει*, *Μαχαιροβγάλτης*, *Miss Violence*, *L*, *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, *Το μικρό ψάρι*, *Ξενία*, *Νορβηγία*, *Αστακός* και *Chevalier*) ακολουθώντας το μοντέλο της «ελάχιστης εγγύησης». Η εταιρεία λαμβάνει μια προκαταβολή επί των μελλοντικών κερδών της, προκειμένου να ολοκληρώσει τη διαδικασία παραγωγής της χρηματοδοτούμενης ταινίας.

Τέλος, μια νέα τάση που φαίνεται να ακολουθήθηκε στις ταινίες και σχετίζεται με τις αλλαγές στο ευρύτερο πλαίσιο παραγωγής είναι να εμφανίζονται πολλοί συμπαραγωγοί, οι οποίοι συνέβαλαν είτε οικονομικά, είτε με τη μορφή παροχής εξοπλισμού ή υπηρεσιών (όπως η *Graal*), καθώς επίσης και μια πληθώρα διανομικών. Καταδεικνύεται έτσι η τεράστια δυσκολία που αντιμετώπισαν αυτές οι ταινίες προκειμένου να ολοκληρωθούν και να διανεμηθούν, και τα αντίστοιχα προβλήματα που προέκυψαν από τον κατακερματισμό των εργασιών αυτών. Όσον αφορά στην προώθηση των ταινιών, η έρευνά μας (άτυπες συζητήσεις με έλληνες παραγωγούς, σκηνοθέτες και διανομείς) υποδεικνύει ότι δεν υπήρχε μια κοινή στρατηγική προώθησης των ταινιών αλλά ακολουθήθηκαν διαφορετικές τακτικές ανάλογα με τη χώρα διανομής. Ωστόσο, ο κατακερματισμός των

εργασιών και η υιοθέτηση συχνά κάποιου υπεύθυνου επικοινωνίας ή *sales agent* σε διαφορετικά στάδια του κύκλου ζωής της κάθε ταινίας, επέτεινε τις δυσκολίες υιοθέτησης ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδιασμού μάρκετινγκ.

Αφήνοντας κατά μέρος τον βαθμό στον οποίο επηρέασαν το τελικό προϊόν οι ελλείψεις πόροι για την παραγωγή των ταινιών και ο συνεχής αγώνας για την ολοκλήρωση και προώθησή τους, θα ήταν ενδιαφέρον να διερευνηθεί εάν το γεγονός ότι κατέφυγαν σε συμπαραγωγές ή άλλες εναλλακτικές μορφές διεθνικής χρηματοδότησης ή συνεργασίας προσέδωσε στις ταινίες και έναν πιο ευρωπαϊκό-διεθνοποιημένο χαρακτήρα, συμβάλλοντας ταυτόχρονα και στην καθιέρωση της εικόνας τους ως ταινιών του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Βέβαια, στην πλειονότητα τους, η γλώσσα των ταινιών είναι η ελληνική και οι ήρωες τους δρουν στο σύγχρονο πολιτιστικό, οικονομικό και κοινωνικό τοπίο. Ωστόσο, το πολυπολιτισμικό υπόβαθρο των χαρακτήρων των ταινιών και τα σύγχρονα κοινωνικά θέματα που δεν αφορούν μόνο την Ελλάδα, αναδεικνύουν ευρύτερα ζητήματα μια νέας κοινωνίας εν γένει με έμφαση στη διαφορετικότητα, την ανεκτικότητα και την αποδοχή, αντανακλώντας ενδεχομένως τη διάθεση των δημιουργών να αποκτήσουν μια πιο ευρωπαϊκή ταυτότητα (Paradimitriou, 2018, σελ 14-15). Το αν το τελικό προϊόν απέκτησε έναν πιο διεθνοποιημένο χαρακτήρα επηρεαζόμενο από τις συμπαραγωγές ή αν ο χαρακτήρας αυτός αποτέλεσε κριτήριο για τη χρηματοδότησή τους σαφώς και δεν μπορεί να ειπωθεί με βεβαιότητα. Ωστόσο, είναι αδιαμφισβήτητο το γεγονός ότι για να ολοκληρωθούν οι ταινίες, να εξασφαλίσουν πόρους και να εισέλθουν στις διεθνείς κινηματογραφικές αίθουσες έπρεπε να στραφούν στις συμπαραγωγές, συνεπώς και να διαμορφώσουν την ταυτότητά τους αναλόγως.

Όπως προαναφέρθηκε, η συμμετοχή των ελλήνων σκηνοθετών και παραγωγών της νέας γενιάς στη βιομηχανία των διεθνών δημιουργικών δράσεων που έχουν δημιουργηθεί ή χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ολοένα αυξανόμενη. Πέρα από το πρόγραμμα *Media*, οι δυνατότητες και ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρονται από προγράμματα που υποστηρίζονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση σε σκηνοθέτες, παραγωγούς και σεναριογράφους για να αναπτύξουν και να προωθήσουν τα έργα τους σε διεθνές επίπεδο είναι πλέον πολλά: εργαστήρια ανάπτυξης σεναρίου, αγορές, χώροι συζήτησης (φόρουμ) συμπαραγωγών, βάσεις δεδομένων, επιγραμμικές πλατφόρμες (online platforms) για ειδικές προβολές (Video on Demand), επαγγελματικά δίκτυα, πρωτοβουλίες κατάρτισης, talent campuses, εργαστήρια ανάπτυξης ταλέντων, εργαστήρια ανάπτυξης σεναρίου και πρότζεκτ, επαγγελματικά δίκτυα κ.λπ.

Ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει στο σημείο αυτό στην εκπαίδευση τόσο των σκηνοθετών όσο και των νέων παραγωγών μέσα από προγράμματα, σεμινάρια και άλλες δραστηριότητες επαγγελματικής ανάπτυξης. Παρόλο που δε στάθηκε δυνατό να συλλεχθούν συστηματικά στοιχεία για την εκπαίδευση και την ακριβή συμμετοχή των σκηνοθετών και παραγωγών σε αυτά, ωστόσο από διαθέσιμα βιογραφικά σημειώματα που εντοπίσαμε σε *press-kits* και προσωπικές ιστοσελίδες δημιουργών, διαπιστώνεται

ότι η πλειονότητα έχει πραγματοποιήσει σχετικές σπουδές (είτε στην Ελλάδα είτε στο εξωτερικό) και έχει παρακολουθήσει κάποιο πρόγραμμα ειδίκευσης ως μέρος της συνεχιζόμενης επαγγελματικής τους κατάρτισης στο εξωτερικό. Πολλοί εξ αυτών έχουν συμμετάσχει στο *Mediterranean Film Institute (MFI)*,<sup>10</sup> ένα εντατικό πρόγραμμα για την ανάπτυξη σεναρίου με πρότζεκτ που οργανώνεται στη Σύρο, αλλά και σε άλλα εντατικά προγράμματα δικτύωσης παραγωγών στην Ευρώπη και κατάρτισης για εξειδικευμένα αντικείμενα (π.χ. παγκόσμιες διαπραγματεύσεις για πιο έμπειρους παραγωγούς κ.λπ.).

Τα οφέλη από τη συμμετοχή σε έναν διεθνοποιημένο τρόπο δουλειάς είναι ποικίλα. Σε αυτά τα προγράμματα οργανώνονται δομές, καλλιεργούνται συνεργασίες, προωθούνται οι ταινίες οργανωμένα ή μέσω της φήμης τους. Φέρνουν, επίσης, ανατροφοδότηση στους δημιουργούς και παραγωγούς, δημιουργούνται δίκτυα για μελλοντικές συνεργασίες και λανσάρονται/προωθούνται σχέδια (projects) στην παγκόσμια αγορά. Τέλος, υπάρχει και το οικονομικό όφελος από τα βραβεία για ανάπτυξη σεναρίου ή άλλες δράσεις, που αφορούν στο στάδιο της προ-παραγωγής. Επισημαίνεται ότι και συμμετοχές σε διοργανώσεις άλλων βραβείων όπως το *Βραβείο Λουξ για τον Ευρωπαϊκό Κινηματογράφο (Lux Prize)*, που καθιερώθηκε το 2007, αλλά και βραβείων στο πλαίσιο Ευρωπαϊκών και διεθνών κινηματογραφικών φεστιβάλ, αν και περιορισμένα ως προς την οικονομική συνεισφορά, απέφεραν ωστόσο, αναμφισβήτητα σημαντικά οφέλη στο επίπεδο της προώθησης των ταινιών.

Όλα αυτά έχουν οπωσδήποτε μεγάλη επίδραση στον τρόπο δουλειάς και την εξωστρέφεια και προβολή του Νέου Κύματος, διεθνώς αλλά και στο είδος της παραγόμενης καλλιτεχνικής δημιουργίας. Οι διαδικασίες αυτές που συνδέονται ουσιαστικά με τον κύκλο ζωής μια ταινίας αλλά και τις στρατηγικές στο επίπεδο της παραγωγής και του μάρκετινγκ, θα αναλυθούν διεξοδικότερα στο κεφάλαιο 5.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, η καθιέρωση της καλλιτεχνικής αξίας ενός κινηματογραφικού προϊόντος στην Ευρώπη είναι άμεσα συνυφασμένη με διεθνικούς θεσμούς και διεθνικές συνεργασίες. Μάλιστα, η συμβολή των φεστιβαλικών θεσμών στην περίπτωση των art-house ταινιών, οι οποίες θεωρούνται εμπορικά ως «outsiders», είναι απαραίτητη προκειμένου οι ταινίες αυτές να αυξήσουν την εμπορικότητά τους, αφού αναδειχθούν πρώτα ως καλλιτεχνικά προϊόντα μέσα από τις θεσμικές διαδικασίες των φεστιβάλ, τους κριτικούς, τους διοργανωτές και τα μοντέλα διανομής (Galt and Schoonhover, 2007, σελ. 7).

*β. Τα κινηματογραφικά φεστιβάλ ως δημιουργός και ως αποδέκτης του Νέου Κύματος*

Η διεθνής φεστιβαλική πορεία αποτελεί ένα βασικό στοιχείο της ιστοριογραφίας του κινηματογράφου που έχει συντελέσει στην προώθηση και τη δημιουργία ειδών, εθνικών κινηματογράφων, κινηματογραφικών σχολών ή νέων κυμάτων (De Valck, 2007).

10. Βλ. <http://www.mfi.gr/>

Σύμφωνα με τον Gilles Jacobs (πρόεδρο και πρώην Καλλιτεχνικό Διευθυντή του Διεθνούς Φεστιβάλ των Καννών), οι φεστιβαλικές διοργανώσεις είναι μια ευκαιρία για να συναντηθούν όλοι οι παράγοντες της βιομηχανίας του κινηματογράφου προκειμένου να ανταλλάξουν απόψεις, να παρουσιάσουν τις ταινίες τους, να αναδείξουν νέα ταλέντα και νέες τάσεις στον διεθνή κινηματογραφικό χάρτη (Wong, 2011, σελ. 1). Στην περίπτωση δε των καλλιτεχνικών ταινιών που έχουν μια πιο ρηξικέλευστη γραφή – όπως αυτές του Νέου Κύματος – όπου η εμπορική τους προώθηση και επιτυχία είναι αρκετά δύσκολη, οι φεστιβαλικού τύπου διοργανώσεις και οι θετικές κριτικές που μπορούν να αποκομίσουν με τη συμμετοχή τους σε αυτές, ενδεχομένως να αποτελούν και τη μοναδική τους ελπίδα για να επικοινωνήσουν ή, ακόμη καλύτερα, και να διευρύνουν το κοινό τους (Papadimitriou, 2014c, σελ. 5).

Ένα ακόμη σημαντικό όφελος από τη συμμετοχή σε διεθνή φεστιβάλ είναι η ενίσχυση των χρηματοδοτικών πόρων μέσα από επαφές με sales agents και εταιρείες παραγωγής και διανομής. Είτε πρόκειται για μεγάλα διεθνή φεστιβάλ, που αφορούν την παγκόσμια βιομηχανία με τεράστια έκθεση στα επικοινωνιακά μέσα, είτε για μικρότερης εμβέλειας διοργανώσεις, που απευθύνονται σε συγκεκριμένα γεωγραφικά ή θεματικά κοινά, ένα είναι σίγουρο: τα φεστιβάλ επηρεάζουν τόσο την εγχώρια αγορά όσο και τη διεθνή κινηματογραφική παραγωγή (Rüling & Pedersen, 2010, σελ. 318). Απώτερος στόχος της συμμετοχής σε αυτά είναι η θετική αποδοχή από το κοινό και τους κριτικούς, με στόχο τη δημιουργία *θετικού λόγου* (*positive word of mouth*). Αυτό λειτουργεί αρχικά ως μέσο προσέλκυσης πιθανών διανομμένων τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό, ενώ στη συνέχεια μια επιτυχημένη συμμετοχή ενισχύει την προωθητική εκστρατεία με τέτοιο τρόπο που κανένα άλλο μέσο προώθησης δεν θα μπορούσε να το κάνει (Zeiser, 2015, σελ. 208-209).

Η πλειονότητα των ταινιών της νέας γενιάς δημιουργών του ελληνικού κινηματογράφου επέλεξαν να κάνουν πρεμιέρα σε διεθνή φεστιβάλ και μάλιστα στα φεστιβάλ «επιχειρησιακού τύπου» (*business festivals*), όπως τα ονομάζει ο Peranson (2008), αναφερόμενος σε μεγάλα φεστιβάλ όπως αυτά των Καννών, του Τορόντο, του Βερολίνου και της Βενετίας. Ανεξάρτητα από τον ιδιαίτερο χαρακτήρα και τους επιμέρους στόχους τους αποτελούν όλα θεσμικές διοργανώσεις υψηλού προϋπολογισμού, με παγκόσμιες πρεμιέρες ταινιών, πλήθος συμμετεχόντων και επισκεπτών, με τεράστια κάλυψη από τα επικοινωνιακά μέσα, καλλιεργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο πρόσφορο έδαφος για την ανεύρεση χρηματοδότησης. Μάλιστα, αναφερόμενος στις ομάδες ενδιαφέροντος που συγκεντρώνονται σε αυτού του τύπου τα φεστιβάλ, τοποθετεί ως πρώτες ομάδες ενδιαφερομένων τους διανομείς, τους sales agents και τους χορηγούς, επιβεβαιώνοντας έτσι την πρόθεση των δημιουργών να στείλουν τις ταινίες τους σε *επιχειρησιακού τύπου* φεστιβάλ αποσκοπώντας στην ανεύρεση χρηματοδότησης (Peranson, 2008, σελ. 26-28).

Στο πλαίσιο διερεύνησης των διαδικασιών ανάδειξης και καθιέρωσης ορισμένων ταινιών που εντοπίστηκαν σύμφωνα με τα κριτήρια που θέσαμε,<sup>11</sup> θα εξετάσουμε τα κοινά οφέλη που αποκόμισαν επιλέγοντας να συμμετέχουν, να κάνουν τη διεθνή τους πρεμιέρα και εν τέλει να διακριθούν στις φεστιβαλικές διοργανώσεις (βλ. Πίνακα 2), συχνά μάλιστα ως εκφραστές ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Σε ένα πρώτο επίπεδο, η επιλογή των δημιουργών να κάνουν την πρεμιέρα της ταινίας τους στα διεθνή φεστιβάλ συνεπάγεται αυτόματα και την ταύτιση της ταινίας με όλα εκείνα τα ποιοτικά, αισθητικά και καλλιτεχνικά προαπαιτούμενα που θέτει το ίδιο το φεστιβάλ ως κριτήρια για την επιλογή των ταινιών που μετέχουν σε αυτό (De Valck, 2007, σελ. 127-128).

**Πίνακας 2: Διεθνείς Πρεμιέρες ορισμένων ταινιών του Νέου Κύματος**

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΠΡΕΜΙΕΡΑΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
<i>Κυνόδοντας</i>	18 Μαΐου 2009 Cannes Film Festival	23 Σεπτεμβρίου 2009 Athens Film Festival
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	13 Αυγούστου 2009 Locarno Film Festival	8 Νοεμβρίου 2009 Fog Films
<i>Στρέλλα</i>	10 Φεβρουαρίου 2009 Berlin International Film Festival	5 Νοεμβρίου 2009 Fog Films
<i>Attenberg</i>	8 Σεπτεμβρίου 2010 Venice Film Festival	7 Σεπτεμβρίου 2010 Thessaloniki International Film Festival
<i>Wasted Youth</i>	26 Ιανουαρίου 2011 International Film Festival Rotterdam	17 Μαρτίου 2011
<i>Χώρα Προέλευσης</i>	7 Σεπτεμβρίου 2011 Venice Film Festival	21 Οκτωβρίου 2010
<i>Άλπεις</i>	1 Σεπτεμβρίου 2011 Venice Film Festival	27 Οκτωβρίου 2011
<i>Μαχαιροβγάλτης</i>	10 Οκτωβρίου 2010 Pusan International Greek Festival	20 Οκτωβρίου 2010 Panorama of European Cinema
<i>Miss Violence</i>	1 Σεπτεμβρίου 2013 Venice Film Festival	3 Νοεμβρίου 2013 Thessaloniki International Film Festival
<i>Το Αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	5 Ιουλίου 2012 Karlovy Vary Film Festival	8 Νοεμβρίου 2012 Thessaloniki Film Festival
<i>L</i>	23 Ιανουαρίου 2012 Sundance Film Festival	23 Φεβρουαρίου 2012
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	11 Φεβρουαρίου 2013 Berlin International Film Festival	4 Φεβρουαρίου 2013 Thessaloniki International Film Festival

11. Η επιλογή των ταινιών του Νέου Κύματος που αποτελούν παραδείγματα ανάλυσης στηρίζεται σε συγκεκριμένα κριτήρια (όπως η ένταξη, ανάλυση και μελέτη τους στον κριτικό και επιστημονικό λόγο ή/και στο πλαίσιο αφιερωμάτων από επίσημους φορείς) και χρονικούς περιορισμούς ως προς την επιλογή του corpus της ανάλυσης (μεταξύ Ιανουαρίου 2009 και Σεπτεμβρίου 2016). Βλέπε αναλυτικότερα το Κεφάλαιο 2 και ιδίως την ενότητα 2.2.

<i>Το μικρό ψάρι</i>	11 Φεβρουαρίου 2014 Berlin International Film Festival	27 Μαρτίου 2014
<i>Ξενία</i>	19 Μαΐου 2014 Cannes Film Festival	25 Σεπτεμβρίου 2014 Athens Film Festival
<i>Νορβηγία</i>	7 Ιουλίου 2014 Karlovy Vary Film Festival	5 Νοεμβρίου 2014 Thessaloniki International Film Festival
<i>Ο Αστακός</i>	15 Μαΐου 2015 Cannes Film Festival	22 Οκτωβρίου 2015
<i>Chevalier</i>	12 Αυγούστου 2015 Locarno Film Festival	10 Νοεμβρίου 2015 Thessaloniki International Film Festival

Πηγή: ιδία επεξεργασία, πληροφορίες από το IMDb ([www.imdb.com](http://www.imdb.com))

Αναφέροντας ως παράδειγμα τις ταινίες *Κυνόδοντας*, *Ξενία* και *Ο Αστακός*, η επιλογή να κάνουν την πρεμιέρα τους στο Φεστιβάλ των Καννών ([www.festival-cannes.com](http://www.festival-cannes.com)) (Μάιος), μια διοργάνωση που ενισχύεται από την παρουσία και προβολή μεγάλων κινηματογραφικών αστέρων στο κόκκινο χαλί (*Red Carpet Steps*) και την τεράστια προβολή από διεθνή επικοινωνιακά μέσα, καθιέρωσε τις ταινίες αυτές ως «κινηματογραφικά art-house προϊόντα με ευρεία απήχηση στο κοινό» (The Festival in 2018: Interview with Thierry Freumax, 2018) ενισχύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις ευκαιρίες για ευρύτερη διανομή, προωθώντας τες ως προϊόντα πιθανής εισπρακτικής επιτυχίας. Οι ταινίες *Attenberg*, *Χώρα Προέλευσης*, *Άλπεις* και *Miss Violence*, αντίστοιχα, με τη συμμετοχή τους στο παλαιότερο όλων Φεστιβάλ της Βενετίας (Αύγουστος-Σεπτέμβριος) συνέδεσαν την ταυτότητά τους με αυτήν ενός φεστιβάλ που προάγει ταινίες υψηλής καλλιτεχνικής αξίας με παγκόσμια απήχηση (Venice Film Festival: History: 1932-2017, χ.χ.). Τέλος, στο λιγότερο «λαμπερό» Διεθνές Κινηματογραφικό Φεστιβάλ του Βερολίνου (Φεβρουάριος) ([www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)), πλαισιωμένο με εργαστήρια που αποσκοπούν στην ανάδειξη νέων ταλέντων, οι ταινίες *Στρέλλα*, *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά* και *Το μικρό ψάρι* συνέδεσαν την εικόνα τους με αυτήν ενός πολιτιστικού γεγονότος που αποσκοπεί στην πολιτική αφύπνιση και ενημέρωση του κοινού (De Valck, 2007, σελ. 157).

Σε ένα δεύτερο στάδιο, οι ταινίες του Νέου Κύματος με το να διαγωνίζονται αλλά και να επιλέγονται συχνά ως φιναλίστ στα φεστιβάλ, κατάφεραν να επιβεβαιώσουν την καλλιτεχνική τους αξία εφόσον είχαν ήδη περάσει και κριθεί ως καλλιτεχνικά προϊόντα μέσα από μια θεσμική διαδικασία από ανθρώπους που θεωρούνται καταξιωμένοι και ειδήμονες του πεδίου (De Valck, 2007, σελ. 127-128). Σε αυτό το στάδιο συμβάλλουν και τα επικοινωνιακά μέσα, οι κριτικοί και οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι διαχέουν πληροφορίες σχετικά με την ταινία και τους συντελεστές της, μεταφράζοντας την καλλιτεχνική αξία μιας ταινίας σε μηνιακή (άλη) και, εν τέλει, σε οικονομική (διανομή, δικαιώματα προβολής κ.ά.) (De Valck, 2007, σελ. 127-128). Η δυνατότητα για προβολή που προσφέρουν τα φεστιβάλ στις ταινίες διαχέεται μέσα από πολλά διαφορετικά κανάλια και με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, εκτεινόμενη από την τεράστια έκθεση στα επικοινωνιακά μέσα και τη συγκέντρωση δημοσιογράφων από όλο τον κόσμο, μέχρι την έκδοση

περιοδικών, press-kits και δελτίων τύπου για την ενημέρωση του κοινού για τις εξελίξεις κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των φεστιβάλ (Wong, 2011, σελ. 130).

Κύριο μέλημα των σύγχρονων φεστιβαλικών διοργανώσεων είναι η διεύρυνση του κοινού τους. Εξάλλου, αποτελούν ορισμένους από τους κατεξοχήν προβεβλημένους προορισμούς πολιτιστικού τουρισμού και αναπόσπαστο στοιχείο της πολιτιστικής ταυτότητας των πόλεων όπου φιλοξενούνται. Βέβαια, όπως προκύπτει από τις παραπάνω αναφορές, είναι δεδομένο ότι τα περισσότερα κινηματογραφικά φεστιβάλ δεν ενδιφέρονται αποκλειστικά και μόνο για τη διαμόρφωση των κατάλληλων συνθηκών που απευθύνονται σ' ένα σινεφίλ κοινό. Οι παράλληλες και παράπλευρες εκδηλώσεις και τα δρώμενα (extra-cinematic/para-cinematic events) αποτελούν συστατικό στοιχείο της επιτυχίας και της απήχησης τους, εφόσον καλύπτονται εκτενώς από τον τύπο και συντελούν στην ανάδειξή τους σε παγκόσμιο επίπεδο ως κυρίαρχων σκηνών για τη διεθνή κινηματογραφική κουλτούρα (Czach, 2010, σελ. 144-145). Από την άλλη πλευρά, η παρουσία δημιουργών, ηθοποιών ή και παραγωγών των ταινιών σε άρτυ, συνεντεύξεις τύπου, εισόδους στο κόκκινο χαλί (red-carpet entries) συμβάλλει στις προωθητικές ενέργειες μιας ταινίας και στη δημιουργία «βόμβου» (buzz) γύρω από αυτήν. Η δύναμη δε, του διαδικτύου και συνάμα της εικόνας είναι τέτοια ώστε η φωτογραφία ενός/μίας διακριθέντα/θείσας σκηνοθέτη με το τρόπαιο ανά χείρας (π.χ. Γ. Λάνθιμου στο Φεστιβάλ των Καννών, Αλ. Αβρανά στο Φεστιβάλ της Βενετίας) ή η εντυπωσιακή είσοδος ενός/μίας ηθοποιού στο κόκκινο χαλί να αναπαράγεται διαρκώς από τα διαδικτυακά (online) μέσα ενημέρωσης, συνοδεύοντας τόσο τις μετέπειτα δημιουργίες του/της όσο και τυχόν άλλα σχόλια γύρω από το άτομο του/της ή τη φιλμογραφία του/της εν γένει. Αναμφίβολα οι συντελεστές και οι ταινίες του Νέου Κύματος επωφελήθηκαν και από αυτές τις πτυχές/χαρακτηριστικά των φεστιβάλ.

Παράλληλα, στο πλαίσιο των φεστιβάλ αναπτύσσονται δράσεις και προγράμματα που απευθύνονται ειδικά σε νέους κινηματογραφιστές και δημιουργικούς παραγωγούς, προωθώντας το ταλέντο και την ανάπτυξη «νέων κινηματογραφιών» στην Ευρώπη. Με τη συμμετοχή τους σε workshops, σεμινάρια, πλατφόρμες παραγωγών, διαγωνισμούς, οι δημιουργοί του Νέου Κύματος είχαν την ευκαιρία να εμπλουτίσουν τις γνώσεις και την εμπειρία τους, να κάνουν δημόσιες σχέσεις και επαφές με παραγωγούς, δημιουργούς και ηθοποιούς, να αναδείξουν το καλλιτεχνικό τους έργο αλλά και, σε κάποιες περιπτώσεις, να αποκομίσουν δημοσιότητα και χρηματοδότηση. Μάλιστα, ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι κάποιες από τις ταινίες του Νέου Κύματος συμμετείχαν ενόσω ήταν ακόμα στο στάδιο της ανάπτυξης – όπως η ταινία *L* του Μπάμπη Μακρίδη – με την παραγωγή της ταινίας Αμάντα Λιβανού να δηλώνει ότι η παρουσία τους στο φεστιβάλ των Καννών ήταν απαραίτητη προκειμένου να διατηρήσουν επαφές με ατζέντηδες, χορηγούς και γενικά όλους τους χρηματοδοτικούς παράγοντες που τους στηρίζουν (Γαλανού, 2013).

Στο σημείο αυτό θα αναφερθούμε σε ορισμένους ακόμη θεσμικούς συντελεστές και σε προγράμματα που κινούνται παράλληλα με τις φεστιβαλικές διοργανώσεις και



απευθύνονται στη νέα γενιά κινηματογραφιστών, σεναριογράφων και παραγωγών. Η έμφαση που δίνεται στα καταστατικά τους στην ενίσχυση των νέων ταλέντων είναι δηλωτική της λειτουργίας τους ως υλικών και άυλων πόρων για τον art-house κινηματογράφο. Για παράδειγμα, η *Cinefondation* είναι ένα ίδρυμα υπό την αιγίδα του Φεστιβάλ Κινηματογράφου των Καννών, που δημιουργήθηκε για να εμπνεύσει και να υποστηρίξει την επόμενη γενιά των διεθνών σκηνοθετών. Δημιουργήθηκε το 1998 από τον Gilles Jacob. Από τότε έχει αναπτύξει συμπληρωματικά προγράμματα για την επίτευξη του στόχου της. Σήμερα είναι χωρισμένη σε τρία διαφορετικά μέρη: *the Selection*, *the Residence and the Atelier*.<sup>12</sup> Στο πλαίσιο του ίδιου φεστιβάλ διοργανώνεται και το σημαντικό πρόγραμμα για τη δικτύωση νέων ανερχόμενων παραγωγών, το *EFP Producers On The Move*,<sup>13</sup> στο οποίο έχουν επιλεγεί να συμμετάσχουν αρκετοί έλληνες παραγωγοί της νέας γενιάς μεταξύ των οποίων ο Γιώργος Τσούργιαννης και η Μαρία Δρανδάκη. Αντίστοιχα το *Torino film lab*,<sup>14</sup> το οποίο συγκροτείται γύρω από το Κινηματογραφικό Φεστιβάλ του Τορίνο, αποτελεί ένα ετήσιας διάρκειας εργαστήριο, το οποίο υποστηρίζει ταλέντα από όλο τον κόσμο που δουλεύουν στην πρώτη ή δεύτερη ταινία τους, μέσω εκπαίδευσης, ανάπτυξης και χρηματοδότησης δραστηριοτήτων.

Στο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Ρότερνταμ, το φόρουμ συμπαραγωγών *Cinemart*<sup>15</sup> είναι η πρώτη αγορά του είδους της που προσφέρει στους κινηματογραφιστές την ευκαιρία να παρουσιάσουν τις ιδέες τους στην παγκόσμια βιομηχανία του κινηματογράφου και να βρουν τις κατάλληλες επαφές για να καταφέρουν να χρηματοδοτήσουν τα σχέδιά τους. Σε αυτήν έχουν συμμετάσχει οι Γιώργος Λάνθιμος, Μπάμπης Μακρίδης, Σύλλας Τζουμέρκας και Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη (*CineMart*, χ.χ.). Δύο ακόμη προγράμματα στα οποία συμμετείχαν οι παραγωγοί του Νέου Κύματος είναι η *Agora* και το *CrossRoads* του Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, προωθώντας με παραγωγικό και πρωτότυπο τρόπο την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των κινηματογραφιστών της κεντρικής Ευρώπης, των Βαλκανίων και της Μεσογείου. Σε ταινίες με ευρωπαϊκή προέλευση και με τη συμπαραγωγή τουλάχιστον δυο κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι νικήτριες ταινίες του προγράμματος *Agora* λαμβάνουν το ποσό των 50.000 € (*Eurimages Lab Project Awards*, χ.χ.) και του *Crossroads* το ποσό των 10.000 € (είτε κάποιο βραβείο με τη μορφή υποτροφίας ή χορηγίας/προσφοράς υπηρεσιών από εταιρείες παραγωγής ταινιών) (*Crossroads Co-ProductionForum*, χ.χ.), καθώς και την ευκαιρία να επιλεγούν ως «καινοτόμες» και «τολμηρές» καλλιτεχνικές συμπαραγωγές από μεγαλύτερα και διεθνούς χαρακτήρα φεστιβάλ, όπως αυτά των Καννών, του Βερολίνου και του Τορόντο (Καρνής, 2017). Από το Νέο Κύμα οι ταινίες *Κυνόδοντας* (2009), *Wasted Youth* (2010) και *Το αγόρι που τρώει το φαγητό του πουλιού* (2011) αναφέρονται από

12. Βλ. <http://www.cinefondation.com/en>

13. Βλ. [http://www.efp-online.com/en/project\\_networking/producers\\_on\\_the\\_move.php](http://www.efp-online.com/en/project_networking/producers_on_the_move.php)

14. Βλ. <http://www.torinofilmclub.it/>

15. Βλ. <https://iffir.com/en/professionals/iffir-industry/cinemart>

την επίσημη ιστοσελίδα του Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης ως ταινίες οι οποίες συμμετείχαν στα εν λόγω προγράμματα, βρίσκοντας μέσα από αυτά εν τέλει τον δρόμο για μεγαλύτερα και διεθνή Φεστιβάλ (History & Results, χ.χ.).

Τέλος, άξιο αναφοράς είναι το *Berlinale Talents*, στο οποίο συμμετείχαν η Ελίνα Ψύκου, ο Σύλλας Τζουμέρκας και ο Έκτορας Λυγίζος, μια ετήσια πλατφόρμα δικτύωσης στο πλαίσιο του Διεθνούς Φεστιβάλ του Βερολίνου και σε συνεργασία με το *Creative Europe MEDIA*, η οποία δίνει τη δυνατότητα σε νέα ταλέντα από τον χώρο του κινηματογράφου να παρακολουθήσουν μαθήματα και να συζητήσουν με ειδικούς από διάφορους τομείς της κινηματογραφικής δραστηριότητας (Berlinale Talents, χ.χ.).

Συνολικά, η καλλιτεχνική αξία των ταινιών που αναφέρθηκαν αναγνωρίστηκε μεμονωμένα με τη βράβευσή τους, την προβολή τους από τα διεθνή επικοινωνιακά μέσα και την οικονομική ενίσχυση (σε μικρότερο βαθμό) από τα φεστιβάλ, αλλά και στο σύνολό της μέσα από αφιερώματα και αναφορές στο πλαίσιο των διοργανώσεων. Για παράδειγμα, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Θεσσαλονίκης<sup>16</sup> με αφιέρωμά του στις ταινίες *Κινέττα* (2005), *Άλπεις* (2011) και *Ο Αστακός* (2015) του Γ. Λάνθιμου υπό τον τίτλο «Στο αλλόκοτο σύμπαν του Γιώργου Λάνθιμου», αναγνωρίζει το κοινό θεματικό και αισθητικό πλαίσιο στο οποίο εντάσσονται οι ταινίες, παραπέμποντας φυσικά με τη λέξη «αλλόκοτο» στο Νέο Κύμα. Ένα ακόμη παράδειγμα αποτελεί η προτεινόμενη λίστα από το Φεστιβάλ Κινηματογράφου BFI του Λονδίνου<sup>17</sup> με τις δέκα καλύτερες ελληνικές ταινίες υπό τον τίτλο «Από τον Αγγελόπουλο στο νέο παράξενο κύμα, ορίστε κάποιες από τις καλύτερες κινηματογραφικές εξαγωγές από την Ελλάδα» (Newland, 2018) κατατάσσοντας στο «νέο παράξενο κύμα» τις ταινίες *Κυνόδοντας* (2009), *Ακαδημία Πλάτωνος* (2009), *Attenberg* (2012) και *Όχι: μια πράξη αντίστασης* (2014).

Ανεξάρτητα όμως από τα επιμέρους οφέλη που αποκόμισαν οι ταινίες αυτές του Νέου Κύματος από τα φεστιβάλ, η ένταξή τους σε ένα ενιαίο καλλιτεχνικό, αισθητικό και επικοινωνιακό-προωθητικό πλαίσιο τόσο από τα ίδια όσο και από τους θεσμούς και τους διοργανωτές, συνέβαλε όχι μόνο στη διεθνή αναγνώριση του Κύματος, αλλά και στην καθιέρωση των ταινιών που εντάχθηκαν σε αυτό ως υψηλής αισθητικής αξίας καλλιτεχνικά προϊόντα. Η διαδικασία αυτή της διαμεσολάβησης, η οποία συντελείται μέσω του εκφερόμενου λόγου και της πλαισίωσης, θα συζητηθεί διεξοδικότερα στην ενότητα 1.2.3.

#### γ. Τάσεις ενίσχυσης του κινηματογραφικού εγγραμματισμού στην Ελλάδα

Εστιάζοντας στο πεδίο των άυλων μέσων που κινητοποιούνται διευκολύνοντας την ανάδυση νέων τάσεων ή Κυμάτων στο κινηματογραφικό πεδίο, θα είχε ενδιαφέρον να σημειωθούν ορισμένες διεργασίες που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια στον τομέα της εκπαίδευσης στην Ελλάδα. Κατά την κρίση μας, η ολοένα αυξανόμενη ενασχόληση με την προώθηση και τη συμμετοχή σε δράσεις κινηματογραφικής παιδείας συνεισφέρει

16. Βλ. [www.filmfestival.gr](http://www.filmfestival.gr)

17. Βλ. [www.bfi.org.uk](http://www.bfi.org.uk)

σημαντικά στην ανάπτυξη και την καθιέρωση της κινηματογραφικής τέχνης εν γένει. Η παρατηρούμενη ενασχόληση των τελευταίων ετών συμπίπτει χρονικά με την ανάδυση του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, παρά την έλλειψη σταθερής, συστηματικής κινηματογραφικής πολιτικής. Σημειώνεται ότι η έμφαση στη σχέση κινηματογράφου και παιδείας υπήρξε διαχρονικό αίτημα όλων των συμμετεχόντων στο κινηματογραφικό κύκλωμα και, πρόσφατα, καιρία διεκδίκηση της φιλόδοξης κίνησης της ομάδας των *Κινηματογραφιστών στην Ομίχλη*. Οι τελευταίοι, εκτός από την έμφαση στην αναβάθμιση και αναδιαμόρφωση της εθνικής πολιτικής για ζητήματα οπτικοακουστικής και κινηματογραφικής παιδείας, επιχείρησαν με τη δημιουργία της ανεξάρτητης Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου την καθιέρωση, μεταξύ άλλων, δραστηριοτήτων επιμόρφωσης (σεμινάρια, υποτροφίες κ.λπ.) για τα μέλη της.

Στις παραγράφους που ακολουθούν επιχειρείται να φωτιστούν επιγραμματικά ορισμένες απόπειρες, δράσεις και τάσεις ενίσχυσης ή/και οργάνωσης της κινηματογραφικής παιδείας στην Ελλάδα, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην τυπική και ιδίως στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Στόχος αυτών των ενοτήτων είναι να παρουσιάσουν το ευρύτερο σκηνικό στον τομέα της κινηματογραφικής παιδείας, δίχως ωστόσο να αναδείξουν επιμέρους κρίσιμες -ομολογουμένως- πτυχές του, για την ανάλυση των οποίων θα απαιτείτο το δίχως άλλο εκτενής και στοχευμένη μελέτη.

Ο χώρος της εκπαίδευσης και ιδιαίτερα τα πανεπιστήμια αποτελούν έναν από τους κατεξοχήν οργανισμούς νομιμοποίησης (Bourdieu, 1993) και χρησιμεύουν ως υλικές πηγές στη δημιουργία αξίας, η οποία επηρεάζει στη συνέχεια την πρόσληψή του κινηματογράφου από τους άλλους συντελεστές και από το κοινό. Η θέση του κινηματογράφου φαίνεται να ισχυροποιείται σημαντικά τα τελευταία χρόνια με τη διαδικασία ένταξής του στο πλαίσιο μαθημάτων, διαλέξεων ή ερευνητικών προγραμμάτων τα οποία του προσδίδουν εγκυρότητα και συμβολική αξία.

Τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς παρατηρείται μια τάση ενίσχυσης της οπτικοακουστικής και ιδιαίτερα της κινηματογραφικής παιδείας (*film literacy*, *cine-literacy*). Σε όλες τις βαθμίδες της τυπικής εκπαίδευσης, αλλά και στο πλαίσιο παρακολούθησης κύκλων σπουδών σε ιδιωτικούς φορείς, τα άτομα ενθαρρύνονται να βελτιώσουν την ικανότητα γνωσιακής πρόσληψης και κριτικής ανάλυσης ενός βίντεο ή ενός κινηματογραφικού έργου, να εξοικειώνονται με την κινηματογραφική γλώσσα και τις πολιτιστικές αναπαραστάσεις, να αντιλαμβάνονται την πολιτιστική διάσταση ενός έργου καθώς και να καλλιεργούν την ικανότητα σύλληψης και παραγωγής οπτικοακουστικού περιεχομένου.

Η σχέση του κινηματογράφου και των επιστημών και πιο συγκεκριμένα της ιστορίας, έχει εδραιωθεί από τη δεκαετία του 1970 όταν ο Μαρκ Φερρό έθεσε τα πρώτα σχετικά ερωτήματα σε μια ιστορική και κοινωνιολογική βάση. Σήμερα αρθρώνεται πλέον ένας πλούσιος διάλογος και οι θεωρητικές αναλύσεις σε συνέδρια, παιδαγωγικά εγχειρίδια και βιβλία έχουν τόσο κοινωνιολογικές όσο και παιδαγωγικές χρήσεις και προεκτάσεις.

Επιπρόσθετα, η ευκολία χρήσης και η διαθεσιμότητα της ψηφιακής τεχνολογίας της κινούμενης εικόνας καθιστά το οπτικοακουστικό υλικό ένα εύχρηστο και απαραίτητο εργαλείο, το οποίο όλο και πιο συχνά εντάσσεται στη διδακτική διαδικασία, ιδιαίτερα σε μαθήματα ιστορίας, λογοτεχνίας, τέχνης και πολιτισμού. Στον χώρο της εκπαίδευσης οι χρήσεις των κινηματογραφικών ταινιών αποτελούν μια πραγματικότητα σε πολλά εκπαιδευτικά συστήματα στην Ευρώπη. Τα διάφορα μοντέλα και οι προσεγγίσεις γύρω από την κινηματογραφική εκπαίδευση των ευρωπαϊκών χωρών μελετήθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος *Screening Literacy*, μετά από πρόσκληση για υποβολή προτάσεων του προγράμματος *Creative Europe*. Υπό την εποπτεία και την καθοδήγηση του *British Film Institute* δημιουργήθηκε μια ομάδα εικοσιπέντε (25) ακαδημαϊκών, εκπαιδευτικών κινηματογράφου και επαγγελματιών από εθνικές υπηρεσίες και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ), για να δημιουργήσει ένα πλαίσιο υποστήριξης των εκπαιδευτικών κινηματογράφου σε όλη την Ευρώπη στον σχεδιασμό, τη διαχείριση και την αξιολόγηση προγραμμάτων κινηματογραφικής εκπαίδευσης. Το πλαίσιο αυτό παρουσιάστηκε στο Παρίσι, στη *Cinematheque Francaise*, στις 19 Ιουνίου 2015.<sup>18</sup> Σύμφωνα με τα δεδομένα που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού προκύπτει ότι η κινηματογραφική παιδεία τοποθετείται σε σχέση με άλλα πεδία και κλάδους (αλφαριθμητισμός και γραμματισμός στα μέσα) (Reid, 2018).

Ωστόσο, παρόλο που οι αντιλήψεις και χρήσεις ποικίλουν από χώρα σε χώρα, εντός του σχολικού πλαισίου ο κινηματογράφος χρησιμοποιείται ως ένα άλλο «κείμενο» προσέγγισης της πραγματικότητας. Αντίθετα, πολιτιστικοί φορείς της άτυπης εκπαίδευσης που ασχολούνται με την κινηματογραφική παιδεία (όπως φεστιβάλ και εκδηλώσεις από περιφερειακά πολιτιστικά ιδρύματα καθώς και κινηματογραφικές εταιρείες, μουσεία και άλλους κοινοτικούς χώρους) δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ανάπτυξη του κοινού μέσα από την προβολή του κινηματογράφου ως προϊόντος της πολιτιστικής κληρονομιάς της εκάστοτε χώρας (Reid, 2018, σελ. 10). Αυτή η διάκριση είναι σημαντική και στον θεωρητικό διάλογο από ανθρώπους που είναι υπέρμαχοι της κινηματογραφικής παιδείας ως μέσου καλλιέργειας και καλλιτεχνικής έκφρασης. Όπως υποστήριξε άλλωστε και ο Μένης Θεοδωρίδης (2012, σελ. 103), ένα πρόσωπο-κλειδί στην προώθηση της κινηματογραφικής παιδείας στην Ελλάδα, έχει διαπιστωθεί η ανάγκη για την εισαγωγή του κινηματογράφου στο σχολείο ως μαθήματος εξοικείωσης με την κινηματογραφική τέχνη (cinema education), τόσο με προβολές κινηματογραφικών ταινιών στο σχολείο όσο και με παραγωγή μαθητικών ταινιών. Όπως επισημαίνουν οι Bazalgette and Bevort, (1992), εκείνο που χρειάζονται ουσιαστικά οι μαθητές είναι να τους δοθούν οι κατάλληλες ευκαιρίες για να εκφραστούν δημιουργικά μέσα από τα ΜΜΕ.

Στη χώρα μας έχουν γίνει κάποιες σημαντικές αλλά μη συστηματικές προσπάθειες εναρμόνισης της κινηματογραφικής παιδείας με ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες, τάσεις και

18. Βλ. σχετικά <https://www.bfi.org.uk/screening-literacy-film-education-europe>

συστάσεις επίσημων φορέων (όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Συμβούλιο της Ευρώπης, η UNESCO, η NORDICOM). Παρόλο που δεν υπάρχει εθνική στρατηγική για την κινηματογραφική παιδεία, οι κινηματογραφικές ταινίες χρησιμοποιούνται ως μέσον υποστήριξης άλλων θεμάτων στην πρωτοβάθμια και τη μέση εκπαίδευση. Το πιλοτικό πρόγραμμα κινηματογραφικής εκπαίδευσης, *Η Αξιοποίηση του Κινηματογράφου στην Εκπαίδευση. Βασικό Επιμορφωτικό Υλικό, (Τόμος Γ')*, (Αθανασάτου, Καλαμπάκας, και Παραδείση, 2011) έχει χρησιμοποιηθεί σε σχολεία της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ως προαιρετικό αντικείμενο της καλλιτεχνικής εκπαίδευσης. Κάθε σχολείο μπορεί να συμμετάσχει σε πρόγραμμα που διατίθεται στο διαδίκτυο μέσω του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Στο πλαίσιο του Εθνικού και Κοινωνικού Διαλόγου για την παιδεία που διεξήχθη από το Υπουργείο Παιδείας κατά το 2016 κατατέθηκαν αναλυτικές προτάσεις, κύριος άξονας των οποίων ήταν η εισαγωγή της οπτικοακουστικής εκπαίδευσης στο σχολικό πρόγραμμα, τόσο με τη διαμόρφωση ειδικού μαθήματος όσο και με την αξιοποίηση των επιμέρους πτυχών της ως εργαλείου για την υλοποίηση των βασικών μαθημάτων του ωρολογίου προγράμματος (Εθνικός και Κοινωνικός Διάλογος για την Παιδεία – Προτάσεις, 2016). Οι φορείς και τα πρόσωπα που μετείχαν στη διαδικασία ανέδειξαν την ανάγκη ενίσχυσης του ψηφιακού και μηντιακού εγγραμμτισμού τόσο των ανηλίκων όσο και των εκπαιδευτικών όλων των βαθμίδων (στο ίδιο). Ο εγγραμμτισμός στα Μέσα προσφέρει ερευνητικές, τεχνικές και κριτικές δεξιότητες, καθώς και γνώσεις και εννοιολογικά πλαίσια που απαιτούνται στις καθημερινές ζωές των ανθρώπων ως καταναλωτών, δημοκρατικών πολιτών, μελών οικογενειών και κοινοτήτων (Παπαδημητρίου, 2016). Σύμφωνα με τους Αγγελίδη, Αλέτρα, Βαλντέν, Καλαμπάκα και Μουζάκη (2016) η εισαγωγή του κινηματογράφου στο σχολείο δεν μπορεί να γίνει σημειακά, αλλά πρέπει να ενταχθεί οριζόντια στον συνολικό σχεδιασμό του ωρολογίου προγράμματος. Σύμφωνα με τις βασικές αρχές και το σκεπτικό του τελικού πορίσματος του Εθνικού Διαλόγου (2016, σελ. 76), «η τέχνη του κινηματογράφου είναι για την οπτικοακουστική γλώσσα ό,τι είναι η λογοτεχνία για μια γραπτή λεκτική γλώσσα. Από τη μια, είναι θησαυρός γνώσεων και τρόπων, οπτικών και αφηγηματικών μορφών, μνήμης και ταυτοτήτων, ιδεών και ιδεολογικών δομών. Από την άλλη, αποτελεί το βασικό εργαστήριο πειραματισμού και καινοτομίας στην οπτικοακουστική γλώσσα. Γι' αυτό, ο οπτικοακουστικός εγγραμμτισμός δεν μπορεί παρά να συνδέεται με την τέχνη του κινηματογράφου» (στο ίδιο, σελ. 78-79). Με στόχο τη συνολική ένταξη της οπτικοακουστικής εκπαίδευσης στο σχολικό σύστημα, το πόρισμα προτείνει δε, μια σειρά βημάτων με κυριότερα αυτά της ρητής αναγνώρισης του δικαιώματος στον οπτικοακουστικό εγγραμμτισμό, της δημιουργίας δικτύου ενδιαφερομένων μερών για το σχεδιασμό, την εφαρμογή και την υποστήριξη της ένταξης της οπτικοακουστικής εκπαίδευσης στο εκπαιδευτικό σύστημα και της ανάληψης συγκεκριμένων δράσεων για τη σχετική εκπαίδευση των εκπαιδευτικών.

Σημειώνεται ότι επιμορφωτικά σεμινάρια και μετεκπαιδευσεις εκπαιδευτικών διοργανώνονται ήδη από διάφορα ακαδημαϊκά ιδρύματα της χώρας και απευθύνονται συνήθως σε εκπαιδευτικούς που θέλουν να εμβαθύνουν τις κινηματογραφικές τους γνώσεις αλλά και σε όσους χρησιμοποιούν για εκπαιδευτικούς ή επαγγελματικούς λόγους οπτικοακουστικό υλικό ή κινηματογραφικά αποσπάσματα.

*δ. Ο κινηματογράφος στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και την εκπαίδευση ενηλίκων στην Ελλάδα*

Το αξιοσημείωτο στην περίπτωση της Ελλάδας είναι ότι, σε αντίθεση με άλλες χώρες της Ευρώπης, παρουσιάζει ενδιαφέρουσα κινηματογραφική παραγωγή δίχως το ανάλογο εκπαιδευτικό υπόβαθρο στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Ειδικότερα, η σκηνοθεσία και τα άλλα επαγγέλματα σχετικά με τον κινηματογράφο αποτελούσαν μέχρι πολύ πρόσφατα αποκλειστική προσπάθεια των ιδιωτικών σχολών, δίχως να υπάρχει ο ανάλογος σχεδιασμός και συντονισμός από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς.

Η αναγνώριση και εισαγωγή των κινηματογραφικών σπουδών στην τριτοβάθμια εκπαίδευση στην Ελλάδα μοιάζει να εισέρχεται σε «αναπτυξιακή τροχιά» περί τις αρχές του τρέχοντος αιώνα. Μολονότι οι ιδιωτικές σχολές που παρείχαν κατά βάση τεχνικές γνώσεις για επαγγέλματα της κινηματογραφικής βιομηχανίας και της τηλεόρασης υπήρχαν ήδη από τις τελευταίες δεκαετίες του 20ου αιώνα, χρειάστηκε να κυλήσουν αρκετά χρόνια μέχρι τη συστηματική εισαγωγή μαθημάτων του κινηματογράφου στα ελληνικά πανεπιστήμια. Αναμφισβήτητα, κρίσιμη καμπή αυτής της πορείας υπήρξε η ίδρυση, το 2004, του μοναδικού τμήματος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης της Ελλάδας που εστιάζει αποκλειστικά στον κινηματογράφο, στη Σχολή Καλών Τεχνών του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Σύμφωνα με τον ιδρυτικό του νόμο (Ν. 3255/2004, ΦΕΚ Α' 138, 22/7/2004) αποστολή και σκοπό έχει «να καλλιεργεί και να προάγει την κινηματογραφική τέχνη, στο πλαίσιο μιας ευρύτερης οπτικοακουστικής εκπαίδευσης, με την ακαδημαϊκή και εφαρμοσμένη έρευνα και διδασκαλία» και να παρέχει στους φοιτητές τα απαραίτητα εφόδια που εξασφαλίζουν την άρτια κατάρτισή τους για την καλλιτεχνική, επιστημονική και επαγγελματική τους σταδιοδρομία και εξέλιξη, οργανώνοντας με επιτυχία τις σπουδές που θα προσφέρουν εξειδικευμένες γνώσεις σε επιμέρους γνωστικά αντικείμενα της οικείας τέχνης.

Ωστόσο, οι φοιτητές της χώρας έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν εισαγωγικές θεωρητικές και πρακτικές γνώσεις σε θέματα που αφορούν στον κινηματογράφο και στο Τμήμα Θεατρικών Σπουδών του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΕΚΠΑ). Προαιρετική παρακολούθηση ειδικών κύκλων μαθημάτων αφιερωμένων στη σκηνοθεσία και τον κινηματογράφο περιλαμβάνει και το πρόγραμμα σπουδών του Τμήματος Θεάτρου του ΑΠΘ. Τα Τμήματα Θεατρικών Σπουδών των Πανεπιστημίων Πατρών και Πελοποννήσου περιλαμβάνουν μαθήματα Ιστορίας του Κινηματογράφου.

Παράλληλα, ο κινηματογράφος διδάσκεται σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο, τόσο σε Τμήματα, το κύριο αντικείμενο των σπουδών των οποίων είναι τα μέσα μαζικής

ενημέρωσης, η πολιτιστική διαχείριση και οι εικαστικές τέχνες (π.χ. Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού στο Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, ΕΚΠΑ, Τμήμα Εικαστικών Τεχνών & Επιστημών της Τέχνης Πανεπιστημίου Ιωαννίνων) όσο και σε τμήματα φιλολογίας (π.χ. Πανεπιστημίου Κρήτης), κοινωνιολογίας (π.χ. Πανεπιστημίου Κρήτης, Πάντειο Πανεπιστήμιο), πολιτισμικής τεχνολογίας (π.χ. Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας Πανεπιστημίου Αιγαίου, Τμήμα Διαχείρισης Πολιτισμικού Περιβάλλοντος και Νέων Τεχνολογιών Πανεπιστημίου Πατρών). Επιπροσθέτως, τον Ιούνιο του 2018 υπογράφηκε μνημόνιο συνεργασίας μεταξύ του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης, του Δήμου Δράμας και του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου αναφορικά με την ίδρυση Σχολής Κινηματογράφου και Οπτικοακουστικών Μέσων στη Δράμα, όπου φιλοξενείται και το φημισμένο Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους (Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης, 2018). Συμπληρωματικά προς τα ανωτέρω, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα της χώρας προσφέρουν σε κάθε ενδιαφερόμενο τη δυνατότητα να εμπλουτίσει σε βάθος τις κινηματογραφικές του γνώσεις μέσω των προγραμμάτων εξ αποστάσεως εκπαίδευσης<sup>19</sup> ή και της πρόσβασης σε Ανοιχτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα, η ανάπτυξη και υλοποίηση των οποίων συγχρηματοδοτείται από Επιχειρησιακά Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εθνικούς πόρους.

Επίσης, μια σειρά από ιδιωτικές σχολές, εργαστήρια ελευθέρων σπουδών, θεατρικές σχολές και ιδιωτικά εκπαιδευτικά κέντρα προσφέρουν κύκλους σπουδών και κινηματογραφικά εργαστήρια, θεωρητικές και τεχνικές γνώσεις, μεταξύ άλλων στους τομείς της σκηνοθεσίας, της συγγραφής σεναρίων, του μοντάζ και της μετά-παραγωγής (post production), της ιστορίας του κινηματογράφου και της τέχνης, της εικονοληψίας και σκηνογραφίας κ.λπ.

Κινηματογραφικές εταιρείες, μουσεία και πολιτιστικοί οργανισμοί φιλοξενούν κατά καιρούς εκθέσεις, ομιλίες, εκδηλώσεις και αφιερώματα σε κινηματογραφικά θέματα και προσωπικότητες. Ενώσεις επαγγελματιών του κλάδου (π.χ. σεναριογράφοι, σκηνοθέτες, κριτικοί κινηματογράφου) μοιράζονται ενίοτε τις γνώσεις τους με τους ενδιαφερόμενους στο πλαίσιο πολιτιστικών εκδηλώσεων και εργαστηρίων.

Εξειδικευμένα σεμινάρια, διαλέξεις και συνέδρια προσφέρουν τα τελευταία χρόνια τα (μορφωτικά) ινστιτούτα και πολιτιστικά κέντρα άλλων χωρών (π.χ. Γαλλικό Ινστιτούτο) καθώς και πρεσβείες, δίνοντας την ευκαιρία σε σινεφίλ, κριτικούς κινηματογράφου, φοιτητές και σπουδαστές, νέους δημιουργούς, ερευνητές και ακαδημαϊκούς να έρθουν σε επαφή με την καλλιτεχνική παραγωγή χωρών της Ευρώπης, των ΗΠΑ κ.λπ.

19. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εκπαιδευτικά προγράμματα «Κινηματογράφος: Ιστορία, Πρακτικές και Βασικές Αρχές Σκηνοθεσίας» και «Κινηματογραφική Γραφή: Αφήγηση και Ύφος», που αποτελούν προγράμματα συμπληρωματικής εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (E-Learning) του Κέντρου Επιμόρφωσης και Δια Βίου Μάθησης του ΕΚΠΑ.

Στο ίδιο μήκος κύματος κινούνται συχνά και οι Επιτροπές Πολιτισμού πολιτικών φορέων, συλλογικοτήτων τοπικού χαρακτήρα ή/και μη κερδοσκοπικών οργανώσεων στην Ελλάδα, διοργανώνοντας στρογγυλές τράπεζες, συζητήσεις για την εγχώρια κινηματογραφική πολιτική και προβολές ταινιών, ενθαρρύνοντας τον εμπλουτισμό γνώσεων και εμπειριών κάθε ενδιαφερόμενου. Μολονότι απουσιάζει η συστηματική καταγραφή της δράσης των φορέων αυτών, οι δραστηριότητές τους που βλέπουν σποραδικά το φως της δημοσιότητας δείχνουν, αν μη τι άλλο, μια κινητικότητα στο πεδίο.

Οι πολλαπλές ευκαιρίες και τα διαφορετικά κανάλια εμπλουτισμού των γνώσεων και των εμπειριών κάθε ενδιαφερόμενου για την κινηματογραφική τέχνη (σινεφίλ), που εκτείνονται από τα λαϊκά πανεπιστήμια και τα Κέντρα Διά Βίου Μάθησης που λειτουργούν Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης στην Ελλάδα (π.χ. Δήμος Κορυδαλλού Περιφέρειας Αττικής), τις κινηματογραφικές λέσχες και τις εκδηλώσεις/ομιλίες που πραγματοποιούν, τις κινηματογραφικές ομάδες των φοιτητών των πανεπιστημίων της χώρας (π.χ. Πανεπιστήμια Αιγαίου και Ιωαννίνων, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών) έως τα προγράμματα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης (με μηδενικό ή ελάχιστο κόστος) που υλοποιούν πανεπιστημιακά ιδρύματα, ιδιωτικές σχολές, διεθνείς οργανισμοί κ.ά. μέσω του διαδικτύου (στην ελληνική και σε άλλες γλώσσες), μεταξύ άλλων ενθαρρύνουν ολοένα και περισσότερο: α) τους ερευνητές και τους ακαδημαϊκούς/επιστήμονες να ασχοληθούν περαιτέρω, επιχειρώντας μάλιστα διεπιστημονικές προσεγγίσεις, β) τους κριτικούς κινηματογράφου και τους πολιτιστικούς συντάκτες να εμβαθύνουν στο πεδίο επιχειρώντας πιο στοχευμένες και ενδελεχείς κριτικές και γ) το κινηματογραφόφιλο κοινό να γνωρίσει τις ποικίλες διαστάσεις της έβδομης τέχνης, να είναι σε θέση να επιλέγει και, συνακόλουθα, να αξιολογεί (ακόμα και να δημοσιεύει την κριτική του) με βάση όχι μόνο κριτήρια προσωπικά/υποκειμενικά (π.χ. προτίμηση) αλλά και καλλιτεχνικά.

Η αναφορά στα παραπάνω, παρότι αρκούντως γενική, καθώς δεν περιλαμβάνει τη δράση του συνόλου των φορέων που κινητοποιούνται και προσθέτουν συμβολική αξία στον κόσμο του κινηματογράφου, συμπεριελήφθη σκοπίμως προκειμένου να καταδείξει τον προστιθέμενο ρόλο και τη συμβολή που μπορεί να έχει η εκπαίδευση στο πλαίσιο ανάδειξης και καθιέρωσης ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Άλλοι σημαντικοί παράγοντες που θα ήταν σκόπιμο να ανιχνευτούν μελλοντικά συγκροτούνται από μηχανισμούς προώθησης και στήριξης του κινηματογράφου όπως είναι η *Ταινιοθήκη της Ελλάδος*, που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προβολή του έργου των ελλήνων σκηνοθετών μέσα από αφιερώματα και ειδικές εκδηλώσεις, το *Μουσείο Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης*, με τη διοργάνωση εκπαιδευτικών/ερευνητικών προγραμμάτων, καθώς και ένα παράλληλο κύκλωμα διανομής όπως είναι αυτό των κινηματογραφικών λεσχών και των δημοτικών κινηματογράφων.

Τα όσα ακροθιγώς συζητούνται στις προηγούμενες παραγράφους περί κινηματογραφικής παιδείας δεν αποσκοπούν στην ανάδειξη της εμπλοκής δημιουργών, παραγωγών



ή συντελεστών των ταινιών του Νέου Κύματος (μέσω της παρακολούθησης σχετικών μαθημάτων και προγραμμάτων σπουδών). Η περιορισμένη πρόσβαση στα δημοσίως διακινούμενα στοιχεία των βιογραφικών τους και ιδίως των σπουδών τους δεν φανερώνει τη φοίτησή τους σε αυτά. Αντιθέτως, η προβολή των έργων τους και η φυσική τους παρουσία ως επισήμως προσκεκλημένων σε εκδηλώσεις, διαλέξεις και εκπαιδευτικές δράσεις φανερώνει τη διάθεση των διοργανωτών να δώσουν έμφαση στο έργο της νέας γενιάς σκηνοθετών.

Τα πανεπιστήμια και οι επιστημονικές συναθροίσεις δύνανται να έχουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και των εργαλείων ανάλυσης και στη νομιμοποίηση καλλιτεχνικών προϊόντων και ειδών. Παρά το γεγονός ότι δεν αποτελεί αντικείμενο της παρούσας μελέτης, υπάρχουν ενδείξεις που φανερώνουν ότι η νέα γενιά σκηνοθετών και τα έργα της συζητούνται στα αμφιθέατρα και αποτελούν αντικείμενο επιστημονικών εργασιών σε προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο τα τελευταία χρόνια. Όπως άλλωστε σχολιάζεται εκτενώς στο κεφάλαιο 3, όπου επιχειρείται η ανάλυση των κειμένων του επιστημονικού λόγου, υπάρχει μια διαφαινόμενη προοδευτική τάση ενασχόλησης με το Νέο Κύμα, τουλάχιστον κατά τη χρονική περίοδο αναφοράς του δείγματος (2009-2016).

### 1.2.3 Λόγοι, ιδεολογία και παισίωση: η καθιέρωση απαιτεί μια εξήγηση

Ένας τρίτος, εξίσου σημαντικός επεξηγηματικός παράγοντας στην επιτυχία των νέων τάσεων στους κόσμους της τέχνης, αποτελείται από τον ρόλο των ιδεών. Οι στόχοι και οι τακτικές των κινημάτων πρέπει να «πλαισιωθούν» (SnowetaI, 1986 στο Baumann, 2007, σελ. 57) προκειμένου να γίνουν κατανοητά, έγκυρα, αποδεκτά και επιθυμητά. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να εξηγηθούν, να διαφημιστούν ή να «πακεταριστούν» με τρόπο που να πείθει ή να έχει απήχηση σε ένα συγκεκριμένο κοινό-στόχο.

Κατά τον Baumann (2007, σελ. 57) οι τρεις κυριότεροι παράγοντες που εκφράζονται μέσα από τον λόγο αποτελούνται από τους λόγους (discourses), την ιδεολογία και την παισίωση.

*Οι λόγοι (discourses) έχουν μια χαλαρή λογική και παρέχουν το λεξιλόγιο και τις έννοιες που απαιτούνται στην επικοινωνία· οι ιδεολογίες παρέχουν μια πιο συνεκτική λογική που προσφέρει μια κατανόηση του κόσμου καθώς και κανόνες και αξίες και τα πλαίσια (ή παισίωση) είναι σφιχτές γνωστικές δομές που κατευθύνουν τη σκέψη και την ερμηνεία σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα, κατάσταση, γεγονός ή αντικείμενο.*

Μερικά παραδείγματα από την κοινωνιολογία της τέχνης θα μας διαφωτίσουν στη συνέχεια για τον ρόλο των λόγων και των ιδεών στη νομιμοποίηση στον κόσμο της τέχνης και του πολιτισμού. Σε σύγκριση με τη λογοτεχνία των κοινωνικών κινημάτων, ωστόσο,

υπάρχει πολύ λιγότερη συμφωνία για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να τοποθετηθεί και να κατανοηθεί ο ρόλος των ιδεών. Ο Molnar (2005, σελ. 130) στη μελέτη του για την εισαγωγή της μοντερνιστικής αρχιτεκτονικής στην Ουγγαρία καταλήγει ότι τα ερμηνευτικά σχήματα και οι στρατηγικές διαδραματίζουν αποφασιστικό ρόλο στην υποδοχή και νομιμοποίηση των «ξένων» ιδεών και πολιτιστικών μοντέλων που διαδίδονται διεθνώς. Εξηγώντας την ανάδυση μεγάλων συνθετών και σοβαρών έργων κλασικής μουσικής στα τέλη του 18ου και τις αρχές του 19ου αιώνα, η DeNora (1991, σελ. 314) ισχυρίζεται ότι οι αριστοκράτες ανέπτυξαν μια «ιδεολογία» σοβαρής μουσικής και ότι αυτή η αισθητική βασιζόταν σε ένα ιεραρχικό σχήμα αξιολόγησης σε αντίθεση με μια περιεκτικότερη αισθητική που προηγήθηκε.

Ο Baumann (2001, σελ. 405) υποστηρίζει ότι αναπτύχθηκε μια «νομιμοποιητική ιδεολογία» (legitimizing ideology) στον χώρο του κινηματογράφου, η οποία διαδόθηκε μέσα από την κινηματογραφική κριτική και ότι αυτή η ιδεολογία αποτέλεσε ένα βασικό παράγοντα στην ανύψωση των κινηματογραφικών ταινιών ως τέχνης στις ΗΠΑ. Στην εξήγηση της ανόδου του θεάτρου, του χορού και της όπερας ως έγκυρων καλλιτεχνικών ειδών (legitimate art forms) ο DiMaggio (1992, σελ. 44) υποστηρίζει ότι αυτοί οι κόσμοι τέχνης μιμήθηκαν τους παλαιότερους των μουσείων και των συμφωνιών. Μάλιστα, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, «οι θέσεις και αιτιολογήσεις που αναπτύχθηκαν από τους ιδρυτές των πρώτων μουσείων και ορχηστρών τέχνης χρησίμευσαν ως έτοιμη/προπαρασκευασμένη ιδεολογική ύλη, την οποία οι πολιτιστικοί επιχειρηματίες θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν σε μια σειρά άλλων μορφών τέχνης» (DiMaggio, 1992, σελ. 22). Με άλλα λόγια, μια «ξεκάθαρα διαρθρωμένη ιδεολογία» διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο σε αυτές τις περιπτώσεις καλλιτεχνικής νομιμοποίησης.

Η κοινωνιολογία της τέχνης μπορεί σαφώς να επωφεληθεί από τις θεωρητικές εξελίξεις στη βιβλιογραφία των κοινωνικών κινημάτων σχετικά με την πλαισίωση. Μελέτες σχετικά με την καθιέρωση του κόσμου της τέχνης δεν έχουν αναπτύξει επαρκώς ένα κοινό σύνολο εννοιών για να εξηγηθεί πώς ο πολιτισμός νομιμοποιείται σε επίπεδο ιδεών. Ο Baumann υποστηρίζει ότι οι διαφορές μεταξύ λόγου, ιδεολογίας και πλαισίωσης που αναφέρθηκαν παραπάνω μπορούν να εφαρμοστούν στο πεδίο της κοινωνιολογίας της τέχνης για να διευκρινιστεί ο τρόπος με τον οποίο οι ιδέες λειτουργούν για να νομιμοποιήσουν τον πολιτισμό στην ουσία με παρόμοιους τρόπους σε όλα τα πολιτιστικά είδη. Επιπλέον, αυτό το σύνολο των εννοιών μπορεί να συνδεθεί με το πρωτοποριακό έργο του Becker για τον ρόλο των αισθητικών και των κριτικών στους κόσμους της τέχνης.

Ο Becker (1982) υποστηρίζει ότι οι αισθητικοί (ή αλλιώς οι φιλόσοφοι της τέχνης) και οι κριτικοί διαδραματίζουν ουσιαστικούς αλλά διαφορετικούς ρόλους μέσα στους χώρους της τέχνης. Οι αισθητικοί μελετούν τα δεδομένα, τις προϋποθέσεις και τα επιχειρήματα που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν για να δικαιολογήσουν την ταξινόμηση των πραγμάτων και των δραστηριοτήτων ως «όμορφα», «καλλιτεχνικά», «άτεχνα», «καλή τέχνη», «κακή τέχνη» κ.λπ. Κατασκευάζουν συστήματα με τα οποία μπορούν να

δικαιολογούν τόσο τις ταξινομήσεις όσο και ειδικές περιπτώσεις εφαρμογής τους. Οι κριτικοί εφαρμόζουν αισθητικά συστήματα σε συγκεκριμένα έργα τέχνης και καταλήγουν σε κρίσεις της αξίας τους και σε εξηγήσεις για το τί τους προσδίδει αυτή την αξία (Becker, 1982, σελ. 131). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Baumann (2007, σελ. 59) για να συνδέσει τις παραπάνω διαπιστώσεις του Becker με την ορολογία της λογοτεχνίας των κοινωνικών κινήματων, οι αισθητικοί δημιουργούν ιδεολογίες της τέχνης και οι κριτικοί πλαισιώνουν συγκεκριμένα έργα τέχνης, προσφεύγοντας στις θεωρίες και τις αξίες συγκεκριμένων ιδεολογιών.

Ένα παράδειγμα ιδεολογίας της τέχνης που αναφέρει στη συνέχεια είναι η ρομαντική ιδεολογία της τέχνης, η οποία εξηγεί την τέχνη ως προϊόν ενός μοναδικά προικισμένου δημιουργικού ατόμου. Δίνει αξία στην τέχνη για τα χαρακτηριστικά της ως προσωπικής έκφρασης. Αντίθετα, η θεσμική ιδεολογία της τέχνης εξηγεί την τέχνη ως προϊόν της σχέσης μεταξύ ενός πολιτισμικού προϊόντος και του πλαισίου του. Η τέχνη αξιολογείται ανάλογα με το πόσο καλά καινοτομεί ως απάντηση στο πολιτισμικό της περιβάλλον. Για κάθε δεδομένη πολιτιστική παραγωγή, ένας κριτικός μπορεί να εξηγήσει πώς πρέπει να γίνει κατανοητό το έργο αυτό σύμφωνα με μια συγκεκριμένη ιδεολογία της τέχνης (στο ίδιο, σελ. 59).

Η έννοια του λόγου μπορεί να ενσωματωθεί σε αυτή την ανάλυση χωρίς να χρειάζεται ιδιαίτερη επεξήγηση. Ο λόγος αναφέρεται στο λεξιλόγιο και ένα σχετικό σύνολο εννοιών στην επικοινωνία μέσα σε ένα δεδομένο πεδίο. Ο κόσμος της τέχνης, με την έννοια του πεδίου της πολιτιστικής παραγωγής εν γένει, έχει έναν λόγο κοινών όρων και ιδεών για τη συζήτηση της τέχνης. Πιο συγκεκριμένοι κόσμοι τέχνης, όπως ο κόσμος της τέχνης για την ποίηση, έχουν στοιχεία λόγου που είναι συγκεκριμένα σε αυτόν τον κόσμο της τέχνης (στο ίδιο, σελ. 59).

Πώς, λοιπόν, χρησιμοποιούνται οι λόγοι, οι ιδεολογίες και τα πλαίσια για να νομιμοποιήσουν τις πολιτιστικές παραγωγές ως τέχνη; Αυτή η πράξη πλαισίωσης σύμφωνα με τις ιδεολογίες της τέχνης εφαρμόζεται επανειλημμένα στις κοινωνιολογικές μελέτες της καλλιτεχνικής νομιμοποίησης, ακόμη και αν οι όροι «πλαίσιο» και «ιδεολογία» δεν χρησιμοποιούνται με τον τρόπο που προδιαγράφεται εδώ. Για παράδειγμα, ο Ardey (1997) δείχνει πώς τα έργα των αμερικανών παραδοσιακών καλλιτεχνών πλαισιώθηκαν από τους επιμελητές, τους ιδιοκτήτες των γκαλερί και τους κριτικούς τέχνης ως αυθεντική τέχνη, επειδή οι καλλιτέχνες ήταν αμόρφωτοι/ακατάρτιστοι, απλοί και δεν είχαν γνώση των οικονομικών προοπτικών. Μπορεί να υποστηριχθεί ότι αυτό το πλαίσιο υπονοεί σιωπηρά μια ρομαντική ιδεολογία της τέχνης (Baumann, 2007, σελ. 59).

Οι Glynn & Lounsbury (2005), με βάση την ανάλυση κριτικών που αφορούσαν παραστάσεις της Συμφωνικής Ορχήστρας της Ατλάντα (ASO), εξετάζουν πώς ευρύτερες θεσμικές μετατοπίσεις διαμόρφωσαν τον λόγο των κριτικών και την άποψή τους για τις παραστάσεις. Υπογραμμίζουν πώς η αισθητική λογική που παραδοσιακά χαρακτηρίζει τις πρακτικές της Συμφωνικής, με την πτώση των ορχηστρικών πόρων και ένα

κεντρικό οργανωτικό γεγονός, την απεργία των μουσικών το 1996, οδήγησε στην παραγωγή μιας περισσότερο εμπορικά προσανατολισμένης λογικής της αγοράς. Παρόλο που τα αποτελέσματά της ερευνάς τους ενισχύουν τους υπάρχοντες ισχυρισμούς ότι οι κριτικοί των κόσμων της τέχνης συχνά ενεργούν με τελετουργικό τρόπο και λειτουργούν ως πυλωροί (gatekeepers) για την αυθεντικότητα των πολιτισμικών ειδών, επεκτείνουν την υπάρχουσα βιβλιογραφία υπογραμμίζοντας πως οι ιστορίες και οι λόγοι των κριτικών είναι ενσωματωμένα σε ευρύτερα πεδία συλλογισμών και λόγων που αποκαλύπτουν τον τρόπο με τον οποίο περιπολούν τα όρια των ειδών (Glynn & Lounsbury, 2005, σελ. 1031).

Τέλος, ας θεωρήσουμε το επιχείρημα του Lopes (2002, σελ. 177-178) ότι ένα στοιχείο της ανόδου στον κόσμο της τέχνης της τζαζ ήταν η καθιέρωση της κριτικής της τζαζ, η οποία αξιολόγησε τη τζαζ με (κριτικούς) όρους που προέρχονταν από καθιερωμένα μουσικά είδη. Οι λάτρεις της τζαζ στήριζαν τους ισχυρισμούς τους για την ποιότητα της τζαζ στην πολυπλοκότητα, τις παραδόσεις, τη συναισθηματική ζωτικότητα και την ανάγκη για σοβαρή εκμάθηση της ιστορίας της τζαζ, των επαγγελματιών και των παραλλαγών της, προκειμένου να γίνει κατανοητή. Και πάλι μπορούμε να δούμε το έργο αυτών των κριτικών ως μια πράξη πλαισίωσης όπου η τζαζ ήταν πλαισιωμένη ως ένα καθιερωμένο αντί για για ένα αναρχικό ή επικίνδυνο μουσικό είδος. Αυτή η πλαισίωση βασίστηκε σε προϋπάρχουσες ιδέες και αξίες για τη φύση της καθιερωμένης τέχνης (Baumann, 2007, σελ. 59).

Ο Baumann (2001) υποστηρίζει ότι η αμερικανική κριτική άλλαξε τη δεκαετία του 1960. Εκείνη την εποχή, οι κριτικοί του κινηματογράφου άρχισαν να χρησιμοποιούν πιο έντονα ένα λεξιλόγιο και τεχνικές, έναν λόγο δηλαδή, που προερχόταν από άλλους κόσμους υψηλής τέχνης. Ιδιαίτερα οι κινηματογραφικές κριτικές άρχισαν να επικεντρώνονται στον ρόλο του σκηνοθέτη ως την πιο δημιουργική δύναμη στην παραγωγή. Ας θυμηθούμε τη λειτουργία του κριτικού λόγου των *Cahiers du cinema* στο πλαίσιο ανάδυσης του Νέου Κύματος στη Γαλλία τη δεκαετία του 1960. Αυτή η εστίαση στην πολιτική του δημιουργού ήταν μια δραστηριότητα πλαισίωσης, όπου οι κριτικοί πλαισίωναν τις ταινίες ουσιαστικά ως ατομικά δημιουργήματα (βλ. θεωρία του δημιουργού), επικαλούμενοι έτσι τη ρομαντική ιδεολογία της τέχνης για να δικαιολογήσουν γιατί τα δημιουργήματα συγκεκριμένων σκηνοθετών διαφέρουν από τις παραγωγές της «παραδόσης ποιότητας» του γαλλικού κινηματογράφου. Στήριξαν δηλαδή, τη νομιμοποίηση των ταινιών αυτών σε μια ιδεολογία αυτονόμησης του κινηματογράφου ως καλλιτεχνικού είδους. Επιπλέον, οι κριτικοί άρχισαν να αναλύουν και να ερμηνεύουν τις ταινίες για τα μηνύματα τους, χρησιμοποιώντας προσεγγίσεις από τον χώρο της σημειολογίας, της ερμηνευτικής και της φιλοσοφίας και αργότερα των πολιτισμικών σπουδών. Αυτό πλαισίωσε τον κινηματογράφο ως τέχνη στο πλαίσιο της καθιερωμένης ιδεολογίας της τέχνης ως μια μορφή επικοινωνίας μεταξύ του καλλιτέχνη και του κοινού.

Ο κριτικός και επιστημονικός λόγος αποτελεί μια *sine qua non* συνιστώσα της ανάπτυξης και της καθιέρωσης του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο και, ως εκ τούτου, κρίνεται απαραίτητο να εξετάσουμε διεξοδικότερα τη λειτουργία τους.

*α. Όψεις, μορφές και διαστάσεις της κινηματογραφικής κριτικής και αξιολόγησης*

Στους κόσμους της τέχνης, η κριτική εκδηλώνεται κυρίως με τη μορφή κριτικών κειμένων που δημοσιεύονται στα ΜΜΕ. Αυτό οδήγησε τους κοινωνιολόγους να επικεντρώσουν μια μεγάλη θεωρητική προσπάθεια στη διαδικασία αξιολόγησης. Ένα πολιτιστικό αντικείμενο προσλαμβάνεται από έναν κριτικό, αναλυτή, ή δημοσιογράφο με έναν συγκεκριμένο «ορίζοντα προσδοκιών» για το είδος του αντικειμένου που αντιπροσωπεύει. Η ερμηνεία και η διαμόρφωση του υπό θεώρηση αντικειμένου αποτελεί μέρος της ανασκόπησης του συγγραφέα-συντάκτη, συντελώντας στην παραγωγή ενός νέου πολιτιστικού αντικειμένου για ένα κοινό-στόχο (Shrum, 1991, σελ. 351). Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή, καθώς το ενδιαφέρον για τους κριτικούς έχει αυξηθεί η έρευνα έχει επεκταθεί πέρα από την εστίαση στον καθοριστικό ρόλο των κριτικών ως διαμορφωτών της αγοράς, στον τρόπο με τον οποίο οι κριτικοί δρουν ως βασικοί παράγοντες που δίνουν νόημα στα πολιτιστικά πεδία.

Για παράδειγμα, η μελέτη του Baumann (2001) για την κοινωνική ιστορία των ταινιών στις ΗΠΑ καταδεικνύει ότι οι κριτικοί ενήργησαν ως διαμορφωτές κοινής γνώμης και όχι ως «καθρέφτες» (σελ. 419), ερμηνεύοντας έτσι την έννοια των ταινιών ως αισθητικών πολιτιστικών προϊόντων. Οι Glynn & Lounsbury (2005) επεκτείνουν αυτή την αναδυόμενη προοπτική για τους κριτικούς, εστιάζοντας στο πώς μπορούν επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ενδιάμεσο ρόλο, συνδέοντας τα εντοπισμένα (localized) νοήματα και τις ερμηνείες των πολιτιστικών προϊόντων στα ευρύτερα θεσμικά συστήματα παραγωγής νοήματος. Βασικό επιχείρημα πίσω απ'αυτή τη λογική είναι ότι οι κριτικοί στις αναλύσεις τους παρέχουν μια αφήγηση για το πώς οι άνθρωποι πρέπει να κατανοήσουν και να εκτιμήσουν τις εμπειρίες τους με τα πολιτιστικά αγαθά και τις παραστάσεις.

Είναι σαφές ότι διαφορετικά είδη κριτικού λόγου περιέχουν άλλου τύπου προσεγγίσεις, καθώς και άλλες στοχεύσεις αναφορικά με τα κινηματογραφικά προϊόντα και κείμενα. Σε αυτή την ενότητα επιχειρείται μια απόπειρα καταγραφής των διαφορετικών προσεγγίσεων που εκτείνονται από την επιστημονική κινηματογραφική κριτική (scholarly/academic film criticism) έως τη δημοσιογραφική κινηματογραφική κριτική (journalistic film criticism) με την οποία είναι πιο εξοικειωμένο το κοινό. Ποια τα χαρακτηριστικά κάθε μιας; Ποιες προκλήσεις συναντά ο κριτικός λόγος με την ολοένα μεγαλύτερη χρήση του διαδικτύου και ποιος ο ρόλος των κριτικών κινηματογράφου και των πολιτιστικών συντακτών στο πλαίσιο διοργανώσεων όπως τα κινηματογραφικά φεστιβάλ; Με το βλέμμα στραμμένο στον ανεξάρτητο κινηματογράφο και τη σκέψη ότι η κριτική, άλλοτε προερχόμενη από πανεπιστημιακούς και ερευνητές και άλλοτε από δημοσιογραφικά γραφεία, «έπλευσε» παράλληλα με την κινηματογραφική πρακτική και

βιομηχανία, με τη δημιουργία, παραγωγή και κατανάλωση κινηματογραφικών έργων επηρεάζοντας τις επιλογές και τις στάσεις των κινηματογραφιστών και των θεατών (Ζήκος, χ.χ.), στις παραγράφους που ακολουθούν εισάγονται κάποιες ουσιώδεις θεωρητικές επισημάνσεις.

Ο κριτικός κινηματογράφου και αργότερα πανεπιστημιακός Adrian Martin υποστηρίζει, όπως παρατηρεί ο McWhirter (2013, σελ. 177-178), ότι υπάρχουν τρία είδη κινηματογραφικής κριτικής. Η πρώτη αφορά τη δημοσιογραφική κριτική (journalistic writing), που δημοσιεύεται σε μέσα ενημέρωσης γενικού ενδιαφέροντος (mass media journalism) (π.χ. η εφημερίδα *The Guardian*). Η δεύτερη αποτελεί την αποκαλούμενη «μεσαία κλίμακα» (middle range) που σχετίζεται με τις κριτικές που δημοσιεύονται σε έντυπα και μέσα κινηματογραφικού ενδιαφέροντος (π.χ. το βρετανικό περιοδικό *Sight and Sound*, το αμερικάνικο *Film Comment*) και περιλαμβάνουν συνήθως διανοητικού/στοχαστικού χαρακτήρα κείμενα που αποδίδονται όμως κατά τρόπο εύκολα κατανοητό. Η τρίτη αφορά στην «επιστημονική» γραφή («academic writing»), δηλαδή, τις επιστημονικές μελέτες ερευνητών και πανεπιστημιακών όπου, σύμφωνα με τον Martin, «η κινηματογραφική κριτική μετατρέπεται σε κινηματογραφική ιστορία και κινηματογραφική θεωρία». Τα κείμενα αυτού του είδους κριτικού λόγου δημοσιεύονται σε επιστημονικά περιοδικά, πρακτικά συνεδρίων κ.ο.κ. και απευθύνονται σε ένα σαφώς πιο περιορισμένο κοινό με ανάλογους προβληματισμούς και ενδιαφέροντα. Σύμφωνα με τον McWhirter (στο ίδιο, σελ. 179), η ενδιάμεση κατηγορία κριτικών αντλεί στοιχεία από τις άλλες δύο, ακροβατώντας ανάμεσα στην τροφοδότηση του κοινού με τη σύνοψη μιας ταινίας – που παραδοσιακά περιλαμβάνει η δημοσιογραφική κριτική – και την ερμηνεία, που αποτελεί την κατεξοχήν προσέγγιση των επιστημόνων. Η ιδιαιτερότητα αυτού του τύπου κριτικής είναι ότι προτάσσει την έννοια της «αξιολόγησης» (evaluation), που συνήθως είναι πιο περιορισμένη στα επιστημονικά κείμενα και στα αμιγώς δημοσιογραφικά.

#### *β. Η επιστημονική κινηματογραφική κριτική θεώρηση*

Η πανεπιστημιακή και ερευνητική κοινότητα αποτελεί έναν από τους κύριους συντελεστές ανάμεσα στους πολλούς φορείς και οργανισμούς (κινηματογραφιστές, επαγγελματίες του κινηματογράφου, κριτικούς κινηματογράφου, ΜΜΕ γενικού ή ειδικού ενδιαφέροντος, κινηματογραφόφιλο κοινό, αναλυτές κ.ά.) που προάγουν τη γνώση αναφορικά με την κινηματογραφική βιομηχανία (Tzioumakis, 2006, σελ. 11). Ερευνητές και πανεπιστημιακοί συνδιαλέγονται με τα καλλιτεχνικά έργα καθώς και με δημοσιεύματα, κείμενα, πρωτοβουλίες και πολιτικές διαφόρων φορέων του κινηματογράφου και αξιοποιώντας τις γνώσεις, τα στοιχεία, τις διατυπωμένες θέσεις, τις εμπειρίες και τις στάσεις τους καθώς και διεπιστημονικές προσεγγίσεις παρουσιάζουν διεξοδικές μελέτες για την ανάδυση και την πορεία διαφόρων κινηματογραφικών ειδών και δημιουργών.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ένα αυξημένο επιστημονικό ενδιαφέρον για τις κινηματογραφικές σπουδές. Συχνά οι κινηματογραφικές ταινίες αποτελούν χρήσιμο υλικό

για διαφορετικές ειδικότητες και πειθαρχίες για τη μελέτη ή την ευαισθητοποίηση γύρω από συγκεκριμένα κοινωνικά ή πολιτικά ζητήματα. Αναμφισβήτητα ο ευρωπαϊκός και παγκόσμιος κινηματογράφος αποτελεί μια πλούσια και σύνθετη πηγή πληροφόρησης για τις κοινωνίες και τους ανθρώπους τους. Η αναπαράσταση θεμάτων που απασχολούν την κοινωνία διαμορφώνονται και επηρεάζονται από τις κύριες πολιτικές, οικονομικές και ιδεολογικές δυνάμεις της εκάστοτε εποχής. Υπό αυτή την έννοια, ο κινηματογράφος από την μία εμφανίζεται να αναπαράγει και να αντικαθρεφτίζει ένα συγκεκριμένο όραμα για τον κόσμο, με πολλούς διαφορετικούς τύπους συμπεριφοράς, συνηθειών, ιεραρχιών και αξιών, οι οποίες χαρακτηρίζουν μια κοινωνία (Chansel, 2001, σελ. 12-13). Από την άλλη, με τον ιδιαίτερο τρόπο που παρουσιάζει τον κόσμο και μια συγκεκριμένη κοινωνία, κοινωνικές ομάδες και καταστάσεις, ο κινηματογράφος δημιουργεί ένα ζωντανό αφήγημα, το οποίο είναι ανοιχτό σε ερμηνείες προς πολλές κατευθύνσεις.

Ο Kleinhans (1998) υποστηρίζει ότι οι κινηματογραφικοί επιστήμονες-ερευνητές διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις και εμπειρία στις θεωρίες των ΜΜΕ, του πολιτισμού και του κινηματογράφου και έχουν διαχρονικά υποστηρίξει ανεξάρτητες ταινίες χαμηλού προϋπολογισμού, καθώς αυτού του είδους οι ταινίες τείνουν συχνά να αντιπροσωπεύουν κοινωνικές ομάδες που σπάνια παρουσιάζονται ή αγνοούνται από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης.

Η συστηματική μελέτη του Τζιουμάκη (Tzioumakis, 2011) σχετικά με τις επιστημονικές μελέτες που εξέτασαν το ζήτημα της ανεξάρτητης παραγωγής στις ΗΠΑ και δημοσιεύθηκαν από τη δεκαετία του 1940, αποτελεί ένα ενδιαφέρον παράδειγμα για τη μελέτη μας, καθώς αναδεικνύει τις διαφορές μεταξύ των ιδιαίτερων προσεγγίσεων σε αυτό που αποκαλείται «αμερικανικός ανεξάρτητος κινηματογράφος». Πιο συγκεκριμένα, ομαδοποιεί τις μελέτες που έχουν γίνει σε πέντε διαφορετικές κατηγορίες, οι οποίες καθοδηγούνται από διαφορετικές ατζέντες και στόχους που συχνά ήταν αντιθετικές. Αυτή την αντίφαση την εντοπίζει κυρίως κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 όταν μια συγκεκριμένη ομάδα μελετητών εξέτασε τον αμερικανικό ανεξάρτητο κινηματογράφο και τον βρήκε να συνδέεται στενά με την κινηματογραφική βιομηχανία του Χόλυγουντ, ενώ μια δεύτερη ομάδα επιστημόνων-ερευνητών εξέτασε τις ανεξάρτητες ταινίες εντελώς έξω από το σύστημα των mainstream (κυρίαρχων παραγωγών) και ως μέρος των εναλλακτικών μέσων μαζικής ενημέρωσης. Από την άποψη αυτή η ανεξάρτητη παραγωγή ταινιών στις ΗΠΑ έρχεται να αντιπροσωπεύσει διαφορετικά χαρακτηριστικά για διαφορετικές ομάδες μελετητών, γεγονός που εξηγεί, σύμφωνα πάντα με τον Τζιουμάκη (στο ίδιο), ως κάποιον βαθμό, γιατί ο συναινετικός ορισμός του όρου «ανεξάρτητο φιλμ» παρέμεινε ασαφής.

Αυτό που κανείς θα πρέπει να έχει κατά νου είναι ότι κατά τη στιγμή της μελέτης οι συγγραφείς καλούνται να αναμετρηθούν με ένα «ζωντανό» στοιχείο του πολιτιστικού χάρτη. Ουδείς είναι σε θέση να προβλέψει με ασφάλεια και ακρίβεια την εξέλιξή του, τις ανόδους και τις καθόδους (ή αλλιώς τα «σκαμπανεβάσματα») της πορείας του. Γι' αυτό

συχνότερα είναι προτιμότερη μια προσέγγιση ιστοριογραφικού χαρακτήρα όπου ο μελετητής, έχοντας λάβει απόσταση από το «πολιτιστικό γεγονός», αναδεικνύει ομοιότητες και διαφορές ανάμεσα σε αυτό και σε προηγούμενες ή παράλληλες τάσεις, ρεύματα και δρώμενα, ανιχνεύει δρώντες, παράγοντες και δίκτυα που επηρέασαν τη διαμόρφωση, την εξέλιξη και την κατάληξη του και αναπτύσσει λόγους και επιχειρήματα για τη θεμελίωση της τοποθέτησής του.

Ένα κείμενο ακαδημαϊκού χαρακτήρα συνήθως περιλαμβάνει την περίληψη ή την περιγραφή των κύριων στοιχείων μιας ταινίας ή μιας κατηγορίας ταινιών, την αξιολόγηση της/τους, την ανάλυση, τη σύνθεση προσεγγίσεων και τάσεων, την υιοθέτηση και τεκμηρίωση με επιχειρήματα της στάσης/τοποθέτησης του γράφοντα, λαμβανομένων υπόψη του επιστημονικού του υποβάθρου, του κοινού στο οποίο απευθύνεται, του μέσου διά του οποίου κοινοποιείται κ.ά. Αναμφισβήτητα τα κείμενα αυτού του είδους τείνουν να είναι εκτενέστερα των δημοσιογραφικών κριτικών, αναλυτικότερα, πιο εξειδικευμένα και συχνά εστιασμένα σε συγκεκριμένες πτυχές ενός κινηματογραφικού έργου, ακολουθώντας συγκεκριμένα πρότυπα ανάλυσης που σχετίζονται με τα ερευνητικά ερωτήματα και τη στόχευση κάθε μελέτης.

#### *γ. Η δημοσιογραφική κινηματογραφική κριτική*

Οι κριτικοί πολιτιστικών αγαθών (βιβλίων, θεατρικών παραστάσεων, μουσικής, ταινιών, εικαστικών έργων κ.λπ.) παρέχουν χρήσιμες πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά και το περιεχόμενο ενός έργου, παραθέτουν τυχόν άλλες σχετικές γνώμες επ' αυτών, συμβάλλουν στη δημιουργία φήμης (ειδικά για πρωτοεμφανιζόμενους καλλιτέχνες, τάσεις, δημιουργίες), διαμορφώνουν και παρέχουν μια εμπειρία κατανάλωσης, επηρεάζουν τις προτιμήσεις του κοινού και συμβάλλουν στη γενικότερη καλλιέργεια της αισθητικής και της κουλτούρας του (Cameron, 1995· Austin, 1983· Ravid, 1999· Hsu, 2006). Σύμφωνα με τον Cameron (1995, σελ. 323), χάρη στην κριτική των προϊόντων της πολιτιστικής βιομηχανίας ένα νέο αγαθό αναδεικνύεται σε σημαντική αυθεντική δημιουργία και παράλληλα ένα προγενέστερο καλλιτεχνικό προϊόν (επαν)ελέγχεται ως προς την ποιότητά του.

Ο κριτικός κινηματογράφου «συνομιλεί» με το φιλικό κείμενο, ανιχνεύει τους σύμπλοκους κώδικες με τους οποίους ο σκηνοθέτης οργάνωσε την ταινία του (Κολοβός, 2001) και μεταφέρει τελικά στον αναγνώστη την κριτική του, μια ερμηνεία, δηλαδή, των στοιχείων της αφήγησης, μια επεξήγηση της κινηματογραφικής γραφής, των σημασιών, του ύφους και των στιλιστικών επιλογών της ταινίας (Σούμας, 2001). Παραθέτει τελικά άμεσα ή έμμεσα, εφόσον το επιθυμεί, μια προτροπή παρακολούθησης του υπό ανάλυση κινηματογραφικού έργου. Τα κείμενα που δημοσιεύονται στα μέσα ενημέρωσης είτε ως ρεπορτάζ είτε ως άρθρα γνώμης παρέχουν μια επαν-ανάγνωση και κριτική των φιλικών «κειμένων» και, μέσω αυτού του είδους της ανάλυσης, δημιουργούν αυτόνομα κείμενα που «συνομιλούν» με τη συζητούμενη κάθε φορά ταινία. Υπό αυτό το



πρίσμα περιλαμβάνουν υποκειμενικά στοιχεία και αξιολογικές κρίσεις που είναι εγγε-νεείς αν και όχι πάντα ορατές και, τελικά, σπάνια ουδέτερες (Wyatt & Badger 1990, σελ. 363). Οι επιλογές και οι κρίσεις των κριτικών τέχνης επηρεάζονται από τις κατευθύνσεις των μέσων όπου εργάζονται, τους νόμους της αγοράς, τα προσωπικά τους αισθητικά/καλλιτεχνικά κριτήρια και τις (καταναλωτικές) τους προτιμήσεις, τις αξιολογήσεις/τοποθετήσεις συναδέλφων τους, τη συμμετοχή τους σε δίκτυα και ενώσεις, την επικοινωνία και συνεργασία τους με καλλιτέχνες και εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του πολιτισμού, τις σχέσεις τους με τα κέντρα εξουσίας και γενικότερα το εξωτερικό περιβάλλον (Cameron, 1995· Ansen et al, 2000, σελ. 31).

Έχουν διεξαχθεί πολλές έρευνες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίον οι κριτικοί κινηματογράφου επηρεάζουν την πορεία μιας ταινίας και προβλέπουν την επιτυχία της στο box office (Austin 1983, 1984· D'Astous & Colbert, 2002, όπως αναφέρεται στο Kerrigan & Yalkin, 2009· Basuroy et al, 2003). Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία απαντώνται τουλάχιστον δύο πιθανές εκδοχές σχετικά με τον ρόλο που διαδραματίζουν οι κριτικοί: ο κριτικός ως παράγοντας επιρροής (influencer) και ο κριτικός ως παράγοντας πρόβλεψης (predictor) (Eliashberg & Shugan 1997· Basuroy et al 2003· Reinstein & Snyder, 2005). Λόγω της καλλιτεχνικής τους γνώσης, της αισθητικής εμπειρίας και της αποκτηθείσας εμπειρογνομosύνης, ορισμένοι κριτικοί κινηματογράφου και πολιτιστικοί συντάκτες δύνανται να θεωρηθούν διαμορφωτές της κοινής γνώμης, καθώς διαθέτουν ένα υψηλό επίπεδο σχετικού πολιτιστικού κεφαλαίου που νομιμοποιεί την ικανότητά τους να «δίνουν αξία» σε ένα καλλιτεχνικό δημιούργημα (Bourdieu, 1986, σελ. 132· Holbrook 1999, σελ. 146· Wijnberg & Gemser, 2000).

Είναι χαρακτηριστικό ότι πρώτες οι εταιρείες παραγωγής και διανομής κινηματογραφικών ταινιών αναγνωρίζουν στο πρόσωπο των κριτικών την καίρια δυνατότητα άσκησης επιρροής στις προτιμήσεις του κοινού. Γι' αυτό άλλωστε και επιδιώκουν μια στενή σχέση μαζί τους: προγραμματίζουν πάντοτε εξαιρετικά προσεκτικά τις ημερομηνίες δημοσιογραφικών προβολών και επιδιώκουν να χρησιμοποιούν φράσεις από τα κείμενά τους στα μέσα που αξιοποιούν για την επικοινωνιακή καμπάνια των ταινιών (π.χ. αφίσες, οπισθόφυλλα dvd, τρέιλερ) (Eliashberg & Shugan, 1997, σελ. 71-77). Όπως διαπιστώνεται, εξίσου συχνά και οι ίδιοι οι κριτικοί διατηρούν για τον εαυτό τους την πεποίθηση ότι πράγματι λειτουργούν ως διαμορφωτές άποψης («influencers») υπό την έννοια ότι συνάδελφοί τους με μικρότερη εμπειρία, ανεπαρκή κατάρτιση και περιορισμένη φήμη αδυνατούν να προσφέρουν μια διορατική, περιεκτική κριτική (στο ίδιο, σελ. 71). Αναμφισβήτητα δε μια κολακευτική κριτική και συνάμα η αξιοποίησή της στο πλαίσιο της στρατηγικής επικοινωνίας για μια ταινία που γνώρισε μεγάλη δημοσιότητα και εισπρακτική επιτυχία ενισχύει περαιτέρω τη φήμη (υπό την έννοια της επωνυμίας/«brand name») και το κύρος και του ίδιου του κριτικού (στο ίδιο, σελ. 77). Μια άλλη διάσταση προσφέρει η μελέτη των Glynn & Lounsbury (2005), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι οι λογικές της πολιτιστικής βιομηχανίας διαμορφώνουν τις κριτικές καθοδηγώντας

τον τρόπο με τον οποίο οι κριτικοί εκτιμούν τη νομιμότητα των πολιτιστικών παραστάσεων ή αντικειμένων καθώς και τον τρόπο με τον οποίο κρίνεται η ποιότητα τέτοιων παραστάσεων και αντικειμένων. Ωστόσο, δεν θεωρούν τους κριτικούς ως πολιτιστικά υπνωτισμένους/ναρκωμένους (cultural dopes).<sup>20</sup> Η δυναμική των ευρύτερων λογικών παρέχει το πλαίσιο εντός του οποίου οι κριτικοί εκτιμούν και κρίνουν, ενώ οι δράσεις τους συμβάλλουν στη συνεχιζόμενη δυναμική της λογικής (στο ίδιο, σελ. 1033).

Στον αντίποδα, οι κριτικοί ως παράγοντες πρόβλεψης («predictors») είναι προσανατολισμένοι στον θεατή, λειτουργώντας σαν τους καλύτερους εκπροσώπους των προτιμήσεων του κοινού. Σε αυτό το πλαίσιο οι κριτικές ταινιών παρέχουν κατά κύριο λόγο πληροφορίες προγνωστικού χαρακτήρα, κυρίως σχετικά με τις δυνατότητες μιας ταινίας να κερδίσει το ενδιαφέρον του κοινού, τις εισπρακτικές επιτυχίες και τις διακρίσεις σε φεστιβάλ βασιζόμενες σε τεκμηριωμένα επιχειρήματα (π.χ. στατιστικές έρευνες, αισθητικά κριτήρια). Ωστόσο, αν και αυτού του είδους οι κριτικές ασκούν κάποια επιρροή, το κοινό διαμορφώνει άποψη και επιλέγει επηρεαζόμενο κατά κύριο λόγο από άλλους παράγοντες, όπως τα τρέιλερ (trailers), η διαφήμιση, η ενημέρωση από στόμα σε στόμα (μέσω οικείας ή αξιόπιστης πηγής) και η γενικότερη δημοσιότητα που έλαβε η ταινία και οι συντελεστές της. Υπό αυτήν την έννοια, οι διαμορφούμενες στρατηγικές επικοινωνίας (δημοσιότητας) και μάρκετινγκ μπορούν να επηρεάσουν κατά τρόπο πιο δραστικό την «επωνυμία» (brand name) και την προώθηση ενός κινηματογραφικού έργου. Αναμφισβήτητα ένας κριτικός/δημοσιογράφος μπορεί να κρατά ταυτόχρονα και τους δύο ρόλους.

Σύμφωνα με τους Schrader (2006) και Holbrook (1999), όσο περνούν τα χρόνια από τον 20ο έως τον 21ο αιώνα, ο μέσος όρος των κριτικών ταινιών καταλήγει να εμπίπτει τελικά σε δύο βασικές κατηγορίες: τις κριτικές λαϊκίστικου χαρακτήρα (populist film writing), που υποστηρίζουν μια θεατο-κεντρική προσέγγιση («people's choice» approach to film) και τα κείμενα που αξιοποιούν χαρακτηριστικά της επιστημονικής κριτικής (academic film writing), χρησιμοποιώντας ανάλογη ορολογία και εξω-φιλμικές θέσεις.

Σύμφωνα με τον Baumann (2001, 2007) η καθιέρωση και η νομιμοποίηση, κατά μίαν έννοια, της κινηματογραφικής τέχνης συνδέθηκε διαχρονικά με την ανάδειξη από τους κριτικούς ενός κινηματογραφικού λόγου, όπου αξιοποιούνται μέθοδοι και λεξιλόγιο που παραδοσιακά συνδέονται με την «υψηλή» τέχνη (highbrow art). Η χρήση τέτοιων πρακτικών θεωρείται ότι προσδίδει μίαν ανώτερη αξία στην κινηματογραφική τέχνη (Kersten & Bielby, 2012, σελ. 183-184). Παρατηρήθηκε, δηλαδή, μια τάση διανοητικοποίησης του κινηματογραφικού λόγου (intellectualizing discourse). Η τάση αυτή

20. Ο όρος «cultural dopes» εισήχθη από τον Harold Garfinkel το 1967 σε μια κριτική συζήτηση σχετικά με τον τρόπο που τα κοινωνικά και ψυχολογικά μοντέλα σχετικά με την ανθρώπινη δράση αντιλαμβάνονται τον ατομικό παράγοντα. Σύμφωνα με τον Lynch (2007, σελ. 1), ο Garfinkel υποστηρίζει ότι η επικρατούσα κοινωνιολογία τυπικά απεικόνιζε τον άνθρωπο ως «πολιτισμικά ναρκωμένο/υπνωτισμένο» που απλά εκτελεί τις τυποποιημένες οδηγίες που παρέχει η κουλτούρα της κοινωνίας του.

συνδέθηκε κυρίως με τα κείμενα των έντυπων μέσων ενημέρωσης, όπου οι επαγγελματίες, αναγνωρισμένοι κριτικοί δημοσιεύουν κατά κύριο λόγο τα κείμενά τους. Εξάλλου, οι ίδιοι οι κριτικοί προσπαθούν να «ισχυροποιήσουν» και, στη συνέχεια, να καθιερώσουν τον δικό τους τρόπο και σχήμα (κριτήρια) αξιολόγησης στη διάρκεια της επαγγελματικής τους ζωής, ώστε να τύχουν ευρύτερης αναγνώρισης και αποδοχής (Sifaki & Stamou 2020). Οι κριτικοί επιδιώκουν να πείσουν τους αναγνώστες τους για την εγκυρότητα και την αξιοπιστία τους και να καλλιεργήσουν τις προϋποθέσεις για τη σταθερή επικοινωνία με τους αποδέκτες των κριτικών τους. Κατά τη διάρκεια αυτής της προσπάθειας, οι συντάκτες επηρεάζουν παράλληλα ευρύτερες έννοιες της ιστοριογραφίας του κινηματογράφου, αναδεικνύοντας και καθιερώνοντας νέα είδη, βασιζόμενοι στον κυρίαρχο λόγο που οι ίδιοι έχουν θεμελιώσει (Hsu, 2006). Εξάλλου, οι κριτικοί τείνουν να καταπίνουν περισσότερο με είδη κινηματογραφικών ταινιών για τα οποία έχουν αναπτύξει συνεκτικά σχήματα αξιολόγησης (στο ίδιο, σελ. 474).

Αντίθετα, κατά τον Verboord (2011, σελ. 445), η ανάπτυξη της «οικονομίας της προσοχής» ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης του συμμετοχικού διαδικτύου και της ευρείας χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων, οδηγεί την κριτική των πολιτιστικών προϊόντων σε αλλαγές ως προς τον παραδοσιακό τρόπο αξιολόγησης. Η υιοθέτηση κριτηρίων που συνδέονται περισσότερο με το κοινό και την εμπειρία που θα αποκομίσει (audience-oriented reviews) παρακολουθώντας, για παράδειγμα, μια ταινία, ενδέχεται να αξιοποιούνται συχνότερα. Υπό αυτή την έννοια, ο επαγγελματίας κριτικός δρα ως θεατής-κριτικός (consumer reviewer) και ως εκ τούτου τείνει να υιοθετεί συγκεκριμένη στάση απέναντι σε μια ταινία (σε αντίθεση με την τήρηση της ουδετερότητας και του περιορισμού στην παροχή πληροφοριών για τα χαρακτηριστικά και τους συντελεστές της ταινίας), να τοποθετεί την αναλύμενη ταινία σε ένα στενό πλαίσιο που αφορά κυρίως τη σύγκριση με προηγούμενα έργα του ίδιου σκηνοθέτη (αντί ενός ευρύτερου πλαισίου που σχετίζεται με την ιστοριογραφία του κινηματογράφου, τις συνθήκες παραγωγής της ταινίας, άλλα κινηματογραφικά είδη, ταινίες που διαπραγματεύονται παρόμοια θέματα κ.λπ.) (Pona & Burgers, 2013). Πρόκειται, πάντως, για μια τάση που συσχετίζεται με μια διάθεση, από πλευράς κοινού, αμφισβήτησης του ρόλου των κριτικών ως ειδικών στο «κρίνειν» (αν και δεν υπάρχουν επαρκείς σχετικές έρευνες για να φανερώσουν τις διαστάσεις της). Η τάση αυτή συνδέεται και με την επιδίωξη των εκδοτών των έντυπων ΜΜΕ για τη δημοσίευση κειμένων σύντομων, ευχάριστα αναγνώσιμων, δίχως δύσκολους όρους και ερμηνείες (Campbell et al, 2008, σελ. 33).

Ανεξάρτητα από την κριτική προσέγγιση και τη χρησιμοποιούμενη ορολογία και στάση, η ταξινόμηση των ταινιών σε είδη αποδείχτηκε συχνά ένα πολύτιμο εργαλείο για τους δρώντες στην κινηματογραφική βιομηχανία και ιδιαιτέρως για τους κριτικούς κινηματογράφου και τις εταιρείες παραγωγής, διανομής και προώθησης (Abrams et al., 2001, σελ. 174). Η εκτεταμένη ανάγκη για την αξιοποίηση των ειδών σπάνια αμφισβητήθηκε. Η Hsu (2006), βασισμένη σε προηγούμενες έρευνες (Zuckerman 1999 στο Hsu,

2006), υποστηρίζει ότι οι κριτικοί κινηματογράφου «εγκαθιστούν» αξιόπιστα σχήματα αξιολόγησης και ταξινόμησης των ταινιών που στη συνέχεια επηρεάζουν τις εμπορικές κατηγορίες και την αναγνώριση της οποίας θα τύχουν.

Αν και διαχρονικά οι θεωρητικοί του κινηματογράφου και των ΜΜΕ, έχουν ασχοληθεί με την επίδραση των δημοσιοποιούμενων στα μέσα ενημέρωσης κριτικών στις επιδόσεις των ταινιών με όρους αγοράς (market performance), μέχρι σήμερα έχουν σημειωθεί ελάχιστες συστηματικές μελέτες αναφορικά με το αν και κατά πόσον οι παρατηρήσεις και οι σχολιασμοί των κριτικών κινηματογράφου δύνανται να συμβάλουν στην εμφάνιση ενός νέου καλλιτεχνικού κινήματος ή ρεύματος. Στην πραγματικότητα, συνηθέστερα τα δημοσιογραφικά κείμενα και ιδιαιτέρως οι κριτικές ταινιών ή/και τα αφιερώματα σε καλλιτεχνικά ρεύματα ή γενιές σκηνοθετών περιλαμβάνουν πληροφορίες για έναν (αριθμό) ταινιών χωρίς να εκφράζουν τη θετική ή αρνητική άποψη του συντάκτη τους σχετικά με αυτές. Εξάλλου, πρωταρχικός σκοπός των κριτικών άρθρων είναι καταρχάς η ενημέρωση του αναγνώστη και, εν συνεχεία, ενδεχομένως αποσκοπούν στο να τον πείσουν να υιοθετήσει μια συγκεκριμένη άποψη ή να ενεργήσει ανάλογα. Ωστόσο, υπάρχουν συντάκτες που επιλέγουν να συζητήσουν μια νέα ταινία, εκφράζοντας ευθέως τη γνώμη τους και στηριζόμενοι σε καλλιτεχνικά ή προσωπικά κριτήρια.

Σε αυτό το σημείο κρίνεται, τέλος, σκόπιμο να υπογραμμιστεί το γεγονός ότι οι κριτικοί τείνουν να διατηρούν ιδιαίτερη επιρροή ειδικά στις ταινίες του ανεξάρτητου κινηματογράφου, γεγονός που αναμφίβολα συνδέεται με τη φύση των τελευταίων. Για τις ταινίες αυτού του είδους διατίθεται συνηθέστερα περιορισμένος προϋπολογισμός για τη διαφήμιση και προώθησή τους, με αποτέλεσμα να στηρίζονται κατά κύριο λόγο στην κρίση των κινηματογραφικών συντακτών και τη δυναμική της διάδοσης «από στόμα σε στόμα» (word-of-mouth) προκειμένου να «αγγίξουν» το κοινό τους. Αναμφίβολα, ακόμα και μια περιορισμένης έκτασης αναφορά (και όχι απαραίτητα κριτική) σε μια ανεξάρτητη ταινία στα εγχώρια ή διεθνή ΜΜΕ μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην πορεία της «εντός κι εκτός των τειχών» (Ansen et al, 2000, σελ. 27). Παράλληλα, οι θεατές art-house ταινιών τείνουν περισσότερο (σε σχέση με τους θεατές του εμπορικού/mainstream κινηματογράφου) να αναζητούν, να διαβάζουν και να επηρεάζονται ως προς τις επιλογές και τις απόψεις τους από κριτικές καταρτισμένων επαγγελματιών του χώρου, που παρουσιάζουν κατά τρόπο ειλικρινή και αξιόπιστο τα νέα καλλιτεχνικά δημιουργήματα αυτού του είδους (στο ίδιο· Gemser & Van Oostrum, 2007· Chakravarty, Liu & Mazumdar, 2010· Desai & Basuroy, 2005).

#### *δ. Η μηνιακή κριτική στην εποχή του διαδικτύου*

Το διαδίκτυο έχει μειώσει δραστικά –αν όχι εξαλείψει– το κόστος απόκτησης πληροφοριών και, σε συνδυασμό με την ανάδυση και εκτεταμένη αξιοποίηση των κοινωνικών δικτύων, αποτελεί κύρια πηγή για την ανάγνωση κριτικών για πλήθος προϊόντων και υπηρεσιών πολιτιστικού και μη χαρακτήρα. Η σημερινή πραγματικότητα αναδεικνύει

ένα ακόμα παράδοξο χαρακτηριστικό, όπως επισημαίνει ο αμερικανός δημοσιογράφος και κριτικός κινηματογράφου Anthony Oliver Scott (στο Cierly, 2009): ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) αναζωογόνησε το ενδιαφέρον για την κριτική ως δραστηριότητα, υπονομεύοντας ταυτόχρονα την κριτική ως επάγγελμα. Η κριτική μιας ταινίας παύει να είναι μόνο στα χέρια ενός ή μιας ομάδας κριτικών. Πλέον ο/η χρήστης έχει την ευκαιρία να δει σε ιστοσελίδες ομαδοποιημένες κριτικές (συνηθέστερα από επαγγελματίες του είδους) ανά ταινία που τον/την ενδιαφέρει, δίχως να τις αναζητήσει ανά μέσο δημοσίευσης, να δει μια συνοπτική αποτύπωση αυτών με τη μορφή «αστεριών» και κυρίως έχει τη δυνατότητα να σχολιάσει ο ίδιος (π.χ. στα κοινωνικά δίκτυα) ή να δημιουργήσει «χώρους» συζητήσεων ή σχετικών αναρτήσεων (π.χ. forum, blog κ.λπ.). Αναμφίβολα, ο μη ερασιτέχνης κριτικός, ο σινεφίλ, ή ο μέσος χρήστης του διαδικτύου που απλώς καταθέτει σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον την άποψή του στηριζόμενος στα δικά του (όχι πάντοτε ευδιάκριτα) κριτήρια συμβάλλει στη δημιουργία του περιβόητου «βόμβου» (buzz) γύρω από μια ταινία.

Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την παγκοσμίως καταγεγραμμένη κρίση που πλήττει ειδικά τα έντυπα Μέσα Ενημέρωσης (περιορισμός πόρων, απολύσεις προσωπικού, αναστολές κυκλοφορίας κ.λπ.) ωθεί τους επαγγελματίες κριτικούς είτε να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν ανάλογα μέσα επικοινωνίας για την προώθηση και δημοσίευση των κριτικών τους, είτε να εμπλουτίσουν τα κείμενά τους με πιο θεατο-κεντρικές προσεγγίσεις, είτε να έρθουν σε στενότερη επαφή με εταιρείες παραγωγής και διανομής προκειμένου να διασφαλίσουν κανάλια επικοινωνίας για την αμεσότερη πρόσβαση στη ροή των πληροφοριών.

Ακόμα και υπό τις επικρατούσες συνθήκες όπου μοιάζει να κυριαρχεί η από στόμα σε στόμα επικοινωνία (word-of-mouth opinion), οι επαγγελματίες κριτικοί κινηματογράφου και οι δημοσιογράφοι παραμένουν μερικές από τις πιο αναγνώσιμες και εξαιρετικά αναγνωρισμένες φωνές στον Παγκόσμιο Ιστό (Chakravarty, Liu & Mazumdar, 2010). Εξάλλου, όπως σημειώνει ο Baumann (2001), οι επαγγελματίες διαδραματίζουν παραδοσιακά έναν κομβικό ρόλο στην αξιολόγηση και, συνακόλουθα, στην ανάδειξη και καθιέρωση των πολιτιστικών προϊόντων και των κινηματογραφικών ειδών. Αν και όπως σημειώνει εύστοχα ο Verboord (2014, σελ. 922), οι τεχνολογικές εξελίξεις στον τομέα των επικοινωνιών που επιτρέπουν στους χρήστες και τους καταναλωτές των πολιτιστικών προϊόντων να δημιουργήσουν και να διαμοιράσουν δικό τους περιεχόμενο στα ηλεκτρονικά μέσα, αναδεικνύουν τους χρήστες σε ρόλο ενεργών διαμορφωτών γνώμης και τάσεων και ταυτόχρονα προκαλούν και ωθούν σε μετασχηματισμούς τις παραδοσιακές νόρμες.

Η συνεχώς διευρυνόμενη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) και των εργαλείων του συμμετοχικού διαδικτύου (Web 2.0) ουσιαστικά επέτρεψε την ανάδυση μιας νέας γενιάς πολιτών και καταναλωτών και την ανάδυση ενός νέου είδους περιεχομένου. Πρόκειται για το «user-generated content», δηλαδή το περιεχόμενο που

παράγεται από τους χρήστες προσδίδοντας νέες διαστάσεις στην έννοια της πληροφορίας αλλά και την επεξεργασία αυτής. Πλάι σε αυτή την τάση – σχεδόν ασθμαίνοντας – η παραδοσιακή δημοσιογραφία εισέρχεται σε νέα μονοπάτια ψηφιακής αφήγησης (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Με βάση τα παραπάνω είναι συχνά δύσκολο να διακρίνει κανείς τα όρια του ειδικού από τον ερασιτέχνη, του έμπειρου από τον άπειρο στα κείμενα που εντοπίζει στο διαδίκτυο.

Χαρακτηριστική της αλλαγής των τάσεων στην «επικοινωνιακή βιομηχανία» είναι η ανάδειξη της «προσοχής» (και όχι της πληροφορίας όπως ίσχυε παλαιότερα) σε σπάνιο αγαθό και πολύτιμο πόρο (Verboord, 2014, σελ. 924 – 925). Σε μια περίοδο όπου τα άτομα δέχονται καταγιοσμό πληροφοριών και μηνυμάτων από πολλαπλές πηγές και μέσα, η εμφάνιση ενός είδους «οικονομίας της προσοχής» συνδέεται με την επιστράτευση σειράς τρόπων και τεχνικών, προκειμένου να κατακτηθεί η προσοχή και το ενδιαφέρον του κοινού. Η έμφαση σε πολλές περιπτώσεις μεταφέρεται, δηλαδή, από την πληροφορία και την ερμηνεία (με επιστημονικούς/θεωρητικούς όρους και κριτήρια) ενός πολιτιστικού αγαθού, στο πρόσωπο που την κομίζει, στην έκφραση της προσωπικής του εμπειρίας σε σχέση με το αγαθό, στην έκφραση συναισθημάτων, ή ακόμα και στη συμμετοχική αξιολόγηση αυτού του αγαθού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιου είδους αξιολόγησης είναι η βαθμολόγηση των ταινιών σε ιστοσελίδες του Παγκόσμιου Ιστού που πραγματοποιείται με την ψήφο των χρηστών επιγραμμικά.

Αξίζει να επισημανθεί, επίσης, το γεγονός ότι στην εποχή του διαδικτύου η κινηματογραφική κριτική έπαψε να περιορίζεται στα λόγια και στο γραπτό κείμενο. Το τελευταίο πλέον συνοδεύεται από μια σειρά συμπληρωματικών στοιχείων με τη μορφή εικόνας, βίντεο, μουσικής κ.λπ., τα οποία είτε αποτελούν αυτοτελή ή επεξεργασμένα στοιχεία των προωθητικών ενεργειών των εταιρειών παραγωγής/διανομής (π.χ. αφίσες, φωτογραφίες γυρισμάτων, film stills, τρέιλερ, αποσπάσματα ταινιών) είτε δημιουργημένα εκ του μηδενός στοιχεία (π.χ. κάρδο με φράσεις-κλειδιά της ταινίας, φωτογραφίες από την προσωπική ζωή σκηνοθετών, ηθοποιών ή/και συντελεστών, βίντεο με αποσπάσματα προηγούμενων έργων). Τέλος, και η ίδια η κριτική, αντί για το γραπτό κείμενο ενίοτε αποτυπώνεται σε μορφή βίντεο με τον κριτικό να την παρουσιάζει αυτοπροσώπως ή να τη συνδυάζει με συνεντεύξεις σκηνοθετών κ.λπ. (Lavik, 2012).

Αυτό που σε κάθε περίπτωση καθίσταται σαφές από τα παραπάνω είναι το γεγονός ότι η εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου και των νέων μέσων επικοινωνίας επιβάλλει ένα διαρκές πλαίσιο «ανατροφοδοτούμενου λόγου» (feedback discourse) όπου οι απόψεις εμπλουτίζονται, αναθεωρούνται, αξιολογούνται και σχολιάζονται διαρκώς.

#### *ε. Η δημοσιογραφική κινηματογραφική κριτική και τα φεστιβάλ*

Η σχέση μεταξύ κριτικών κινηματογράφου και φεστιβάλ υπήρξε ανέκαθεν μια σχέση στενή, μια σχέση αλληλοτροφοδότησης και αλληλεπίδρασης. Οι πρώτοι ενημερώνονται για το «εδώ και το τώρα» του εγχώριου, ευρωπαϊκού ή διεθνούς κινηματογράφου

και τα στελέχη των δεύτερων κερδίζουν αναγνωρισιμότητα, κύρος και διαρκή αναφορά στις επιλογές τους από τα ΜΜΕ χάρη στις κινηματογραφικές κριτικές και τα ρεπορτάζ που αναπαράγονται στα μέσα ενημέρωσης.

Στην περίοδο πριν την εκτεταμένη χρήση του Παγκόσμιου Ιστού, είναι αληθές το γεγονός ότι ακόμα κι αν μια ταινία προβαλλόταν στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ μήνες ή ακόμα και έναν ολόκληρο χρόνο πριν την κυκλοφορία της ήταν σχεδόν αδιάφορο, καθώς ελάχιστοι θα το γνώριζαν πλην των αναγνωστών των περιοδικών ειδικού ενδιαφέροντος (κινηματογραφικών εντύπων όπως το *Variety* ή το *The Hollywood Reporter*) (Brody, 2014). Στη σημερινή εποχή, η δημοσιογραφική κάλυψη από κοινού με τις προωθητικές/ διαφημιστικές ενέργειες των διοργανωτών των φεστιβάλ ανά τον κόσμο, σε συνδυασμό με το «βόμβο» (buzz) που δημιουργείται από τις εταιρείες παραγωγής και διανομής ήδη από τη συμμετοχή μιας ταινίας σε μια φεστιβαλική εκδήλωση, είναι αρκετές για να θεωρηθεί μια ταινία «είδηση». Με άλλα λόγια, οι ταινίες γύρω από τις οποίες αναπτύσσεται με τον έναν ή τον άλλο τρόπο ένας «βόμβος» είναι άξιες προσοχής. Υπό αυτό το πρίσμα, οι κριτικοί που καλύπτουν επικοινωνιακά ή δημοσιογραφικά τα φεστιβάλ συμβάλλουν στον καθορισμό της ατζέντας, ωθώντας επί της ουσίας και τους κριτικούς κινηματογράφου των εντύπων να την ακολουθήσουν (στο ίδιο).

Οι μετασχηματισμοί και οι αλλαγές που βίωσαν στη διάρκεια των χρόνων τα κινηματογραφικά φεστιβάλ καλλιέργησαν συχνά και ένα άλλο πλαίσιο διαμόρφωσης της σχέσης μεταξύ εκπροσώπων των ΜΜΕ και των φεστιβάλ. Η ανάδυση της επιχειρηματικής διάστασης στο περιθώριο των φεστιβάλ και η αξιοποίηση των τελευταίων ως τόπων υλοποίησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, διασφάλισης χορηγιών, αναζήτησης παραγωγών κ.ο.κ. οδήγησε και ορισμένους κριτικούς κινηματογράφου στην ανάδειξη και διασφάλιση της επαγγελματικής τους αξιοπιστίας και κύρους. Συχνά παρατηρείται μία εντεινόμενη τάση συμμετοχής των δημοσιογράφων-κριτικών κινηματογράφου ως υπεύθυνων προγράμματος σε τοπικά ή διεθνή φεστιβάλ κινηματογράφου ανά τον κόσμο. Το γεγονός αυτό ενδέχεται να αποτελεί μία ακόμα πράξη «σχεδόν αυτοάμυνας» εκ μέρους των κριτικών κινηματογράφου που «πλήττονται» από τις πολυάριθμες ερασιτεχνικές κριτικές του διαδικτύου (Valdez, 2016). Η παρουσία τους σε έναν κατ' εξοχήν χώρο νομιμοποίησης των πολιτιστικών προϊόντων ενισχύει το κύρος και τη θέση τους, καθώς ο προγραμματισμός και η διαμόρφωση μιας τέτοιας διοργάνωσης απαιτεί ειδικές γνώσεις που σπάνια απαντώνται σε κινηματογράφοφιλο κοινό. Τα δε φεστιβάλ επωφελούνται τέτοιων συνεργασιών καθώς επενδύουν σε πρόσωπα ικανά να ανακαλύψουν νέα ταλέντα σκηνοθετών, νέα καλλιτεχνικά ρεύματα κ.λπ., σε πρόσωπα καταρτισμένα και «νομιμοποιημένα» να προτείνουν στο κοινό και στους κινηματογραφικούς δρώντες ταινίες που «πρέπει να τις δει κανείς» (must see films). Συμπληρωματικά στα ανωτέρω, επισημαίνεται και ο ρόλος των κριτικών κινηματογράφου και δη όσων παραλλήλως εκτελούν και καθήκοντα υπεύθυνων προγραμμάτων φεστιβάλ στη διαμόρφωση ενός δικτύου/πλαισίου αναφοράς, του οποίου μπορούν να επωφεληθούν ειδικά οι νέοι σκηνοθέτες

που επιθυμούν να συμπεριληφθεί ένα έργο τους σε αντίστοιχη διοργάνωση. Σύμφωνα με τον Maza (2008), οι πιθανότητες προβολής μιας ταινίας ενός νέου δημιουργού σε φεστιβάλ πολλαπλασιάζονται μεταξύ άλλων εάν το έργο του εμπεριέχει αναφορές σε ήδη καταξιωμένους σκηνοθέτες ή προέρχεται από μια περιοχή στην οποία παρατηρούνται στοιχεία έντονης κινητικότητας ή ανάπτυξης μιας νέας τάσης με συνεκτικά χαρακτηριστικά στην εγχώρια κινηματογραφία. Αναμφισβήτητα, ο εντοπισμός στοιχείων που είτε εμμέσως ή αμέσως παραπέμπουν σε προγενέστερα καλλιτεχνικά δημιουργήματα και ρεύματα, είτε υποδηλώνουν τη δημιουργία ενός νέου κύματος σε εθνικούς κινηματογράφους και η συμβολή στην καλλιέργεια ενός τέτοιου πλαισίου αναφοράς συνδέεται στενά με τις ικανότητες, την εμπειρία, τις κριτικές και την εν γένει δράση των κριτικών κινηματογράφου.

Συμπερασματικά, ενώ οι ίδιοι οι καλλιτέχνες εργάζονται για να δημιουργήσουν τα έργα τους, υπάρχουν πολλοί παράγοντες μέσα στον πολιτιστικό τομέα που αποδίδουν αξία στις πολιτιστικές παραγωγές και εργάζονται επίσης για να διατηρηθεί η καθιέρωση των εν λόγω εργασιών (Baumann, 2007, σελ. 51). Ο πολιτιστικός τομέας συγκροτείται από παράγοντες (agents) που επιδεικνύουν εμπιστοσύνη στην αξία των εν λόγω προϊόντων (Van Rees & Dorleijn, 2001, σελ. 332). Οι θεσμικοί συντελεστές του κόσμου της τέχνης και του θεάματος στο πεδίο του κινηματογράφου αποτελούνται από ΜΜΕ, κριτικούς κινηματογράφου, κρατικούς και ιδιωτικούς θεσμούς απονομής βραβείων, κινηματογραφικά φεστιβάλ, διεθνή ευρωπαϊκά προγράμματα, χρηματοδοτικά funds, παραγωγούς, επιστήμονες, επιστημονικά περιοδικά, κοινωφελή ιδρύματα, πολιτιστικούς οργανισμούς, επαγγελματικές οργανώσεις και σωματεία, κ.λπ.

Ο ρόλος και η δράση όλων των παραπάνω είχε καθοριστική σημασία στην παραγωγή, τη διανομή και τον καθορισμό της συμβολικής και οικονομικής αξίας των ταινιών του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, καθώς και στις διαδικασίες καλλιτεχνικής καταξίωσης. Ας μην ξεχνάμε ότι η επιτυχία στον κινηματογραφικό χώρο και ιδιαίτερα στον ευρωπαϊκό art-house κινηματογράφο, μπορεί επίσης να εξομοιωθεί με την επίτευξη της καθιέρωσης των δημιουργών και των ειδών ή κινηματογραφικών σχολών.

Η έμφαση στην ανάλυση του κριτικού και επιστημονικού λόγου στη διαδικασία παραγωγής νοήματος σε συνθήκες θεσμικών αλλαγών αποτελεί τη βάση των σχηματισμένων απόψεων καθώς και των αλληλεπιδράσεων που αφορούν την ανάδυση ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Όπως προκύπτει από το παραπάνω θεωρητικό πλαίσιο σχετικά με τον ρόλο του κριτικού λόγου στη διαδικασία παραγωγής νοήματος, οι κριτικοί μπορούν να αντισταθούν σε αλλαγές στη λογική, να ενεργούν ως φορείς νέων λογικών ή να ενεργούν σύμφωνα με τις κυρίαρχες λογικές υπό συνθήκες σταθερότητας σε ένα πολιτιστικό πεδίο. Εναλλακτικά, αντί να τονίζουμε την αδράνεια (inertia) των κριτικών και των θεωρητικών, θα ήταν επίσης εύλογο να υποδείξουμε ότι είναι πιο ρεαλιστές όσον αφορά τις ευρύτερες θεσμικές μετατοπίσεις και



ενεργούν με πιο στρατηγικούς τρόπους για να δεχθούν κάποια στοιχεία αλλαγής, ενώ απορρίπτουν άλλα (DiMaggio, 1987). Αυτή η άποψη συλλαμβάνει τους κριτικούς και τους θεωρητικούς του κινηματογράφου ως οξυδερκείς παράγοντες που διαδραματίζουν ένα ουσιαστικό έργο στη αναδιαμόρφωση των ορίων των ειδών, επιτρέποντάς τους να παραμένουν στο προσκήνιο ως πολιτιστικές αυθεντίες για το ευρύτερο ή το πιο εξειδικευμένο κοινό αντίστοιχα. Επομένως, εξετάζοντας ρητά τη σχέση των λογικών που αναδύονται στον κριτικό και επιστημονικό λόγο, μπορούμε να αποκτήσουμε μια εικόνα για το πώς ο λόγος και η πλαισίωση σε συγκεκριμένα πολιτιστικά πεδία μπορούν να αποτελέσουν κινητήρια δύναμη για τη θεσμική δυναμική στο πλαίσιο του ελέγχου του ορισμού μιας νέας τάσης ή κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Ερευνητικός σχεδιασμός

Το 2011 κι ενώ οι βασικές ενδείξεις ανανέωσης του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου έχουν αρχίσει να γίνονται φανερές, κυρίως με τις ταινίες του Γιώργου Λάνθιμου και της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη, και να προκαλούν παγκόσμιο ενδιαφέρον, ο Steve Rose, κριτικός κινηματογράφου στη βρετανική εφημερίδα *The Guardian* επιχειρεί σε άρθρο του να προσδιορίσει τα δείγματα μιας νέας καλλιτεχνικής γραφής στη σύγχρονη εγχώρια κινηματογραφία. Οι «ανεξήγητα παράξενες» ταινίες της Ελλάδας, η εικόνα της οποίας – σύμφωνα με τον Rose – έχει παγκοσμίως αλλάξει, «από ένα μεσογειακό, ειδυλλιακό μέρος για διακοπές σε ένα ανυπότακτο μέρος με πολλά προβλήματα», κεντρίζουν το ενδιαφέρον με την «ασυνήθιστη» ματιά τους (Rose, 2011).

Η απόπειρα «ονοματοδοσίας» του Rose δεν αργεί να υιοθετηθεί ή έστω να γίνει αξία ευρείας αναφοράς στον κριτικό/ δημοσιογραφικό και εν γένει μηντιακό, σύντομα δε και στον επιστημονικό λόγο. Την ίδια περίοδο, άλλωστε, δημοσιογράφοι, κριτικοί κινηματογράφου, bloggers, vloggers, συντάκτες-μέλη σε διαδικτυακές πύλες, μέλη της επιστημονικής κοινότητας και ερευνητές επιδιώκουν να καταγράψουν, περιγράψουν, αποκωδικοποιήσουν και τελικά συστήσουν στο (ευρύ) κοινό τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ενός νέου κύματος που εντοπίζεται στην ελληνική κινηματογραφική παραγωγή. Αφορμή, ειδικότερα, για την προσέγκυση του ενδιαφέροντος της παγκόσμιας κινηματογραφικής κοινότητας αποτελεί μεταξύ άλλων η αυξανόμενη παρουσία του ελληνικού κινηματογράφου στα μεγάλα διεθνή κινηματογραφικά φεστιβάλ. Η δημιουργία ενός νέου «αναγνωρίσιμου κι αισθητικά πρωτοπόρου», δυναμικού ρεύματος, υπό τον τίτλο «weird wave of greek cinema», ενός όρου αμφιλεγόμενου και γενικευτικού, που εν πολλοίς δε θα γίνει αποδεκτός από τους έλληνες δημιουργούς, τροφοδοτεί τη συζήτηση περί ελληνικής δημιουργίας στον κινηματογράφο, στα μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο.

Στόχος της παρούσας μελέτης και ειδικότερα των κεφαλαίων 2, 3 και 4 είναι να «εντοπιστεί» η τυχόν «παρουσία» του νέου κινηματογραφικού φαινομένου στα κείμενα του δημοσιογραφικού λόγου, κυρίως ηλεκτρονικού αλλά και έντυπου τύπου, καθώς και στα δημοσιευμένα συγγραφικά πονήματα πανεπιστημιακών και ερευνητών και να «φωτιστούν» οι επιμέρους πτυχές του φαινομένου όπως τις αναδεικνύουν οι ίδιοι οι συγγραφείς των κειμένων. Πιο συγκεκριμένα, τα βασικά ερωτήματα της έρευνας είναι τα εξής:

- Πώς παρουσιάζεται/περιγράφεται και ερμηνεύεται σε επιστημονικά κείμενα, αλλά και στον έντυπο/ηλεκτρονικό τύπο το φαινόμενο του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο; Πώς προσεγγίζεται και πώς προσδιορίζεται;

- Τί είναι το «παράξενο» που χαρακτηρίζει το Νέο Κύμα; Πώς το συζητούν, προσεγγίζουν και εξηγούν οι δημοσιογράφοι και κριτικοί κινηματογράφου και πώς οι επιστήμονες και οι ερευνητές;

Για τη διερεύνηση των παραπάνω ερωτημάτων και τη μελέτη του φαινομένου συγκροτήθηκε ένα corpus από μια πλειάδα κειμενικών ειδών του δημοσιογραφικού και του επιστημονικού λόγου. Υπενθυμίζεται ότι το άρθρο μιας εφημερίδας, μια συνέντευξη, ένα κείμενο γνώμης, μια κινηματογραφική κριτική αποτελούν διαφορετικά κειμενικά είδη του δημοσιογραφικού λόγου, ενώ η διάλεξη/εισήγηση στο πλαίσιο ενός συνεδρίου, το επιστημονικό άρθρο, η διατριβή/μελέτη εμπίπτουν στα είδη του επιστημονικού λόγου.

Επιδιώκοντας μια ευρεία αλλά και πλήρη θεώρηση αναφορικά με το πως συγκροτείται, πως «κατασκευάζεται», και πως προωθείται στο κοινό το νέο αυτό κύμα, κρίθηκε σκόπιμο να αντληθεί υλικό από ένα διευρυμένο σύνολο πηγών. Για την αναζήτηση του υλικού που επρόκειτο να αξιοποιηθεί ως υλικό βάσης για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το Νέο Κύμα αξιοποιήθηκε αποκλειστικά ο Παγκόσμιος Ιστός (διαδίκτυο), καθώς προσφέρει πληθώρα πληροφοριών που περιλαμβάνουν μεγάλο φάσμα πηγών και εύκολη πρόσβαση σε δεδομένα. Επιπλέον, οι μηχανές αναζήτησης είναι γρήγορες και αποτελεσματικές στη χρήση τους. Υπό αυτό το πρίσμα πραγματοποιήθηκαν αναζητήσεις κειμένων από απόσταση κάνοντας χρήση αποκλειστικά διαδικτυακών πηγών και κατά βάση της συνηθέστερα χρησιμοποιούμενης μηχανής Google ([www.google.com](http://www.google.com)). Παράλληλα όμως αξιοποιήθηκαν επιμέρους εργαλεία και μέθοδοι για επιτυχήστερη και διεξοδικότερη αναζήτηση κειμένων και πληροφοριών στο διαδίκτυο. Αφού προσδιορίστηκαν οι λέξεις-κλειδιά που εκτιμήθηκε ότι θα αποδώσουν το μεγαλύτερο δυνατό εύρος αποτελεσμάτων, πραγματοποιήθηκε αναζήτηση στον Παγκόσμιο Ιστό με στόχο να εντοπιστούν και να συλλεχθούν κείμενα που είτε είχαν ως κύριο θέμα είτε εμπεριείχαν εκτενείς αναφορές στο «Νέο Κύμα», και ενέπιπταν στις προαναφερθείσες ομάδες κειμενικών ειδών.

Στις επόμενες παραγράφους αναλύονται τα βήματα που ακολουθήθηκαν προκειμένου να συλλεχθεί το υλικό που σχετίζεται με τον μηντιακό και τον επιστημονικό λόγο και καταγράφονται αναλυτικά οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν. Παράλληλα σημειώνονται οι προβληματισμοί που ανέκυψαν κατά τη διαδικασία αυτή, αλλά και οι ελιγμοί προκειμένου να περιοριστούν τα σφάλματα και οι πλάνες που μοιραία συνοδεύουν μια εκτεταμένη αναλόγου φύσεως αναζήτηση.

Υπογραμμίζεται στο σημείο αυτό ότι τόσο η συλλογή όσο και η καταγραφή και επεξεργασία του δείγματος και η εξαγωγή σχετικών συμπερασμάτων πραγματοποιήθηκαν αποκλειστικά χειροκίνητα (manually), δίχως να αξιοποιηθούν τεχνολογικά εργαλεία και εφαρμογές στατιστικής ανάλυσης ή λεξικομετρικές προσεγγίσεις ανάλυσης περιεχομένου.

## 2.1 Τεχνικές αναζήτησης υλικού στο διαδίκτυο

Για τον εντοπισμό των κειμένων που επρόκειτο να λειτουργήσουν ως βάση της ανάλυσης ακολουθήθηκαν οι κύριες τεχνικές αναζήτησης δεδομένων και πληροφοριών στο διαδίκτυο. Ειδικότερα, αφού ερευνήθηκαν (μέσω της χρήσης αρχειοκαταλόγων) κατά πρώτον οι πηγές από τις οποίες θα μπορούσε να αντληθεί υλικό *in situ* (π.χ. ιστοσελίδες εφημερίδων, περιοδικών κ.λπ.), στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε γενική έρευνα στον Παγκόσμιο Ιστό μέσω της μηχανής αναζήτησης *Google*.

Αναφορικά με την επιλογή συγκεκριμένων μέσων ενημέρωσης σχετικά με την αναζήτηση κειμένων του μηντιακού λόγου πραγματοποιήθηκε αρχικά έρευνα σε καταχωρημένες ιστοσελίδες σε αρχειοκαταλόγους του διαδικτύου (*directories*).<sup>21</sup> Για την παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε μια έρευνα στον «κατάλογο internet» που τηρεί το διαδικτυακό Portal *IN.gr* ([www.in.gr](http://www.in.gr)) καθώς και στον δικτυακό τόπο *Robby.gr* ([www.robbly.gr](http://www.robbly.gr)), ο οποίος προσφέρει έναν ευρύ κατάλογο ηλεκτρονικών ιστοσελίδων.

Ειδικότερα, στο *IN.gr* ερευνήθηκαν τα καταχωρημένα portal και οι ιστοσελίδες στις γενικές κατηγορίες: «Τέχνες, Πολιτισμός» και «Εφημερίδες, ΜΜΕ» του καταλόγου. Αναλυτικότερα, προκειμένου να διαμορφωθεί μια πρώτη εικόνα για τις πηγές από όπου θα μπορούσε να αντληθεί το υλικό για την παρούσα έρευνα, έγινε μια αρχική έρευνα στις κατηγορίες «Κινηματογράφος» (της γενικής κατηγορίας «Τέχνες, Πολιτισμός») και «Εφημερίδες» και «Περιοδικά» (της γενικής κατηγορίας «Εφημερίδες, ΜΜΕ»). Στο *Robby.gr* ερευνήθηκαν οι καταχωρημένες ιστοσελίδες στην κατηγορία «Ειδήσεις & ΜΜΕ» (και πιο συγκεκριμένα στις υποκατηγορίες «Εφημερίδες», «Περιοδικά», «Πύλες Ειδήσεων») καθώς και στην κατηγορία «Διασκέδαση» (και πιο συγκεκριμένα στην υποκατηγορία «Κινηματογράφος»).

Σκοπός της έρευνας στους αρχειοκαταλόγους είναι να επιχειρηθεί μια πρώτη διερεύνηση και καταγραφή των κυριότερων ιστοχώρων αναφοράς, των βασικών, δηλαδή, ιστοσελίδων του διαδικτύου, στις οποίες ενδέχεται να δημοσιεύονται κείμενα και πληροφορίες σχετικά με το υπό εξέταση ζήτημα (καθώς σε αυτούς τους καταλόγους ο τίτλος κάθε ιστοσελίδας συνοδεύεται από μια σύντομη περιγραφή της θεματολογίας και των στόχων της). Από την έρευνα προέκυψε ότι ορισμένες ιστοσελίδες (ή μέσα ενημέρωσης) έχουν πάψει πλέον να λειτουργούν, ενώ πολλές εξ αυτών δε σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον κινηματογράφο, πολύ δε περισσότερο με τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα.

21. Οι αρχειοκατάλογοι αποτελούν χρήσιμες σελίδες ταξινομημένες σε μια ιεραρχική δομή βασισμένη σε συγκεκριμένα θέματα, που παρέχουν στο χρήστη τη δυνατότητα μιας γρήγορης θέασης τίτλων ιστοσελίδων ανά ευρεία κατηγορία πριν προχωρήσει σε μια πιο λεπτομερή και εμπειριστατωμένη αναζήτηση. Οι αρχειοκατάλογοι παραθέτουν ένα περιορισμένο και κατηγοριοποιούμενο σύνολο θεμάτων, συνήθως με αλφαβητική κατάταξη για εύκολη και γρήγορη πρόσβαση, σε αντίθεση με τις μηχανές αναζήτησης που παραπέμπουν σε εκατομμύρια ιστοσελίδες και έναν συχνά μη διαχειρίσιμο αριθμό αποτελεσμάτων.

Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης αξιοποιήθηκε κατά βάση η δημοφιλέστερη μηχανή αναζήτησης κειμένων και πληροφοριών στον Παγκόσμιο Ιστό, η *Google*, η οποία αποπειράται επί της ουσίας να «οργανώσει» τη φαινομενικά «άπειρη» πληροφορία που υπάρχει διαθέσιμη στο διαδίκτυο. Για τη διασφάλιση μεγαλύτερου εύρους αποτελεσμάτων, αξιοποιήθηκαν επικουρικά η παγκοσμίως δεύτερη σε χρήση μηχανή αναζήτησης *Bing* ([www.bing.com](http://www.bing.com)), καθώς και εργαλεία μετααναζήτησης.

Οι δυνατότητες αναζήτησης που προσφέρει η *Google* είναι οι πλέον διαδεδομένες και εύχρηστες. Για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε ευρεία χρήση της επιλογής *Σύνθετη Αναζήτηση* (advanced search) και των επιλογών παραμετροποίησης αναζήτησης που αυτή προσφέρει (χρονικός προσδιορισμός εύρους αποτελεσμάτων, χρήση λογικών (Boolean) τελεστών, αποκλεισμός όρων κ.λπ.). Επιπλέον, αξιοποιήθηκαν οι έτοιμες επιλογές (tags) οποτεδήποτε εμφανίζονταν στο κάτω μέρος της οθόνης των αποτελεσμάτων. Πρόκειται, δηλαδή, για τους όρους που έχουν εισάγει προς αναζήτηση αποτελεσμάτων άλλοι χρήστες του διαδικτύου στην προσπάθειά τους να «αλιεύσουν» ανάλογες πληροφορίες και, εφόσον έχουν χρησιμοποιηθεί ευρέως και ταιριάζουν στα συγκεκριμένα κριτήρια αναζήτησης που θέτει κάθε φορά ένας δεδομένος χρήστης (π.χ. για την παρούσα έρευνα), η *Google* τους εμφανίζει προκειμένου να διευκολύνει την αναζήτησή του. Χαρακτηριστικό του ενδιαφέροντος, μάλιστα, για το «παράξενο», κατά τον Steve Rose και ορισμένους κριτικούς κινηματογράφου, «κύμα» του ελληνικού κινηματογράφου, είναι το γεγονός ότι με βάση τις αναζητήσεις των χρηστών του διαδικτύου έχουν δημιουργηθεί από την *Google* έτοιμα tags/ετικέτες για αναζητήσεις σχετικά με το «weird wave»/«new wave». Ενδεικτικά παρατίθενται οι εξής:

- Weird wave of greek cinema
- Weird wave films
- Weird wave cinema
- Weird wave τι σημαίνει
- weird wave ταινία

Είναι δε χαρακτηριστικό ότι όταν κάποιος αναζητά, για παράδειγμα, αποτελέσματα με τη φράση «weird wave of greek cinema», στο κάτω μέρος των αποτελεσμάτων της *Google* όπου εμφανίζονται οι συναφείς αναζητήσεις, προτείνονται ήδη στον χρήστη ταινίες και πρόσωπα που σχετίζονται άμεσα με το θέμα. Ως ενδεικτικά παρατίθενται τα παρακάτω αποτελέσματα:

- a) η αναζήτηση με την προαναφερθείσα φράση που συνδέεται με αναζητήσεις για τον σκηνοθέτη «Γιώργο Λάνθιμο» και τις ταινίες «Attenberg» και «Miss Violence» (Εικόνα 1).

**Εικόνα 1: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «Weird wave of greek cinema»**

Αναζητήσεις σχετικές με weird wave of greek cinema	
weird wave τι σημαίνει	miss violence
weird wave films	γιώργος λάνθιμος
attenberg	

Πηγή: Στιγμιότυπο οθόνης (screenshot) των συγγραφέων από μηχανή αναζήτησης Google (Οκτώβριος 2016)

β) η αναζήτηση με τη συνδυασμένη επιλογή ελληνικών λέξεων «αλλόκοτο & ελληνικό & σινεμά & guardian», όπου προτείνονται από την Google οι τίτλοι των ταινιών *Αστακός (The Lobster)* και *Miss Violence*, καθώς και φράσεις που συνδέονται με το Νέο Κύμα και με το άρθρο του Steve Rose (π.χ. «greek weird wave cinema» και «weird wave τι σημαίνει») (Εικόνα 2).

**Εικόνα 2: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «αλλόκοτο ελληνικό σινεμά»**

Αναζητήσεις σχετικές με αλλοκοτο & ελληνικό & cinema & guardian	
greek weird wave cinema	the lobster
weird wave τι σημαίνει	athinorama
miss violence	

Πηγή: Στιγμιότυπο οθόνης (screenshot) των συγγραφέων από μηχανή αναζήτησης Google (Οκτώβριος 2016)

γ) η αναζήτηση με τη φράση «σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος» στην αγγλική γλώσσα «greek contemporary cinema» όπου προτείνεται, μεταξύ άλλων, από τη Google η φράση «greek weird wave» (Εικόνα 3).

**Εικόνα 3: Διαδικτυακές αναζητήσεις για το «Greek Contemporary Cinema»**

Searches related to greek contemporary cinema	
contemporary cinema is highly educative	best ancient greek movies
how does contemporary cinema	greek weird wave
greek cinema channel	list of 2016 greek films
greek cinema movies	o drakos

Πηγή: Στιγμιότυπο οθόνης (screenshot) των συγγραφέων από μηχανή αναζήτησης Google (Οκτώβριος 2016)

Τα προαναφερθέντα παραδείγματα παρατίθενται ως ενδεικτικά μιας τάσης που παρατηρείται αναφορικά με τις αναζητήσεις των χρηστών του διαδικτύου και τη δυναμική του υπό συζήτηση Κύματος. Εξάλλου, οι προτάσεις της συγκεκριμένης μηχανής αναζήτησης αντλούν υλικό από τις επιλογές αναζήτησης των χρηστών, είναι αποτέλεσμα

πολύπλοκων αλγόριθμων, δεν έχουν μόνιμο χαρακτήρα και, ασφαλώς, σχετίζονται ευθέως με τις εισαγόμενες κάθε φορά στο πεδίο αναζήτησης λέξεις ή φράσεις. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στην εισαγωγή των φράσεων «παράξενο ελληνικό κύμα» και «παράξενο & ελληνικό & κύμα» προς αναζήτηση, δεν παρατίθενται από την μηχανή συγκεκριμένες προτάσεις για παρεμφερείς αναζητήσεις. Τα αποτελέσματα δε στις συγκεκριμένες δύο φράσεις είναι χιλιάδες (περισσότερα από 153.000),<sup>22</sup> τα περισσότερα εκ των οποίων δε σχετίζονται με το υπό εξέταση φαινόμενο.

Ειδικά για τον επιστημονικό λόγο πραγματοποιήθηκε έρευνα μέσω του «Μελετητή Google» (*Google Scholar*) (<https://scholar.google.gr/>), της υπηρεσίας της *Google* που προσφέρει τη δυνατότητα αναζήτησης και πλήρους πρόσβασης σε επιστημονική βιβλιογραφία. Για την αναζήτηση επιστημονικών δημοσιεύσεων χρησιμοποιήθηκαν τα φίλτρα αναζήτησης («Σύνθετη Αναζήτηση») για τον χρονικό προσδιορισμό, τη συνδυαστική χρήση λέξεων και φράσεων στον τίτλο ή σε όλο το κείμενο, τον αποκλεισμό όρων κ.λπ. Ιδιαίτερα βοηθητική αποδείχθηκε η αναζήτηση με βάση τον συγγραφέα για τις περιπτώσεις πανεπιστημιακών και ερευνητών όπου, ελέγχοντας τα πρώτα αποτελέσματα, προέκυψε ότι ασχολούνται συστηματικά με τον ελληνικό κινηματογράφο παρακολουθώντας τις τάσεις και την πορεία του.

Η μηχανή αναζήτησης *Bing* αξιοποιήθηκε κατά ανάλογο τρόπο με την *Google*, έχοντας όμως επικουρικό και υποστηρικτικό ρόλο. Η αναζήτηση σε αυτήν πραγματοποιήθηκε με τις ίδιες λέξεις-κλειδιά και απέδωσε περιορισμένο αριθμό κειμένων, καθώς ο κύριος όγκος του corpus που συγκροτήθηκε προήλθε από την *Google*.

Η δε χρήση εργαλείων μετααναζήτησης προσφέρει τη δυνατότητα ταυτόχρονης αναζήτησης σε περισσότερες της μιας μηχανές αναζήτησης. Για τη συγκεκριμένη μελέτη αξιοποιήθηκε η (μετα)μηχανή αναζήτησης *Dogpile* ([www.dogpile.com](http://www.dogpile.com)), η οποία παρέχει ταυτόχρονη πρόσβαση σε πολλαπλές μηχανές αναζήτησης καθώς και πολλούς τρόπους αναζήτησης μεταξύ των οποίων με λογικούς (Boolean) τελεστές. Η χρήση της αξιοποιήθηκε στο τελευταίο στάδιο συλλογής του υλικού ως επικουρικός και ταυτόχρονα επιβεβαιωτικός μηχανισμός στα ευρήματα που ήδη είχαν καταγραφεί. Σημειώνεται ότι τα αποτελέσματα που παρήχθησαν από αυτή την έρευνα αφορούσαν κατά κύριο λόγο τον μηνιακό λόγο και σε ένα μικρότερο ποσοστό τα κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα. Συνολικά, μέσω της *Dogpile* επιβεβαιώθηκαν τα πρώτα ευρήματα και πραγματοποιήθηκαν ελάχιστες εξαιρέσεις-προσθήκες στο αρχικό corpus.

#### *Αναζήτηση σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες*

Μόλις ολοκληρώθηκε η πρώτη έρευνα μέσω των βασικών μηχανών αναζήτησης καταγράφηκαν τα πρώτα αποτελέσματα αναφορικά με τα μέσα που δημοσιεύουν κείμενα σχετικά με το θέμα της παρούσας έρευνας. Στη συνέχεια, αξιοποιώντας τα στοιχεία που

22. Βλ. σχετικούς υπερσυνδέσμους (links) με τους όρους [Παράξενο ελληνικό κύμα](#) και [παράξενο & ελληνικό & κύμα](#) (τελευταία ενημέρωση: 1/10/2016)



προέκυψαν από την αναζήτηση στους αρχειοκαταλόγους, πραγματοποιήθηκε *in situ* αναζήτηση με βάση τις σχετικές λέξεις-κλειδιά σε συγκεκριμένους ιστοχώρους, κάνοντας χρήση των μηχανών αναζήτησης που οι ίδιοι παρέχουν.

Συχνά οι μηχανές αναζήτησης που ενσωματώνουν οι ιστοσελίδες λειτουργούν στην απλούστερη μορφή τους δίχως να παρέχουν δυνατότητες φίλτρων και παραμετροποίησης. Είναι χαρακτηριστικό ότι ορισμένες εξ αυτών δεν υποστηρίζουν καν τη δυνατότητα αναζήτησης συγκεκριμένων φράσεων, με συνέπεια τα αποτελέσματα, για παράδειγμα σε μια αναζήτηση της φράσης «weird wave», να αποδίδουν τα κείμενα που περιλαμβάνουν είτε μόνο τη λέξη «weird», είτε μόνο τη λέξη «wave», είτε τις λέξεις «weird» και «wave» (χωρίς να διασυνδέονται μεταξύ τους) είτε, τελικά, την αναζητούμενη φράση «weird wave». Στις περιπτώσεις αυτές επελέγη η αναζήτηση με βάση την πιο χαρακτηριστική/εμβληματική/ενδεικτική λέξη. Στο συγκεκριμένο παράδειγμα, η έρευνα επικεντρώθηκε στη λέξη «weird» για τις ελληνικές ιστοσελίδες και στην λέξη «greek» για τις ξενόγλωσσες (οι οποίες δεν μπορούσαν καν να υποστηρίξουν τη φράση «greek cinema») με το εύρος των αποτελεσμάτων – όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό – να είναι εξαιρετικά μεγάλο και να απαιτείται μια χρονοβόρα διαδικασία ανθρώπινου (χειροκίνητου) κριτικού αποκλεισμού.

Ειδικότερα για την αναζήτηση κειμένων ακαδημαϊκού χαρακτήρα σημειώνεται ότι, προκειμένου να συλλεχθεί το σύνολο των καταγραφών σχετικά με τις αναφορές στο υπό ανάλυση φαινόμενο, επιλέχθηκε μια συνδυαστική μέθοδος αναζήτησης κειμένων. Διερευνήθηκαν με άξονα τις κύριες λέξεις-κλειδιά αφενός οι βάσεις αναζήτησης συγκεκριμένων επιστημονικών περιοδικών, τα οποία συστηματικά ασχολούνται με τις κινηματογραφικές και πολιτισμικές σπουδές ή/και τα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας και τις κοινωνικές επιστήμες, αφετέρου αναζητήθηκαν σχετικές επιστημονικές δημοσιεύσεις, κεφάλαια σε βιβλία, επιστημονικές ανακοινώσεις σε συνέδρια κ.λπ. στα αποτελέσματα βασικών πηγών όπως ο *Μελετητής Google* που προαναφέρθηκε.

Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιήθηκε εκτεταμένη έρευνα στη βάση δεδομένων *Academia.edu-Share Research* (<https://www.academia.edu>), η οποία αποτελεί μια πλατφόρμα που έχει στόχο τον διαμοιρασμό ερευνητικών εργασιών ανάμεσα σε πανεπιστημιακούς και ερευνητές, με εκατομμύρια χρήστες ανά τον κόσμο. Όπως και στην περίπτωση του *Μελετητή Google*, ιδιαίτερα βοηθητική αποδείχθηκε η αναζήτηση με βάση το όνομα του συγγραφέα για τις περιπτώσεις επιστημόνων που με βάση τα πρώτα αποτελέσματα είδαν να προκύπτει ότι ο ελληνικός κινηματογράφος εμπίπτει στα ερευνητικά τους ενδιαφέροντα. Παράλληλα, επικουρικά πραγματοποιήθηκε έρευνα στο *Web of science* (<https://webofknowledge.com>), ένα ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα με πρόσβαση στα βιβλιογραφικά στοιχεία άρθρων από δεκάδες επιστημονικά περιοδικά, καθώς και στην πύλη έρευνας *Research Gate* (<https://www.researchgate.net>).

Ειδικά για την αναζήτηση κειμένων ακαδημαϊκού χαρακτήρα στην ελληνική γλώσσα πραγματοποιήθηκε έρευνα με βάση τις κύριες λέξεις-κλειδιά (ή ακόμα και με πιο γενικές

όπως π.χ. «κινηματογράφος»), συνδυαστικά πάντοτε με τον χρονικό προσδιορισμό της έρευνας, με μηδαμινά, ωστόσο, αποτελέσματα, στις εξής ελληνικές βάσεις δεδομένων:

- στο *Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών* (<http://www.didaktorika.gr>),
- στη μεγαλύτερη διαδικτυακή πύλη αναζήτησης και πλοήγησης σε έγκριτο ελληνικό ψηφιακό περιεχόμενο επιστήμης και πολιτισμού που αναπτύσσει το Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης *Openarchives.gr* (<http://www.openarchives.gr>), καθώς και
- στις βάσεις δεδομένων ελληνικών πανεπιστημίων που επικεντρώνονται στις πολιτισμικές σπουδές (π.χ. «Πάνδημος-Ψηφιακή Βιβλιοθήκη Παντείου Πανεπιστημίου» (<http://pandemos.panteion.gr>)).

Υπογραμμίζεται στο σημείο αυτό ότι σε αρκετές περιπτώσεις πανεπιστημιακών και ερευνητών επιχειρήθηκε η απευθείας επικοινωνία μαζί τους για την παραχώρηση κειμένων τους. Οποσδήποτε κείμενα (ιδίως δημοσιεύσεις σε συνέδρια) που χαρακτηρίστηκαν από τους συγγραφείς τους ως μη δημοσιεύσιμα δεν περιλαμβάνονται στη συγκρότηση του corpus.

Τέλος, για τη διαμόρφωση του υλικού και την αναζήτηση συγκεκριμένων πληροφοριών γύρω από τις ταινίες του νέου ρεύματος πραγματοποιήθηκε αναζήτηση στην πληρέστερη βάση δεδομένων για τον κινηματογράφο *IMDb* (<http://www.imdb.com/>).

#### *Αναζήτηση με βάση tags, ετικέτες και λέξεις-κλειδιά*

Η αναζήτηση στις επιμέρους ιστοσελίδες συνεχίστηκε, κάνοντας χρήση ή ορθότερα «ακολουθώντας» τα tags, τις ετικέτες ή λέξεις-κλειδιά<sup>23</sup> που προσέθεταν οι συντάκτες των αρχικώς ευρισκόμενων κειμένων. Στις περιπτώσεις των κειμένων που δημοσιεύονται σε ιστοσελίδες αξιοποιούνται τα tags που προστίθενται από τους συντάκτες των κειμένων ή τους διαχειριστές των ιστοχώρων. Τα tags αποδείχθηκαν ιδιαίτερα χρήσιμα ειδικά κατά την περίοδο πριν από τον χαρακτηρισμό του Νέου Κύματος από τον Steve Rose και την εφημερίδα *The Guardian*. Σε αυτήν τη χρονική περίοδο παρουσιάζεται μια δυσκολία ορισμού/προσδιορισμού του φαινομένου και κάθε συντάκτης επιχειρεί να το περιγράψει με διαφορετικό τρόπο και έννοιες, όπως επιχειρείται να διαφανεί και στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης. Προς την ίδια κατεύθυνση αξιοποιήθηκαν στις επιμέρους ιστοσελίδες και οι επιλογές που προσφέρονται στους χρήστες στο τέλος ή παραπλευρώς κάθε άρθρου, όπου προτείνονται και άλλα κείμενα/άρθρα που είτε εμφανίζουν συναφές περιεχόμενο ή και σχετικό θέμα, είτε εντάσσονται στην ίδια γενική κατηγορία (π.χ. «κινηματογράφος»). Ειδικά για τα κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα

23. Η χρήση ετικετών (tags), λέξεων-κλειδιών και γενικότερα μεταδεδομένων αποτελεί μια νέα στρατηγική που αξιοποιούν οι διαχειριστές των ιστοσελίδων προκειμένου το παραγόμενο περιεχόμενο και, εν προκειμένω, τα δημοσιογραφικά κείμενα να είναι πιο εύκολα ανιχνεύσιμα και να εμφανίζονται πιο «ψηλά» στις αναζητήσεις των χρηστών του διαδικτύου.

καταγράφηκαν και αξιοποιήθηκαν οι λέξεις-κλειδιά που επέλεξαν οι συγγραφείς τους. Λεπτομερέστερα δε, αξιολογήθηκαν οι αναφορές/παραπομπές και τα παρεχόμενα στοιχεία στη βιβλιογραφία και την αρθρογραφία των κειμένων των μελετητών/ερευνητών, προκειμένου να εντοπιστούν κείμενα που σχετίζονται με το θέμα της παρούσας μελέτης.

#### *Αναζήτηση μέσω κύριας μηχανής αναζήτησης και εντοπισμός υλικού*

Για τις ιστοσελίδες οι οποίες εμφάνιζαν μια δυσλειτουργική ή δύσχρηστη μηχανή αναζήτησης αξιοποιήθηκαν οι δυνατότητες της σύνθετης αναζήτησης (advanced search) που παρέχει η μηχανή Google, προκειμένου η έρευνα να περιοριστεί σε στοχευμένη κατεύθυνση με τη χρήση φίλτρων. Πιο συγκεκριμένα, αξιοποιήθηκε η δυνατότητα περιορισμού των αποτελεσμάτων με βάση τις λέξεις-κλειδιά σε συγκεκριμένο κάθε φορά ιστότοπο (τοποθετώντας, δηλαδή, στο ανάλογο πεδίο τη διεύθυνση (url) της ιστοσελίδας, η μηχανή αναζήτησης της οποίας λειτουργούσε ανεπαρκώς). Το μειονέκτημα σε αυτή τη μέθοδο αναζήτησης έγκειται στο γεγονός ότι δεν παρέχεται η δυνατότητα χρονικού περιορισμού των αποτελεσμάτων, με συνέπεια τα αποτελέσματα να πρέπει να ελεγχθούν ένα προς ένα.

Στο σημείο αυτό παρατίθεται ένας κατάλογος (Πίνακας 3) με τις ιστοσελίδες (κατά αλφαβητική σειρά) από τις οποίες προέκυψαν τα κυριότερα αποτελέσματα. Στην πρώτη στήλη καταγράφεται το όνομα/τίτλος της ιστοσελίδας, στη δεύτερη η ηλεκτρονική της διεύθυνση, στην τρίτη το είδος του μέσου (ηλεκτρονικό μέσο-web page ή έντυπο με ιστοσελίδα, όπου δημοσιεύεται νέο περιεχόμενο ή/και αναδημοσιεύεται περιεχόμενο της έντυπης έκδοσης) και στην τελευταία παρουσιάζεται η ταυτότητα και ο προσανατολισμός του περιεχομένου του. Επισημαίνεται ότι για τον προσδιορισμό του είδους των ιστοσελίδων στις οποίες εντοπίστηκαν τα αποτελέσματα που σχετίζονται με την παρούσα μελέτη, αξιοποιήθηκαν κατά βάση οι πληροφορίες που προέκυψαν από την αναζήτηση στους αρχειοκαταλόγους.

**Πίνακας 3: Κατάλογος ιστοσελίδων με δημοσιευμένα κείμενα για το Νέο Κύμα**

Μέσο Ενημέρωσης	Ιστοσελίδα	Είδος Μέσου	Προσδιορισμός Μέσου
<i>Al Jazeera America</i>	<a href="http://america.aljazeera.com">http://america.aljazeera.com</a>	Web page	Portal τηλεοπτικού καναλιού
<i>Amagi</i>	<a href="http://amagi.gr">http://amagi.gr</a>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού, μουσικού διαδικτυακού σταθμού
<i>Athens Voice</i>	<a href="http://www.athensvoice.gr">http://www.athensvoice.gr</a>	Έντυπο	Εβδομαδιαία free press εφημερίδα
<i>Cine Vue</i>	<a href="https://www.cine-vue.com">https://www.cine-vue.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Cinepivates</i>	<a href="http://cinepivates.com">http://cinepivates.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Cineuropa</i>	<a href="http://cineuropa.org">http://cineuropa.org</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Cleó: A Journal for film and feminism</i>	<a href="http://cleojournal.com">http://cleojournal.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Clickatlife</i>	<a href="http://www.clickatlife.gr">http://www.clickatlife.gr</a>	Web page	Portal πολιτιστικού ενδιαφέροντος

Μέσο Ενημέρωσης	Ιστοσελίδα	Είδος Μέσου	Προσδιορισμός Μέσου
<i>Conversations about cinema</i>	<a href="http://www.conversationsabout-cinema.co.uk">http://www.conversationsabout-cinema.co.uk</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Culturenow</i>	<a href="http://www.culturenow.gr">http://www.culturenow.gr</a>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού ενδιαφέροντος
<i>Dazed Magazine</i>	<a href="http://www.dazeddigital.com">http://www.dazeddigital.com</a>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό
<i>DocTV</i>	<a href="https://www.doctv.gr">https://www.doctv.gr</a>	Web page	Ψηφιακή πολιτιστική πλατφόρμα
<i>Eastwest</i>	<a href="http://www.eastonline.eu">http://www.eastonline.eu</a>	Έντυπο	Διμηνιαίο περιοδικό γεωπολιτικών θεμάτων
<i>ekathimerini</i>	<a href="http://www.ekathimerini.com">http://www.ekathimerini.com</a>	Web page	Αγγλόγλωσση έκδοση ημερήσιας αθηναϊκής εφημερίδας
<i>Euroviews</i>	<a href="http://euroviews.eu">http://euroviews.eu</a>	Web page	Διαδικτυακό πανεπιστημιακό περιοδικό
<i>Festivalists</i>	<a href="http://festivalists.com">http://festivalists.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Film International</i>	<a href="http://filmint.nu">http://filmint.nu</a>	Web page	Ιστοσελίδα έντυπου περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Filmaker</i>	<a href="http://filmmakermagazine.com">http://filmmakermagazine.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Flix</i>	<a href="http://flix.gr">http://flix.gr</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Hit &amp; Run</i>	<a href="http://www.hitandrun.gr">http://www.hitandrun.gr</a>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος
<i>Huffington Post</i>	<a href="http://www.huffingtonpost.com">http://www.huffingtonpost.com</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας
<i>Indiewire</i>	<a href="https://www.indiewire.com">https://www.indiewire.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Inverse</i>	<a href="https://www.inverse.com">https://www.inverse.com</a>	Web page	Διαδικτυακό περιοδικό επιστημονικού και κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Lifo</i>	<a href="http://www.lifo.gr">http://www.lifo.gr</a>	Έντυπο	Εβδομαδιαία free press εφημερίδα
<i>Lifo</i>	<a href="http://www.lifo.gr">http://www.lifo.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας
<i>Miami New Times</i>	<a href="http://www.miaminewtimes.com">http://www.miaminewtimes.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού ποικίλης ύλης
<i>Montreal Gazette</i>	<a href="http://montrealgazette.com">http://montrealgazette.com</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας
<i>MovieMail</i>	<a href="http://www.moviemail.com">http://www.moviemail.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Parallaxi</i>	<a href="http://parallaximag.gr">http://parallaximag.gr</a>	Web page	Free Press περιοδικό πόλης (Θεσσαλονίκη)
<i>Popaganda</i>	<a href="http://popaganda.gr">http://popaganda.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης
<i>Protagon</i>	<a href="http://www.protagon.gr">http://www.protagon.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης
<i>Pure Movies</i>	<a href="http://www.puremovies.co.uk">http://www.puremovies.co.uk</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Real.gr</i>	<a href="http://www.real.gr">http://www.real.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας
<i>RedNotebook (RNB)</i>	<a href="http://mbnet.gr">http://mbnet.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης
<i>ScreenDaily</i>	<a href="http://www.screendaily.com">http://www.screendaily.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Senses of Cinema</i>	<a href="http://sensesofcinema.com">http://sensesofcinema.com</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Soul</i>	<a href="https://www.athensvoice.gr/issues/soul">https://www.athensvoice.gr/issues/soul</a>	Έντυπο	Έντυπο Μηνιαίο περιοδικό ποικίλης ύλης
<i>The Culturetrip</i>	<a href="http://theculturetrip.com">http://theculturetrip.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα ταξιδιωτικού ενδιαφέροντος
<i>The Economist blogs: Prospero. Books, Arts, and Culture.</i>	<a href="http://www.economist.com">http://www.economist.com</a>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ενημερωτικού περιοδικού
<i>The Globe and the Mail</i>	<a href="http://www.theglobeandmail.com">http://www.theglobeandmail.com</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας
<i>The Guardian</i>	<a href="https://www.theguardian.com">https://www.theguardian.com</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας

Μέσο Ενημέρωσης	Ιστοσελίδα	Είδος Μέσου	Προσδιορισμός Μέσου
<i>The Hollywood Reporter</i>	<a href="http://www.hollywoodreporter.com">http://www.hollywoodreporter.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>The New York Times (New York edition)</i>	<a href="http://www.nytimes.com">http://www.nytimes.com</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>The Press Project</i>	<a href="https://www.thepressproject.gr">https://www.thepressproject.gr</a>	Web page	Ενημερωτική, ποικίλης ύλης
<i>The Sydney Morning Herald</i>	<a href="http://www.smh.com.au">http://www.smh.com.au</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>The Talk House</i>	<a href="http://thetalkhouse.com">http://thetalkhouse.com</a>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό
<i>The Telegraph</i>	<a href="http://www.telegraph.co.uk">http://www.telegraph.co.uk</a>	Έντυπο	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας
<i>The Village Voice</i>	<a href="http://www.villagevoice.com">http://www.villagevoice.com</a>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Tvxs</i>	<a href="http://www.tvxs.gr">http://www.tvxs.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης
<i>University Press</i>	<a href="http://www.universitypress.gr">http://www.universitypress.gr</a>	Web page	Free press φοιτητική εφημερίδα
<i>Variety</i>	<a href="http://variety.com">http://variety.com</a>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ψυχαγωγικού περιοδικού
<i>Αθηνόραμα</i>	<a href="http://www.athinorama.gr">http://www.athinorama.gr</a>	Έντυπο	Εβδομαδιαίο, πολιτιστικού ενδιαφέροντος περιοδικό
<i>BHMAgazino</i>	<a href="http://www.tovima.gr">http://www.tovima.gr</a>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο / ένθετο εφημερίδας
<i>Εθνος</i>	<a href="http://www.ethnos.gr">http://www.ethnos.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>Ελευθεροτυπία</i>	<a href="http://www.enet.gr">http://www.enet.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα * Σταμάτησε η έκδοσή της το Νοέμβριο του 2014
<i>Εφημερίδα των Συντακτών</i>	<a href="http://www.efsyn.gr">http://www.efsyn.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>Ζούγκλα@</i>	<a href="https://www.zougla.gr">https://www.zougla.gr</a>	Web page	Ενημερωτική, ποικίλης ύλης
<i>Η Αυγή</i>	<a href="http://www.avgi.gr">http://www.avgi.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>Η Καθημερινή</i>	<a href="http://www.kathimerini.gr">http://www.kathimerini.gr</a>	Web page	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>Ηδύφωνο</i>	<a href="https://simerini.sigmalive.com/archive/hdifono">https://simerini.sigmalive.com/archive/hdifono</a>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο / ένθετο εφημερίδας
<i>Ημερήσια</i>	<a href="http://www.imerisia.gr">http://www.imerisia.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια οικονομική εφημερίδα
<i>Νέος Κόσμος</i>	<a href="http://neoskosmos.com">http://neoskosmos.com</a>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα
<i>Πρώτο Θέμα</i>	<a href="http://www.protothema.gr">http://www.protothema.gr</a>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα
<i>Σινεμά</i>	<a href="http://www.cinomag.gr">http://www.cinomag.gr</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Σινεφιλία</i>	<a href="http://www.cinephilia.gr">http://www.cinephilia.gr</a>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος
<i>Τα Νέα</i>	<a href="http://www.tanea.gr">http://www.tanea.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα
<i>Το Βήμα</i>	<a href="http://www.tovima.gr">http://www.tovima.gr</a>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα * Σταμάτησε η ημερήσια έκδοσή της το 2010
<i>Το Βήμα</i>	<a href="http://www.tovima.gr">http://www.tovima.gr</a>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας
<i>Το Περιοδικό για τη διατάραξη της κοινής ησυχίας</i>	<a href="http://www.toperiodiko.gr">http://www.toperiodiko.gr</a>	Έντυπο	Διαδικτυακό περιοδικό ποικίλης ύλης
<i>Φρέαρ</i>	<a href="http://frear.gr">http://frear.gr</a>	Έντυπο	Πολιτιστικό περιοδικό
<i>Φρέαρ</i>	<a href="http://frear.gr">http://frear.gr</a>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό

Πηγή: ίδια αναζήτηση και επεξεργασία

*Δυσκολίες αποτελεσμάτων (ή αλλιώς σφάλματα και πλάνες της αναζήτησης)*

Στις παραγράφους που ακολουθούν καταγράφονται οι βασικότερες δυσκολίες που επιχειρήθηκε να αντιμετωπιστούν στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας που, σε συνδυασμό με τον μεγάλο όγκο των αποτελεσμάτων, το σύνολο των οποίων ασφαλώς δεν ήταν ωφέλιμο για τη συγκεκριμένη μελέτη, δυσχέραναν το έργο της αναζήτησης. Μεταξύ των βασικών ζητημάτων που έπρεπε να αντιμετωπιστούν συγκαταλέγονται η δυσκολία εύρεσης του αυθεντικού (πρώτου) κειμένου και η συχνά προκαλούμενη σύγχυση των αποτελεσμάτων εξαιτίας της ύπαρξης όρων που απαντώνται τόσο στο υπό διερεύνηση πεδίο όσο και σε άλλους τομείς.

Πιο συγκεκριμένα, η συνήθης πρακτική στον χώρο του Παγκόσμιου Ιστού αναδημοσίευσης κειμένων χωρίς να υπάρχει αναφορά στην πρωτογενή πηγή παραγωγής και δημοσίευσής τους κάθε άλλο παρά διευκολύνει τις αναζητήσεις. Για τις ανάγκες της ανά χείρας μελέτης επιχειρήθηκε ο εντοπισμός των αρχικών κειμένων, των κειμένων δηλαδή που αποτελούν πρωτογενή εργασία, ελέγχοντας την ταυτότητα του συντάκτη τους και το μέσον στο οποίο πρωτοδημοσιεύτηκαν.

Παράλληλα, σε πολλές περιπτώσεις τα αποτελέσματα στις χρησιμοποιούμενες μηχανές αναζήτησης αφορούσαν την εταιρεία διανομής με εταιρικό τίτλο «Weird Wave»<sup>24</sup> και τις ταινίες που αυτή διέθετε σε κυκλοφορία κατά το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Για τον αποκλεισμό των αποτελεσμάτων που αφορούσαν τη συγκεκριμένη εταιρεία και προκειμένου να ληφθούν αποτελέσματα που αφορούν αποκλειστικά στο θέμα της μελέτης, αξιοποιήθηκαν σε ορισμένες περιπτώσεις εργαλεία παραμετροποίησης και ειδικότερα ο λογικός (Boolean) τελεστής NOT, ο οποίος αποκλείει την εμφάνιση συγκεκριμένων όρων στο αναζητούμενο κείμενο. Ειδικότερα, χρησιμοποιήθηκε η φράση «NOT distribution», επιχειρώντας να περιοριστούν τα αποτελέσματα και να μην εμφανιστούν αυτά που αφορούν στην προαναφερθείσα εταιρεία ή στις ταινίες που διένειμε, αφού αποκλείοντας τον όρο «weird» υπήρχε ο κίνδυνος να αποκλειστούν σημαντικά αποτελέσματα αναφορικά με τη διαμόρφωση και τους εκφραστές του Νέου Κύματος.

Ένας άλλος κίνδυνος που ελλοχεύει στις αναζητήσεις στον Παγκόσμιο Ιστό είναι αυτός της αυτοεπιβεβαίωσης. Η επιλογή των όρων που χρησιμοποιεί ένας χρήστης του διαδικτύου κατά τη διαδικασία αναζήτησης, ασφαλώς επηρεάζει τα αποτελέσματά της ή/και τη σειρά εμφάνισής τους. Κατά αυτόν τον τρόπο, όταν ζητούνται αποτελέσματα σε συνάρτηση με συγκεκριμένους όρους (ή ονόματα) που είναι συνυφασμένοι με μια μόνο πλευρά ή την ερμηνεία τους, το αποτέλεσμα θα επιβεβαιώνει την αρχική επιρροή ή θα είναι χρωματισμένο από αυτή.<sup>25</sup> Υπό αυτό το πρίσμα η χρήση των όρων

24. Η «Weird Wave» σύμφωνα με την ιστοσελίδα της ([www.weirdwave.gr](http://www.weirdwave.gr)) είναι «ένα ανεξάρτητο art-house label κινηματογραφικών ταινιών, επιλεγμένων από τα σημαντικότερα Φεστιβάλ του κόσμου».

25. Για περισσότερα σχετικά με τα σφάλματα και τις πλάνες μιας αναζήτησης αλλά και τις τεχνικές αναζήτησης στη *Google* βλ. Ιορδανίδου, Σ. (2013), (επιμ.). *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Επικοινωνία*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, σελ. 45-72. Ανακτήθηκε από [εδώ](http://www.edu.gr) στις 01/10/2016.

«weird wave», «Greek weird wave», «Νέο Κύμα» κ.ά. στις αναζητήσεις επιβεβαίωσε επί της αρχής και επί της ουσίας τη χρήση των συγκεκριμένων όρων, αν και η ανάδυση και η χρήση τους υπήρξε ένα από τα ζητούμενα αυτής της μελέτης. Το εμπόδιο αυτό επιχειρήθηκε να υπερικηθεί με την «παρακολούθηση» (/διερεύνηση) των κειμένων στα οποία παρέπεμπαν τα tags, οι ετικέτες ή λέξεις-κλειδιά, που προσέθεταν οι συντάκτες των αρχικώς ευρισκόμενων κειμένων, ειδικά μάλιστα για την περίοδο προ της απόδοσης του χαρακτηρισμού από τον Steve Rose και την εφημερίδα *The Guardian*, αλλά και με τη χρήση ως λέξεων-κλειδιών πιο γενικών όρων, όπως π.χ. «νέα γενιά σκηνοθετών», «σύγχρονος κινηματογράφος», που βεβαίως δε συνδέονται απαραίτητα με το διερευνούμενο φαινόμενο.

Μια από τις ενέργειες που πραγματοποιεί η *Google* για τη διευκόλυνση των χρηστών είναι να εντοπίζει ταχύτατα τις ανάγκες του εκάστοτε χρήστη και να λαμβάνει υπόψη της όλα τα δεδομένα που έχει για αυτόν (όπως π.χ. τοποθεσία Η/Υ από όπου γίνεται η αναζήτηση, γλώσσα αναζήτησης, ιστορικό αναζητήσεων κ.λπ.). Με δεδομένο δε ότι οι μηχανές αναζήτησης δε δίνουν όλες τα ίδια αποτελέσματα και συνήθως επιστρέφουν στον χρήστη προσωποποιημένα αποτελέσματα αναζήτησης, για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκαν αναζητήσεις κατά κύριο λόγο στη μηχανή *Google* και, επικουρικά, στη *Bing* από διαφορετικά μέσα (υπολογιστές και φορητές συσκευές), διαφορετικές τοποθεσίες, διαφορετικούς φυλλομετρητές (browsers), έχοντας απενεργοποιημένες τις συνδέσεις με άλλες εφαρμογές/υπηρεσίες της *Google* (π.χ. gmail, youtube). Κατά τη διάρκεια των αναζητήσεων πραγματοποιήθηκαν διαγραφές cookies και ιστορικού περιήγησης και αναζητήσεων, ώστε να διασφαλιστεί η μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια και πληρότητα των αποτελεσμάτων. Παρόλα τα παραπάνω, τα αποτελέσματα δεν υπήρξαν πάντοτε ικανοποιητικά και, ως εκ τούτου, στις περισσότερες περιπτώσεις ελέγχθηκαν με εμπειρικό και κριτικό τρόπο αναλαμβάνοντας ασφαλώς την ευθύνη για λάθη και παραλείψεις.

Η συνδυαστική χρήση όλων των παραπάνω μηχανισμών και εργαλείων κρίθηκε απαραίτητη προκειμένου να καταγραφεί ένα ικανοποιητικό εύρος των σχετικών με τη μελέτη αποτελεσμάτων και να ξεπεραστούν εμπόδια που συνδέονται με αυτά τα εργαλεία (π.χ. πλημμελώς ενημερωμένοι κατάλογοι, ελλείψεις παραμετροποίησης μηχανών αναζήτησης ιστοσελίδων, κριτήρια ιεράρχησης αποτελεσμάτων και χρήση αλγόριθμων από τη *Google*). Επισημαίνεται τέλος ότι, όπως οι μηχανές αναζήτησης δεν καλύπτουν το σύνολο του Παγκόσμιου Ιστού, έτσι και η παρούσα μελέτη δε θα ήταν δυνατό να αποτυπώσει επί της ουσίας ο,τιδήποτε έχει γραφτεί για το συγκεκριμένο ρεύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

#### *Αποκλεισμοί αποτελεσμάτων αναζήτησης*

Στο corpus των κειμένων που συγκροτήθηκε δεν περιλήφθηκαν κείμενα που αποτελούν αναδημοσιεύσεις από άλλες πηγές. Η διαδρομή για την ανεύρεση του αρχικού κειμένου,

τον εντοπισμό, δηλαδή, της πηγής, υπήρξε σε ορισμένες περιπτώσεις επίπονη και μακρά, καθώς συχνά οι διαχειριστές/συντάκτες ιστοσελίδων του διαδικτύου παραλείπουν να αναφερθούν στην πηγή από την οποία άντλησαν το σχετικό κείμενο που (ανα)δημοσιεύουν. Ωστόσο, καταβλήθηκε προσπάθεια να συμπεριληφθούν στην παρούσα ανάλυση μόνο κείμενα που αποτελούν πρωτογενή εργασία. Διατηρεί, πάντως, το ενδιαφέρον του το εγχείρημα της καταγραφής (σε μια μελλοντική ανάλογη μελέτη) του τρόπου με τον οποίο αναδημοσιεύονται τα κείμενα στον χώρο του Παγκόσμιου Ιστού και ειδικότερα η επεξεργασία/τροποποίηση των τίτλων τους.

Μια ενδιαφέρουσα τέτοια περίπτωση παρατίθεται ως παράδειγμα: Στις 28/12/2014 δημοσιεύεται στην ημερήσια πολιτική εφημερίδα *Το Βήμα* ένα άρθρο του κινηματογραφικού συντάκτη Γιάννη Ζουμπουλάκη με τίτλο: «Γιώργος Λάνθιμος: «Αστακός» στις επάλξεις»<sup>26</sup> και υπότιτλο «Το πιο hot όνομα έλληνα σκηνοθέτη στο εξωτερικό, και η «έξοδος» του ελληνικού κινηματογράφου». Το ίδιο κείμενο αναδημοσιεύεται σε πλήθος ιστοσελίδων τις επόμενες ημέρες, άλλοτε με αναφορά στην πηγή και άλλοτε όχι, άλλοτε με αλλαγμένο τίτλο και άλλοτε όχι. Μια ενδεικτική περίπτωση της τελευταίας εκδοχής, της αλλαγής τίτλου δηλαδή, είναι αυτή της ιστοσελίδας *Eirinika.gr* ([www.eirinika.gr](http://www.eirinika.gr)), ενός ιστοχώρου ενημερωτικού περιεχομένου της ελληνίδας δημοσιογράφου Ειρήνης Νικολοπούλου, όπου αναδημοσιεύεται δυο ημέρες μετά (30/12/2014) το ίδιο κείμενο (με αναφορά στην πηγή του) με άλλο όμως τίτλο: «Made in Greece ο Γιώργος Λάνθιμος: «Δεν έχω ξαναδιαβάσει τέτοιο σενάριο» αναφώνησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή & τον χρηματοδότησε!»<sup>27</sup> δίνοντας εμφανώς άλλη βαρύτητα και σημασία στο κείμενο και στρέφοντας την προσοχή του αναγνώστη σε άλλη κατεύθυνση.<sup>28</sup>

Στο σώμα των κειμένων που διαμορφώθηκε για την ανάλυση του συγκεκριμένου φαινομένου δεν συμπεριλαμβάνονται -παρά την άμεση σε ορισμένες περιπτώσεις συνάφειά τους με το θέμα της μελέτης- βίντεο για παράδειγμα από ομιλίες και διαλέξεις στο πλαίσιο ειδικών εκδηλώσεων (τα οποία έχουν αναρτηθεί είτε στη δημοφιλή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης youtube, είτε σε άλλες ιστοσελίδες)<sup>29</sup>. Εντούτοις συμπεριλαμβάνονται

26. Βλ. Ζουμπουλάκης, Γ. (2014). Γιώργος Λάνθιμος: «Αστακός» στις επάλξεις. *Το Βήμα*, Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στην 1/10/2016.

27. Βλ. [Eirinika.gr], (2014). Made in Greece ο Γιώργος Λάνθιμος: «Δεν έχω ξαναδιαβάσει τέτοιο σενάριο» αναφώνησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή & τον χρηματοδότησε!. *Eirinika.gr*. Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στην 1/10/2016.

28. Ενδιαφέρον, επίσης, θα είχε να παρατηρήσει κανείς και το οπτικό υλικό που συνοδεύει τα δύο κείμενα και να αντιπαραβάλει τη δωρική λιτότητα (μία κεντρική φωτογραφία του σκηνοθέτη Γιώργου Λάνθιμου) της εφημερίδας *Το Βήμα* με την πλαισίωση του κειμένου της δεύτερης ιστοσελίδας με πέντε φωτογραφίες (όλες πορτραίτα/κάδρα του συγκεκριμένου σκηνοθέτη, στον οποίο άλλωστε και αναφέρεται το κείμενο).

29. Για παράδειγμα, το οπτικοακουστικό υλικό και ειδικότερα οι ομιλίες των συμμετεχόντων στην εκδήλωση που διοργανώθηκε στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, στις 7/3/2013, με τίτλο «Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα;» που δημοσιεύονται στον ιστότοπο [Blod.gr](http://Blod.gr) ([τελευταία πρόσβαση: 28/9/2016](#)) δεν περιλαμβάνονται στο corpus ή στο αναλυτικό πλαίσιο της παρούσας μελέτης. Ωστόσο,



άρθρα και ρεπορτάζ για εκδηλώσεις που δημοσιεύτηκαν στον Τύπο ή εισηγήσεις συνεδρίων που συμπεριλήφθηκαν ως δημοσιεύσεις σε επιστημονικά περιοδικά.<sup>30</sup>

Στο σημείο αυτό επισημαίνεται ότι η ύπαρξη σχολίων από χρήστες του διαδικτύου κάτω ή στο πλάι ενός κειμένου δεν αποτέλεσε κριτήριο για την ένταξη του στο corpus που συγκροτήθηκε ενώ, κατά την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, τα σχόλια δε λήφθηκαν υπόψη. Τέλος, διευκρινίζεται ότι η επισκεψιμότητα των ιστοσελίδων δεν υπήρξε κριτήριο για την ένταξη ή μη ενός κειμένου στο ερευνητικό corpus.

#### *Επιλογή λέξεων-κλειδιών*

Για μια αποτελεσματική αναζήτηση στο διαδίκτυο και ειδικότερα στις μηχανές αναζήτησης οι λέξεις-κλειδιά που επιλέγονται είναι κομβικής σημασίας, καθώς θα πρέπει να εκφράζουν με σαφήνεια την αναζητούμενη πληροφορία ώστε τα αποτελέσματα να ανταποκρίνονται στα προσδοκώμενα. Υπό αυτό το πρίσμα, δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη σωστή ορθογραφία των λέξεων ενώ, λόγω των περισσότερων του ενός όρων που αποδίδουν στα ελληνικά τον όρο «weird» (ο οποίος, κατά τους κριτικούς συντάκτες, συνδεδεσε το νέο κύμα, αν μη τι άλλο, στα πρώτα του βήματα) χρησιμοποιήθηκαν φράσεις και με συνώνυμες λέξεις (π.χ. «παράξενο ελληνικό κύμα», «αλλόκοτο ελληνικό κύμα»).

Για πιο στοχευμένα αποτελέσματα πραγματοποιήθηκε αναζήτηση με βάση λογικούς (Boolean) τελεστές (χρήση AND, OR, NOT) και ειδικότερα του τελεστή AND (ή το σύμβολο «&»). Η χρήση του AND σημαίνει ότι στα αποτελέσματα που θα εμφανιστούν θα περιλαμβάνονται απαραίτητως όλοι οι όροι που συνδέονται με το AND. Αξιοποιήθηκε δε ως εργαλείο η «ακριβής φράση», βάζοντας σε εισαγωγικά τη φράση που ανταποκρίνεται στα κριτήρια της μελέτης για τη συγκέντρωση αποτελεσμάτων που περιλαμβάνουν ακριβώς αυτήν τη φράση.

Ειδικότερα, όπως αποτυπώνεται και στον Πίνακα 4, ως προς την επιλογή των λέξεων-κλειδιών εφαρμόστηκε μια τάση μετάβασης από το γενικό προς το ειδικό. Αρχικά διερευνήθηκαν οι γενικές λέξεις που οδηγούν σε αποτελέσματα γύρω από τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, τις τάσεις και τις επιμέρους πτυχές του, και στη συνέχεια επιλέχθηκαν συγκεκριμένες ταινίες και ονόματα ή συγκεκριμένες θεματικές για επιμέρους αναζητήσεις. Γενικότερα προτιμήθηκε η αναζήτηση φράσης και όχι μεμονωμένης λέξης, κάτι που εκ των πραγμάτων οδηγεί σε ένα μεγάλο εύρος δεδομένων, ειδικά για τις λέξεις-κλειδιά γενικού περιεχομένου. Π.χ. «σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος» και όχι «κινηματογράφος».

---

τα άρθρα και τα ρεπορτάζ των εφημερίδων που σχετίζονται με αυτή την εκδήλωση συμπεριλαμβάνονται στο corpus των προς ανάλυση κειμένων, καθώς εμπεριέχουν εκτενείς αναφορές στο συγκεκριμένο κινηματογραφικό φαινόμενο.

30. Για παράδειγμα, οι περισσότερες εισηγήσεις που παρουσιάστηκαν στο πλαίσιο του συνεδρίου Contemporary Greek Film Cultures (Λονδίνο, 5-6/7/2013) δημοσιεύονται επεξεργασμένες υπό μορφή άρθρου στο επιστημονικό περιοδικό *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*.

Μια ενδιαφέρουσα πτυχή της έρευνας αποτέλεσε ο τρόπος τινά ονοματοδότης του Νέου Κύματος του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Η αναφορά του Steve Rose στην εφημερίδα *The Guardian*, στις 27/08/2011<sup>31</sup>, αποτέλεσε επίσης βασικό κλειδί αναζητήσεων σχετικά με το υπό ανάλυση φαινόμενο.

#### Πίνακας 4: Λέξεις-κλειδιά για τη διαδικτυακή αναζήτηση κειμένων

##### ΛΕΞΕΙΣ – ΚΛΕΙΔΙΑ

---

Σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος  
 Νέο κύμα  
 Παράξενο κύμα  
 Παράξενο ελληνικό κύμα  
 Περίεργο ελληνικό κύμα  
 Νέα γενιά σκηνοθετών & κινηματογράφος  
 Λάνθιμος & κινηματογράφος  
 Τσαγγάρη & κινηματογράφος  
 Νέο ρεύμα & ελληνικός κινηματογράφος  
 Νέο ρεύμα ελληνικού σινεμά  
 Εξωστρέφεια ελληνικού σινεμά  
 Αλλόκοτο σινεμά  
 Αλλόκοτο κύμα & κινηματογράφος  
 Αλλόκοτο ελληνικό σινεμά & Guardian  
 Greek cinema  
 Contemporary greek cinema  
 Greek weird cinema  
 Greek weird wave  
 Weird wave  
 Weird wave of greek cinema  
 New greek wave  
 New wave of greek cinema  
 New greek cinema of the crisis  
 Greek independent films  
 Steve Rose & weird  
 Steve Rose & weird cinema  
 Weird wave & Guardian  
 Lanthimos & weird & wave  
 Tsaggari & weird & wave

---

31. Rose, S. (2011). Attenberg. Dogtooth and the weird wave of Greek cinema. *The Guardian* [online]. Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στην 1/10/2016.

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι στο corpus των κειμένων που καταρτίστηκε και αξιοποιήθηκε τελικά για την παρούσα μελέτη δεν συμπεριελήφθη το σύνολο των κειμένων που εντοπίστηκε στο διαδίκτυο και «φέρει» τις συγκεκριμένες λέξεις-κλειδιά. Αντίθετα, επιλέχθηκαν τα κείμενα που βάσει των προαναφερθέντων κριτηρίων εξυπηρετούν τους σκοπούς της παρούσας μελέτης. Σε αυτό το πλαίσιο αξιοποιήθηκαν κείμενα που δημοσιεύτηκαν σε ιστοσελίδες με αναγνωρίσιμη αξιοπιστία (κύρος μέσου ενημέρωσης) και κείμενα με αναφερόμενη την ταυτότητα των συντακτών τους, αποκλείοντας κατ' αυτόν τον τρόπο ανυπόγραφα κείμενα σε blogs, ανώνυμα σχόλια χρηστών, μεμονωμένες λέξεις σε κείμενα άσχετα με το θέμα της παρούσας έρευνας κ.λπ.

## 2.2 Ερευνητικό πρωτόκολλο

Όπως επισημάνθηκε στην αρχή του κεφαλαίου, σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να αναδειχθεί ο τρόπος παρουσίασης/περιγραφής και ερμηνείας του νέου κινηματογραφικού φαινομένου, του Νέου Κύματος του ελληνικού κινηματογράφου, σε κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα αλλά και στον έντυπο/ηλεκτρονικό τύπο. Παράλληλα διερευνήθηκε ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζεται στα κείμενα των μέσων ενημέρωσης (media) και στα κείμενα επιστημόνων και μελετητών η έννοια του «παράξενου» (έννοια της παραδοξότητας) που αποδόθηκε σε αυτό το κύμα.

Αναφορικά με το χρονικό διάστημα δημοσίευσης των κειμένων που τελικώς συγκρότησαν το corpus της ανά χειράς μελέτης, σημειώνεται ότι επελέγη η χρονική περίοδος μεταξύ Ιανουαρίου 2009 και Σεπτεμβρίου 2016. Παρά το γεγονός ότι υπήρχαν οι σχετικοί οιωνοί από τις αρχές του 21ου αιώνα (Chalkou, 2012· Lykidis, 2015), μόλις το 2009 εμφανίστηκε μια πληθώρα νέων art-house ταινιών που συγκέντρωσαν τη διεθνή προσοχή και ανανέωσαν το ενδιαφέρον για τον ελληνικό κινηματογράφο. Εξάλλου, το φθινόπωρο του 2009 κυκλοφόρησε η ταινία του Γ. Λάνθιμου με τίτλο *Κυνόδοντας* (διεθνής τίτλος: *Dogtooth*), μια ταινία που σύμφωνα με τη βασική υπόθεση εργασίας είναι από τις πλέον χαρακτηριστικές του Νέου Κύματος και από την οποία πιθανότατα θα μπορούσε να ξεκινήσει μια απόπειρα προσδιορισμού της έναρξης του φαινομένου. Ο Ιανουάριος του 2009 επελέγη ως χρονική αφετηρία της αναζήτησης για τον εντοπισμό των κειμένων που αναφέρονται στο Νέο Κύμα, αφενός λόγω σχετικής προκαταρκτικής περιορισμένης έρευνας ειδικά αναφορικά με την κάλυψη των μέσων ενημέρωσης, αφετέρου ως έτος κατά το οποίο αρχίζουν να γίνονται αισθητές οι συνέπειες της κοινωνικής και χρηματοπιστωτικής κρίσης στην Ελλάδα. Ο Σεπτέμβριος του 2016 αποφασίστηκε ως τελικό χρονικό σημείο της διερεύνησης, καθώς είναι η περίοδος κατά την οποία ορισμένοι κριτικοί αρχίζουν να συζητούν το («πρώιμο») τέλος αυτού του νέου φαινομένου στον ελληνικό κινηματογράφο (Goudelis, 2016· Uhler, 2015· Westlake, 2014). Ως γλώσσες αναζήτησης καθορίστηκαν η ελληνική και η αγγλική και η αναζήτηση των κειμένων

για τη διαμόρφωση του δείγματος (corpus κειμένων) πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά απομακρυσμένα, μέσω διαδικτύου.

Συμπερασματικά, στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 5) παρατίθεται κατά συνοπτικό τρόπο η ταυτότητα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε.

**Πίνακας 5: Ερευνητικό πρωτόκολλο**

<b>Χρονική περίοδος</b>	1/1/2009 – 31/9/2016
<b>Γλώσσες αναζήτησης</b>	ελληνική, αγγλική
<b>Τρόπος αναζήτησης</b>	εξ αποστάσεως, χρήση διαδικτυακών πηγών
<b>Βασική τεχνική αναζήτησης</b>	χρήση μηχανών αναζήτησης (keyword search, κυρίως μέσω Google)
<b>Επικουρικές τεχνικές αναζήτησης</b>	χρήση αρχαιοκαταλόγων (directory search), εργαλεία μετααναζήτησης
<b>Λέξεις- κλειδιά αναζήτησης</b>	Σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος, νέο κύμα, παράξενο κύμα, παράξενο ελληνικό κύμα, περίεργο ελληνικό κύμα, νέα γενιά σκηνοθετών & κινηματογράφος, Λάνθιμος & κινηματογράφος, Τσαγγάρη & κινηματογράφος, νέο ρεύμα & ελληνικός κινηματογράφος, νέο ρεύμα ελληνικού σινεμά, εξωστρέφεια ελληνικού σινεμά, αλλόκοτο σινεμά, αλλόκοτο κύμα & κινηματογράφος, αλλόκοτο ελληνικό σινεμά & Guardian, greek cinema, contemporary greek cinema, greek weird cinema, greek weird wave, weird wave, weird wave of greek cinema, new greek wave, new wave of greek cinema, new greek cinema of the crisis, greek independent films, Steve Rose & weird, Steve Rose & weird cinema, weird wave & Guardian, Lanthimos & weird & wave, Tsaggari & weird & wave.
<b>Περιορισμοί (τι δεν περιλαμβάνεται)</b>	κείμενα σε (ανώνυμα) ιστολόγια (blogs), σχόλια χρηστών, βίντεο, vlogs, αναδημοσιεύσεις κειμένων
<b>Ερευνητικά Ερωτήματα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πώς παρουσιάζεται/περιγράφεται και ερμηνεύεται σε κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα, αλλά και στον έντυπο/ηλεκτρονικό Τύπο το φαινόμενο του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο; Πώς προσεγγίζεται και πώς προσδιορίζεται;</li> <li>• Τί είναι το «παράξενο» που χαρακτηρίζει το Νέο Κύμα; Πώς το συζητούν, προσεγγίζουν και εξηγούν οι δημοσιογράφοι και οι κριτικοί κινηματογράφου και πώς οι επιστήμονες και οι ερευνητές;</li> </ul>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Ο λόγος πανεπιστημιακών και ερευνητών για το Νέο Κύμα

Τα τελευταία χρόνια ο ελληνικός κινηματογράφος προσελκύει το ενδιαφέρον της διεθνούς πανεπιστημιακής κοινότητας στο πεδίο των κινηματογραφικών σπουδών. Σκοπός του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να δώσει έμφαση στον τρόπο με τον οποίο συζητείται, περιγράφεται ή/και αναλύεται το νεότερο κύμα της εγχώριας κινηματογραφίας, το συχνά αποκαλούμενο στον διεθνή Τύπο «Παράξενο Ελληνικό Κύμα», σε κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα που δημοσιεύτηκαν από τον Ιανουάριο του 2009 μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2016. Έχοντας κατά νου ότι πρόκειται για ένα φαινόμενο σε εξέλιξη, το κεφάλαιο εστιάζει στις απόπειρες χαρτογράφησης του από τους σύγχρονους μελετητές. Ειδικότερα, επιχειρείται να αναδειχθούν τα βασικά στοιχεία ή τα πιο εμφανή γεγονότα που θεωρούν οι ερευνητές ότι συνηγορούν υπέρ μιας αναθεώρησης της ιστοριογραφίας και περιοδολόγησης της ελληνικής κινηματογραφίας.

Υπό αυτό το πρίσμα, δια της μελέτης ενός σώματος κειμένων που ο τρόπος συλλογής και τελικής επιλογής τους περιγράφηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, επιχειρείται να προσδιοριστεί το περιεχόμενο των προσεγγίσεων και ο τρόπος ανάλυσης αυτής της νέας τάσης στην ελληνική κινηματογραφία από μελετητές και ερευνητές. Με δεδομένο ότι η δυναμική του φαινομένου συντελεί στη διατύπωση διαφορετικών εκτιμήσεων, η έρευνα επί των κειμένων επικεντρώθηκε πρωταρχικά στον προσδιορισμό των κυριότερων εκπροσώπων του Νέου Κύματος καθώς και των ταινιών που εντάσσονται σε αυτό.

Στη συνέχεια διερευνήθηκαν τα μεθοδολογικά και θεωρητικά εργαλεία που χρησιμοποιούν οι συγγραφείς και ο τρόπος αιτιολόγησης και ερμηνείας του νέου φαινομένου. Παράλληλα, στο πλαίσιο της ανάλυσης, το ενδιαφέρον εστιάστηκε στον σχολιασμό που εμπεριέχουν τα περισσότερα κείμενα αναφορικά με το περιεχόμενο της έννοιας της παραδοξότητας, η οποία σχετίζεται με τον χαρακτηρισμό του «παράξενου» (weird) που απέδωσε ο βρετανός κριτικός κινηματογράφου της εφημερίδας *The Guardian*, Steve Rose, στη νέα κινηματογραφική τάση.

#### *Κριτήρια επιλογής δημοσιεύσεων*

Η εκτεταμένη αναζήτηση στο διαδίκτυο απέδωσε έναν αξιοσημείωτο αριθμό κειμένων, τα οποία περιλάμβαναν τις προσδιορισμένες λέξεις-κλειδιά και είχαν δημοσιευθεί στο προκαθορισμένο χρονικό διάστημα. Η διαδικασία αξιολόγησής τους για τη συμπερίληψή τους στο δείγμα της παρούσας μελέτης υλοποιήθηκε σε δύο στάδια.

Το πρώτο στάδιο συνοψίζεται στις ενέργειες χαρτογράφησης και συνολικής εποπτείας του τοπίου. Σε πρώτη φάση, δηλαδή, επιχειρήθηκε μια αρχική προσέγγιση των ευρημάτων. Σε αυτό το στάδιο, ορισμένα κείμενα αποκλείστηκαν καθώς: α) είτε περιείχαν μεμονωμένες, περιορισμένες αναφορές ή στοχευμένες προσεγγίσεις/αναλύσεις

για συγκεκριμένες ταινίες του Νέου Κύματος (δίχως να επιχειρούν μια συνολική θεώρησή του), β) είτε αναφέρονταν σε ταινίες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου που δε σχετίζονται με το Νέο Κύμα (π.χ. ταινίες παλαιότερων ετών), γ) είτε προέκυψαν εκ σφάλματος στη φάση αναζήτησης δίχως να έχουν καμία σχέση με το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο, δ) είτε αποτελούσαν περιλήψεις μη δημοσιευμένων κειμένων (για τις οποίες, αν και επιχειρήθηκε, δεν κατέστη δυνατό σε όλες τις περιπτώσεις να εντοπιστεί/ανακτηθεί το πλήρες κείμενο).

Στο δεύτερο στάδιο οδηγήθηκαν περί τα εβδομήντα πέντε (75) δημοσιευμένα κείμενα που εμπίπτουν στην κατηγορία της επιστημονικής συγγραφής. Από αυτά σχεδόν το 20% (δηλαδή περί τα 14 κείμενα) δεν επιλέχθηκαν τελικά για τη συγκρότηση του σώματος εργασίας, καθώς κρίθηκε ότι είτε δε σχετίζονταν με άμεσο ή έμμεσο τρόπο με τα κριτήρια αναζήτησης της έρευνας, είτε αναφέρονταν σε συγκεκριμένη ταινία η οποία φαίνεται να εμπίπτει στο Νέο Κύμα, χωρίς ωστόσο να περιέχουν αναφορές ή αναλύσεις για το κύμα αυτό συνολικά.

Ως σώμα της εργασίας επιλέχθηκαν τελικά εξήντα ένα (61) κείμενα, εκ των οποίων τα δύο τρίτα (2/3) αποτελούν άρθρα που δημοσιεύτηκαν σε επιστημονικά περιοδικά με το σύστημα των κριτών. Μια γρήγορη ματιά στον Πίνακα 6 αποκαλύπτει πως πρόκειται για περιοδικά που αφορούν τους τομείς των κινηματογραφικών σπουδών, των μέσων ενημέρωσης (media) και της επικοινωνίας, του πολιτισμού και των τεχνών, των Σύγχρονων Ελληνικών Σπουδών (Modern Greek Studies), της οπτικής ανθρωπολογίας, της λογοτεχνίας, της πολιτιστικής ανθρωπολογίας, γεγονός που παρέχει ήδη μια πρώτη εικόνα για το περιεχόμενο των κειμένων, δίνοντας το στίγμα της διεπιστημονικής προσέγγισης.

#### **Πίνακας 6: Κατάλογος επιστημονικών περιοδικών με κριτές**

---

*Blind Field - a journal of cultural inquiry*  
*Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image 3*  
*Cultural Anthropology*  
 EKPHRASIS  
*Film Comment*  
*Film Quarterly*  
*Filmicon: Journal of Greek Film Studies*  
*Frames Cine Journal*  
*Independent Filmmaking around the Globe*  
*Interactions: Studies in Communication & Culture*  
*Journal of Arts & Humanities*  
*Journal of Greek Film Studies*  
*Journal of Greek Media & Culture*  
*Journal of Modern Greek Studies*  
 NECSUS: European Journal of Media Studies

*New Cinemas: Journal of Contemporary Film**The Funambulist Magazine**The Pleasures of the spectacle - The London Film and Media Reader 3**Transnational Cinemas**Visual Anthropology Review**World Picture*

Από τα υπόλοιπα κείμενα τέσσερα (4) αποτελούν κεφάλαια βιβλίων, τρία (3) αποτελούν κείμενα εργασίας (working papers), ένα (1) συνιστά εισήγηση σε συνέδριο, ένα (1) αποτελεί διδακτορική διατριβή. Έντεκα (11) κείμενα εμπίπτουν στην κατηγορία «academic blogging», της δημοσίευσης, δηλαδή, επιστημονικών κειμένων σε blogs επιστημονικών περιοδικών ή άλλων φορέων. Πρόκειται επί της ουσίας για κείμενα που δεν υπακούουν στους αυστηρούς κανόνες ενός περιοδικού με κριτές, αλλά φέρουν χαρακτηριστικά επιστημονικής έρευνας και μελέτης. Τέλος, σημειώνεται ότι μόλις οκτώ (8) από τα επιλεγέντα κείμενα είναι στην ελληνική γλώσσα, ενώ όλα τα υπόλοιπα, δηλαδή πενήντα τρία (53), είναι στην αγγλική. Η τελευταία, άλλωστε, έχει καθιερωθεί αν όχι ως η βασικότερη, οπωσδήποτε πάντως ως μία από τις βασικότερες γλώσσες στην επιστήμη και την έρευνα. Εκτός αυτού, πάντως, η εκτεταμένη χρήση της αγγλικής γλώσσας που παρατηρείται στα συλλεχθέντα κείμενα συνδέεται αφενός με τη γλώσσα εργασίας των περιοδικών διεθνούς απήχησης, όπου δημοσιεύτηκαν τα περισσότερα κείμενα, αφετέρου με το ενδιαφέρον ερευνητών μη ελληνικής καταγωγής και μη ελληνόφωνων για τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Πέραν αυτών, η χρήση της αγγλικής γλώσσας ειδικά από ελληνικής καταγωγής μελετητές συνδέεται, όπως σχολιάζεται σε επόμενη ενότητα, με τις τάσεις περαιτέρω ενίσχυσης των δημοσιεύσεων για τις Ελληνικές Κινηματογραφικές Σπουδές, ως ξεχωριστού μάλιστα πεδίου στην κατηγορία των Κινηματογραφικών Σπουδών.

#### *Αποκλεισμοί ευρημάτων και περιορισμοί έρευνας*

Όπως ήδη υπογραμμίστηκε, στο corpus της εργασίας δεν περιλαμβάνονται περιλήψεις κειμένων καθώς και μη δημοσιευμένα κείμενα (π.χ. εισηγήσεις από μη δημοσιευμένα πρακτικά συνεδρίων). Παρά την πιστή τήρηση της διαδικασίας που περιγράφηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, αναμφίβολα ορισμένα κείμενα ενδέχεται να μην εντοπίστηκαν. Για παράδειγμα, από την εν λόγω καταγραφή απουσιάζουν εργασίες που πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο μεταπτυχιακών σπουδών, λόγω εγγενούς αδυναμίας εντοπισμού τους. Επίσης, δεν έχουν συμπεριληφθεί κείμενα που παρουσιάζουν επιμέρους διαστάσεις των ταινιών δίχως να αναφέρονται συνολικά στο Νέο Κύμα, παρά το ομολογουμένως εξαιρετικό ενδιαφέρον που παρουσιάζουν. Οι προσεγγίσεις, μάλιστα, των κειμένων αυτών είναι ένα ακόμα δείγμα των διεπιστημονικών προσεγγίσεων που «ενθαρρύνονται» από την ίδια τη φύση του κινηματογράφου ως μέσου, αλλά και τη θεματολογία ή τις σκηνοθετικές επιλογές των δημιουργών του Νέου Κύματος. Ενδεικτικά και μόνον αναφέρονται σε αυτή την περίπτωση κείμενα όπως, για παράδειγμα, «η αρχιτεκτονική

ματιά» στην ταινία *Attenberg* της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη<sup>32</sup> (που δημοσιεύτηκε σε επιστημονικό διαδικτυακό φόρουμ) και η ανάλυση των χωρικών ιδιοτήτων του εγκλεισμού μέσα από την αναπαράστασή του στις ταινίες του σύγχρονου κινηματογράφου<sup>33</sup> (που αποτελεί διάλεξη στο πλαίσιο πανεπιστημιακών μαθημάτων).

Τέλος, σημειώνεται ότι στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας δεν συμπεριλήφθηκαν βιβλία αναφερόμενα αποκλειστικά στο Νέο Κύμα, σε μια προσπάθεια να αποτυπωθεί κατά βάση ο «θερμός» λόγος (discourse) των ερευνητών και μελετητών, ο λόγος τους όπως προκύπτει καθώς το φαινόμενο τελεί υπό εξέλιξη. Αναμφισβήτητα, η διαδικασία συγγραφής ενός βιβλίου στερείται της χρονικής αμεσότητας που χαρακτηρίζει τη δημοσίευση ενός πονήματος σε επιστημονικό περιοδικό. Παρά τον περιορισμό αυτό, θα ήταν άστοχο να μην τύχει ιδιαίτερης αναφοράς στο σημείο αυτό το συγγραφικό πόνημα του Μάριου Ψαρά, διδάκτορα σε πανεπιστήμιο του Ηνωμένου Βασιλείου (*Queen Mary University of London*), που αφιέρωσε τη διατριβή του στο Νέο Κύμα. Η ενασχόλησή του με τη σύγχρονη δημιουργία του ελληνικού κινηματογράφου οδήγησε στη συγγραφή και έκδοση, στα τέλη του 2016, του βιβλίου με τίτλο «*The Queer Greek Weird Wave: Ethics, Politics and the Crisis of Meaning*» (London: Palgrave Macmillan, 2016). Το έργο του συνιστά την πρώτη συστηματική απόπειρα τέτοιου μεγέθους που δημοσιεύθηκε τα τελευταία χρόνια και, αξιοποιώντας ένα ευρύ φάσμα μεθοδολογικών προσεγγίσεων, επιχειρεί την αποτύπωση ορισμένων χαρακτηριστικών του Νέου Κύματος και ιδίως του τρόπου με τον οποίο οι δημιουργοί του αποδομούν και ανασυνθέτουν τις έννοιες του ελληνικού έθνους και της ελληνικής πατριαρχικής οικογένειας.

32. Βλ. σχετικά Καίσαρ, Μ. (2015). Το άρθρο εξετάζει από την αρχιτεκτονική σκοπιά την απεικόνιση της περιοχής Άσπρα Σπίτια Βοιωτίας, στην οποία γυρίστηκε η ταινία της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη *Attenberg* (2010). Η αυστηρή ρυμοτομία, το σχήμα της πόλης που θυμίζει ένα λατινικό «L», με το κάτω μέρος του να συνορεύει με τη θάλασσα, τα αναγνωρίσιμα μοντερνιστικά στοιχεία, η μανιασμένη θάλασσα και δίπλα το εργοστάσιο ανάμεσα σε κόκκινους λόφους ενέπνευσαν τη σκηνοθετή, η οποία επέλεξε τα Άσπρα Σπίτια ως ένα «έτοιμο φυσικό και αρχιτεκτονικό τοπίο» για την ταινία της. Στην τελευταία, μάλιστα, αρχικά είχε δώσει σαν τίτλο το όνομα της περιοχής (Νικολάου, 2012). Όπως η ίδια αναφέρει, δε χρειάστηκαν παρά ελάχιστες παρεμβάσεις για την «κινηματογραφική χρήση» της πόλης (στο ίδιο), που χτίστηκε από τον μηχανικό και πολεοδόμο Κωνσταντίνο Δοξιάδη το 1960 στα πρότυπα του μοντερνισμού, με σκοπό να στεγάσει τους εργαζόμενους του γειτονικού εργοστασίου επεξεργασίας βωξίτη και αλουμίνιου.

33. Βλ. σχετικά Αργυράκη, Δ. & Χαριτίδου, Φ. (2012). *Η αναπαράσταση του εγκλεισμού: Dogville Vs Dogtooth*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στις 12/11/2016. Οι συγγραφείς διερευνούν τις χωρικές ιδιότητες του εγκλεισμού με κύριο εργαλείο και όχημα τις αναπαραστάσεις του στις ταινίες *Dogville* του δανού σκηνοθέτη Lars von Trier (2003) και *Κυνόδοντας (Dogtooth)* του Γιώργου Λάνθιμου (2009).



### 3.1 Μεθοδολογία ανάλυσης επιστημονικών δημοσιεύσεων

Με βάση την κύρια υπόθεση εργασίας και τους παραπάνω επιδιωκόμενους σκοπούς, η μεθοδολογία για την παρούσα μελέτη βασίστηκε στην υιοθέτηση της κλασικής θεματικής ανάλυσης. Προκειμένου να προσεγγίσει κανείς κριτικά ένα κείμενο, οφείλει αρχικά να αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο το κείμενο αυτό διαρθρώνεται και δομείται. Η θεματική ανάλυση αποτελεί μια κλασική ποιοτική μέθοδο έρευνας σύμφωνα με την οποία ένα κείμενο κωδικοποιείται και αναλύεται βάσει των θεματικών που αναπτύσσονται, παράγοντας κατ' αυτόν τον τρόπο έναν θεματικό χάρτη του κειμένου (Neuendorf, 2002· Krippendorf, 1980). Η εφαρμογή αυτής της μεθόδου δίνει τη δυνατότητα να εντοπιστούν και να συγκεντρωθούν οι επιμέρους θεματικές του ή, με άλλα λόγια, τα κυρίαρχα θέματα με τα οποία καταπιάνεται ο συγγραφέας. Η αρχική κωδικοποίηση των δεδομένων καθώς και η μετέπειτα αναγωγή τους σε γενικότερες, ευρύτερες αναλυτικές θεματικές κατηγορίες, επιτρέπουν τη συστηματική ανάλυσή του (Aronson, 1994· Neuendorf, 2002). Στις παραγράφους που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικότερα τα βήματα που ακολουθήθηκαν στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας.

Αρχικώς επιδιώχθηκε η «εξοικείωση» με τα κείμενα που συλλέχθηκαν, με τον τρόπο και τη διαδικασία που περιγράφεται στο προηγούμενο κεφάλαιο. Σε αυτό το στάδιο επιχειρήθηκαν επαναλαμβανόμενες αναγνώσεις, προκειμένου να καταγραφούν κάποιες αρχικές σκέψεις ώστε να επιλεγούν στη συνέχεια τα καταλληλότερα μεθοδολογικά εργαλεία σύμφωνα με τους επιδιωκόμενους σκοπούς της παρούσας μελέτης και τη φύση του δείγματος. Για το εύρος και το είδος του τελευταίου, σε συνδυασμό με τα κύρια ερωτήματα όπως περιγράφηκαν παραπάνω, προκρίθηκε η θεματική ανάλυση ως η πλέον ενδεδειγμένη μέθοδος. Πρόκειται για μια μέθοδο εντοπισμού, ανάλυσης και αναφοράς των διαφόρων θεμάτων που προκύπτουν μέσα από τα δεδομένα, χρησιμοποιώντας κατά βάση ποιοτικές προσεγγίσεις και, σε μικρότερο βαθμό, ποσοτικές.

Η θεματική-εννοιολογική ανάλυση προκρίθηκε ως ενδεδειγμένη μέθοδος, αφού επιτρέπει την αναζήτηση σε ένα κείμενο συγκεκριμένων λέξεων ή φράσεων καθώς και την αναγνώριση εννοιών ή λόγων (discourse) προσδιοριστικών και επεξηγηματικών των ερευνητικών ερωτημάτων που τέθηκαν. Η ποικιλία των προσεγγίσεων, η πολυπλοκότητα της ανθρώπινης σκέψης και της γλώσσας των κειμένων, η ανάγκη εξέτασης των κειμένων λαμβάνοντας υπόψη το χρονικό, ιστορικό/πολιτισμικό πλαίσιο εντός του οποίου αναπτύχθηκαν, η ανάγκη διαρκούς εγγύτητας με το κείμενο κατά τη διάρκεια της κατηγοριοποίησης και της παρακολούθησης/καταγραφής των αλληλοσυσχετισμών/αλληλεπιδράσεων μεταξύ των κατηγοριών, τόσο για τα κείμενα του δημοσιογραφικού όσο και του επιστημονικού λόγου, αποτέλεσαν τους κύριους λόγους για την επιλογή της προαναφερθείσας μεθοδολογικής προσέγγισης για το σύνολο των κειμένων του corpus της ανά χείρας μελέτης. Η ερευνητική διαδικασία (από τη συλλογή του υλικού έως την επεξεργασία και την εξαγωγή συμπερασμάτων) τόσο για τα κείμενα του επιστημονικού

λόγου όσο και για τα κείμενα του δημοσιογραφικού/μηντιακού λόγου προσιδιάζει στην εμπειρική έρευνα (empirical research) και πραγματοποιήθηκε δίχως τη χρήση τεχνολογιών εξόρυξης δεδομένων (data mining) ή άλλων εφαρμογών που θα ταίριαζαν σε μια λεξικομετρική προσέγγιση (ποσοτική ανάλυση). Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν να δοθεί έμφαση στο επιχείρημα και τον συλλογισμό (discursive analysis) κάθε κειμένου (δημοσιογραφικού ή επιστημονικού λόγου). Σε αυτό το πλαίσιο η ερευνητική διαδικασία πραγματοποιήθηκε χειροκίνητα (manually). Για τον περιορισμό περιπτώσεων υποκειμενισμού και του κινδύνου λαθών, το δείγμα κατηγοριοποιήθηκε από δύο διαφορετικούς ερευνητές.

Την επιλογή της μεθόδου ακολούθησε η διαμόρφωση των βασικών κατηγοριών των δεδομένων, βάσει των οποίων μελετήθηκαν στη συνέχεια τα κείμενα. Για την πληρέστερη επεξεργασία των κειμένων και την εξαγωγή συμπερασμάτων επιχειρήθηκε η κωδικοποίηση των δεδομένων με συστηματικό τρόπο.

Μία από τις στρατηγικές επιλογές στις οποίες καλείται να ανταποκριθεί ένας ερευνητής σε αυτό το στάδιο της διαδικασίας είναι η επιλογή ανάμεσα σε «αποκλειστικούς» και «πολλαπλούς τύπους κωδικοποίησης». Στην πρώτη περίπτωση περιλαμβάνονται αποκλειστικά δεδομένα που αναφέρονται μόνο σε μία κατηγορία και στη δεύτερη πολλαπλά δεδομένα, που μπορούν να αφορούν πολλαπλές κατηγορίες. Για την παρούσα μελέτη, στο δίλημμα αυτό προκρίθηκε η πρώτη επιλογή.

Η κωδικοποίηση των δεδομένων αποτελεί ένα κρίσιμο στάδιο στο εγχείρημα της έρευνας, μια δυναμική και δημιουργική διαδικασία. Βασική λειτουργία της κωδικοποίησης αποτελεί η ανάπτυξη κατηγοριών, ο προσδιορισμός του περιεχομένου τους και η ανάδειξη τυχόν μεταξύ τους σχέσεων. Στο αμέσως επόμενο στάδιο, τα κείμενα εξετάζονται υπό το πρίσμα των συγκεκριμένων κατηγοριών και τα δεδομένα που προκύπτουν καταγράφονται σε κάθε μία από αυτές. Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται αναλυτικά οι κατηγορίες που διαμορφώθηκαν, ενώ στη συνέχεια παρατίθενται και οι σχετικές με την ανάλυσή τους παρατηρήσεις.

Σημειώνεται ότι στην ανάλυση περιεχομένου, παρότι πρόκειται για μια μέθοδο ποιοτικής φύσης, η συστηματική κωδικοποίηση των δεδομένων του γραπτού λόγου επιτρέπει την ποσοτικοποίηση των ευρημάτων, των ιδιαίτερων γνωρισμάτων δηλαδή, που εμφανίζονται στα κείμενα. Το χαρακτηριστικό αυτό επιτρέπει μέσω των ποσοτικών δεδομένων να αναδειχθούν κατά το στάδιο της ανάλυσης συσχετίσεις και αποκλίσεις. Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, τα ποσοτικά στοιχεία που σχετίζονται με τα κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα και παρουσιάζονται στο κεφάλαιο αυτό, αντιπαραβάλλονται και συγκρίνονται με τα ανάλογα στοιχεία που εξήχθησαν κατά την αντίστοιχη διαδικασία που πραγματοποιήθηκε για τα κείμενα του Τύπου.

Μετά το τέλος της ταξινόμησης, τα κείμενα που αξιοποιήθηκαν βρέθηκαν κατά κάποιον τρόπο αποδιαρθρωμένα σε μια σειρά άνισων «στηλών» (από λέξεις, φράσεις κ.λπ.), από τις οποίες αναδείχθηκαν τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά στοιχεία. Στη

συνέχεια, οι κατηγορίες επανεξετάστηκαν υπό το φως των ευρημάτων και επιδιώχθηκαν οι συνδυαστικές ερμηνείες τους.

Στις παραγράφους που ακολουθούν καταγράφονται αρχικά οι περιορισμοί που τέθηκαν για τη διεκπεραίωση της συγκεκριμένης έρευνας και οι δυσκολίες που ανέκυψαν κατά τη διάρκειά της ενώ, αμέσως μετά, παρουσιάζονται αναλυτικά και σχολιάζονται τα σχετικά ευρήματα. Οι δυσκολίες που καλείται να αντιμετωπίσει ένας ερευνητής που αξιοποιεί ποιοτικές μεθόδους και ειδικότερα τεχνικές όπως αυτή της ανάλυσης περιεχομένου, σχετίζονται αφενός με τη φύση του υλικού που επεξεργάζεται, αφετέρου με τη διαδικασία συγκρότησης των κατηγοριών για την ταξινόμηση του αναλυόμενου υλικού που θα επιτρέψει σε επόμενο στάδιο την ανάλυσή τους.

Αναφορικά με την πρώτη περίπτωση σημειώνεται ότι η ανάλυση περιεχομένου ως μέθοδος ανάλυσης δεδομένων στον τομέα των κοινωνικών επιστημών, ασχολείται λιγότερο με το ύφος του κειμένου και περισσότερο με τις εκφραζόμενες σε αυτό ιδέες και τα νοήματα. Υπό αυτό το πρίσμα, οι ιδέες εκφράζονται με λέξεις. Ωστόσο, οι αναλυόμενες ενότητες δεν είναι πάντοτε μεμονωμένες λέξεις. Ένα πρώτο σημείο δυσκολίας αναφορικά με την εφαρμογή της συγκεκριμένης μεθόδου στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας εδράζεται σε αυτό το χαρακτηριστικό. Οι κατηγορίες που περιλαμβάνουν δεδομένα που καταγράφονται σε μεμονωμένες λέξεις ή μικρές φράσεις (π.χ. προσδιορισμός όρων που επιστρατεύονται για τον προσδιορισμό του νέου κινηματογραφικού φαινομένου) τυγχάνουν ευκολότερης επεξεργασίας, καθώς στηρίζονται σε λεξιλογική ανάλυση. Αντίθετα, για την προσέγγιση εννοιών η ανάλυση εστιάζει σε νοήματα ή θέματα που ανακαλούνται αναφορικά με το αντικείμενο μελέτης από τον ερευνητή, διαδικασία κατά την οποία δύναται να υπεισέλθει το υποκειμενικό κριτήριο αξιολόγησης. Προκειμένου να ξεπεραστεί αυτή η περίπτωση πραγματοποιήθηκε δειγματοληπτικός έλεγχος ποιοτικής ανάλυσης, διαδικασία απαραίτητη άλλωστε, για τη διασφάλιση της ποιότητας κάθε ερευνητικής διαδικασίας. Οι επαληθεύσεις είναι απαραίτητες για τη διαπίστωση της εγκυρότητας και της πιστότητας των κατηγοριών, γιατί είναι ουσιώδες η ταξινόμηση να γίνεται αντικειμενικά, δηλαδή να μην εξαρτάται από τον προσωπικό συντελεστή εκείνου ο οποίος προβαίνει στην ταξινόμηση.

Το δεύτερο κρίσιμο ζήτημα στη διαδικασία της έρευνας είναι η διατύπωση των κατηγοριών. Η ίδια η διαδικασία συγκρότησης των κατηγοριών για την ταξινόμηση των στοιχείων του αναλυόμενου υλικού αποτέλεσε μια δύσκολη διαδικασία, ειδικά αν αναλογιστεί κανείς ότι σε ορισμένες περιπτώσεις κάποια δεδομένα ήταν δύσκολο να ενταχθούν αποκλειστικά σε μία κατηγορία. Τηρώντας τη διαδικασία αποκλειστικής κωδικοποίησης επελέγη η κατάταξή τους στην κατηγορία που αφενός απέδιδε πληρέστερα την προσέγγιση του συγγραφέα, αφετέρου ανταποκρινόταν καλύτερα στα ερωτήματα της μελέτης. Σε κάθε περίπτωση, η δυνατότητα «συνδυαστικής ανάγνωσης» των κατηγοριών επιτρέπει την εξαγωγή ωφέλιμων συμπερασμάτων, υπερνικώντας τα σχετικά εμπόδια.

*Κατηγοριοποίηση – Κωδικοποίηση δεδομένων*

Η διάκριση σε κατηγορίες αποτελεί τρόπον τινά την πεμπτουςία της ανάλυσης περιεχομένου, καθώς το σύστημα των κατηγοριών χρησιμεύει ως πλαίσιο για τη διαλογή των αναλυτέων δεδομένων. Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν η διαμόρφωση διακριτών κατηγοριών προκειμένου να διασφαλιστεί η εγκυρότητα της έρευνας. Κατ' επέκταση, και εφαρμόζοντας την ποιοτική μέθοδο της θεματικής ανάλυσης στα υπό εξέταση κείμενα, διαμορφώθηκαν οι μακρο-θεματικές και οι μικρο-θεματικές κατηγορίες που διευκολύνουν τη διερεύνηση των επιμέρους ζητημάτων που απασχολούν τους συγγραφείς σε σχέση με το Νέο Κύμα, αλλά και τους τρόπους με τους οποίους τα προσεγγίζουν.

Σε αυτό το πλαίσιο, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο σκοπός της έρευνας, να προσεγγιστεί, δηλαδή, ο τρόπος με τον οποίο συζητείται, περιγράφεται ή/και αναλύεται το νεότερο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου σε κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα, δημιουργήθηκαν τρεις γενικές μακρο-θεματικές κατηγορίες:

- A) Κύριο θέμα κειμένου,
- B) Προσδιορισμός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο,
- Γ) Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

Για την πληρέστερη καταγραφή οι δύο τελευταίες περιλαμβάνουν ορισμένες μικρο-θεματικές κατηγορίες όπως αποτυπώνονται συνοπτικά στον πίνακα 7 που ακολουθεί:

**Πίνακας 7: Κατηγοριοποίηση δεδομένων**

A/A	Μακρο- θεματική κατηγορία	Μικρο-θεματικές κατηγορίες
A)	<b>Κύριο Θέμα Κειμένου</b>	
B)	<b>Προσδιορισμός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου</li> <li>• Ταινίες του Νέου Κύματος</li> <li>• Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος</li> <li>• Θεματολογία, αφήγηση και αισθητική</li> <li>• Σχολιασμός Τύπου</li> <li>• Αναφορές σε φεστιβάλ</li> </ul>
Γ)	<b>Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Είδος προσέγγισης /είδος ανάλυσης</li> <li>• Σύνδεση με άλλα κινηματογραφικά κινήματα</li> <li>• Σύνδεση με το γενικό πολιτικο-κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον / Το «Νέο Κύμα» / «weird wave» ως συγκεκριμένο</li> </ul>

A) Κύριο θέμα κειμένου

Στην κατηγορία αυτή επιχειρείται καταρχήν να αποσαφηνιστεί πόσα από τα κείμενα του δείγματος αναφέρονται αποκλειστικά στο νέο κινηματογραφικό φαινόμενο και

πόσα περιέχουν μόνο περιορισμένης έκτασης αναφορές σε αυτό. Η κατηγορία αυτή κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθεί, καθώς στο στάδιο της πρώτης θεώρησης των κειμένων που τελικώς επελέγησαν στο δείγμα διαπιστώθηκε ότι η προσέγγιση του Νέου Κύματος (ή συγκεκριμένων ταινιών αυτού) δεν αποτελεί πάντοτε το κυρίαρχο ζήτημα το οποίο πραγματεύονται οι συγγραφείς. Μέσω δε των αποτελεσμάτων αυτής της κατηγορίας διερευνάται αν το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο θεωρείται από τους μελετητές δεδομένο και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό που μπορεί ενίοτε να αποτελεί και το (κινηματογραφικό) περιβάλλον εντός του οποίου ή στο περιθώριο του οποίου αναπτύσσονται άλλες δράσεις ή γεγονότα.

Β) Προσδιορισμός «Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο»<sup>34</sup>

Η δεύτερη μακρο-κατηγορία εστιάζει στο πώς και με ποια κριτήρια προσδιορίζουν το φαινόμενο οι συγγραφείς των κειμένων. Στο πλαίσιο αυτής καταγράφονται οι όροι που χρησιμοποιούν οι συγγραφείς, προκειμένου να περιγράψουν το φαινόμενο, οι κυριότεροι εκπρόσωποί του και οι ταινίες που εντάσσονται σε αυτό. Τα παραπάνω αποτυπώνονται στις εξής μικρο-κατηγορίες:

- Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου

Εντοπίζονται οι λέξεις ή και οι φράσεις που χρησιμοποιούν οι συγγραφείς προκειμένου να περιγράψουν συνοπτικά το νέο φαινόμενο. Το πώς το ονομάζουν όταν αναφέρονται σε αυτό αποτελεί το κύριο ζητούμενο αυτής της κατηγορίας. Τα ευρήματα καταγράφονται και επιχειρείται η ποσοτικοποίησή τους.

- Ταινίες του Νέου Κύματος

Ποιες ταινίες συμπεριλαμβάνουν οι συγγραφείς στο αναδυόμενο Κύμα; Σε αυτή την κατηγορία καταγράφονται οι τίτλοι των ταινιών που οι συγγραφείς των κειμένων συζητούν και σχολιάζουν ως εμπόδια στο Νέο Κύμα.

- Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος

Καταγραφή των προσώπων που θεωρούνται από τους συγγραφείς ως οι κύριοι εκφραστές του ρεύματος αυτού.

Παράλληλα, σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται και οι παρακάτω αναφερόμενες μικρο-κατηγορίες, που συντελούν στο να αναδυθούν τα βασικά χαρακτηριστικά του Νέου Κύματος αλλά και στοιχεία του περιεχομένου που αποδίδουν οι συγγραφείς στην έννοια της «παραδοξότητας» (του «weird») που συνοδεύει συχνά τις αναλύσεις για το Νέο Κύμα.

34. Πρόκειται επί της ουσίας για τη βασική διάκριση κατηγοριών που αναφέρονται στο «τί λέγεται» και σε εκείνες που αναφέρονται στο «πώς λέγεται», την οποία προτείνει ο Berelson (1971, σελ. 119-126).

- Θεματολογία, αφήγηση και αισθητική

Σχετίζεται με αναφορές στο σενάριο ή την ανάλυση χαρακτήρων ταινιών καθώς και στα κύρια θέματα που αναδεικνύονται στις ταινίες. Επίσης, καταγράφονται αναφορές στην ερμηνεία των ηθοποιών, τα τεχνικά στοιχεία των ταινιών (π.χ. φωτογραφία, φωτισμός, μοντάζ κ.λπ.).

- Σχολιασμός του Τύπου

Σε αυτή την κατηγορία καταγράφεται αν υπάρχει σχολιασμός του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζει ο Τύπος και οι κριτικοί το Νέο Κύμα, ενώ σημειώνεται ιδιαίτερα η αναφορά στον δημοσιογράφο της εφημερίδας *The Guardian* Steve Rose. Η κατηγορία αυτή κρίθηκε σκόπιμο να ενταχθεί στην ανάλυση, καθώς είναι χρήσιμη αφενός για να αποτυπωθεί εάν οι μελετητές και ερευνητές γνωρίζουν ή/και λαμβάνουν υπόψη τους τις κινηματογραφικές κρίσεις και κριτικές των συντακτών, αφετέρου προκειμένου να επιχειρηθούν χρήσιμες συσχετίσεις και παρατηρήσεις για το Νέο Κύμα, λαμβάνοντας υπόψη την εξέταση τόσο των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα όσο και αυτών του δημοσιογραφικού λόγου στο πλαίσιο των συμπερασμάτων της παρούσας μελέτης.

- Αναφορές σε φεστιβάλ

Περιλαμβάνονται αναφορές και σχόλια για τα διεθνή κινηματογραφικά φεστιβάλ στα οποία συμμετείχαν/διαγωνίστηκαν ταινίες του Νέου Κύματος, ενώ καταγράφονται και τυχόν συγκρίσεις με παλαιότερες ελληνικές συμμετοχές.

Η αποσαφήνιση των χαρακτηριστικών που κατά τους συγγραφείς «φέρουν» οι ταινίες του Νέου Κύματος παρουσίασε περιπλοκές, καθώς κάθε συγγραφέας αφορμάται από διαφορετική σκοπιά, και επιχειρεί έναν διαφορετικό τρόπο προσέγγισης.

### Γ) Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας «Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό Κινηματογράφο»

Στην τρίτη μακρο-κατηγορία εμπεριέχονται στοιχεία για το είδος προσέγγισης/ανάλυσης καθώς και το θεωρητικό πλαίσιο που επιλέγουν οι συγγραφείς προκειμένου να περιγράψουν και να προσδιορίσουν το Νέο Κύμα. Παράλληλα επιχειρείται μια καταγραφή των κυριότερων εξωγενών (εξω-φιλμικών) παραγόντων που εκτιμούν οι συγγραφείς ότι συντέλεσαν άμεσα ή έμμεσα στη διαμόρφωση και την εδραίωση του Νέου Κύματος, καθώς και η σχέση του τελευταίου με κινηματογραφίες ή ανάλογα κινήματα που έχουν εκδηλωθεί σε άλλες χώρες.

- Είδος προσέγγισης / είδος ανάλυσης

Ποιους τρόπους υιοθετούν οι συγγραφείς προκειμένου να ερμηνεύσουν ή να αιτιολογήσουν το νέο φαινόμενο; Η συγκεκριμένη κατηγορία επιχειρεί να απαντήσει σε αυτό το ερώτημα καταγράφοντας το είδος προσέγγισης/ανάλυσης καθώς και το θεωρητικό

πλαίσιο που επιλέγουν οι συγγραφείς προκειμένου να περιγράψουν και να προσδιορίσουν το Νέο Κύμα.

- Σύνδεση με άλλα κινηματογραφικά κινήματα

Ποια η σχέση του Νέου Κύματος με κινηματογραφικά κινήματα που αναπτύχθηκαν σε χώρες του εξωτερικού; Πώς προσδιορίζεται το νέο φαινόμενο σε σχέση με ανάλογες τάσεις που αναδύθηκαν στην κινηματογραφική παραγωγή; Η κατηγορία αυτή επιδιώκει να εντοπίσει και να καταγράψει τυχόν συσχετισμούς που σχολιάζουν οι συγγραφείς ανάμεσα στο πρόσφατο ελληνικό φαινόμενο και σε ρεύματα ή τάσεις που καταγράφηκαν στην ιστορία του κινηματογράφου κατά τον τελευταίο αιώνα.

- Σύνδεση με το γενικό πολιτικο-κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον/Το «Νέο Κύμα» ως συγκεκριμένο πλαίσιο

Στο πλαίσιο αυτής της κατηγορίας καταγράφονται στοιχεία που υποδηλώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι συγγραφείς «τοποθετούν» το «παράξενο κύμα» εντός του σύγχρονου πολιτικού, κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντος. Ειδικότερα εντοπίζονται εξωγενείς παράγοντες που, κατά τους συγγραφείς, επέδρασαν στη διαδικασία σχηματισμού του νέου φαινομένου. Ταυτόχρονα δε καταγράφονται στοιχεία που καταδεικνύουν το Νέο Κύμα ως το δεδομένο πλαίσιο στο περιθώριο του οποίου αναπτύσσονται άλλες δράσεις, αλλά και ως παράγοντα που τροφοδοτεί τη συζήτηση για την περαιτέρω εξέλιξη όχι μόνο του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου αλλά και της επιστημονικής έρευνας σχετικά με τη σύγχρονη κινηματογραφική παραγωγή.

Τέλος, επισημαίνεται στο σημείο αυτό ότι ορισμένες κατηγορίες εμφανίζουν κοινό χαρακτήρα με αυτές των κειμένων του τύπου, όπως επισημαίνεται και στο επόμενο σχετικό κεφάλαιο. Πρόκειται για μια σκόπιμη ενέργεια, καθώς αφενός διαπραγματεύονται ως ένα βαθμό κοινά θέματα, αφετέρου συντελούν ώστε να υπάρξει μια στέρεη βάση εντοπισμού συγκλίσεων των δύο λόγων και, συνακόλουθα, των τάσεων των συγγραφέων τους.

### **3.2 Περιγράφοντας το Νέο Κύμα: ερευνητικές κατευθύνσεις και εννοιοδοτήσεις**

Οι ολοένα αυξανόμενες τα τελευταία χρόνια αναφορές των δημοσιογράφων και ειδικότερα των κριτικών κινηματογράφου στις φεστιβαλικές επιτυχίες του Νέου Κύματος αλλά και στο περιεχόμενο και τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου, τροφοδοτούν την πολιτιστική ατζέντα σε διεθνές επίπεδο και συνακόλουθα τον δημόσιο διάλογο. Η αναπαραγωγή του κινηματογραφικού λόγου όπως δημοσιεύτηκε σε υψηλής κυκλοφορίας εφημερίδες, η αποδιδόμενη «παραδοξότητα» («weirdness»)

καθώς και τα συχνά εύκολα υποτιθέμενα κοινά χαρακτηριστικά του Νέου Κύματος αποτελούν ίσως το πλέον ιδανικό σημείο αφετηρίας για την ενασχόληση με το φαινόμενο αυτό σε επιστημονικό επίπεδο (Nikolaΐδου, 2014). Υπό αυτό το πρίσμα, οι ασχολούμενοι με τις κινηματογραφικές σπουδές, την επικοινωνία και τον πολιτισμό, δύνανται να σταθούν κριτικά απέναντι στο φαινόμενο και, αντλώντας εργαλεία από το θεωρητικό και μεθοδολογικό τους οπλοστάσιο, να συνεισφέρουν με τις δικές τους προσεγγίσεις στον επιστημονικό και τον δημόσιο (διά)λογο.

Παρά το γεγονός ότι, όπως επισημαίνεται από τους Chalkou (2012) και Lykidis (2015), σημάδια που προοικονομούσαν τη μετάβαση της εγχώριας κινηματογραφίας σε μια περίοδο ιδιαίτερης δημιουργικότητας και ανανέωσης υπήρχαν ήδη από τις αρχές του αιώνα, ήταν οι διεθνείς επιτυχίες των ταινιών *Στρέλλα*, *Κυνόδοντας* και *Ακαδημία Πλάτωνος*, το 2009, που αποτέλεσαν το έναυσμα προκειμένου να αναγνωριστεί από τους ειδικούς της κινηματογραφικής τέχνης στην Ελλάδα αυτή η αλλαγή. Η ταινία *Attenberg* της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη αποτέλεσε την ουσιαστική συνέχεια, δίνοντας την απαραίτητη βάση αρχικά στους κριτικούς κινηματογράφου και στη συνέχεια στην επιστημονική κοινότητα να κάνει λόγο για την ύπαρξη μιας ομάδας καλλιτεχνών με κοινές αφετηρίες, αισθητική, αλλά και κοινά προβλήματα, όπως για παράδειγμα αυτό της χρηματοδότησης των ταινιών τους, μεσοσύσης μιας πρωτοφανούς οικονομικής κρίσης.

Καταγράφοντας και μελετώντας το προφίλ των συγγραφέων των επιστημονικών κειμένων που επέλεξαν να απασχοληθούν αμέσως ή εμμέσως με τη νέα γενιά σκηνοθετών και το Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, διαπιστώνεται ότι οι περισσότεροι εξ αυτών είναι έλληνες ερευνητές που βρίσκονται στην αρχή της σταδιοδρομίας τους κατά τη χρονική περίοδο της συγγραφής των υπό μελέτη κειμένων. Πιο συγκεκριμένα, από τους συνολικά τριάντα εννέα (39) συγγραφείς που υπογράφουν τα κείμενα, οι είκοσι επτά (27) είναι ελληνικής/κυπριακής καταγωγής. Εστιάζοντας στις ιδιότητές τους και τη διασύνδεση με πανεπιστημιακούς φορείς (*affiliation*), όπως οι ίδιοι τις παραθέτουν υπογράφοντας τα κείμενα που αποτελούν το corpus της παρούσας μελέτης, παρατηρήθηκε ότι μόλις έξι (6) εξ αυτών κατέχουν πανεπιστημιακή έδρα (ανεξαρτήτως βαθμίδας) σε πανεπιστήμιο της Ελλάδας ή του εξωτερικού και επέλεξαν να εντάξουν στα ερευνητικά τους ενδιαφέροντα το Νέο Κύμα. Αντιθέτως, οι υπόλοιποι έχουν ως επί το πλείστον ολοκληρώσει τη διδακτορική τους διατριβή και είτε εργάζονται σε πανεπιστημιακό-ερευνητικό περιβάλλον στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, είτε δρουν ως ανεξάρτητοι ερευνητές (αναλυτικότερα στοιχεία παρουσιάζονται στον Πίνακα 8).



Πίνακας 8: Συγγραφείς επιστημονικών δημοσιεύσεων

Συγγραφείς	Πανεπιστήμια	
	Εξωτερικού	Ελλάδας
<b>Ελληνικής/Κυπριακής καταγωγής</b>		
Καθηγητές/τριες (ανεξαρτήτως βαθμίδας)	5	1
Διδάσκοντες/ουσες	5	1
Μεταδιδακτορικοί/ές ερευνητές/τριες	1	0
Διδάκτορες πανεπιστημίων	4	0
Ανεξάρτητοι/ες ερευνητές/τριες (κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος)	0	2
Υποψήφιοι/ες διδάκτορες	4	1
Μεταπτυχιακοί/ές ερευνητές/τριες	2	1
<b>Άλλων Εθνικότητας</b>		
Καθηγητές/τριες (ανεξαρτήτως βαθμίδας)	5	0
Διδάσκοντες/ουσες	2	0
Μεταπτυχιακοί/ές ερευνητές/τριες	2	0

Καταγράφοντας τα πανεπιστήμια όπου εκπόνησαν τη διδακτορική τους διατριβή ή εργάζονταν κατά τη συγγραφή/υποβολή προς δημοσίευση των υπό ανάλυση κειμένων τους οι συγκεκριμένοι συγγραφείς, παρατηρείται ότι πρόκειται κυρίως για πανεπιστήμια της Ευρώπης (σε ποσοστό 77,27%), πανεπιστήμια των ΗΠΑ (13,63%) και πανεπιστήμια της Αυστραλίας (9,09%). Ειδικότερα στην Ευρώπη, τα πανεπιστήμια του Ηνωμένου Βασιλείου υπήρξαν ανέκαθεν μία από τις συχνές επιλογές των ελλήνων σπουδαστών, γεγονός που επιβεβαιώθηκε και από την παρούσα μελέτη. Περίπου ένας στους δύο συγγραφείς ελληνικής/κυπριακής καταγωγής έχει πραγματοποιήσει τις ανώτατες σπουδές του στη συγκεκριμένη χώρα. Τη δεύτερη θέση στα ευρήματα της συγκεκριμένης ανάλυσης κατέχει η Ελλάδα με ποσοστό 23,50% και ακολουθούν η Σουηδία με ποσοστό 17,64% και έπονται, με μικρότερα ποσοστά, η Γαλλία και η Ολλανδία.

Από τους συνολικά τριάντα εννέα (39) συγγραφείς που υπογράφουν τα κείμενα, μόλις δώδεκα (12) είναι μη ελληνικής καταγωγής (Πίνακας 8). Από αυτούς πέντε είναι καθηγητές (ανεξαρτήτως βαθμίδας) σε πανεπιστήμια του εξωτερικού (δύο (2) στις ΗΠΑ, ένας (1) στην Τουρκία, ένας (1) στη Σουηδία και ένας (1) στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενώ οι υπόλοιποι βρίσκονται είτε σε πρώιμο στάδιο της πανεπιστημιακής τους καριέρας (δύο) είτε σε πρώιμο στάδιο των σπουδών τους (δύο). Σημειώνεται ότι σε τρεις (3) από τους

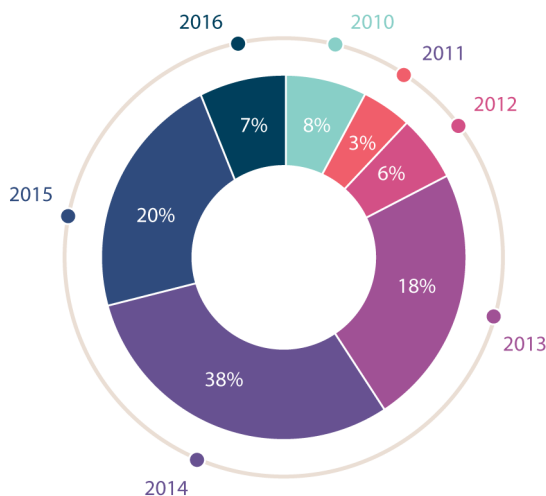
συγγραφείς μη ελληνικής καταγωγής, η ιδιότητά τους είτε δεν προσδιορίζεται καθόλου, είτε συνδέεται με την εργασιακή τους εμπειρία, είτε συνδέεται με πρόσφατο συγγραφικό τους πόνημα δίχως αναφορά στις σπουδές ή την πανεπιστημιακή πορεία.

Από τα παραπάνω ευρήματα γίνεται φανερό ότι υπάρχει ένα ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους νεότερους πανεπιστημιακούς να προσεγγίσουν και να ερμηνεύσουν σύγχρονες τάσεις του ελληνικού κινηματογράφου. Παρότι θα χρειαζόταν μια πιο διεξοδική έρευνα για ασφαλέστερα συμπεράσματα, δε θα ήταν ίσως άστοχο να σημειωθεί ότι αρκετοί από τους νέους αυτούς πανεπιστημιακούς και ερευνητές ανήκουν εν πολλοίς στην ίδια ηλικιακή ομάδα με τους σύγχρονους κινηματογραφιστές και κύριους εκφραστές του Νέου Κύματος. Συγγραφείς, σκηνοθέτες, αλλά ενδεχομένως και σεναριογράφοι και άλλοι συντελεστές των ταινιών αυτών μοιράζονται κοινές καταβολές, ανάλογη παιδεία και ερεθίσματα λόγω της καταγωγής ή/και των βιωμάτων τους. Ενδέχεται δε ορισμένοι εξ αυτών να βρίσκονται σε διαλεκτική επικοινωνία μεταξύ τους. Όλα τα ανωτέρω εφοδιάζουν τους συγγραφείς με πρόσθετες πληροφορίες και αφορμές για περαιτέρω διερεύνηση του φαινομένου.

Οι συγγραφείς που ερεύνησαν τις πρόσφατες δημιουργίες των κινηματογραφιστών του Νέου Κύματος αφορμώνται από διαφορετικές σκοπιές και κύρια γνωστικά αντικείμενα, γεγονός που αναδεικνύει για μια ακόμα φορά την ανάγκη αλλά και την ουσιαστική συνεισφορά διεπιστημονικών προσεγγίσεων στην ανάλυση των κινηματογραφικών φαινομένων. Το έργο των περισσότερων συγγραφέων, τα κείμενα των οποίων συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα για την παρούσα μελέτη, περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο μελέτες και δημοσιεύσεις που αφορούν τις κινηματογραφικές σπουδές, ενώ το γνωσιακό υπόβαθρο άλλων σχετίζεται με τα μέσα επικοινωνίας/ενημέρωσης εν γένει, την τηλεόραση, τη δημοσιογραφία, τη λογοτεχνία, τη μετάφραση, την ιστορία, την κοινωνική ανθρωπολογία, τη νομική επιστήμη και τις σπουδές φύλου. Το Νέο Κύμα πυροδοτεί ένα νέο ενδιαφέρον για τη σύγχρονη παραγωγή σε επιστημονικό επίπεδο και προσφέρει αφορμές ώστε να πραγματοποιηθούν μελέτες που δεν αντιμετωπίζουν (αποκλειστικά) τον ελληνικό κινηματογράφο από τη σκοπιά του «εθνικού κινηματογράφου» («national cinema»), αλλά αναδεικνύουν διαφορετικές προσεγγίσεις που αφορούν τη μοναδικότητά του από άποψη περιεχομένου, είδους, λειτουργίας, ανάπτυξης και συνολικής κινηματογραφικής παραγωγής (Papadimitriou, 2009, σελ.73).

Επισημαίνεται ότι η υστερόχρονη σε σχέση με τους δημοσιογράφους ανάλυση του νέου φαινομένου από μελετητές, η οποία δικαιολογείται από τη φύση της έρευνας και τις διαδικασίες δημοσίευσης ενός συγγράμματος ή άρθρου, αποτυπώνεται και στο συλλεχθέν για την παρούσα έρευνα υλικό. Όπως διαφαίνεται και στο σχετικό διάγραμμα (βλ. Διάγραμμα 2), ο κύριος όγκος των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα ανιχνεύεται στη διετία 2013-2014.

Διάγραμμα 2: Ποσοστό κειμένων επιστημονικού λόγου ανά έτος δημοσίευσης



Η χρονική απόσταση μάλιστα επιτρέπει και την παρακολούθηση του μηντιακού λόγου, ο οποίος έχει «παρεισφρήσει» στον επιστημονικό και συγκεκριμένα στο 30% των κειμένων, διά αναφορών -κυρίως περιορισμένης έκτασης- που σχετίζονται κατά βάση με κριτικές ταινιών ή γενικές θεωρήσεις για το Νέο Κύμα συνολικά. Αδιαμφισβήτητος κυρίαρχος στις σχετικές αναφορές αναδεικνύεται ο Steve Rose και το περίφημο άρθρο του περί του «παράξενου ελληνικού κύματος».<sup>35</sup>

35. Εξετάζοντας συμπληρωματικά προς τις προαναφερθείσες κατηγορίες τις αναφορές των συγγραφέων κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα σε κείμενα συναδέλφων τους, καθώς και σε κείμενα του δημοσιογραφικού/κριτικού λόγου που επίσης συμπεριλαμβάνονται στο corpus της παρούσας έρευνας, παρατηρείται η αδιαμφισβήτητη κυριαρχία του Steve Rose και του άρθρου του με τίτλο «Attenberg, Dogtooth and the weird wave of Greek cinema» στην εφημερίδα *The Guardian*. Δεύτερο σε αναφορές έρχεται ένα κείμενο του επιστημονικού λόγου και συγκεκριμένα το Chalkou, M. (2012). A new cinema of "emancipation": Tendencies of independence in Greek cinema of the 2000s. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 3(2), pp. 243-261.

### 3.2.1 Νέο Κύμα: θεματικός άξονας ή θεματικό πλαίσιο;

Τα κείμενα του δείγματος που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας ανέδειξαν δύο βασικές τάσεις: στην μία το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο αποτελεί το κυρίαρχο θέμα και στη δεύτερη περιλαμβάνεται ως έμμεση αναφορά.

Ένα στα δύο κείμενα μελετητών και ερευνητών που καταγράφονται αναφέρεται κατά άμεσο τρόπο στο Νέο Κύμα, αναδεικνύοντάς το σε κύριο θέμα του συγγραφικού πονήματος. Τα κείμενα άμεσης αναφοράς διακρίνονται σε αυτά που καταπιάνονται συνολικά με το Νέο Κύμα και σε αυτά που επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους (σχεδόν αποκλειστικά) σε συγκεκριμένες ταινίες (περιλαμβάνοντας, ωστόσο, ορισμένες γενικές αναφορές στο Νέο Κύμα).

Στα κείμενα των συγγραφέων όπου αποτυπώνεται κατά άμεσο τρόπο το καινούργιο φαινόμενο, το νέο ρεύμα τίθεται ως κύριο αντικείμενο της επιστημονικής ανάλυσης και προσδιορίζονται τα χαρακτηριστικά/τάσεις του, οι εκπρόσωποί του και οι ταινίες τους. Επιπλέον, συχνά περιλαμβάνονται αναφορές στη φεστιβαλική πορεία των έργων, ενώ σπανιότερα (όπως διαφαίνεται και από τη σχετική ενότητα στις επόμενες σελίδες) επιδιώκεται η (δια)σύνδεσή τους με τις ευρύτερες πολιτιστικές, θεσμικές, τεχνολογικές, οικονομικές και κοινωνικοπολιτικές αλλαγές των πρόσφατων χρόνων.

Στον αντίποδα των παραπάνω κειμένων βρίσκονται τα κείμενα που περιλαμβάνουν έμμεσες μόνο αναφορές στο Νέο Κύμα. Το τελευταίο, δηλαδή, δεν αποτελεί το κύριο θέμα του άρθρου, αλλά σχολιάζεται ή αναφέρεται παρεμπιπτόντως. Στους συγγραφείς αυτών των κειμένων διακρίνονται δύο τάσεις. Στην πρώτη περιλαμβάνονται κείμενα όπου θεωρείται δεδομένος ο χαρακτηρισμός «weird wave» και οι συντάκτες τους τον αναπαράγουν ως τον πλέον ευρέως χρησιμοποιούμενο όρο για την περιγραφή του Νέου Κύματος. Στη δεύτερη, απουσιάζει οποιαδήποτε ρητή αναφορά στο συγκεκριμένο ρεύμα. Οι συγγραφείς επιλέγουν συνήθως να χρησιμοποιούν έναν γενικότερο όρο (π.χ. «σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος», όπως σχολιάζεται διεξοδικότερα και στην ενότητα 3.2.2). Το περιεχόμενο, όμως, του όρου αυτού περιορίζεται και προσδιορίζεται από τις ταινίες που επιλέγουν να συζητήσουν ή τα πρόσωπα που σχολιάζουν στο πλαίσιο της περιορισμένης αναφοράς τους στη νέα κινηματογραφία. Κατ' αυτόν τον τρόπο γίνεται φανερό ότι δεν αναφέρονται στο σύνολο της σύγχρονης εγχώριας κινηματογραφίας, όπως ευθέως υποδηλώνει ο όρος, αλλά στις ταινίες που συναποτελούν το συχνά αποκαλούμενο «παράξενο» Νέο Κύμα του ελληνικού κινηματογράφου.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στο ένα τρίτο των κειμένων που περιλαμβάνουν έμμεσες αναφορές στο Νέο Κύμα, το τελευταίο εμφανίζεται ως το δεδομένο (κινηματογραφικό) περιβάλλον στο πλαίσιο ή στο περιθώριο του οποίου αναπτύσσονται άλλες δράσεις ή γεγονότα. Για παράδειγμα, κείμενα όπως κριτικές βιβλίων (το περιεχόμενο των οποίων δε σχετίζεται με το νέο φαινόμενο) και editorial περιοδικών που δημοσιεύτηκαν την ίδια χρονική περίοδο με την ανάδυση του Νέου Κύματος, τείνουν να εκλαμβάνουν ως δεδομένη την ύπαρξη, τη δυναμική και τη διεθνή απήχησή (αναγνωρισιμότητά) του.

### 3.2.2 Προσδιορισμός, χαρακτηριστικά και εκπρόσωποι Νέου Κύματος

*Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου*

Οι συγγραφείς των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα είναι επιφυλακτικοί απέναντι στη χρήση του όρου «greek weird wave» που χρησιμοποιήθηκε συχνά στον Τύπο για να περιγράψει το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο. Τόσο στα κείμενα προ του 2011 (χρονιά κατά την οποία δημοσίευσε το σχετικό άρθρο του ο κριτικός κινηματογράφου Steve Rose) όσο και στα μεταγενέστερα αυτού, επιλέγουν γενικούς όρους όπως «ελληνικός κινηματογράφος» (greek cinema) ή «σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος» (contemporary greek cinema). Στις περιπτώσεις αυτές γίνεται φανερό ότι οι συγκεκριμένοι γενικοί όροι δεν αναφέρονται συνολικά στις ταινίες που παράγονται τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα αλλά, αντίθετα, αφορούν τις ταινίες του ανεξάρτητου ελληνικού κινηματογράφου καθώς γίνεται ειδική, ονομαστική μνεία σε αυτές.

Στα κείμενα που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης παρατηρείται ότι οι συγγραφείς επιλέγουν ελαφρώς συχνότερα να χρησιμοποιήσουν τον ορισμό «παράξενο ελληνικό κύμα» («greek weird wave») προκειμένου να αναφερθούν, να ερμηνεύσουν ή να αναλύσουν το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο. Εξάλλου, δεν μπορεί να θεωρηθεί τυχαίο το γεγονός ότι επιλέγουν συχνά την τοποθέτηση εισαγωγικών κατά τη χρήση του όρου. Πιο συχνά επιλέγουν να τοποθετήσουν εντός εισαγωγικών ολόκληρη τη φράση ή να τη συνοδεύσουν με τη φράση «το λεγόμενο...» («the so called “weird wave” of Greek cinema»). Η χρήση των εισαγωγικών είναι μια βασική παράμετρος που δε θα πρέπει να αγνοηθεί. Ο σκοπός τοποθέτησης εντός εισαγωγικών της φράσης του St. Rose ενδέχεται να μην είναι μόνον ένας. Συχνά η τοποθέτηση εντός εισαγωγικών μιας φράσης υποδηλώνει την αυτούσια μεταφορά των λόγων ενός τρίτου προσώπου. Η περίπτωση αυτή παρέχει μια πειστική εξήγηση της χρήσης, ειδικά αν συνδυαστεί με τη φράση «το λεγόμενο ...», που τη συνδέει ευθέως με τον ονοματοδότη St. Rose.

Παράλληλα όμως η εκτεταμένη χρήση εισαγωγικών και ειδικότερα στις περιπτώσεις που τοποθετείται εντός αυτών μόνον η λέξη «weird» («παράξενο»), εμπεριέχει δύο ακόμα συνδηλώσεις: α) Στην πρώτη μεταφέρει και αξιοποιεί σχεδόν ως τίτλο τη συγκεκριμένη λέξη. Κατά συνέπεια, η χρήση της ανάλογα με τα συμφραζόμενα ενδέχεται να υποδηλώνει αποδοχή ή άρνηση του τίτλου. β) Στη δεύτερη εκφράζει τη δυσπιστία ή την επιφυλακτικότητα του συγγραφέα απέναντι στον όρο. Η ισχυρότερη, κάθε φορά, ερμηνεία προκύπτει από τα συμφραζόμενα του κειμένου και την προσέγγιση που υιοθετεί ο συγγραφέας για την ερμηνεία του Νέου Κύματος.

Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 9) παρατίθενται ποσοτικά στοιχεία αναφορικά με τη συχνότητα εμφάνισης των φράσεων που χρησιμοποιούν οι συγγραφείς των αγγλόγλωσσων κειμένων, στους οποίους αφορούν και οι παραπάνω παρατηρήσεις. Υπενθυμίζεται, εξάλλου, ότι τα αγγλόγλωσσα κείμενα αποτελούν τη συντριπτική πλειονότητα των κειμένων του δείγματος (ποσοστό 87%). Οι φράσεις έχουν ταξινομηθεί

με βάση τον κύριο προσδιοριστικό τους όρο. Κατ' αυτόν τον τρόπο σχηματίστηκαν έξι μεγάλα σύνολα φράσεων με κυρίαρχους τους εξής όρους:

- A) Κινηματογράφος γενικά:** αναφορές με άξονα τον όρο «κινηματογράφος», οι οποίες περιλαμβάνουν άλλοτε γεωγραφικό και άλλοτε χρονικό προσδιορισμό.
- B) Σκηνοθέτες:** περιλαμβάνονται γενικευτικές αναφορές περί «σύγχρονων σκηνοθετών» αλλά και αναφορές που υποδηλώνουν τάσεις ομαδοποίησής τους υπό το σχήμα μιας «γενιάς».
- Γ) Κύμα:** περιλαμβάνονται αναφορές με άξονα τον όρο «Κύμα» με τη φράση «Greek Weird Wave» να απαντάται συχνότερα από κάθε άλλη. Μόλις σε ποσοστό περίπου 20% απουσιάζει η αναφορά στην έννοια του «παράξενου», καθώς ο όρος ως επί το πλείστον συνοδεύεται από τη λέξη «weird». Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι σε ποσοστό 20% το «παράξενο κύμα» συνοδεύεται από τη φράση «το λεγόμενο...».
- Δ) Τάση:** περιλαμβάνονται αναφορές που αντιλαμβάνονται το νέο φαινόμενο ως τάση.
- Ε) Φιλμ/Ταινίες:** περιλαμβάνονται αναφορές που προσδιορίζουν το φαινόμενο με βάση το κινηματογραφικό προϊόν, την ταινία.
- ΣΤ) Άλλος προσδιορισμός:** περιλαμβάνονται φράσεις που δεν κατέστη δυνατό να ταξινομηθούν σε κάποια από τις παραπάνω κατηγορίες.

**Πίνακας 9: Περιγραφή Νέου Κύματος σε αγγλόγλωσσες επιστημονικές δημοσιεύσεις**

Αγγλόγλωσσα κείμενα		
Γενικός Προσδιορισμός	Χρησιμοποιούμενοι Όροι	Αριθμός Αναφορών
<b>Κινηματογράφος γενικά</b>	Contemporary Greek Cinema	5
	Greek cinema	4
	New Greek Cinema	3
	Contemporary Greek film cinema	1
	Emerging Greek cinema	1
<b>Σκηνοθέτες</b>	Contemporary Greek filmmakers	2
	New generation of young and talented Directors	1
	the Greek directors of the generation of the New Greek Cinema	1

## Αγγλόγλωσσα κείμενα

Γενικός Προσδιορισμός	Χρησιμοποιούμενοι Όροι	Αριθμός Αναφορών
<b>Κύμα</b>	Greek Weird Wave	7
	Greek weird wave	5
	weird wave of Greek cinema	4
	the so called «weird wave»	3
	the so called «weird wave» of Greek cinema	2
	«New Greek wave»	2
	New Greek wave	2
	the «weird» wave	2
	weird Greek cinema	1
	weird wave of Greek cinema	1
	Greek new wave cinema	1
	New Wave of Greek Cinema	1
	New Wave	1
	«Weird Wave»	1
	Weird wave	1
	Greek «weird» wave	1
	the so-called Greek Weird Wave	1
	sometimes called the Greek «Weird Wave»	1
	weird wave identity	1
	<b>Τάση</b>	New Greek Cinema and the much celebrated contemporary art-house trend
«new Greek current»		1
<b>Φιλμ /ταινίες</b>	contemporary art-house Greek films	3
	recent Greek films	2
	contemporary Greek films	1
	contemporary Greek «festival films» as a wave	1
<b>Άλλος προσδιορισμός</b>	cinema of «crisis»	1
	«weird» cycle	1

Στην περίπτωση των ελληνόγλωσσων κειμένων οι αναφορές είναι περιορισμένες και προσανατολισμένες κυρίως στον όρο «Κύμα» (Πίνακας 10).

Πίνακας 10: Περιγραφή Νέου Κύματος σε ελληνόγλωσσες επιστημονικές δημοσιεύσεις

Ελληνόγλωσσα Κείμενα		
Γενικός Προσδιορισμός	Χρησιμοποιούμενοι Όροι	Αριθμός Αναφορών
<b>Σκηνοθέτες</b>	νέα γενιά σκηνοθετών	1
	έλληνες σκηνοθέτες	1
<b>Κύμα</b>	Νέο Κύμα	1
	«νέο κύμα»	2
	«παράξενο ελληνικό κύμα»	1
	«σύγχρονο ελληνικό νέο κύμα»	1
<b>Άλλος προσδιορισμός</b>	ελληνικό art-house	1

Από τους παραπάνω πίνακες γίνεται αντιληπτό ότι η τοποθέτηση των συγγραφέων αποδεικνύεται μάλλον πιο προσεκτική κυρίως όσον αφορά στη χρήση/υιοθέτηση του «παράδοξου». Η Nikolaidou (2014, σελ. 21), όπως χαρακτηριστικά αναφέρει, προτιμά τον όρο «Ελληνικό Νέο Κύμα» καθώς, όπως υποστηρίζει, ο όρος «weird» έχει πολλές υποδηλώσεις και προωθεί έναν χαρακτηρισμό που χρειάζεται περαιτέρω ανάλυση και επεξήγηση. Σύμφωνα με τον Psaras (2016, σελ. 26), η χρήση του όρου «Νέο Κύμα» μπορεί να αποδειχθεί εξίσου προβληματική, καθώς ανακαλεί στη μνήμη και εγείρει συνειρμούς που σχετίζονται με άλλες κινηματογραφίες που άνθισαν σε όλον τον κόσμο, ειδικότερα την περίοδο μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο.

#### *Ταινίες του Νέου Κύματος*

Η ταινία χάρη στην οποία ο Γιώργος Λάνθιμος κέρδισε το βραβείο της επιτροπής του «Un Certain Regard» («Ένα κάποιο βλέμμα») στο 62<sup>ο</sup> Φεστιβάλ των Καννών αλλά και αναγνωρισιμότητα, αποτελεί ταυτόχρονα κατά τους συγγραφείς και την ταινία-ορόσημο για την έναρξη ή και τη σημασιολόγηση του Νέου Κύματος (Kourelou et al., 2014, σελ. 139- Paradiimitriou, 2014b) και τη ριζοσπαστική άφιξη στις κυρίαρχες οπτικές αναπαραστάσεις των τελευταίων ετών (Karalis, 2014). Ως δεύτερη σπουδαιότερη από άποψη αναφορών αναδεικνύεται η ταινία *Attenberg* της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη. Παράλληλα, ως ενδεικτικές της νέας γενιάς σκηνοθετών καταγράφονται οι ταινίες *Miss Violence* του Αλέξανδρου Αβρανά, *Στρέλλα* του Πάνου Κούτρα και *Μαχαιροβγάλτης* του Γιάννη Οικονομίδα (βλ. Πίνακα 11).



Πίνακας 11: Ταινίες Νέου Κύματος (αναφορές σε επιστημονικές δημοσιεύσεις)

Ταινίες	Αριθμός Αναφορών
Κυνόδοντας (Dogtooth)/ Γιώργος Λάνθιμος	29
Attenberg / Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	21
Άλπεις (Alps)/ Γιώργος Λάνθιμος	13
Στρέλλα (A Woman's Way)/ Πάνος Κούτρας	11
Miss Violence/ Αλέξανδρος Αβρανάς	10
Μαχαιοβγάλτης (Knifer)/ Γιάννης Οικονομίδης	10
Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά (The Eternal return of Antonis Paraskevas)/ Ελίνα Ψύκου	8
Χώρα Προέλευσης (Homeland)/ Σύλλας Τζουμέρκας	7
Ακαδημία Πλάτωνος (Plato's Academy)/ Φίλιππος Τσίτος	7
Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού (Boy eating the bird's food)/ Έκτορας Λυγίζος	7
Wasted Youth/ Αργύρης Παπαδημητρόπουλος, Jan Vogel	6
Ξενία (Xenia)/ Πάνος Κούτρας	5
Άδικος κόσμος (Unfair World)/ Φίλιππος Τσίτος	4
Νορβηγία (Norway)/ Γιάννης Βεσελέμης	4
Wild Duck / Γιάννης Σακαρίδης	3
Σεπτέμβριος (September)/ Πένυ Παναγιωτοπούλου	3
Η Κόρη (The Daughter)/ Θάνος Αναστόπουλος	3
Τετάρτη 04:45 (Wednesday 04:45)/ Αλέξης Αλεξίου	3
Αστακός (Lobster)/ Γιώργος Λάνθιμος	3
Το μικρό ψάρι (Stratos)/ Γιάννης Οικονομίδης	2
L / Μπάμπης Μακρίδης	2
Έκρηξη (A blast) / Σύλλας Τζουμέρκας	2
Ο εχθρός μου (The Enemy Within)/ Γιώργος Τσεμπερόπουλος	1
Κάψουλα (Capsule)/ Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	1

Παράλληλα με τις παραπάνω, σε ορισμένες περιπτώσεις καταγράφονται αναφορές και σε άλλες ταινίες του σύγχρονου κινηματογράφου, που δεν εντάσσονται από τους συγγραφείς στο Νέο Κύμα. Ενδεικτικά αναφέρεται το κείμενο του Karalis (2014), το οποίο επικεντρώνεται στην ταινία *Μικρά Αγγλία* (*Little England*, 2013) του σκηνοθέτη Παντελή Βούλγαρη. Σε αυτό επισημαίνεται ότι η κυκλοφορία της συγκεκριμένης ταινίας συμπίπτει χρονικά με την περίοδο ανάδυσης «του λεγόμενου παράξενου ελληνικού κύματος», δίχως όμως να συνδέεται με το σινεμά του Γ. Λάνθιμου, της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, του Αλ. Αβρανά και του Φ. Τσίτου. Ο συγγραφέας εντοπίζει διαφορές ανάμεσα στην

πλέον πρόσφατη δημιουργία του Π. Βούλγαρη και το Νέο Κύμα ως προς την αφήγηση, τη γλώσσα, τους διαλόγους, αλλά και τον σκοπό του σκηνοθέτη. Παρόλα αυτά, ο Karalis αναγνωρίζει στην ύπαρξη του συνόλου των ταινιών αυτών τον πλούτο και την ποικιλία της σύγχρονης ελληνικής κινηματογραφικής δημιουργίας. Ανάλογη άποψη εκφράζει και η Paradimitriou (2014b, σελ. 6) η οποία, εκτός από τη συγκεκριμένη ταινία αναφέρεται και σε άλλες δύο *An (What if...)*, 2012) του Χριστόφορου Παπακαλιάτη και *Ο Θεός αγαπάει το χαβιάρι (God loves Caviar)*, 2012) του Γιάννη Σμαραγδή, σχολιάζοντας ότι, αν και έλαβαν παγκόσμια δημοσιότητα, ο *Κυνόδοντας* σημείωσε σε διεθνές επίπεδο την απήχηση που είχε ο Θεόδωρος Αγγελόπουλος και οι ταινίες του.

Επιπροσθέτως σημειώνεται ότι ένα στα δέκα κείμενα του δείγματος περιλαμβάνουν περιορισμένες ονομαστικές αναφορές σε κινηματογραφικά έργα που κυκλοφόρησαν πριν την ταινία *Κυνόδοντας* και σχολιάζονται ως προπομποί του Νέου Κύματος. Στον Πίνακα 12 παρουσιάζονται οι κυριότερες βάσει συχνότητας αναφερόμενες σχετικές ταινίες. Πρόκειται επί της ουσίας για αναφορές σε προηγούμενες ταινίες των ίδιων σκηνοθετών, που οι συγγραφείς εντάσσουν στο νέο φαινόμενο.

**Πίνακας 12: Ταινίες προπομποί του Νέου Κύματος  
(αναφορές επιστημονικών δημοσιεύσεων)**

Έτος Κυκλοφορίας	Αναφερόμενες Ταινίες	Αριθμός Αναφορών
2002	Σπιρτόκουτο (Matchbox) / Γιάννης Οικονομίδης	7
2008	Ιστορία 52 (Tale 52) / Αλέξης Αλεξίου	2
2007	Διόρθωση (Correction) / Θάνος Αναστόπουλος	2
2005	Όμηρος (Hostage)/ Κωνσταντίνος Γιάνναρης	1
2005	Κινέττα (Kinetta) / Γιώργος Λάνθιμος	1

#### *Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος*

Αναμφίβολα ο σκηνοθέτης-δημιουργός (auteur) είναι εκείνος που βάζει τη δική του προσωπική σφραγίδα σε κάθε του έργο, αναπτύσσοντας την αντίστοιχη αισθητική και ιδεολογία του. Οι συγγραφείς των κειμένων του corpus που συγκροτήθηκε εστιάζουν σε μια πλειάδα νέων δημιουργών, οι καλλιτεχνικές ταινίες των οποίων ξεχωρίζουν για την «προσωπική ματιά» των σκηνοθετών τους. Αναμφισβήτητα κυρίαρχος στις αναφορές για το Νέο Κύμα αναδεικνύεται ο σκηνοθέτης Γιώργος Λάνθιμος. Ο ίδιος μαζί με την Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη και τους Πάνο Κούτρα, Αλέξανδρο Αβρανά, Γιάννη Οικονομίδη, Φίλιππο Τσίτο και Σύλλα Τζουμέρκα, συνιστούν τον «στενό πυρήνα» του εξεταζόμενου από τους συγγραφείς Νέου Κύματος. Πλάι σε αυτούς ενίοτε παρατίθενται οι Έκτορας Λυγίζος, Μπάμπης Μακρίδης, Θάνος Αναστόπουλος, Αλέξης Αλεξίου, Γιώργος Σερβετάς, Γιάννης Βεσλεμές, Μιχάλης Κωνσταντάτος, Πένυ Παναγιωτοπούλου,

Γιώργος Τσεμπερόπουλος. Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 13) παρατίθενται αριθμητικά δεδομένα σχετικά με τον αριθμό αναφορών στο πρόσωπο ή στα έργα του που συγκεντρώνει κάθε σκηνοθέτης.

**Πίνακας 13: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος (αναφορές σε επιστημονικές δημοσιεύσεις)**

<b>Αναφερόμενοι Σκηνοθέτες</b>	<b>Ποσοστό αναφορών</b>
Γιώργος Λάνθιμος	26,50%
Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	12,60%
Γιάννης Οικονομίδης	11,00%
Πάνος Κούτρας	9,10%
Φίλιππος Τσίτος	6,30%
Αλέξανδρος Αβρανάς	5,74%
Σύλλας Τζουμέρκας	5,20%
Ελίνα Ψύκου	4,60%
Έκτορας Λυγίζος	4,00%
Αργύρης Παπαδημητρόπουλος	3,45%
Jan Vogel	3,45%
Αλέξης Αλεξίου	2,30%
Γιάννης Βεσλεμές	2,30%
Θάνος Αναστόπουλος	1,72%
Γιάννης Σακαριδής	1,72%
Πένυ Παναγιωτοπούλου	1,72%
Μπάμπης Μακρίδης	1,15%
Γιώργος Τσεμπερόπουλος	0,60%

Επισημαίνεται ότι σε κάποιες περιπτώσεις τα ονόματα των σκηνοθετών δεν αναφέρονται ευθέως, αλλά σχετίζονται με τα δημιουργήματά τους. Επιχειρώντας μια συνδυαστική ανάγνωση των αναφερόμενων ταινιών και των εντασσόμενων στο Νέο Κύμα σκηνοθετών, δεν εντοπίζει κανείς διαφοροποιήσεις. Ο *Κυνόδοντας* αποτελεί την πλέον εμβληματική ταινία του Γ. Λάνθιμου, ο οποίος αναδεικνύεται ως κύριος εκφραστής του κινήματος. Η ταινία του αποτελεί αντικείμενο διερεύνησης και ανάλυσης από τους συγγραφείς είτε κατά μόνας, είτε σε συνδυασμό με άλλες του ρεύματος (συνηθέστερα με άλλες δικές του ή με αυτές της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη).

Σε ένα στα δέκα κείμενα σχολιάζεται πως οι δημιουργοί του Νέου Κύματος είναι σκηνοθέτες με κινηματογραφική παιδεία που βρίσκονται στα πρώτα τους βήματα. Στο ίδιο ποσοστό κειμένων οι συγγραφείς σχολιάζουν την πορεία των δημιουργών, αναφέροντας μάλιστα προηγούμενες ταινίες τους, όπως ήδη επισημάνθηκε, αλλά και την επιλογή

τους να συμμετέχουν σε διεθνή κινηματογραφικά φεστιβάλ. Στα τελευταία, μάλιστα, επιδιώκουν να προβάλλουν για πρώτη φορά τις ταινίες τους. Οι παρατηρήσεις αυτές των συγγραφέων συνδέονται ευθέως με το γενικότερο κοινωνικο-οικονομικο-πολιτικό περιβάλλον, στο πλαίσιο του οποίου οι σκηνοθέτες διαβιούν και εντός του οποίου καλούνται να δημιουργήσουν και να προωθήσουν τα έργα τους. Όπως αναδεικνύεται και από τη σχετική κατηγορία που αναλύεται στις επόμενες σελίδες, μια σειρά από εξω-φιλμικούς παράγοντες επηρεάζουν την κινηματογραφική παραγωγή άμεσα ή έμμεσα και συνδέονται ευθέως τόσο με ζητήματα ενημέρωσης και κατάρτισης των σκηνοθετών, όσο και με θέματα χρηματοδότησης, παραγωγής και διανομής μιας ταινίας.

#### *Θεματολογία, Αφήγηση και Αισθητική*

Οι συγγραφείς των κειμένων του corpus εντοπίζουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ των ταινιών του Νέου Κύματος, τα οποία σχετίζονται κατά βάση με τη θεματολογία και την αισθητική τους, καθώς και με τον τρόπο παραγωγής ή/και προώθησης των ταινιών. Στην κατηγορία της αφήγησης – θεματολογίας επιχειρήθηκε να καταγραφούν αναφορές στο σενάριο, στην ανάλυση χαρακτήρων των ταινιών καθώς και στα κύρια θέματα που οι συγγραφείς θεωρούν ότι αναδεικνύονται στις ταινίες που οι ίδιοι εντάσσουν στο αποκαλούμενο «παράξενο ελληνικό κύμα».

Ένα στα έξι κείμενα συζητά με εκτενέστερο τρόπο τη δομή και το περιεχόμενο του σεναρίου των ταινιών του Νέου Κύματος διερευνώντας παράλληλα κάποιους από τους κυρίαρχους χαρακτήρες συγκεκριμένων ταινιών. Οι σχετικές αναφορές επικεντρώνονται στις πλέον εμβληματικές/χαρακτηριστικές κατά τους συγγραφείς ταινίες του Νέου Κύματος από τους σκηνοθέτες Γ. Λάνθιμο, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη και Αλ. Αβρανά. Η δράση των κύριων πρωταγωνιστών των ταινιών *Κυνόδοντας*, *Attenberg*, *Άλπεις* και *Miss Violence* τίθενται προς ερμηνεία από τους συγγραφείς. Επιπλέον, περιορισμένη είναι η αναφορά στους ήρωες των ταινιών *Στρέλλα*, *Μαχαιροβγάλτης* και *Wasted Youth*.

Στις ενέργειες, στις αντιδράσεις αλλά και στο προφίλ των κεντρικών ηρώων σε συνδυασμό με τα κύρια θέματα των ταινιών εντοπίζουν οι συγγραφείς στις αναλύσεις τους κοινά χαρακτηριστικά του Νέου Κύματος. Σύμφωνα με τα δεδομένα της παρούσας έρευνας, οι δημιουργοί του Νέου Κύματος επιλέγουν να διαχειριστούν δύσκολα θέματα με κυρίαρχο την κρίση στην οικογένεια (Παπανικολάου, 2010b, σελ. 97). Ο προσδιορισμός της ταυτότητας μέσω της οικογένειας, οι δυσλειτουργίες της τελευταίας, ο αναδυόμενος πατριαρχικός καπιταλισμός οδηγούν συχνά στην αντιμετώπιση του θέματος αυτού ως αλληγορίας της γενικευμένης οικονομικής και κυρίως κοινωνικής κρίσης των τελευταίων ετών (Merztidakis, 2014, σελ. 386· Karkani, 2014). Διαπροσωπικές, ψυχολογικές και πολιτισμικές συνέπειες (υπαρξιακές προεκτάσεις) της κρίσης αναδύονται μέσα από πλαίσια όπως η βία, ο θάνατος, η απώλεια, η θλίψη σε αστικά περιβάλλοντα, στην Αθήνα «της κρίσης» (Giannouri, 2014· Ρουρού, 2014). Η ενασχόληση με τις νεανικές

κουλτούρες, τις εφηβικές αναζητήσεις, τα στάδια σεξουαλικής ωρίμανσης, οι σχέσεις εξουσίας συμπληρώνουν το κύριο αφηγηματικό κάδρο.

Αν και, όπως έχει υπογραμμιστεί, σύμφωνα με το περιεχόμενο των μελετώμενων κειμένων οι ταινίες του Νέου Κύματος δε χαρακτηρίζονται από ομοιογένεια, εντούτοις υπάρχουν ομοιότητες που τις συνδέουν. Η κυριότερη ίσως από αυτές είναι η σχέση τους με την πραγματικότητα, το ενδιαφέρον τους για το σήμερα (Kourelou et al, 2014). Ορισμένες ταινίες συνδέονται ευθέως με την οικονομική κρίση, αναδεικνύοντας ιστορίες της καθημερινότητας και μάλιστα σχετιζόμενες με την ανεργία, την οικονομική εξαθλίωση, τη φτώχεια και την πείνα (Pfeifer, 2016). Ορισμένες άλλες συνδέονται εμμέσως με την υπάρχουσα κρίση και τις προεκτάσεις της, οδηγώντας τον θεατή σε πολιτικο-οικονομικο-κοινωνικές αναγνώσεις «πίσω» από την πλοκή τους (Sharpe, 2016). Σύμφωνα με τον Lykidis (2015), οι ταινίες του Νέου Κύματος συνιστούν μια αλληγορική κριτική στις νεοφιλελεύθερες πολιτικές και το κυρίαρχο παγκόσμιο οικονομικό και κοινωνικό σύστημα.

Ένα στα δύο κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα αναφέρεται σε χαρακτηριστικά που συνδέουν τις ταινίες του Νέου Κύματος και επιτρέπουν τη θεώρησή τους από κοινού, ως συνόλου. Τα θεματολογικά στοιχεία ενισχύονται από στυλιστικές συγγένειες και από κοινές, σε πολλές περιπτώσεις, αισθητικές και ιδεολογικές ανησυχίες. Σύμφωνα με τα δεδομένα του δείγματος, ο τρόπος ερμηνείας των ηθοποιών και οι σχετικές με αυτό σκηνοθετικές οδηγίες αποτελούν κομβικό σημείο σύγκλισης. Η ερμηνεία των ηθοποιών αποτελεί δομικό και ταυτόχρονα θεματικό στοιχείο των ταινιών. Στα σώματά τους ενσαρκώνεται η κινηματογραφική αφήγηση που, σε συνδυασμό με μια αιγιματική/διαφορετική χρήση γλώσσας ή, ακριβέστερα, μια γλωσσική παραμόρφωση λέξεων-νοημάτων εντείνουν το κυνικό, ειρωνικό και ενίοτε μακάβρια χιουμοριστικό κινηματογραφικό στυλ των δημιουργών. Προς την ίδια μινιμαλιστική κατεύθυνση συντελούν η σπάνια χρήση της κίνησης της κάμερας, τα ψυχρά χρώματα, το χαλαρό μοντάζ (sparse editing) (Psaras, 2015), ο χωρικός εγκλεισμός.

Σε τί συνίσταται όμως η παραδοξότητα του Νέου Κύματος; Οι συγγραφείς συγκλίνουν στην άποψη ότι σχετίζεται με το περιεχόμενο και την αισθητική που υιοθετούνται. Οι παράδοξες, πρωτότυπες αφηγηματικές τεχνικές στοχεύουν ακριβώς στην αποκάλυψη της κατασκευής της πραγματικότητας (Lutas, 2015). Μέσα από την κινηματογραφική μείξη παραλογισμού και ρεαλισμού, καλλιεργώντας την αίσθηση του αφύσικου και του ανοίκειου, θίγονται μια σειρά από σύγχρονα, φλέγοντα κοινωνικά ζητήματα (Metzidakis, 2014, σελ. 369· Karkani, 2014). Κατ' αυτόν τον τρόπο οι ταινίες θέτουν σε δοκιμασία τις συμβατικές ερμηνείες (Basea, 2016), ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις φτάνουν μέχρι του σημείου να υπερκεράσουν τα σύνορα μεταξύ του φιλικού κειμένου και των κειμένων που αναφέρονται σε αυτό (context). Η αληθοφάνεια και η κατασκευή της πραγματικότητας στην περίπτωση της ταινίας *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά* της

Ελίνας Ψύκου αποκτούν νέα χαρακτηριστικά μέσω μιας ευφυούς στρατηγικής προώθησης (Nikolaïdou, 2014).

#### *Σχολιασμός του Τύπου*

Σχεδόν το ένα τρίτο των κειμένων του δείγματος (είκοσι τρία (23) κείμενα) περιλαμβάνει ενός είδους αναφορά στον Τύπο και ειδικότερα στον τρόπο με τον οποίο οι κριτικοί κινηματογράφου και οι δημοσιογράφοι/συντάκτες προσέγγισαν το Νέο Κύμα. Είναι χαρακτηριστικό μάλιστα ότι τα δεκατέσσερα (14) εξ αυτών περιλαμβάνουν ονομαστική αναφορά στον κριτικό κινηματογράφου της εφημερίδας *The Guardian*, που «χάρισε» στο Νέο Κύμα την «ονομασία» του. Στα δύο τρίτα των περιπτώσεων που περιλαμβάνουν αναφορά στον Τύπο, η αναφορά είναι περιορισμένη και σχετίζεται κυρίως με τον χαρακτηρισμό που απέδωσε ο Steve Rose στο Νέο Κύμα. Δεν είναι τυχαίο, άλλωστε, πως στον έλεγχο των ετεροαναφορών που πραγματοποιήθηκε στα τελευταία στάδια της παρούσας έρευνας, οι παραπομπές στον St. Rose και ειδικότερα στο άρθρο που περιλαμβάνεται ο επίμαχος χαρακτηρισμός (2011) είναι περισσότερες από ό,τι σε κάθε άλλο άρθρο.<sup>36</sup> Λιγότερο συχνά καταγράφεται μια περιορισμένη αναφορά (ή μια επίκληση) σε κείμενα του έντυπου ή ηλεκτρονικού τύπου, η οποία πραγματοποιείται κατά τρόπο ενισχυτικό των επιχειρημάτων του συγγραφέα, καθώς συνδέεται με το θέμα που αναλύεται στην επιστημονική δημοσίευση.

Στα υπόλοιπα κείμενα, η αναφορά είναι εκτενής και σχετίζεται με δημοσιευμένες κριτικές εφημερίδων παγκοσμίου φήμης σχετικά με συγκεκριμένες ταινίες ή συνολικά με το Νέο Κύμα. Σε αυτή την περίπτωση, οι κριτικές αξιοποιούνται ως συμπληρωματικό στοιχείο της ανάλυσης του συγγραφέα, αλλά και ως αφετηρία για την περαιτέρω διερεύνηση του φαινομένου από την προσέγγιση που ο ίδιος έχει επιλέξει.

Τα ευρήματα της κατηγορίας αυτής επιβεβαιώνουν τη βασική υπόθεση ότι ο επιστημονικός λόγος λαμβάνει υπόψη του ή/και μελετά τον δημοσιογραφικό/μηντιακό και, κάνοντας χρήση του μεθοδολογικού οπλοστασίου του, επιχειρεί να ενισχύσει ή να απορρίψει θεωρήσεις που κατατέθηκαν στον δημόσιο διάλογο διά του Τύπου.

#### *Αναφορές σε φεστιβάλ*

Με δεδομένους εξωγενείς παράγοντες που επηρεάζουν ποικιλοτρόπως τόσο την παραγωγή όσο και την προώθηση και διανομή των ταινιών, όπως εξηγείται στις επόμενες παραγράφους, οι συμμετοχές σε κινηματογραφικά φεστιβάλ διεθνούς κύρους και απήχησης συμβάλλουν καθοριστικά και σε διαφορετικά επίπεδα στη διαμόρφωση του Νέου

36. Εξετάζοντας συμπληρωματικά προς τις προαναφερθείσες κατηγορίες τις αναφορές των συγγραφέων του επιστημονικού λόγου σε κείμενα του έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου που επίσης συμπεριλήφθηκαν στο corpus της παρούσας μελέτης, παρατηρείται η αδιαμφισβήτητη κυριαρχία του Steve Rose και του άρθρου του με τίτλο «Attenberg, Dogtooth and the weird wave of Greek cinema» στην εφημερίδα *The Guardian* (27/8/2011).

Κύματος, επιβεβαιώνοντας τον ρόλο τους ως κρίσιμων συνδετικών κρίκων μεταξύ κοινού και ταινιών (Paradimitriou, 2014). Όπως διαπιστώνεται από τα ευρήματα που καταγράφονται στο ένα τρίτο των κειμένων, τα οποία περιλαμβάνουν αναφορές και σχόλια για τα διεθνή κινηματογραφικά φεστιβάλ στα οποία συμμετείχαν/διαγωνίστηκαν ταινίες του Νέου Κύματος, οι μεγάλες αυτές διοργανώσεις, ιδίως του εξωτερικού, αποτελούν τον κύριο (από)δέκτη του Νέου Κύματος.

Σύμφωνα με τους συγγραφείς, οι δυσκολίες της θεματολογίας και των προσεγγίσεων που αναπτύσσουν οι νέοι δημιουργοί του ανεξάρτητου κινηματογράφου καθιστούν συχνά δύσκολη την πρόσβαση αρχικά στη χρηματοδότηση και κατόπιν στην αίθουσα. Παρά το γεγονός ότι τα κριτήρια αποδοχής μιας ταινίας και συμπεριληψής της στο πρόγραμμα ενός φεστιβάλ ποικίλλουν, η συμμετοχή σε ένα φεστιβάλ και πολύ περισσότερο η διάκριση, σε συνδυασμό με θετικές κριτικές στα ΜΜΕ, ενισχύουν τις τακτικές προώθησης, τις πιθανότητες να βρει κάποια ταινία διανομή και εν γένει διαδραματίζουν ιδιαίτερο ρόλο για την επιτυχία μιας ταινίας στην αγορά (Paradimitriou, 2014b, σελ. 3). Δεν θα πρέπει να αγνοηθεί στο σημείο αυτό το γεγονός ότι τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις/εργαστήρια που σχετίζονται με αυτά λειτούργησαν ασφαλώς θετικά και στο στάδιο της παραγωγής, σε συνδυασμό πάντοτε με τις πολιτιστικές πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη του οπτικοακουστικού τομέα.

### 3.2.3 Προσεγγίσεις και ερμηνείες του Νέου Κύματος

#### *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις και επιλογές από τους συγγραφείς*

Για την προσέγγιση του Νέου Κύματος οι συγγραφείς εκκινούν ορμώμενοι από τα γνωστικά τους πεδία, αντλώντας παράλληλα στοιχεία και υλικό από διαφορετικά επιστημονικά πεδία, δίχως ωστόσο τις περισσότερες φορές να κατονομάζουν ευθέως το είδος της προσέγγισής τους ή να παραθέτουν ένα θεωρητικό πλαίσιο εντός του οποίου σκοπεύουν να κινηθούν. Σε αυτό ακριβώς το σημείο εγείρονται επιστημολογικά ζητήματα, που σχετίζονται με την προσέγγιση και τη μέθοδο που υιοθετεί κάθε συγγραφέας και την πειθαρχία που επιδεικνύει προς αυτήν. Περαιτέρω, επισημαίνεται ότι οι διεπιστημονικές προσεγγίσεις καθιστούν εκ προοιμίου δυσκολότερο τον σαφή προσδιορισμό της προσέγγισης που επιχειρείται κάθε φορά στις επιστημονικές δημοσιεύσεις.

Υπό το πρίσμα αυτό, οι συγγραφείς των κειμένων του δείγματος της μελέτης εκκινούν από τον τομέα των κοινωνικών επιστημών και κυρίως των κινηματογραφικών σπουδών. Υιοθετούν κοινωνιολογικές προσεγγίσεις που συνδυάζονται με μεθοδολογικά εργαλεία όπως η ανάλυση οπτικού λόγου ή με θεωρίες από άλλα πεδία, όπως οι φιλοσοφικές θεωρίες. Δευτερευόντως, ξεχωρίζουν ορισμένες περιπτώσεις όπου υιοθετούνται από τους συγγραφείς προσεγγίσεις της γλωσσολογίας ή της αφηγηματολογίας. Στο πλαίσιο αυτό παρατίθενται ενδεικτικά ορισμένες προσεγγίσεις:

- κοινωνιολογική προσέγγιση (Papanikolaou, 2011)
- γλωσσολογική και σημειωτική προσέγγιση (Brinkema, 2012)
- ψυχαναλυτική προσέγγιση (Fisher, 2011)
- βιβλιογραφική προσέγγιση (Celik, 2013)
- επικοινωνιακή προσέγγιση (Νικολαΐδου, 2014)
- φιλοσοφική προσέγγιση (Giannouri, 2014)
- οικονομική προσέγγιση (Gourgoulianni, 2014)
- αυτοεθνογραφική προσέγγιση (Basea, 2016)
- θεωρία της αφήγησης (Pfeifer, 2016)
- θεωρία της performance (Nikolaidou, 2014)
- ανάλυση πολιτιστικού λόγου (Milonaki, 2013).

#### *Σύνδεση με άλλα κινηματογραφικά κινήματα*

Μελετώντας κανείς κείμενα που επιχειρούν να ερμηνεύσουν και να αιτιολογήσουν τη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφία και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, θα περιμένει να εντοπίσει αναφορές και συγκρίσεις με παρόμοια κινήματα που καταγράφονται στην παγκόσμια κινηματογραφική ιστορία. Στα κείμενα του δείγματος της παρούσας μελέτης, οι αναφορές των συγγραφέων σε άλλες κινηματογραφίες και κινήματα του 20<sup>ου</sup> και 21<sup>ου</sup> αιώνα είναι εξαιρετικά περιορισμένες. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε ποσοστό μικρότερο του 10% των κειμένων οι συγγραφείς τους επιλέγουν να συμπεριλάβουν σχόλια ή/και συγκρίσεις με άλλες κινηματογραφίες και ειδικότερα με την εμφάνιση άλλων Νέων Κυμάτων. Η στάση τους αυτή αναμφίβολα συνδέεται με το γεγονός ότι προσπαθούν να περιγράψουν ένα φαινόμενο που βρίσκεται εν τη γενέσει του. Σε αυτή τη φάση δεν είναι εύκολο να λάβει ένας ερευνητής σαφή θέση απέναντι στο υπό διαμόρφωση κύμα. Απαιτείται η παρέλευση ενός ικανοποιητικού χρονικού διαστήματος, η μελέτη ενός ικανοποιητικού αριθμού ταινιών και ασφαλώς μια πιο ενδελεχής και στοχευμένη ανάλυση για την τεκμηρίωση μιας άποψης.

Αντλώντας δεδομένα από το δείγμα των κειμένων, καταγράφονται μεμονωμένες προσπάθειες από πλευράς των συγγραφέων να εντοπίσουν συγκεκριμένους κοινούς τόπους και σημεία μεταξύ γνωστών και ευρέως αποδεκτών κινημάτων και του νέου ελληνικού κινηματογραφικού φαινομένου. Οι προσεγγίσεις των συγγραφέων είναι περιορισμένες και δεν είναι εύκολο να ομαδοποιηθούν ώστε να αναδείξουν κάποιες τάσεις.

Η Milonaki (2013, σελ. 173), είναι η μόνη που επιχειρεί μια πιο γενική συσχέτιση, αναφέροντας ότι το «το Νέο Κύμα συνολικά, εντάσσεται σε μια γενικότερη τάση ανάδυσης νέων Κυμάτων στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια και αποτελεί την πιο ουσιαστική και επαναστατική πολιτιστική δύναμη απέναντι στην κρίση», δίχως να παραθέτει περισσότερα στοιχεία αναφορικά με τα χαρακτηριστικά αυτών των κινήματων. Αντίθετα, άλλοι ερευνητές προβαίνουν σε συγκρίσεις αναφέροντας συγκεκριμένα κινήματα.



Στην εκτεταμένη χρήση μιας σειράς στοιχείων (όπως η γυμνότητα, το σεξ, η βία και η παραδοξότητα) με στόχο να προκληθεί σοκ ή αίσθημα δυσφορίας στο θεατή, εντοπίζει ο Lutas (2015) κοινά στοιχεία μεταξύ των ταινιών αφ' ενός του Ελληνικού Κύματος (και των ανάλογων αυτού στην Αυστρία και τη Ρουμανία) με το «New French Extremity wave», ένα γαλλικό κίνημα, το όνομα του οποίου προέκυψε επίσης από ένα άρθρο στον Τύπο.<sup>37</sup> Ο ίδιος συγγραφέας, ο μοναδικός που περιλαμβάνει μια εκτενέστερη προσέγγιση του Νέου Κύματος αναφορικά με τη σχέση του με άλλες κινηματογραφίες, εστιάζει επιπλέον στις συγκλίσεις του Νέου Ελληνικού Κύματος με το ρουμάνικο Νέο Κύμα στην επιμονή στην αλήθεια, στον κανόνα του αληθινού νατουραλισμού και γενικότερα στον τρόπο θέασης της πραγματικότητας.

Η Ρουρου (2014, σελ. 47) από την πλευρά της, παρομοιάζει την εμμονή ενασχόλησης με τις δυσλειτουργίες της ελληνικής οικογένειας (ως αλληγορία για το έθνος, την κοινωνία ή το πολιτικό σύστημα), με την εμμονή των ρουμάνων δημιουργών (ως προς τη θεματολογία των ταινιών τους) στην κριτική στους κύριους θεσμούς του κράτους (εκκλησία, εκπαίδευση, αστυνομία, σύστημα υγείας κ.λπ.) αλλά και την εμμονή των αργεντινών δημιουργών (Argentinian post-crisis cinema) στην ανάδειξη του (χρωστού-μενου, πλαστού, κλεμμένου, χαμένου) χρήματος σε κυρίαρχο θέμα των ταινιών τους.

Παράλληλα εντοπίζονται επίσης περιορισμένες προσπάθειες συσχετισμού συγκεκριμένων ταινιών με ταινίες και χαρακτηριστικά άλλων κινημάτων. Ο Hobbs (2014, 2015) εντάσσει τον *Κυνόδοντα* του Γ. Λάνθιμου στο «Νέο Εξτρεμισμό» ή «extreme art cinema», συσχετίζοντας την ταινία με τα πρότυπα και τα χαρακτηριστικά του «French New Extremity». Ο Παπανικολάου (2010a, σελ. 11-12) εντάσσει τον Πάνο Κούτρα και τη *Στρέλλα* στα δημιουργήματα μιας νέας γενιάς queer σκηνοθετών, συνδέοντας την ταινία με το διεθνές ρεύμα του queer κινηματογράφου.<sup>38</sup>

Τέλος, καταγράφονται περιπτώσεις όπου οι συγγραφείς εντοπίζουν κοινές τάσεις ανάμεσα σε σκηνοθέτες του Νέου Κύματος και εμβληματικούς δημιουργούς του παγκόσμιου κινηματογράφου. Πλησιέστερα στον Λουίς Μπουνιουέλ και την ιδιαίτερη κινηματογραφική γραφή του, που σχετίζεται με μια σουρεαλιστική προσέγγιση της πραγματικότητας,

37. Ο κριτικός κινηματογράφου James Quandt αρθρογραφώντας στο περιοδικό κινηματογραφικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος *Art Forum International* επινόησε τον όρο «French New Extremity» προκειμένου να περιγράψει μια σειρά ταινιών του γαλλικού κινηματογράφου που εστιάζουν στον τρόμο, τη βία και την πρόκληση έντονης έκπληξης και σοκ στο θεατή. Για περισσότερα σχετικά με το συγκεκριμένο κύμα βλ. Quandt, J. (2004), *Flesh & Blood: Sex and Violence in Recent French Cinema*. *ArtForum International* 42(6), pp. 1-4.

38. Η έννοια του queer κινηματογράφου συνδέεται με ταινίες που θίγουν ζητήματα σεξουαλικής διαφορετικότητας. Σύμφωνα με τον Παπανικολάου (2010a, σελ. 11-12), στο διεθνές ρεύμα του queer κινηματογράφου «υποσκάπτεται όχι μόνο η κυριαρχία της ετεροφυλοφιλίας ως «φυσικής επιλογής», αλλά κυρίως και γενικότερα η ιδέα της κανονικότητας, του επιτρεπόμενου, του ορίου», ενώ παράλληλα, οι ταινίες του χαρακτηρίζονται από το χαμηλό κόστος, τη χρήση της βιντεοκάμερας ανά χείρας και τα ελλειμματικά σενάρια.

τοποθετούν τον Γ. Λάνθιμο οι Metzidakis (2014), Ρουρου (2014) και Westlake (2014). Ο Koutsourakis (2012), εξάλλου, εντοπίζει στο έργο του Γ. Λάνθιμου ομοιότητες με την αφηγηματική δομή (η οποία περιορίζει την αφήγηση στα σώματα των ηθοποιών) με τις προσεγγίσεις του Λαρς φον Τρίερ, του δανού σκηνοθέτη και σεναριογράφου που είναι στενά συνδεδεμένος με το πρωτοποριακό κινηματογραφικό κίνημα «Δόγμα 95».

*Σύνδεση με το γενικό πολιτικο-κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον. Το «Νέο Κύμα» ως συγκεκριμένο πλαίσιο*

Ανεξάρτητα από τις συγγένειες με άλλες κινηματογραφίες, τα κύματα είναι προϊόντα πολιτιστικών, θεσμικών, τεχνολογικών, οικονομικών και κοινωνικοπολιτικών αλλαγών. Η Chalkou (2012, σελ. 245) συνοψίζει σε λίγες μόνο λέξεις τους ουσιαστικούς εξωτερικούς, εξω-φιλμικούς παράγοντες που κατά την άποψή της διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερο πλαίσιο εντός του οποίου καλείται να αναπτυχθεί η εγχώρια κινηματογραφία: η ταχεία ανάπτυξη της ελληνικής εμπορικής οπτικοακουστικής βιομηχανίας, η κρατική υποχρηματοδότηση σε συνδυασμό με τη (διαχρονική) θεσμική αδυναμία επιτυχημένης διαχείρισης του ελληνικού κινηματογραφικού τομέα, οι νέες τάσεις στη σύγχρονη κινηματογραφοφιλία, οι τεχνολογικές εξελίξεις στους τομείς της επικοινωνίας αλλά και της παραγωγής και μετα-παραγωγής (post production), η διαμάχη των γενεών και η κοινωνική κρίση καθώς και η εντεινόμενη διαφωνία στον δημόσιο διάλογο ανάμεσα σε θεσμικούς φορείς και νέες μορφές αυτο-οργάνωσης.

Την άποψή της συμμερίζονται εν πολλοίς, όπως αποδεικνύεται, και οι περισσότεροι από τους συγγραφείς των κειμένων του επιστημονικού λόγου (σε ένα ποσοστό κειμένων όμως, που αγγίζει μόλις το 21% επί του συνόλου του corpus), που επέλεξαν να συμπεριλάβουν στο πόνημά τους αναφορές στο ευρύ κάδρο της ελληνικής κινηματογραφίας χωρίς, παρά ταύτα, να πραγματοποιούν εκτενείς αναφορές. Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 14) παρουσιάζονται κατά τρόπο συνοπτικό οι διάφοροι παράγοντες που κατά τους συγγραφείς των μελετώμενων κειμένων στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας συνέβαλαν στη διαμόρφωση ή επέδρασαν στον τρόπο ανάπτυξης και εξέλιξης του Νέου Κύματος.

**Πίνακας 14: Παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του Νέου Κύματος**

Περιγραφή Αναφορών	Ποσοστό Αναφορών
Περιορισμένη κρατική χρηματοδότηση	13%
Γενικότερη οικονομική δυσπραγία (ενδεχομένως και ως αποτέλεσμα της κοινωνικοοικονομικής κρίσης)	12%
Ευκαιρίες συμπαραγωγών	11%
Νέοι τρόποι χρηματοδότησης (αυτο-χρηματοδότηση, crowdfunding/crowdsourcing κ.λπ.)	9%
Δράση Κινηματογραφιστών στην Ομίχλη	9%

Κινηματογραφικός νόμος – εκσυγχρονισμός θεσμικού πλαισίου εγχώριας κινηματογραφίας	8%
Ίδρυση και λειτουργία Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου	7%
Κλίμα συνεργασίας – αλληλεγγύη μεταξύ σκηνοθετών/συντελεστών	6%
Διεθνές Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης (λειτουργία, τάσεις και στόχευση)	6%
Η φεστιβαλική επιτυχία ως ευκαιρία διάκρισης για ένα σκηνοθέτη και εξεύρεσης χρηματοδοτών για επόμενο έργο	5%
Ραγδαία ανάπτυξη και ευμερσία εμπορικής οπτικοακουστικής βιομηχανίας τα τελευταία χρόνια	2%
Πολιτιστική πολιτική Ευρωπαϊκής Ένωσης	2%
Νέες τεχνολογίες	2%
Κινηματογραφοφιλία και σύγχρονες τάσεις	2%
Αξιοποίηση/προσέγγιση international festival networks	2%
Μικρή ελληνική κινηματογραφική αγορά	2%
Εργαστήρια – ανάπτυξη κινηματογραφικής παιδείας	1%
Νέες στρατηγικές μάρκετινγκ	1%

Ως επί το πλείστον οι συγγραφείς αναγνωρίζουν τους παράγοντες που αναφέρουν σαν μια ευκαιρία για τον ελληνικό κινηματογράφο, που θα πρέπει να την αδράξει προκειμένου να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο. Η Paradimitriou (2014b) μάλιστα συνδέει την επιτυχία του Νέου Κύματος με την υιοθέτηση νέων πρακτικών στην παραγωγή των φιλμ, τον ρόλο που διαδραμάτισαν τα διεθνή φεστιβάλ και τα ξένα κεφάλαια για τη διασφάλιση χρηματοδότησης αλλά και τη γρήγορη εξάπλωση των αγγλόγλωσσων επιστημονικών μελετών σχετικά με τον ελληνικό κινηματογράφο.

Οι σκηνοθέτες του Νέου Κύματος «μετατρέπουν» το μειονέκτημα του να απευθύνονται σε μια περιορισμένη αγορά σε πλεονέκτημα, επιχειρώντας να αλλάξουν το πλαίσιο και το πεδίο (scope and purview) του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Οι έλληνες δημιουργοί, ακριβώς όπως και οι σκηνοθέτες άλλων χωρών που συνιστούν μικρές κινηματογραφικές αγορές, εύχονται και επιδιώκουν «να υπονομεύσουν την κυρίαρχη κουλτούρα εκ των έσω» (Metzidakis, 2014, σελ. 386).

Για την επίτευξη μάλιστα του σκοπού τους αυτοοργανώνονται και συνεργάζονται ακόμα και χωρίς χρήματα για την ολοκλήρωση των ταινιών τους, όπως επισημαίνουν οι συγγραφείς του ενός τρίτου των κειμένων αυτής της κατηγορίας (βλ. ενδεικτικά Kourelou et al, 2014, σελ. 140· Chalkou, 2012, σελ. 252· Paradimitriou, 2014a). Σε ένα ασφυκτικό πλαίσιο παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης και κρίσης χρέους της χώρας, οι κινηματογραφιστές αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Γ. Λάνθιμου, που αναζήτησε χρηματοδότηση για την ταινία *Κυνόδοντας* από την εταιρεία *Boo Productions* με την οποία συνεργαζόταν στο πλαίσιο της παραγωγής διαφημιστικών ταινιών και μηνυμάτων. Σε ορισμένες δε περιπτώσεις η χρηματοδότηση συνίστατο σε παροχές σε είδος, όπως π.χ. εξοπλισμός ή δυνατότητα

χρήσης/πρόσβασης στις σουίτες μοντάζ της εταιρείας για την υλοποίηση των εργασιών μετα-παραγωγής (Chalkou, 2012, σελ. 245· Lykidis, 2015).

Στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, πάντως, για ορισμένους από τους συγγραφείς των κειμένων τέθηκε η αποδυνάμωση τα τελευταία χρόνια του ελληνικού τμήματος του Διεθνούς Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης, και η επιλογή του να ενισχύσει τις προοπτικές «διεθνοποίησης» του (Papadimitriou, 2014c). Σύμφωνα με την προσέγγιση πανεπιστημιακών και ερευνητών, η συνεισφορά της συγκεκριμένης διοργάνωσης στην προβολή των ελληνικών ταινιών περιορίστηκε τα τελευταία χρόνια. Η κατάργηση των Κρατικών Βραβείων Ποιότητας αλλά και η απώλεια του διαγωνιστικού χαρακτήρα του ελληνικού τμήματος συνέβαλαν, μεταξύ άλλων, στη μειωμένη εκπροσώπηση της εγχώριας κινηματογραφίας στο Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης, εφόσον οι Έλληνες δημιουργοί στράφηκαν σε άλλες διοργανώσεις της Ελλάδας και κυρίως του εξωτερικού (Μυλωνάκη, 2013· Metzidakis, 2014· Papadimitriou, 2014a).

### 3.3 Ερευνητικές τάσεις και κατευθύνσεις των κινηματογραφικών σπουδών

Η Aitaki (2014), επιχειρώντας μια βιβλιογραφική επισκόπηση, υπογραμμίζει ότι είναι δύσκολο να προσδιορίσει κανείς συγκεκριμένες τάσεις ή κυρίαρχα θέματα που να χαρακτηρίζουν τις δημοσιεύσεις για τον ελληνικό κινηματογράφο την περίοδο 2013-2014. Η Kourelou (2013), σε μια ανάλογη εργασία για τα έτη 2010-2013 αναφέρεται σε δύο φαινόμενα που «αναπόφευκτα συνδέθηκαν με τις συζητήσεις» και συνακόλουθα τις ανάλογες δημοσιεύσεις για τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο: i) το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τις ελληνικές ταινίες στο εξωτερικό ως αποτέλεσμα της επιτυχίας του *Κυνόδοντα* και ii) την έμφαση στα ζητήματα που αφορούν στην ελληνική κοινωνία, υπό τον στενό κλοιό της πρόσφατης οικονομικής κρίσης.

Αναμφίβολα μια διεξοδική μελέτη στο σύνολο των επιστημονικών δημοσιεύσεων που σχετίζονται με τον ελληνικό κινηματογράφο από το 2009 μέχρι σήμερα θα απέδιδε πιο συγκεκριμένα αποτελέσματα σχετικά με τα θέματα που επιλέγουν να εξετάσουν οι ερευνητές και οι μελετητές. Μια προσεκτική θεώρηση, ωστόσο, του δείγματος που αξιοποιήθηκε για την παρούσα μελέτη και περιορίζεται στο χρονικό διάστημα μεταξύ 2009-2016, αποδίδει κάποια χρήσιμα συμπεράσματα αναφορικά με τις ερευνητικές τάσεις και κατευθύνσεις από το πεδίο των κινηματογραφικών σπουδών που είναι σκόπιμο να σημειωθούν.

Ένα στα έξι κείμενα που αναλύθηκαν περιλαμβάνει ένα σύντομο σχολιασμό αναφορικά με τη θέση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου στο ερευνητικό και επιστημονικό πεδίο των κινηματογραφικών σπουδών σε διεθνές επίπεδο. Η τάση αυτή καταγράφεται ιδιαίτερα στα κείμενα που αφορούν εμμέσως το Νέο Κύμα, στα κείμενα,

δηλαδή, που περιλαμβάνουν αναφορές σε αυτό θεωρώντας δεδομένη την ύπαρξή του. Ειδικότερα, κείμενα που επιτρέπουν στους συγγραφείς τους τη διατύπωση γενικότερων σχολίων (όπως βιβλιοκριτικές, editorial περιοδικών, festival review) περιλαμβάνουν σύντομα σχόλια ή αναφορές στις δυνατότητες περαιτέρω ενίσχυσης του επιστημονικού (δια)λόγου αναφορικά με τον σύγχρονο κινηματογράφο.

### 3.3.1 Ο ελληνικός κινηματογράφος γίνεται «trendy»

Ορισμένοι εκ των ερευνητών που διανύουν τα πρώτα βήματα της επιστημονικής τους πορείας σημειώνουν ότι το παγκόσμιο ενδιαφέρον για τον ελληνικό κινηματογράφο, όπως εκδηλώθηκε με αφορμή τις ταινίες του Νέου Κύματος, και ειδικότερα οι διακρίσεις που αυτές έλαβαν σε διεθνή φεστιβάλ και η επακόλουθη απήχησή τους στην κινηματογραφική αγορά αλλά και τον Τύπο, θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην ακαδημαϊκή μελέτη του ελληνικού σινεμά ως ξεχωριστού τομέα (Kosmidou, 2015· Nikolaidou, 2013). Όπως επισημαίνεται από τους συγγραφείς, η ενασχόληση με την ελληνική κινηματογραφία παρέμενε μέχρι σήμερα εν πολλοίς μια εσωτερική υπόθεση, με τους έλληνες επιστήμονες να ασχολούνται κατά κύριο λόγο με αυτή και με εξαιρετικά λίγους ερευνητές από το εξωτερικό να την εντάσσουν στο πεδίο των ερευνών τους. Η Μυλωνάκη (2013, σελ. 66-67) μάλιστα, σχολιάζει σημειώνοντας πως ο ελληνικός κινηματογράφος «προσελκύει το ενδιαφέρον της διεθνούς επιστημονικής κοινότητας, που μέχρι πρότινος απέκλειε το ελληνικό σινεμά από τις θεωρητικές και επιστημονικές συζητήσεις περί ευρωπαϊκού κινηματογράφου». Οι παραπάνω διαπιστώσεις περιλαμβάνονται στα κείμενα που μελετήθηκαν και αποδίδουν ευσύνοπτα τον κύριο σχολιασμό των ερευνητών για την παρουσία του ελληνικού, και δη του σύγχρονου, κινηματογράφου στον επιστημονικό λόγο.

Είναι χαρακτηριστικός ο τρόπος που «υποδέχεται» η Kosmidou (2015, σελ. 113) με τη βιβλιοκριτική της τη μονογραφία του Χρήστου Δερμεντζόπουλου με τίτλο «Η επινόηση του Τόπου: Νοσταλγία και Μνήμη στην Πολιτική Κουζίνα» (εκδ. Orpportuna, 2014). Η συγγραφέας θεωρεί ότι το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τον ελληνικό κινηματογράφο, που συμπίπτει και τροφοδοτείται από την ανάδυση του Νέου Κύματος, συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός ευνοϊκού κλίματος για την περαιτέρω ενασχόληση με πεδία και θεματικές που παρέμειναν σε μεγάλο βαθμό αχαρτογράφητα ή έστω παραμελημένα στον επιστημονικό διάλογο (π.χ. έρευνες ακροατηρίου ή καταναλωτικές έρευνες για τον ελληνικό κινηματογράφο (greek film audience studies/audience reception). Στην ίδια κατηγορία εντάσσεται από την Kosmidou (στο ίδιο) και η σχέση του λαϊκού κινηματογράφου (greek popular cinema) και της νοσταλγίας, ένα ζήτημα με το οποίο καταπιάνεται ο Δερμεντζόπουλος στο συγκεκριμένο πόνημά του.

Στο ίδιο κλίμα ο Karahalios (2013, σελ. 168), στη δική του κριτική για το βιβλίο των L. Papadimitriou και Y. Tzioumakis «Greek Cinema: Texts, Histories, Identities» (The University of Chicago Press, 2012), «καλωσορίζει» μια «καθυστερημένη», αλλά

«σημαντική» αγγλόγλωσση έκδοση για τον ελληνικό κινηματογράφο. Το νέο βιβλίο έρχεται, κατά τον συγγραφέα, να αποτελέσει μια βασική εισαγωγή στον περιφερειακό ευρωπαϊκό εθνικό (ελληνικό) κινηματογράφο που «αδικαιολόγητα» παραμελήθηκε από τους μελετητές των κινηματογραφικών σπουδών και ειδικότερα από όσους ασχολούνται με τον ευρωπαϊκό κινηματογράφο.

Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, το Νέο Κύμα λειτουργεί ως το περιβάλλον που ευνοεί ανάλογες προσπάθειες, ως μέρος του συγκειμενικού πλαισίου (context) εντός του οποίου ή παράλληλα με το οποίο αναπτύσσονται άλλες δράσεις. Γίνεται το ίδιο ένα είδος κατάλυτη για την περαιτέρω ενίσχυση της ακαδημαϊκής έρευνας. Είναι χαρακτηριστικό ότι το κείμενο της Chalkou, Μ. (2012), με τίτλο: «A New Cinema of Emancipation: Tendencies of Independence in Greek Cinema of the 2000s», παρουσιάζει τον μεγαλύτερο αριθμό ετεροαναφορών στα κείμενα του corpus. Πρόκειται για ένα χαρακτηριστικό κείμενο που «ανοίγει» τον διάλογο στην επιστημονική κοινότητα, τόσο αναφορικά με το Νέο Κύμα όσο και συνολικότερα αναφορικά με τον ρόλο των κινηματογραφικών σπουδών. Το συγκεκριμένο άρθρο αποτελεί ένα από τα πρώτα που επιχειρήσαν να ερμηνεύσουν το νέο φαινόμενο, ερευνώντας μάλιστα και τους λόγους που οδήγησαν στην ανάδυσή του. Το ποσοστό των αναφορών φανερώνει αφενός τη δυναμική του άρθρου, αφετέρου είναι ενδεικτικό του ενδιαφέροντος για περαιτέρω διερεύνηση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου.

Σε νεότερο κείμενό της, μάλιστα, η Chalkou (2013) υπογραμμίζει την αδυναμία κριτικών και μελετητών (critics and scholars) να αναγνωρίσουν – λόγω προσκόλλησης στο ιδιαίτερο γόητρο του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου (Ν.Ε.Κ.) – τη νέα τάση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου, παρακολουθώντας τα δείγματα δουλειάς και τις προηγούμενες ταινίες των σημερινών κύριων εκφραστών του Νέου Κύματος και συνολικά του ανεξάρτητου και καλλιτεχνικού (art-house) κινηματογράφου. Χρειάστηκε, όπως αναφέρει, η νέα τάση να τύχει διεθνούς αναγνώρισης, προκειμένου να λάβει και την ανάλογη προσοχή εκ μέρους των επιστημόνων.

Η Nikolaidou (2013, σελ. 1-2) από την πλευρά της τονίζει ότι οι έλληνες επιστήμονες θα μπορούσαν να δώσουν έμφαση σε ζητήματα θεωρίας του κινηματογράφου και εγχώριας κινηματογραφικής ιστοριογραφίας αντί να περιορίζονται σε κριτικές συγκεκριμένων ταινιών και στην ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου, πτυχές που, αν και ενδιαφέρουσες, αρθρώνουν λόγο (discourse) για έναν περιφερειακό τομέα (peripheral field) των κινηματογραφικών σπουδών, αδυνατώντας να δώσουν στοιχεία και ώθηση σε νέες αναζητήσεις για την κινηματογραφική τέχνη και τις προεκτάσεις της εν γένει.

Είναι χαρακτηριστικό, πάντως, ότι στην παρούσα μελέτη το ένα τρίτο των κειμένων που πληρούσαν τα σχετικά κριτήρια και συμπεριλήφθηκαν στο δείγμα εργασίας έχει ως κύριο άξονα μία συγκεκριμένη ταινία. Διευκρινίζεται ότι δεν αποτελούν απαραίτητα κριτικές ταινιών, αντίθετα προσεγγίζουν ταινίες του Νέου Κύματος επιλέγοντας συγκεκριμένα κάθε φορά μεθοδολογικά εργαλεία ή θεωρητικά πλαίσια. Παρά ταύτα, όλα αυτά

τα κείμενα, αν και επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες δημιουργίες, εμπεριέχουν αναφορές συνολικά στο Νέο Κύμα. Υπό αυτό το πρίσμα, γίνεται φανερή μια ανάγκη ένταξης μιας ταινίας σε ένα ευρύτερο σύνολο ταινιών και, κατά συνέπεια, κατηγοριοποίησης των τάσεων που παρατηρούνται στη σύγχρονη κινηματογραφία.

### 3.3.2 Η χρήση της αγγλικής γλώσσας

Οι Paradimitriou & Tzioumakis (2012, σελ. 9) αναφέρουν ότι οι έρευνες και οι μελέτες που δημοσιεύονται στην αγγλική γλώσσα και αφορούν την ελληνική κινηματογραφική τέχνη είναι περιορισμένες.<sup>39</sup> Γι' αυτόν τον λόγο είναι καλοδεχούμενο κάθε νέο επιστημονικό πόνημα που αφορά ειδικά τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο (Karahalios, 2013· Needham, 2011). Τα στοιχεία της παρούσας μελέτης αποδεικνύουν την ολοένα εντεινόμενη παρουσία του στις επιστημονικές δημοσιεύσεις. Είναι χαρακτηριστικό ότι από τα συνολικά εξήντα ένα (61) κείμενα που περιλαμβάνονται στο corpus, μόλις οκτώ (8) είναι στην ελληνική γλώσσα, εκ των οποίων τα έξι (6) εμπίπτουν στην κατηγορία του academic blogging. Τα παραπάνω δεδομένα συνηγορούν υπέρ της ενίσχυσης της αντίληψης ότι τα συγγραφικά, επιστημονικά πονήματα και ειδικότερα η αγγλόγλωσση αρθρογραφία ενισχύεται σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Εντονότερη δραστηριότητα παρατηρείται κατά την τριετία 2013-2015, κατά τη διάρκεια της οποίας δημοσιεύονται τα δύο τρίτα του συνόλου των κειμένων.

Σημειώνεται δε στο σημείο αυτό ότι, όπως αποδεικνύεται από παρατηρήσεις εκπροσώπων τόσο του επιστημονικού όσο και του δημοσιογραφικού λόγου (ο οποίος αναλύεται στο επόμενο κεφάλαιο), η χρήση της ελληνικής γλώσσας δεν αποτελεί εμπόδιο για την περαιτέρω διάδοση και μελέτη μόνο των συγγραμμάτων και επιστημονικών πονημάτων αλλά και των ίδιων των κινηματογραφικών προϊόντων. Η ελληνική γλώσσα ως κύρια γλώσσα μιας ταινίας, ειδικά όταν αυτή διακινείται συχνά και χωρίς τη δυνατότητα επιλογής υποτίτλων, λειτουργεί ανασταλτικά για την προώθηση και διανομή της.

39. Όπως επισημαίνει η Nikolaidou (2013, σελ. 1-2), υπάρχουν πολλοί λόγοι που θα μπορούσαν να εξηγήσουν αυτή την εσωστρέφεια και τις περιορισμένες μελέτες αναφορικά με τομείς των ελληνικών κινηματογραφικών σπουδών. Η επιστημονική έρευνα και μελέτη απαιτεί ιδιαίτερο χρόνο, περιλαμβάνει ενδεχομένως ορισμένες μονότονες διαδικασίες και συνήθως πραγματεύεται κινηματογραφικά και κοινωνικά φαινόμενα έχοντας λάβει μια χρονική απόσταση από την περίοδο στην οποία εξελίσσονται. Η επιστημονική έρευνα προϋποθέτει επίσης την κατάλληλη χρηματοδότηση και ένα «ενθαρρυντικό» περιβάλλον (ένα πλαίσιο, δηλαδή, που διευκολύνει την πρόσβαση στην πληροφορία, στα απαραίτητα εργαλεία και μέσα κ.ο.κ.), στοιχεία που οι περισσότεροι σημερινοί έλληνες ερευνητές στερούνται.

### 3.3.3 Νέες ευκαιρίες προαγωγής της κινηματογραφικής έρευνας

Εκτιμάται, ωστόσο, ότι το ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφία σε παγκόσμιο επίπεδο και οι ευκαιρίες δημοσίευσης μελετών επιστημονικού επιπέδου για νέους ερευνητές που αναδύονται τα τελευταία χρόνια, θα λειτουργήσουν ενθαρρυντικά ώστε ακόμα περισσότεροι να ασχοληθούν με τις νεοελληνικές σπουδές (modern Greek studies) και ειδικότερα τις κινηματογραφικές και πολιτισμικές.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι η ανάδυση του Νέου Κύματος συμπίπτει χρονικά αλλά κυρίως τροφοδοτεί μια σειρά από πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία νέων επιστημονικών περιοδικών που έρχονται να καλύψουν ένα κενό στον τομέα των σπουδών κινηματογράφου και μέσωσν ενημέρωσης (Media). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, το πρώτο επιστημονικό περιοδικό που είναι αποκλειστικά αφιερωμένο στον ελληνικό κινηματογράφο,<sup>40</sup> με το δεύτερο κιόλας τεύχος του να είναι αφιερωμένο στις «Contemporary Greek Film Cultures» (Σύγχρονες Ελληνικές Κινηματογραφικές Κουλτούρες)<sup>41</sup>, επιδιώκοντας να φωτίσει την πολυπλοκότητα και τις ιδιαιτερότητες του ελληνικού σινεμά όσον αφορά την παραγωγή, τη διανομή αλλά και την αποδοχή/υποδοχή του από τους θεατές εντός και εκτός συνόρων. Το *Filmicon*, όντας δίγλωσσο, δημοσιεύει κείμενα στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα, προκειμένου να δώσει τη δυνατότητα και σε ξένους αναγνώστες να γνωρίσουν σε βάθος τον ελληνικό (κατά βάση) κινηματογράφο, τις ταινίες και τους δημιουργούς του.

Παράλληλα, οι λιγοστές μέχρι πρόσφατα ξενόγλωσσες εκδόσεις για τον ελληνικό κινηματογράφο (βιβλία, άρθρα, κριτικές) σημειώνουν ενθαρρυντική αύξηση, τη στιγμή που η νέα γενιά ελλήνων σκηνοθετών προσελκύει το ενδιαφέρον του κινηματογραφικού κόσμου διεθνώς και ο κινηματογράφος ανάγεται σε αξιόπροσεκτο εξαγωγίμο πολιτισμικό προϊόν (Μυλωνάκη, 2013). Στο ίδιο μήκος κύματος κινούνται τα αφιερώματα σε επιστημονικά περιοδικά, όπως π.χ. το αφιέρωμα «Contemporary Greek Film Cultures: Weird Wave and Beyond», φθινόπωρο 2016, του περιοδικού *Journal of Greek Media and*

40. Το *Filmicon: Journal of Greek Film Studies* αποτελεί μια πρωτοβουλία ανεξάρτητων ερευνητών που ασχολούνται με τον ελληνικό κινηματογράφο στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και εκδίδεται από τις Εκδόσεις *Ευρασία* (ISSN: 2241-6692). Συνιστά μια ανοιχτή πλατφόρμα επικοινωνίας και διαλόγου για το ελληνικό σινεμά και λειτουργεί με στόχο να δώσει βήμα έκφρασης σε ερευνητές που μελετούν την ιστορία και τον πολιτισμό της εγχώριας κινηματογραφίας. Λειτουργεί ταυτόχρονα ως επιστημονικό περιοδικό με κριτές (peer-reviewed), μέσω ανοιχτής πρόσβασης (open-access) και online journal. Για αναλυτικότερες πληροφορίες σχετικά με το περιοδικό και τα τεύχη του βλ. στην [ιστοσελίδα](#) του περιοδικού *Filmicon* (3/11/2016) καθώς και στο Chalkou (2013), το οποίο αποτελεί το editorial του πρώτου τεύχους (Issue 1) του περιοδικού όπου περιγράφονται οι στόχοι και το περιεχόμενό του.

41. Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το συγκεκριμένο τεύχος βλ. [εδώ](#) (τελευταία πρόσβαση 31/10/2016).



*Culture*,<sup>42</sup> αλλά και αφιερώματα στο πλαίσιο επιστημονικών εκδόσεων πανεπιστημίων, προτείνοντας νέες διεπιστημονικές προσεγγίσεις για μια πλειάδα θεμάτων.

Ανάλογους στόχους είχε και η διεξαγωγή ορισμένων συνεδρίων με θέμα τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια στο εξωτερικό. Ενδεικτικά αναφέρονται τα συνέδρια: «Contemporary Greek Film Cultures Conference 2015» (Seattle, May 8-9, 2015) και «Contemporary Greek Film Cultures 2013» (London, July 2013),<sup>43</sup> τα οποία έθεταν σαν στόχο «την επέκταση της υπάρχουσας λογοτεχνίας πάνω στη σπουδή του ελληνικού κινηματογράφου, καθώς και την προώθηση μιας ενδελεχούς και προσεγμένης μελέτης του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου», όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν τα μέλη της οργανωτικής επιτροπής (Λυβιάκης, 2013). Τα μέλη της τελευταίας, μάλιστα, είναι διδακτορικοί ερευνητές στα πανεπιστήμια της Γλασκώβης και του Ρέντινγκ στο Ηνωμένο Βασίλειο και δια των ερευνών και των μελετών τους, αλλά και μέσω αυτών των διοργανώσεων, φιλοδοξούν να «συμβάλουν στην άμβλυση του κορεσμένου τομέα των ακαδημαϊκών σπουδών στον κινηματογράφο αλλά και να προβάλουν μία σημαντική άποψη του σύγχρονου ελληνικού πολιτισμού» (Λυβιάκης, ό.π.).

Αντίθετα με την έμφαση στη σύγχρονη δημιουργία που πρεσβεύουν αυτές οι πρωτοβουλίες, ανάλογου τύπου διοργανώσεις που έλαβαν χώρα στην Ελλάδα το ίδιο χρονικό διάστημα εμφανίζουν μια τάση ενασχόλησης με πιο «παραδοσιακά» πεδία του ελληνικού κινηματογράφου. Σε συνέδρια και σεμινάρια στον ελληνικό ακαδημαϊκό χώρο αυτών των ετών δίδεται κατά βάση μεγαλύτερη έμφαση στην εμβάθυνση και περαιτέρω ανάλυση θεμάτων και πτυχών του ελληνικού κινηματογράφου που έχουν ήδη συζητηθεί.

Ενδεικτικά αναφέρεται το 1<sup>ο</sup> Διεθνές Συνέδριο για τον Ελληνικό Κινηματογράφο που διοργάνωσε το Τμήμα Κινηματογράφου του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, υπό την αιγίδα του Αρχαιολογικού Μουσείου της πόλης (Θεσσαλονίκη, 28-29/5/2015), με αφορμή τη συμπλήρωση δέκα (10) ετών από την ίδρυση του Τμήματος. Το θέμα του Συνεδρίου ήταν «Ο Άγνωστος Ελληνικός Κινηματογράφος: Νέες Χαρτογραφήσεις, Νέοι Πρωταγωνιστές, Νέες Διερευνήσεις του Παρελθόντος (1945-1967)» και στόχος του υπήρξε η επανεξέταση και επανα-τοποθέτηση της έρευνας για τον Παλιό Ελληνικό Κινηματογράφο μέσω του πρίσματος της Νέας Κινηματογραφικής Ιστορίας (New Film History).<sup>44</sup> Παρά το γεγονός ότι μια προσπάθεια επαναανάγνωσης της ιστορίας του

42. Το τεύχος του περιοδικού έχουν επιμεληθεί οι Vangelis Calotychos, Lydia Papadimitriou και Yannis Tzioumakis και περιλαμβάνονται κείμενα των Panayiota Mini, Tatjana Aleksic, Rosa Barotsi, Tonia Kazakoroulou, Ina Karkani, Mikela Fotiou καθώς και μία συνέντευξη της σκηνοθέτριας Αθηνάς Ραχήλ Τσαγγάρη (βλ. Calotychos et al., 2016).

43. Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τους στόχους, το Πρόγραμμα και τους διοργανωτές των συνεδρίων βλ. στην [ιστοσελίδα](#) του «Contemporary Greek Film Cultures Conference». (τελευταία πρόσβαση 12/11/2016)

44. Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τους στόχους και το πρόγραμμα του συνεδρίου βλ. στην [ιστοσελίδα](#) του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (τελευταία πρόσβαση: 12/11/2016).

ελληνικού κινηματογράφου και των αντιλήψεων ειδικότερα για τον Παλαιό Ελληνικό Κινηματογράφο παρουσιάζει ενδιαφέρον, ειδικά όταν φωτίζονται πτυχές που ενδεχομένως συνδέουν τον τελευταίο με το σήμερα και το αύριο του ελληνικού κινηματογράφου και ενδεχομένως υπήρξαν ανάλογες αναφορές στο πλαίσιο των εισηγήσεων, στο πρόγραμμα της διοργάνωσης δεν συμπεριελήφθηκε κάποια ενότητα ως αναφορά ειδικότερα στη σημερινή πραγματικότητα του ελληνικού κινηματογράφου.

Στην περίπτωση του σεμιναρίου κινηματογραφικών σπουδών με τίτλο «Από τον πρώιμο στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Ζητήματα Μεθοδολογίας, Θεωρίας, Ιστορίας» που πραγματοποιήθηκε από το Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών με την υποστήριξη του Μεταπτυχιακού Προγράμματος του Τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού (Αθήνα, Δεκέμβριος 2013-Μάιος 2014),<sup>45</sup> μεταξύ των εικοσιτεσσάρων (24) εισηγήσεων που περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα, υπάρχουν μόλις τέσσερις (4) που άπτονται ζητημάτων του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου και σχετίζονται με προσεγγίσεις του Νέου Κύματος.

Από τις παραπάνω ενδεικτικές αναφορές και τις γενικότερες τάσεις, όπως αναδεικνύονται από τα κείμενα που αναλύθηκαν για την παρούσα μελέτη, δίνεται η αίσθηση ότι τηρείται μια στάση αναμονής απέναντι στο Νέο Κύμα από την ελληνική επιστημονική κοινότητα. Ταυτόχρονα παρατηρείται μια τάση ενασχόλησης με πεδία και θέματα της ελληνικής κινηματογραφίας των παρελθόντων ετών που ασφαλώς μπορούν να μελετηθούν με μεγαλύτερη άνεση λόγω της παρέλευσης εύλογου χρονικού διαστήματος, της κυκλοφορίας ικανοποιητικού αριθμού ταινιών και του πλήθους ήδη δημοσιευμένων τοποθετήσεων και προσεγγίσεων. Τα δεδομένα αυτά διασφαλίζουν μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση ενός φαινομένου, αναφέρονται όμως σε φαινόμενα που έχουν πλέον εκπνεύσει ή, ορθότερα, έχουν συμπληρώσει τον κύκλο ζωής τους.

Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι οι απόπειρες προσέγγισης ενός φαινομένου εν εξελίξει, παρότι κεντρίζουν το ενδιαφέρον των μελετητών που καταγράφουν στοιχεία και συλλέγουν δεδομένα, δεν οδηγούν πάντοτε στη δημοσίευση θεωρήσεων με τη μορφή άρθρων, εισηγήσεων σε επιστημονικές εκδηλώσεις ή, πολύ περισσότερο, σε έντυπες εκδόσεις, καθώς οι επιστήμονες επιδιώκουν μια σφαιρική προσέγγιση των φαινομένων.

Επιπροσθέτως σημειώνεται ότι πρωτοβουλίες όπως αυτές των συνεδρίων του εξωτερικού συνδέθηκαν με την αυξανόμενη άνθιση του διεθνούς ενδιαφέροντος για τον ελληνικό κινηματογράφο και την μεγάλη επιτυχία σύγχρονων ελληνικών ταινιών σε ξένα κινηματογραφικά φεστιβάλ, ιδιαίτερα μετά την εξαιρετική πορεία της ταινίας *Κυνόδοντας* του Γιώργου Λάνθιμου, το 2009. Το έτος αυτό, μάλιστα, συνιστά χρονιά-ορόσημο, σύμφωνα με την Παπαδimitriou (2014b), και για τις κινηματογραφικές σπουδές, καθώς τότε χρησιμοποιείται για πρώτη φορά ο όρος «Ελληνικές Κινηματογραφικές Σπουδές» στα αγγλικά, δηλαδή, «Greek Film Studies». Πιο συγκεκριμένα, ένα άρθρο

45. Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με τους στόχους και το Πρόγραμμα του σεμιναρίου βλ. επίσημη [ιστοσελίδα](#) σεμιναρίου στο Facebook (τελευταία πρόσβαση: 13/11/2016).

της ίδιας (που αποτελεί μια συστηματική εξέταση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας για το ελληνικό σινεμά), έρχεται ως συνέχεια σε μια μακρά προσπάθεια ανάδειξης του επιστημονικού λόγου γύρω από την ελληνική κινηματογραφία, που ξεκινά από το 1990 και οδηγείται μέχρι την τρέχουσα δεκαετία. Το ενδιαφέρον παγκοσμίως για τις σύγχρονες τάσεις και δημιουργίες της εγχώριας κινηματογραφίας και η ανάγκη ανάλυσης και περιγραφής του φαινομένου κατέστησε τον όρο ευρύτερα χρησιμοποιούμενο αντί της συνηθέστερης φράσης «ελληνικό σινεμά» (greek cinema).

Οι νέες πρωτοβουλίες αποτελούν μια πλατφόρμα διαλόγου και διερεύνησης τόσο αναφορικά με το παρόν και το μέλλον του ελληνικού κινηματογράφου όσο και σχετικά με μια ευρεία γκάμα ζητημάτων των μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας (media) και της πολιτιστικής δημιουργίας που αναπτύσσεται εντός της χώρας ή αφορά την Ελλάδα (Papadimitriou, 2015).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### Ο λόγος των Μέσων και της κριτικής για το Νέο Κύμα<sup>46</sup>

Σχεδόν από τη γέννησή του και μέχρι σήμερα ο κινηματογράφος βαδίζει παράλληλα με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και ειδικότερα με τον Τύπο. Ακριβέστερα, «εμφανίζεται» συχνά στον τελευταίο, αλλά και ο Τύπος τροφοδοτεί την πλούσια θεματολογία του. Παράλληλα, η παρουσία της κινηματογραφικής δημιουργίας στον έντυπο και, στα πρόσφατα χρόνια, στον ηλεκτρονικό τύπο είναι διαρκής εξαιτίας κυρίως του αυξανόμενου ενδιαφέροντος του κοινού για το δημοφιλές μέσο.

Βασική υπόθεση του κεφαλαίου τούτου είναι ότι το «Νέο Κύμα» του ελληνικού κινηματογράφου αναδείχθηκε, εδραιώθηκε και διαδόθηκε χάρη στη συμβολή και του Τύπου. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να προσεγγίσει τον τρόπο με τον οποίο συζητείται, περιγράφεται ή/και αναλύεται το νεότερο κύμα του ελληνικού σινεμά, το αποκαλούμενο από ορισμένους συντάκτες «Παράξενο» Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Για την επίτευξη του στόχου, επιχειρήθηκε η ανάλυση ενός πλήθους ελληνόγλωσσων και αγγλόγλωσσων κειμένων δημοσιογραφικού ή/και κριτικού χαρακτήρα που δημοσιεύτηκαν σε ελληνικά και αγγλόφωνα μέσα ενημέρωσης κατά την χρονική περίοδο από τον Ιανουάριο του 2009 μέχρι το Σεπτέμβριο του 2016. Στο πλαίσιο αυτό διερευνάται πως οι δημοσιογράφοι, οι κινηματογραφικοί συντάκτες και οι κριτικοί κινηματογράφου:

- περιγράφουν το Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου (χρησιμοποιούμενοι όροι)
- προσδιορίζουν τα βασικά χαρακτηριστικά του (κύριοι εκπρόσωποι, βασικές ταινίες που εντάσσονται σε αυτό, κυριότερα χαρακτηριστικά και επιμέρους τάσεις που αναπτύσσονται εντός αυτού)
- προσδιορίζουν την έννοια της αποδιδόμενης σε αυτό παραδοξότητας (έννοια του «weird» («παράξενου»/«περίεργου»)

Ο δημοσιογραφικός και κριτικός λόγος χαρακτηρίζεται από ορισμένες ιδιαιτερότητες που σχετίζονται τόσο με τη φύση των μέσων ενημέρωσης διά των οποίων ο λόγος αυτός «φτάνει» στο κοινό, όσο και με τις συνθήκες άσκησης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος. Ειδικότερα, οι ιδιαιτερότητες αυτές σχετίζονται με την καταγραφή και την ερμηνεία ενός ζητήματος της επικαιρότητας, γεγονός που συνεπάγεται την ανάγκη

---

46. Τμήμα των αποτελεσμάτων της έρευνας που παρουσιάζεται αναλυτικά στο συγκεκριμένο κεφάλαιο δημοσιεύθηκε τον Μάιο του 2020 στο επιστημονικό περιοδικό *Journal of Greek Media and Culture* (Volume 6, Issue 1), υπό τον τίτλο «Film criticism and the legitimization of a New Wave in contemporary Greek cinema».

ελαχιστοποίησης του χρόνου επεξεργασίας της πληροφορίας και ταχείας μετάδοσή της στο κοινό. Παράλληλα, οι περιορισμοί που τίθενται λόγω πεπερασμένης έκτασης (και συνακόλουθα σχετικής ανάλυσης) για ένα γεγονός, αλλά και η αδυναμία προσδιορισμού με ακρίβεια των χαρακτηριστικών του προφίλ του κοινού- αναγνώστη, επηρεάζουν τόσο τη θεματολογία όσο και τον τρόπο συγγραφής ενός κειμένου. Λαμβάνοντας υπόψη τις παραπάνω ιδιαιτερότητες, σε συνδυασμό με τα βασικά σημεία διερεύνησης που προαναφέρθηκαν, προσδιορίζονται μια σειρά από επιμέρους ερωτήματα έτσι ώστε να αναδειχθούν και επιμέρους πτυχές του Νέου Κύματος, όπως αυτές αναδεικνύονται από τους συντάκτες των μέσων ενημέρωσης.

- Ποια γεγονότα τροφοδότησαν τη συζήτηση γύρω από το Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου;
- Ποια θέματα απασχολούν τους δημοσιογράφους/κριτικούς;
- Σε ποιες πτυχές του Νέου Κύματος εστιάζουν και ποιες προσδοκίες καλλιεργούν στο κοινό για την εξέλιξη του φαινομένου;
- Πώς σχολιάζονται οι επιτυχίες και οι διακρίσεις των ταινιών του Νέου Κύματος σε σχέση με τις τάσεις εξωστρέφειας του ελληνικού κινηματογράφου αλλά και με τις κοινωνικο-οικονομικο-πολιτικές εξελίξεις της χώρας τα τελευταία χρόνια;
- Παρατηρούνται αλλαγές στην προσέγγιση/συμπεριφορά των Ελλήνων/ελληνόφωνων κριτικών και δημοσιογράφων σε σχέση με τους αγγλόφωνους συναδέλφους τους;

Η δειγματοληψία για τη διερεύνηση των παραπάνω ερωτημάτων πραγματοποιήθηκε σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφηκε αναλυτικά στο Κεφάλαιο 2. Τα αποτελέσματα της διαδικτυακής αναζήτησης με βάση τις προκαθορισμένες λέξεις-κλειδιά απέδωσαν ένα εξαιρετικά ευρύ πλήθος κειμένων. Σε αυτά περιλαμβάνονταν κείμενα δημοσιογραφικού και μη χαρακτήρα, αναρτήσεις σε προσωπικά ιστολόγια, σχόλια χρηστών του διαδικτύου σε «χώρους συζήτησης» (φόρουμ) ποικίλης θεματολογίας κ.ά.

Ο κινηματογράφος, άλλωστε, αποτελεί ένα από τα πιο αγαπημένα και ιδιαιτέρως δημοφιλή μέσα ενημέρωσης και ψυχαγωγίας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Ταυτόχρονα, η διάδοση και η εξάπλωση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των εργαλείων και εφαρμογών του συμμετοχικού διαδικτύου (Web 2.0) οδήγησε στη δημιουργία και ανάπτυξη περιεχομένου από τους χρήστες του («user-generated content»). Οι τελευταίοι καθίστανται ενεργοί συμμετοχοί και όχι παθητικοί δέκτες στο πλαίσιο μιας διαδραστικής επικοινωνίας με επίκεντρο τη δυναμική ανταλλαγή πληροφοριών και την ελευθερία έκφρασης και λόγου. Παράλληλα, η παραδοσιακή δημοσιογραφία υιοθετεί πρακτικές ψηφιακής αφήγησης, δίχως να είναι πάντοτε ευκρινή τα στάδια συλλογής, ελέγχου και επεξεργασίας της δημοσιοποιούμενης πληροφορίας ή τα κριτήρια, τεκμήρια και δεδομένα που την επαληθεύουν ή εξηγούν. Με βάση τα παραπάνω, συχνά

αποδεικνύονται δυσδιάκριτα τα όρια μεταξύ ειδικού και ερασιτέχνη στα δημοσιευθέντα στο διαδίκτυο. Ο δε αριθμός των κειμένων που αφορούν ένα δημοφιλές μέσον όπως ο κινηματογράφος, μπορεί να είναι εξαιρετικά μεγάλος.

Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης υπήρξε καθοριστική η επιλογή της μη συμπερίληψης κειμένων που εμπίπτουν στην έννοια του «ερασιτεχνικού». Ως εκ τούτου, δε συμπεριλήφθηκαν blogs/vlogs (προσωπικά ιστολόγια με ή χωρίς βίντεο), προσωπικές ιστοσελίδες ή άλλα μέσα που περιλαμβάνουν αξιολογικές ή άλλες κρίσεις προσωπικού/υποκειμενικού χαρακτήρα και τα οποία αναμφίβολα κατέχουν ξεχωριστό ρόλο στην ερμηνεία αλλά και την προώθηση και απήχηση μιας ταινίας. Στο πλαίσιο της ανίχνευσης ενός λόγου συγκροτημένου με βάση το επαγγελματικό πρότυπο επιλέχθηκαν ως επί το πλείστον μέσα ενημέρωσης αναγνωρισμένου κύρους και πρόσωπα που εκφέρουν μηντιακό λόγο σύμφωνα με την εργασία που ασκούν.

Έμφαση, κατά συνέπεια, δίνεται στον λόγο των συντακτών, η γνώση και η εμπειρία των οποίων αποτελούν τα δύο στοιχεία που τους διαφοροποιούν από τους κοινούς θεατές. Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 1, σύμφωνα με τον Baumann (2001), οι επαγγελματίες κατέχουν έναν σημαντικό ρόλο στην αξιολόγηση καθώς και στην ανάδειξη και καθιέρωση (legitimization) των πολιτιστικών αγαθών και στην προκειμένη περίπτωση των κινηματογραφικών ειδών. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να αγνοεί κανείς τις τεχνολογικές εξελίξεις στον τομέα της πληροφόρησης και των επικοινωνιών και ιδίως τις δυνατότητες που προσφέρονται βάσει αυτών στους χρήστες του διαδικτύου. Ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη και διαμοίραση περιεχομένου, συχνά πολυμεσικού, καθιερώνει τους χρήστες ως ενεργούς δρώντες στη δημόσια σφαίρα και στη διαμόρφωση (σ)τάσεων και γνώμης, ενώ συμβάλλει στην ανάδυση νέων φαινομένων και τάσεων.

Μία εξ αυτών συνδέεται με την έμφαση στην «κατάκτηση» της προσοχής και του ενδιαφέροντος του κοινού αντί στην αξία του περιεχομένου. Στην εποχή της επικράτησης του συμμετοχικού διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων, όπου οι πολίτες γίνονται αποδέκτες πλείστων όσων αναρτήσεων και πληροφοριών, η βασιζόμενη στην «οικονομία της προσοχής» ενημέρωση και ψυχαγωγία συνδέεται με τεχνικές και τρόπους προσέλευσης της έστω και στιγμιαίας «κατάκτησης» της προσοχής τους, ενώ επιδιωκόμενη και ευκατία είναι συχνά και η (επίσης στιγμιαία) αντίδρασή τους. Με άλλα λόγια, η έμφαση μεταφέρεται από την πληροφορία και την ανάλυση ενός πολιτιστικού προϊόντος (με επιστημονικούς ή κοινώς αποδεκτούς όρους και κριτήρια), στο άτομο που την παρουσιάζει, στον τρόπο που το πράττει (π.χ. έκφραση προσωπικής εμπειρίας, συναισθηματική εμπλοκή, χρήση καθημερινών λέξεων) ή ακόμα και στον τρόπο με τον οποίο εμπλέκει σε αυτή του την προσπάθεια το κοινό (π.χ. αξιολόγηση μιας ταινίας με ψηφοφορία κοινού). Στα κείμενα του corpus της παρούσας έρευνας επιδιώκεται, μεταξύ άλλων, να καταγραφούν ανάλογες τάσεις μέσα από τη διαμόρφωση σχετικών κατηγοριών.

Αναλυτικότερα σημειώνεται ότι στο δείγμα περιλήφθηκαν κυρίως άρθρα με τη μορφή ρεπορτάζ σε ηλεκτρονική ή έντυπη (τα άρθρα της οποίας αναδημοσιεύονται

στην ιστοσελίδα της στο διαδίκτυο) εφημερίδα ή περιοδικό και άρθρα γνώμης (που έχουν δημοσιευτεί στο διαδίκτυο). Δευτερευόντως, περιλήφθηκαν συνεντεύξεις καθώς και ορισμένες κινηματογραφικές κριτικές συγκεκριμένων ταινιών, οι οποίες περιλαμβάνουν όμως εκτενείς αναφορές στο Νέο Κύμα συνολικά. Στρατηγική επιλογή της παρούσας μελέτης υπήρξε η μη συμπερίληψη συνεντεύξεων σκηνοθετών ή παραγωγών ταινιών του Νέου Κύματος καθώς και κριτικών ταινιών. Στις περιπτώσεις που έχουν συμπεριληφθεί κείμενα από αυτές τις δύο κατηγορίες κειμενικών ειδών, αυτό έχει γίνει αποκλειστικά για να εξυπηρετηθούν οι σκοποί της μελέτης και να εντοπιστεί πρωτίστως ποιους δημιουργούς εντάσσουν οι κινηματογραφικοί συντάκτες στο Νέο Κύμα. Η περιορισμένη απόκλιση από τη στρατηγική επιλογής των κειμένων κρίθηκε σκόπιμη αφενός λόγω της φύσης και των περιορισμών (π.χ. έκτασης, ύφους, ανάλυσης κ.λπ.) που τίθενται από τα διαφορετικά κειμενικά είδη του δημοσιογραφικού λόγου και αφετέρου προκειμένου να διαμορφωθεί μια κατά το δυνατόν πληρέστερη εικόνα αναφορικά με τα στοιχεία τα οποία, κατά την πλειονότητα των συντακτών, χαρακτηρίζουν τους εκπροσώπους του νέου κινηματογραφικού φαινομένου και τα δημιουργήματά τους.

Η διαδικασία αξιολόγησης των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την αναζήτηση στο διαδίκτυο για τη συμπερίληψή τους στο δείγμα της παρούσας μελέτης υλοποιήθηκε σε δύο στάδια, όπως και στην περίπτωση των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα, που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο. Το πρώτο στάδιο συνιστά μια διαδικασία χαρτογράφησης και συνολικής εποπτείας των δημοσιεύσεων αναφορικά με τα κριτήρια αναζήτησης. Σε πρώτη φάση, δηλαδή, επιχειρήθηκε μια πρώτη προσέγγιση των ευρημάτων και πραγματοποιήθηκαν οι απαραίτητοι αποκλεισμοί σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που τέθηκαν παραπάνω.

Η αξιολόγηση του υλικού σε δεύτερο στάδιο συνιστά το ουσιαστικότερο τμήμα της έρευνας. Η αναζήτηση του υλικού απέδωσε προς επεξεργασία στο στάδιο αυτό περί τα διακόσια δεκαέξι (216) κείμενα (135 στον ελληνικό και 81 στον αγγλόγλωσσο τύπο), που εμπίπτουν στην κατηγορία του δημοσιογραφικού και κριτικού λόγου. Από αυτά σχεδόν το 14% (δηλαδή περί τα 30 κείμενα) δεν επιλέχθηκαν τελικά για τη συγκρότηση του σώματος εργασίας, καθώς κρίθηκε ότι είτε δε σχετίζονταν με το θέμα της παρούσας μελέτης, είτε αναφέρονταν σε συγκεκριμένη ταινία που φαίνεται να εντάσσεται στο Νέο Κύμα (π.χ. κριτική συγκεκριμένης ταινίας), χωρίς ωστόσο να περιέχουν αναφορές ή αναλύσεις για το κύμα συνολικά.

Ως σώμα της εργασίας επιλέχθηκαν τελικά εκατόν ογδόντα έξι (186) κείμενα, στα οποία συμπεριλαμβάνονται διάφορα κειμενικά είδη του δημοσιογραφικού λόγου: άρθρα με τη μορφή ρεπορτάζ σε έντυπη ή ηλεκτρονική εφημερίδα/ περιοδικό, άρθρα γνώμης, καθώς και ορισμένες κινηματογραφικές κριτικές συγκεκριμένων ταινιών (που, παρά το γεγονός ότι παρουσιάζουν ή εστιάζουν σε συγκεκριμένη ταινία, περιλαμβάνουν συνάμα και εκτενείς αναφορές στο Νέο Κύμα συνολικά).



Η ανισοκατανομή που παρατηρείται ανάμεσα στα ελληνόγλωσσα κείμενα που σαφώς υπερτερούν σε σχέση με τα αγγλόγλωσσα (65% έναντι 35%) δύναται να ερμηνευθεί βάσει των κριτηρίων επιλογής του corpus. Όπως διαπιστώθηκε κατά το δεύτερο στάδιο, ένας μεγάλος αριθμός αγγλόγλωσσων κειμένων αποτελούσε κριτική συγκεκριμένης ταινίας χωρίς να αναφέρεται στο νέο κινηματογραφικό φαινόμενο. Σε ορισμένες περιπτώσεις παρατηρήθηκαν κείμενα που είχαν προκύψει βάσει της αναζήτησης στο διαδίκτυο ή σε ιστοσελίδες μέσω της χρήσης γενικών όρων – λέξεων-κλειδιών (π.χ. contemporary greek cinema) και το περιεχόμενό τους δε σχετιζόταν με τις ταινίες του Νέου Κύματος. Πρόκειται για περιπτώσεις αστοχιών του πρώτου σταδίου που αποκλείστηκαν στο δεύτερο. Τέλος, ορισμένα κείμενα που αποτελούσαν ανακοινώσεις προβολών ταινιών του Νέου Κύματος σε πολιτιστικούς χώρους (χωρίς περαιτέρω σχολιασμό αυτών), επίσης παραλείφθηκαν.

Τα κείμενα αλιεύθηκαν από το διαδίκτυο και δημοσιεύτηκαν σε μέσα ενημέρωσης έντυπα και ηλεκτρονικά, γενικού ή ειδικού (κυρίως κινηματογραφικού και πολιτιστικού) ενδιαφέροντος, της Ελλάδας και του εξωτερικού. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει μία βασική επισήμανση. Λόγω της φύσης της αναζήτησης που πραγματοποιήθηκε, όλα τα κείμενα του δείγματος φιλοξενούνται στον ηλεκτρονικό τύπο. Στο σύνολο των 186 κειμένων, τα ογδόντα έξι (86) αποτελούν την ηλεκτρονική αναδημοσίευση της έντυπης έκδοσης. Στις περιπτώσεις όπου υπάρχει ανάλογη σημείωση από την ιστοσελίδα του μέσου ενημέρωσης, τα κείμενα καταχωρήθηκαν ως έντυπα. Αυτονοήτως, όσα κείμενα δημοσιεύθηκαν σε έντυπες εκδόσεις δίχως να αναπαραχθούν στο διαδίκτυο δε συνιστούν μέρος του δείγματος. Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 15) καταγράφονται συνοπτικά τα μέσα ενημέρωσης από τα οποία προήλθαν τα κείμενα του σώματος εργασίας και προσδιορίζεται το είδος τους σύμφωνα με στοιχεία που τα ίδια προάγουν στους ιστοχώρους τους (περιγραφή μέσου) και την καταχώρησή τους σε αρχειοκαταλόγους του διαδικτύου.

**Πίνακας 15: Πηγές δημοσιευμάτων του Τύπου (ανά αριθμό κειμένων μέσου)**

Μέσο Ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>Ελευθεροτυπία</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	16
<i>Η Καθημερινή</i>	Web page	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	16
<i>Το Βήμα</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	9
<i>Αθηνόραμα</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαίο, πολιτιστικού ενδιαφέροντος περιοδικό	9
<i>The Guardian</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	8
<i>Πρώτο Θέμα</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα	7
<i>Flix</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	6

Μέσο Ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>Variety</i>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ψυχαγωγικού περιοδικού	6
<i>Indiewire</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	5
<i>Η Αυγή</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	5
<i>Τα Νέα</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	5
<i>Athens Voice</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία FreePress Εφημερίδα	4
<i>Senses of Cinema</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	4
<i>BHMAgazino</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο/ένθετο εφημερίδας	4
<i>Σινεμά</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	4
<i>TVXS</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	3
<i>Εφημερίδα των Συντακτών</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	3
<i>Το Βήμα</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	3
<i>Cine Vue</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Cineprivates</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Clickatlife</i>	Web page	Portal πολιτιστικού ενδιαφέροντος	2
<i>Film International</i>	Web page	Ιστοσελίδα έντυπου περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Filmmaker</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Lifo</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία FreePress Εφημερίδα	2
<i>Parallaxi</i>	Web page	Free Press περιοδικό πόλης (Θεσσαλονίκη)	2
<i>Popaganda</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>Protagon</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>Rednotebook (RNB)</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>Screendaily</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>The New York Times (New York edition)</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	2
<i>The Sydney Morning Herald</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	2
<i>Έθνος</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	2
<i>Σινεφιλία</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Φρέαρ</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό περιοδικό	2
<i>Al Jazeera America</i>	Web page	Portal τηλεοπτικού καναλιού	1
<i>Amagi</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού, μουσικού διαδικτυακού σταθμού	1
<i>Cineuropa</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Cléo: A Journal for film and feminism</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Conversations about Cinema</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1

Μέσο Ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>Culturenow</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού ενδιαφέροντος	1
<i>Dazed magazine</i>	Web page	Διαδικτυακό Πολιτιστικό Περιοδικό	1
<i>DocTV</i>	Web page	Ψηφιακή πολιτιστική πλατφόρμα	1
<i>Eastwest</i>	Έντυπο	Διμηνιαίο περιοδικό γεωπολιτικών θεμάτων	1
<i>Ekathimerini</i>	Web page	Αγγλόγλωσση έκδοση ημερήσιας αθηναϊκής εφημερίδας	1
<i>Euroviews</i>	Web page	Διαδικτυακό πανεπιστημιακό περιοδικό	1
<i>Festivalists</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Hit &amp; Run</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος	1
<i>Huffington Post</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
<i>Inverse</i>	Web page	Διαδικτυακό περιοδικό επιστημονικού και κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Lifo</i>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας	1
<i>Miami New Times</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού ποικίλης ύλης	1
<i>Montreal Gazette</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
<i>Moviemail</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Pure Movies</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Real.gr (www.real.gr)</i>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας	1
<i>Soul</i>	Έντυπο	Μηνιαίο περιοδικό ποικίλης ύλης	1
<i>The Culturetrip</i>	Web page	Ιστοσελίδα ταξιδιωτικού ενδιαφέροντος	1
<i>The Economist blogs: Prospero. Books, Arts, and Culture</i>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ενημερωτικού περιοδικού	1
<i>The Globe and the Mail</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
<i>The Hollywood Reporter</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>The Press Project</i>	Web page	Ενημερωτική, ποικίλης ύλης	1
<i>The Talk House</i>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό	1
<i>The Telegraph</i>	Έντυπο	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
<i>The Village Voice</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1

Μέσο Ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>University Press</i>	Web page	Free Press φοιτητική εφημερίδα	1
<i>Zούγκλι@</i>	Web page	Ενημερωτική, ποικίλης ύλης	1
<i>Ηδύφωνο</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο / ένθετο εφημερίδας	1
<i>Ημερησία</i>	Έντυπο	Ημερησία οικονομική εφημερίδα	1
<i>Νέος Κόσμος</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα	1
<i>Το περιοδικό για τη διατάραξη της κοινής ησυχίας</i>	Έντυπο	Διαδικτυακό περιοδικό ποικίλης ύλης	1
<i>Φρέαρ</i>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό	1

Αναλυτικότερα, ως προς τα αγγλόγλωσσα κείμενα σημειώνεται ότι τα περισσότερα προέρχονται από την εφημερίδα *The Guardian*, η οποία περιλαμβάνεται σταθερά τα τελευταία χρόνια στις τρεις πρώτες σε κυκλοφορία εφημερίδες της Μεγάλης Βρετανίας (Πίνακας 17). Η πλειονότητα των κειμένων στην αγγλική γλώσσα προέρχονται από ιστοσελίδες ή διαδικτυακά περιοδικά κινηματογραφικού ενδιαφέροντος σε χώρες της Ευρώπης, της Αμερικής και της Αυστραλίας, όπως διαφαίνεται και από τον παρακάτω πίνακα. Ενδεικτικά αναφέρεται το διαδικτυακό περιοδικό *Senses of Cinema* που μετρά περισσότερα από δεκαεπτά (17) χρόνια συνεχούς κυκλοφορίας, την αμερικανική, καθημερινή εφημερίδα *Variety* και τα εβδομαδιαία περιοδικά της καθώς και το διεθνώς αναγνωρισμένο για τα άρθρα του σχετικά με τον ανεξάρτητο κινηματογράφο αμερικανικό *IndieWire*.

Πλάι σε αυτά εμφανίζονται αποτελέσματα που, αν και αριθμητικά λιγότερα, αξίζουν προσοχής καθώς απηχούν το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των διεθνών μέσων ενημέρωσης για τις νέες τάσεις του ελληνικού κινηματογράφου. Ειδική αναφορά σε αυτή την περίπτωση σημειώνεται για το εβδομαδιαίο, οικονομικού ενδιαφέροντος έντυπο *The Economist* που εκδίδεται στην Μεγάλη Βρετανία. Τόσο στο έντυπο αυτό, όσο και στις εφημερίδες *The Guardian* και *The Telegraph*, η Ελλάδα αποτέλεσε συχνά αντικείμενο σχολιασμού τα τελευταία χρόνια λόγω των συνεπειών της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης και των διαρθρωτικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει επί πολλά έτη στον οικονομικό τομέα. Η δημοσίευση ενός άρθρου στην περίπτωση της *The Economist* (ή περισσότερων στην περίπτωση της *The Guardian*), και μάλιστα σε ένα έντυπο που βάσει ύλης περιλαμβάνει ελάχιστες σελίδες για τον πολιτισμό, επιβεβαιώνει τη δυναμική του ρεύματος και τη διεθνή του απήχηση. Όπως σχολιάζεται αναλυτικότερα και στη συνέχεια, οι δημοσιεύσεις των ξένων μέσων σαν κι αυτή, τυγχάνουν συχνής αναφοράς στα ελληνικά μέσα ενημέρωσης.

**Πίνακας 16: Πηγές αγγλόγλωσσων δημοσιευμάτων του Τύπου  
(ανά χώρα έκδοσης μέσου)**

Χώρα έκδοσης	Μέσο	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
Αγγλία	<i>The Guardian</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	8
Αγγλία	<i>Cine Vue</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
Αγγλία	<i>Dazed Magazine</i>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό	1
Αγγλία	<i>MovieMail</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Αγγλία	<i>Conversations about cinema</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Αγγλία	<i>The Economist blogs: Prospero. Books, Arts, and Culture</i>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ενημερωτικού περιοδικού	1
Αγγλία	<i>The Telegraph</i>	Έντυπο	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
Αγγλία	<i>Pure Movies</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Αγγλία, ΗΠΑ	<i>ScreenDaily</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
Αγγλία, ΗΠΑ, Ισραήλ	<i>The Culturetrip</i>	Web page	Ιστοσελίδα ταξιδιωτικού ενδιαφέροντος	1
Αυστραλία	<i>Senses of Cinema</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	4
Αυστραλία	<i>The Sydney Morning Herald</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	4
Αυστραλία	<i>Νέος Κόσμος</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα	1
Βέλγιο	<i>Cineuropa</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
[Γαλλία]	<i>Festivalists</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Δανία, Ολλανδία	<i>Euroviews</i>	Web page	Διαδικτυακό πανεπιστημιακό περιοδικό	1
Ελλάδα	<i>Cinepivates</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Ελλάδα	<i>Ekathimerini</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
ΗΠΑ	<i>Variety</i>	Web page	Portal εβδομαδιαίου ψυχαγωγικού περιοδικού	6
ΗΠΑ	<i>Indiewire</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	5
ΗΠΑ	<i>Filmmaker</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
ΗΠΑ	<i>The New York Times (New York edition)</i>	Web page	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	2
ΗΠΑ	<i>Miami New Times</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού ποικίλης ύλης	1
ΗΠΑ	<i>Al Jazeera America</i>	Web page	Portal τηλεοπτικού καναλιού	1
ΗΠΑ	<i>Inverse</i>	Web page	Διαδικτυακό περιοδικό επιστημονικού και κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
ΗΠΑ	<i>The Talk House</i>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό	1
ΗΠΑ	<i>The Hollywood Reporter</i>	Έντυπο	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
ΗΠΑ	<i>Huffington Post</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
ΗΠΑ	<i>The Village Voice</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού & κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1

Χώρα έκδοσης	Μέσο	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
Ιταλία	<i>Eastwest</i>	Έντυπο	Διμηνιαίο περιοδικό γεωπολιτικών θεμάτων	1
Καναδάς	<i>Montreal Gazette</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
Καναδάς	<i>The Globe and the Mail</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	1
Καναδάς	<i>Cléo: A journal for film and feminism</i>	Web page	Ιστοσελίδα περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
Σουηδία	<i>Film International</i>	Web page	Ιστοσελίδα έντυπου περιοδικού κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2

Στην περίπτωση των ελληνόγλωσσων κειμένων παρατηρείται ότι τα περισσότερα προέρχονται από τους ιστοχώρους που διατηρούν στο διαδίκτυο πολιτικές εφημερίδες ημερήσιας ή εβδομαδιαίας κυκλοφορίας (Πίνακας 17). Πρόκειται για ιστορικές εφημερίδες με τις υψηλότερες ετήσιες κυκλοφορίες, οι οποίες καταγράφουν σημαντική επισκεψιμότητα στις ιστοσελίδες τους. Όλα τα κείμενα προέρχονται από μέσα ενημέρωσης που κυκλοφορούν στην Ελλάδα, με εξαίρεση ένα κείμενο από κυπριακό έντυπο (το Πολιτιστικό Έντυπο/Ένθετο *Ηδύφωνο* της Εφημερίδας *Η Σημερινή*).

Επισημαίνεται ότι στην εξεταζόμενη περίοδο, λόγω των οικονομικών επιπτώσεων της κρίσης και άλλων παραγόντων σημειώθηκαν αλλαγές στον χώρο του ελληνικού Τύπου. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η *Ελευθεροτυπία* οδηγήθηκε σε αναστολή της έκδοσής της το Νοέμβριο του 2014, ενώ *Το Βήμα*, από το 2010 σταμάτησε να εκδίδει το ημερήσιο φύλλο του. Ο παράγοντας αυτός αναμφίβολα συνέβαλε μεταξύ άλλων παραγόντων στον περιορισμό των κειμένων που δημοσιεύτηκαν κατά τη χρονική περίοδο μεταξύ 2014-2016.

Παράλληλα με τις αλλαγές που σημειώθηκαν στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, η ενίσχυση των portal του Παγκόσμιου Ιστού έδωσε την ευκαιρία ταχύτερης και αμεσότερης πληροφόρησης των πολιτών. Σε ορισμένες δε περιπτώσεις, όπως διαφαίνεται και στις επόμενες παραγράφους, οι αναρτήσεις του διαδικτύου περιλαμβάνουν μεγαλύτερη ανάλυση ή λεπτομερέστερη ενασχόληση με το φαινόμενο, λόγω των ελαστικότερων περιορισμών ως προς την έκταση των κειμένων. Στις περιπτώσεις δε του ηλεκτρονικού τύπου, τα κείμενα ενισχύονται από πλούσιο εποπτικό υλικό (φωτογραφίες, film stills ταινιών, βίντεο κ.λπ.), σε αντίθεση με τα έντυπα άρθρα που περιορίζονται σε μία φωτογραφία του αναφερόμενου σκηνοθέτη ή ένα στιγμιότυπο από μια ταινία.

Πίνακας 17: Πηγές ελληνόγλωσσων δημοσιευμάτων του Τύπου (ανάλογα με τον αριθμό των κειμένων)

Μέσο Ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>Ελευθεροτυπία</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	16
<i>Η Καθημερινή</i>	Web page	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	16
<i>Το Βήμα</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	9

Μέσο ενημέρωσης	Είδος μέσου	Προσδιορισμός μέσου	Αριθμός κειμένων
<i>Αθηνόραμα</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαίο, πολιτιστικό ενδιαφέροντος περιοδικό	9
<i>Πρώτο Θέμα</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία πολιτική εφημερίδα	7
<i>Flix</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	6
<i>Η Αυγή</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	5
<i>Τα Νέα</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	5
<i>Athens Voice</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία FreePress εφημερίδα	4
<i>BHMAgazino</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο ένθετο εφημερίδας	4
<i>Σινεμά</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	4
<i>TVXS</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	3
<i>Εφημερίδα των Συντακτών</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	3
<i>Το Βήμα</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ημερήσιας εφημερίδας	3
<i>Clickatlife</i>	Web page	Portal πολιτιστικού ενδιαφέροντος	2
<i>Lifo</i>	Έντυπο	Εβδομαδιαία FreePress εφημερίδα	2
<i>Parallaxi</i>	Web page	Free Press περιοδικό πόλης (Θεσσαλονίκη)	2
<i>Propaganda</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>Protagon</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>RedNotebook (RNB)</i>	Web page	Ενημερωτικό portal ποικίλης ύλης	2
<i>Εθνος</i>	Έντυπο	Ημερήσια πολιτική εφημερίδα	2
<i>Σινεφιλία</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	2
<i>Φρέαρ</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό περιοδικό	2
<i>Cineprivates</i>	Web page	Κινηματογραφικού ενδιαφέροντος	1
<i>Culturenow</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού ενδιαφέροντος	1
<i>DocTV</i>	Web page	Ψηφιακή πολιτιστική πλατφόρμα	1
<i>Hit &amp; Run</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος	1
<i>Lifo</i>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας	1
<i>Real.gr</i>	Web page	Ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας	1
<i>Soul</i>	Έντυπο	Μηνιαίο περιοδικό ποικίλης ύλης	1
<i>University Press</i>	Web page	Free Press φοιτητική εφημερίδα	1
<i>Ζούγκλα@</i>	Web page	Ενημερωτική, ποικίλης ύλης	1
<i>Ηδύφωνο</i>	Έντυπο	Πολιτιστικό έντυπο/ένθετο εφημερίδας	1
<i>Ημερησία</i>	Έντυπο	Ημερήσια οικονομική εφημερίδα	1
<i>Το περιοδικό για τη διατάραξη της κοινής ηουχίας</i>	Έντυπο	Διαδικτυακό περιοδικό ποικίλης ύλης	1
<i>Φρέαρ</i>	Web page	Διαδικτυακό πολιτιστικό περιοδικό	1
<i>Atagi</i>	Web page	Ιστοσελίδα πολιτιστικού, μουσικού διαδικτυακού σταθμού	1

Επιχειρώντας μια πρώτη ανάγνωση των μέσων που δημοσιεύουν κείμενα για το Νέο Κύμα παρατηρείται ότι οι εφημερίδες και τα portal τους υπερισχύουν έναντι των ιστοσελίδων αμιγώς κινηματογραφικού ενδιαφέροντος. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του Δημοσιογραφικού Οργανισμού Λαμπράκη (ΔΟΛ), τρία εκ των μέσων του οποίου (εφημερίδα *Το Βήμα*, portal εφημερίδας [www.tovima.gr](http://www.tovima.gr), ένθετο κυριακάτικης έκδοσης εφημερίδας *BHMAgazino*) καταπιάνονται με το κινηματογραφικό φαινόμενο.

Η αναγνωρισιμότητα της πέννας ήτοι η χαρακτηριστική γραφή των κινηματογραφικών κριτικών και η εμπιστοσύνη που καλλιεργήθηκε στη διάρκεια των ετών από τους αναγνώστες προς τους συντάκτες, μοιάζει να αποτυπώνεται σε αυτές τις τάσεις. Επισημαίνεται ότι, ειδικά όσον αφορά τα ελληνικά δεδομένα, καταγράφονται σταθερές σχέσεις συνεργασίας ανάμεσα σε κριτικούς και μέσα. Το γεγονός αυτό έχει οδηγήσει στη διάρκεια των ετών στην ταύτιση, πολλές φορές, του μέσου με το όνομα του κινηματογραφικού συντάκτη.

#### 4.1 Μεθοδολογία ανάλυσης δημοσιευμάτων του Τύπου

Με βάση την κύρια υπόθεση εργασίας και τους παραπάνω επιδιωκόμενους σκοπούς, η μεθοδολογία αναφορικά με την κωδικοποίηση, επεξεργασία και ανάλυση των κειμένων του Τύπου βασίστηκε στην υιοθέτηση της κλασικής θεματικής ανάλυσης, όπως και στην περίπτωση των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα, που εξετάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Αρχικώς, μέσω σχετικών αναγνώσεων επιδιώχθηκε η «εξοικείωση» με τα κείμενα και η καταγραφή κάποιων πρώτων δεδομένων αναφορικά με τα θέματα που αυτά πραγματεύονται. Στη συνέχεια, λαμβάνοντας υπόψη το είδος και το εύρος των κειμένων και κυρίως τους ερευνητικούς σκοπούς, επιχειρήθηκε η προσέγγισή τους δια της ανάλυσης περιεχομένου. Η τελευταία αποτελεί, άλλωστε, μια ευρέως χρησιμοποιούμενη μέθοδο για περιπτώσεις επεξεργασίας υλικού προερχόμενου από τα μέσα ενημέρωσης.

Ακολούθησε η διαμόρφωση των βασικών κατηγοριών των δεδομένων, η συστηματική κωδικοποίηση και η ταξινόμηση των τελευταίων, βάσει των οποίων μελετήθηκαν στη συνέχεια τα κείμενα. Στη φάση της ανάλυσης, όπως και στην περίπτωση των κειμένων του Κεφαλαίου 3, εφαρμόστηκαν συνδυαστικά και ποσοτικές μέθοδοι ανάλυσης ορισμένων χαρακτηριστικών του υλικού.

Δεδομένου ότι οι ταινίες του Νέου Κύματος έχουν χαρακτηριστικά καλλιτεχνικών ταινιών (με την έννοια των ανεξάρτητων/art-house ταινιών), κρίθηκε σκόπιμη η εισαγωγή επιμέρους κατηγοριών περιεχομένου, ώστε να αποτυπωθεί μια πληρέστερη εικόνα σε σχέση με τις βασικές υποθέσεις εργασίας.



*Κατηγοριοποίηση – Κωδικοποίηση Δεδομένων*

Ακολουθώντας την ποιοτική μέθοδο έρευνας της θεματικής ανάλυσης, όπως και στην περίπτωση του επιστημονικού λόγου, επιχειρείται η κωδικοποίηση των δεδομένων σύμφωνα με συγκεκριμένες μακρο-θεματικές κατηγορίες. Κάθε μία από τις τελευταίες περιλαμβάνει ορισμένες μικρο-θεματικές κατηγορίες, που αφορούν σε συγκεκριμένα θέματα και εξυπηρετούν την ανάλυση με βάση τα κύρια ερωτήματα της έρευνας και τη φύση του υλικού.

Προκειμένου να εξαχθούν πολύτιμα συμπεράσματα αλλά και συγκλίσεις/αποκλίσεις μεταξύ των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα που μελετήθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο και αυτών του Τύπου, ορισμένες μακρο-θεματικές κατηγορίες εμφανίζουν κοινό περιεχόμενο.

Σε αυτό το πλαίσιο, προκειμένου να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο συζητείται, περιγράφεται ή/και αναλύεται το νεότερο ρεύμα του ελληνικού κινηματογράφου σε ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα έντυπων και ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης, δημιουργήθηκαν τρεις γενικές μακρο-θεματικές κατηγορίες:

- A) Κύριο Θέμα Κειμένου,
- B) Προσδιορισμός χαρακτηριστικών Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο,
- Γ) Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

**Πίνακας 18: Κατηγοριοποίηση δεδομένων δημοσιευμάτων του Τύπου**

A/A	Μακρο- θεματική κατηγορία	Μικρο-θεματικές κατηγορίες
A)	<b>Κύριο Θέμα Κειμένου</b>	
B)	<b>Προσδιορισμός χαρακτηριστικών Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο</b>	Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου Ταινίες του Νέου Κύματος Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος Θεματολογία, αφήγηση και αισθητική Η έννοια της παραδοξότητας («weird wave»)
Γ)	<b>Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο</b>	Στάση συντάκτη δημοσιεύματος Κριτήρια προσέγγισης/ερμηνείας Νέου Κύματος Σύνδεση με άλλα κινηματογραφικά κινήματα Σύνδεση με το γενικό πολιτικό-κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον

#### A) Κύριο θέμα Κειμένου

Μελετώντας το σώμα των κειμένων διαπιστώνει κανείς ότι άλλα σχετίζονται άμεσα με το Νέο Κύμα και άλλα σχετίζονται έμμεσα με αυτό, καθώς επί της ουσίας εστιάζουν σε συγκεκριμένες ταινίες ή συγκεκριμένους δημιουργούς ή συντελεστές (π.χ. σκηνοθέτες, παραγωγούς) περιλαμβάνοντας όμως αναφορές συνολικά στο νέο κινηματογραφικό φαινόμενο. Μεγάλη ποικιλομορφία παρατηρείται δε ως προς τα επιμέρους θέματα τα οποία αναδεικνύουν.

Σε αυτή την κατηγορία επιχειρήθηκε να καταγραφεί καταρχάς αν τα κείμενα δίνουν έμφαση αποκλειστικά σε μία ταινία περιλαμβάνοντας αναφορές συνολικά στο Νέο Κύμα ή αν αναφέρονται γενικά σε αυτό. Επιπλέον, σημειώνεται το κύριο σημείο στο οποίο εστιάζει κάθε κείμενο, σε σχέση πάντοτε με τη βασική υπόθεση της παρούσας μελέτης. Η κατηγορία αυτή δίνει ενδιαφέροντα στοιχεία ως προς το χρονικό διάστημα ή την αφορμή που ώθησε ένα συντάκτη να ασχοληθεί με το Νέο Κύμα.

#### B) Προσδιορισμός χαρακτηριστικών Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο

Σε αυτή την μακρο-κατηγορία περιλαμβάνονται κατηγορίες που αφορούν στους όρους που χρησιμοποιούν οι συντάκτες προκειμένου να περιγράψουν το φαινόμενο, τα βασικά χαρακτηριστικά του Νέου Κύματος, τους κύριους εκπροσώπους του, τις ταινίες που εντάσσονται σε αυτό και το περιεχόμενο που αποδίδουν στην έννοια του «weird» (στις περιπτώσεις που το αποδέχονται ως όρο και προσδιορισμό του κύματος).

- Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου

Εντοπίζονται οι λέξεις ή/και φράσεις που χρησιμοποιούν οι συντάκτες προκειμένου να περιγράψουν συνοπτικά το νέο φαινόμενο. Στην κατηγορία αυτή εγγράφονται οι όροι με τους οποίους αναφέρονται στο Νέο Κύμα. Τα ευρήματα καταγράφονται και επιχειρείται η ποσοτικοποίησή τους, προκειμένου να αναδειχθούν οι κύριοι όροι με τους οποίους αποπειρώνται οι κριτικοί κινηματογράφου και οι πολιτιστικοί συντάκτες να δώσουν το κυρίαρχο στίγμα του νέου φαινομένου.

- Ταινίες του Νέου Κύματος

Ποιες ταινίες συμπεριλαμβάνουν οι συντάκτες στο αναδυόμενο Κύμα; Σε αυτή την κατηγορία καταγράφονται οι τίτλοι των ταινιών που οι συγγραφείς των κειμένων εκτιμούν ότι εντάσσονται στο Νέο Κύμα.

- Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος

Καταγραφή των προσώπων που θεωρούνται από τους συντάκτες ως οι κύριοι εκφραστές του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

Παράλληλα, σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται οι παρακάτω αναφερόμενες μικρο-κατηγορίες, που συντελούν στο να αναδυθούν τα βασικά χαρακτηριστικά του

Νέου Κύματος αλλά και στοιχεία του περιεχομένου που αποδίδουν οι συντάκτες στην έννοια της «παραδοξότητας» (του «weird») που συνοδεύει συχνά τις αναλύσεις για το Νέο Κύμα.

- Θεματολογία, Αφήγηση και Αισθητική

Σχετίζεται με αναφορές στο σενάριο ή την ανάλυση χαρακτήρων ταινιών καθώς και στα κύρια θέματα που αναδεικνύονται στις ταινίες. Επιπλέον, εντοπίζονται και καταγράφονται τυχόν αναφορές στην ερμηνεία των ηθοποιών, τα τεχνικά στοιχεία των ταινιών (π.χ. φωτογραφία, φωτισμός, μοντάζ κ.λπ.).

- Η έννοια της παραδοξότητας («weird wave»)

Σχετίζεται με τους κυρίαρχους λόγους (discourses) που αναδύονται στα κείμενα αναφορικά με τον τρόπο που προσδιορίζουν οι συντάκτες τους την έννοια του «παραδόξου» ως χαρακτηριστικού του Νέου Κύματος. Η κατηγορία αυτή σχετίζεται με τις αμέσως προηγούμενες, καθώς η έννοια της «παραδοξότητας» που αποδόθηκε από τον Steve Rose στο Νέο Ελληνικό Κύμα συνδέεται με τη θεματολογία ή τις αισθητικές προσεγγίσεις των σκηνοθετών. Παράλληλα, όμως, το «weird wave» συζητήθηκε και ως όρος και χαρακτηρισμός. Στόχος αυτής της κατηγορίας είναι να αναδείξει τις τάσεις στον δημόσιο (διά)λογο, όπως εκφράζονται από δημοσιογράφους, αρθρογράφους και κριτικούς κινηματογράφου, αναφορικά με την ίδια τη χρήση του όρου. Σε αυτή την κατηγορία αναζητήθηκαν στοιχεία αποδοχής, άρνησης ή σχολιασμού αυτού του όρου (ταμπέλας).

### Γ) Τρόπος προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο

- Στάση συντάκτη δημοσιεύματος

Η τονικότητα των μέσων ενημέρωσης (media tone) έχει ζωτική σημασία, καθώς βοηθά τους ερευνητές να κατανοήσουν τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα προβάλλουν ένα ζήτημα. Εξάλλου, οι αναγνώστες επηρεάζονται και ενδέχεται να τείνουν ευκολότερα να υιοθετούν πιο αρνητικές στάσεις για ένα ζήτημα ή φαινόμενο όταν αυτό πλαισιώνεται από αρνητική κριτική και σχόλια στα μέσα ενημέρωσης. Στον αντίποδα, ιδιαίτερα για τις κινηματογραφικές κριτικές σημειώνεται ότι όταν είναι κολακευτικές ή εν γένει θετικές συμβάλλουν στην επιτυχία των κινηματογραφικών έργων, στην αύξηση του αριθμού των εισιτηρίων που «έκοψαν» στους κινηματογράφους (Reinstein and Snyder 2005· Gemser and Van Oostrum 2007· Kerrigan 2010) καθώς και στην αναγνωρισιμότητα των σκηνοθετών, των ηθοποιών ή και συντελεστών τους. Η κατηγορία αυτή παρέχει μια αρχική γενική γνώση στον αναλυτή αναφορικά με το ύφος του κειμένου. Ο σχολιασμός μπορεί να είναι θετικός, ουδέτερος ή αρνητικός προς το Νέο Κύμα, ενώ

ο συντάκτης του κειμένου μπορεί να λαμβάνει θέση ειδικού ή απλού θεατή/παρατηρητή απέναντί του (Baumann, 2001, σελ. 415· Symeou, Bantimaroudis & Zyglidopoulos, 2013, σελ. 13-15).

- Κριτήρια προσέγγισης/ερμηνείας Νέου Κύματος

Εκτός από την καταρχήν στάση του συντάκτη των υπό ανάλυση κειμένων κρίθηκε σκόπιμο να διερευνηθεί ο τρόπος τεκμηρίωσης της στάσης του αλλά και ο τρόπος προσέγγισης/ερμηνείας του κινηματογραφικού φαινομένου. Στο πλαίσιο αυτό και σε εναρμόνιση με όσα προαναφέρθηκαν στο κεφάλαιο 1 σχετικά με προηγούμενες εμπειρικές έρευνες (Baumann, 2001· Verboord, 2014 κ.ά.) για τον τρόπο προσέγγισης και αξιολόγησης πολιτιστικών αγαθών και ειδικότερα κινηματογραφικών έργων, καταγράφονται στοιχεία των κειμένων που παραπέμπουν στην καλλιτεχνική διάσταση του έργου/κύματος και στην αξιοποίηση κριτικής ορολογίας, όρων, δηλαδή, που διευκολύνουν την αναλυτική, ερμηνευτική προσέγγιση της ταινίας. Αναμφίβολα, τα στοιχεία αυτά (High Art Discourse) συσχετίζονται περισσότερο με μια τάση διανοητικοποίησης του κινηματογραφικού λόγου. Επιπλέον, καταγράφονται τα στοιχεία που υποδεικνύουν μια πιο απτική, ψυχαγωγική προσέγγιση των συντακτών καθώς και επίσης και οι όροι που σχετίζονται με πιο υποκειμενικά κριτήρια που θα έθετε ένας θεατής για μια ταινία ή ένα καλλιτεχνικό κίνημα (audience-oriented criteria). Εντοπίζονται, δηλαδή, στοιχεία που αποδίδουν την καλλιτεχνική διάσταση του έργου ή, στην προκειμένη περίπτωση, του Νέου Κύματος, καθώς και στοιχεία που φανερώνουν ότι οι κριτικοί επιδιώκουν την αξιολόγηση ενός φαινομένου/πολιτιστικού προϊόντος με κριτήρια που είναι προσανατολισμένα όχι στη θεωρία (αισθητική, μορφολογία κ.λπ.), αλλά στον θεατή. Παράλληλα επιχειρείται να εντοπιστεί η θέση του συγγραφέα και συνάμα η πρότασή του προς τον αναγνώστη του για την κατανάλωση ή μη, αλλά και τον τρόπο κατανάλωσης των συγκεκριμένων ταινιών από το κοινό (ή ομάδες του κοινού, π.χ. σινεφίλ) με βάση τα χαρακτηριστικά που ο ίδιος τους προσδίδει.

Εξάλλου, μια από τις αναζητήσεις της παρούσας μελέτης σχετικά με την πιθανή πρόσληψη από το κοινό και την προτροπή παρακολούθησης σχετίζεται με την έννοια του «παράξενου» («μήπως ενδεχομένως είναι πολύ “παράξενο” αυτό το είδος σινεμά για ορισμένους θεατές;»). Αντίστοιχα ζητήματα που αφορούν τον καλλιτεχνικό κινηματογράφο έχουν αναζητηθεί και στο πλαίσιο άλλων ερευνών (Baumann, 2001, σελ. 416· Kersten et Bielby, 2012, σελ. 183-184), σχετικά με τα κριτήρια βάσει των οποίων αξιολογούν οι κριτικοί μία ταινία, αλλά και τις μεθόδους που επιστρατεύουν για να ερμηνεύσουν/εξηγήσουν ένα φαινόμενο.

- Σύνδεση με άλλα κινηματογραφικά κινήματα

Παράλληλα με τα ανωτέρω διερευνάται η θέση του Νέου Κύματος σε σχέση με το κινηματογραφικό πεδίο και ειδικότερα αν και πως προσδιορίζεται από τους συντάκτες σε σχέση με παλαιότερα ή σύγχρονα κινηματογραφικά ρεύματα/κύματα.

- Σύνδεση με το γενικό πολιτικο-κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον

Όπως και στην περίπτωση της ανάλυσης των κειμένων του Κεφαλαίου 3, σε αυτή την κατηγορία επιχειρήθηκε μια καταγραφή και ανάλυση εξωγενών (εξω-φιλμικών) παραγόντων, που κατά τους συντάκτες επέδρασαν στη διαδικασία σχηματισμού ή και την εδραίωση του Νέου Κύματος.

## 4.2 Αναδεικνύοντας το Νέο Κύμα: κριτικές αναγνώσεις ενός φαινομένου της τέχνης

Τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζουν καθοριστικά τον τρόπο με τον οποίο συμμετέχουν τα άτομα στην πολιτική σφαίρα, καθώς μέσω της διαμεσολαβητικής λειτουργίας τους ορίζουν και οριοθετούν το περιεχόμενο και τον τρόπο άσκησής της και διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στον σχηματισμό της πολιτικής γνώμης και βούλησης στο πολιτικό και στο κοινωνικό επίπεδο. Από νωρίς κίνησαν το ενδιαφέρον των κοινωνικών επιστημών και ειδικότερα της θεωρίας της επικοινωνίας. Στο πλαίσιο της τελευταίας, αναπτύχθηκαν ορισμένα μοντέλα προκειμένου να εξηγήσουν την επικοινωνιακή πράξη. Ανεξάρτητα από την πολυπλοκότητά τους ή τα επιμέρους στοιχεία που εξετάζουν, το επικοινωνιακό σχήμα σε όλα τα μοντέλα χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη ενός πομπού ο οποίος αποτελεί την πηγή του μηνύματος, ενός δέκτη, λήπτη του μηνύματος, ενός μέσου, που αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο επιλέγει μια πηγή να στείλει το μήνυμα και ενός μηνύματος, ενός ερεθίσματος (πληροφορίας, πράξης, συμπεριφοράς) (Fiske, 1992· Μακ Κουέλ & Βιντάλ, 2001).

Στο πρώτο κεφάλαιο καταγράφηκαν ορισμένα αξιοσημείωτα στοιχεία αναφορικά με το μέσο και τα κανάλια διά των οποίων οι συντάκτες προσπαθούν να επικοινωνήσουν με το κοινό τους. Σε αυτή την ενότητα επιχειρείται αρχικά μια διερεύνηση αναφορικά με τους πομπούς των μηνυμάτων, τους εκφραστές δηλαδή του δημοσιογραφικού λόγου που περιλαμβάνει /αποτυπώνει το μήνυμα. Στη συνέχεια, εξετάζονται αναλυτικά και συνδυαστικά τα ευρήματα των επιμέρους κατηγοριών όπως αναπτύχθηκαν παραπάνω, προκειμένου να διαμορφωθεί μια ολοκληρωμένη εικόνα για το μήνυμα, που στην περίπτωση αυτή ταυτίζεται με τον τρόπο περιγραφής και ενσυχόλησης με το Νέο Κύμα.

Κομβικό ρόλο στην επικοινωνιακή διαδικασία κατέχει αδιαμφισβήτητα ο πομπός ενός μηνύματος. Ποιοι κινηματογραφικοί συντάκτες επιλέγουν να σχολιάσουν το Νέο Κύμα; Πόσο συχνά καταπιάνονται με τα θέματα που το αφορούν; Πριν προχωρήσει

κανείς βαθύτερα στην εξέταση των στοιχείων που αποδίδουν τη συνολική εικόνα για τον τρόπο που προσεγγίστηκε από τους εκπροσώπους του Τύπου το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο, έχει ενδιαφέρον μια πρώτη διερεύνηση αναφορικά με τα πρόσωπα που επιλέγουν να (συν)γράψουν για αυτό (Πίνακας 19).

**Πίνακας 19: Συντάκτες δημοσιευμάτων του Τύπου  
(ανά αριθμό κειμένων που υπογράφουν)**

Συντάκτης	Μέσο	Αριθμός κειμένων
Ζουμπουλάκης, Γιάννης	<i>Το Βήμα</i>	9
Βενάρδου, Ευάννα	<i>Ελευθεροτυπία</i>	7
Αντίοχος, Γιάγκος	<i>Αθηνόραμα</i>	6
Κατσουνάκη, Μαρία	<i>Η Καθημερινή</i>	6
Rose, Steve	<i>The Guardian</i>	4
Γεωργακοπούλου, Βένα	<i>Εφημερίδα των Συντακτών</i>	4
Δανίκας, Δημήτρης	<i>Τα Νέα</i>	4
Τερζής, Κώστας	<i>Η Αυγή</i>	4
Lodge, Guy	<i>Variety</i>	3
Van Hoeij, Boyd	<i>Cineuropa</i>	3
Μήτσης, Χρήστος	<i>Αθηνόραμα</i>	3
Μικελίδης, Νίνος Φένεκ	<i>Ελευθεροτυπία</i>	3
Μπούρας, Δημήτρης	<i>Η Καθημερινή</i>	3
Ντελλής, Αχιλλέας	<i>Φρέαρ</i>	3
Alexiou, Petro	<i>Senses of Cinema</i>	2
Bradshaw, Peter	<i>The Guardian</i>	2
Bunbury, Stephanie	<i>The Sydney Morning Herald</i>	2
Durden, Tyler	<i>Cinepivates</i>	2
Erbland, Kate	<i>Indiewire</i>	2
Ζήκος, Σωτήρης	<i>Σινεφιλία</i>	2
Καπράνος, Άκης	<i>Τα Νέα</i>	2
Κρασσακόπουλος, Γιώργος	<i>Athens Voice</i>	2
Μόσχος, Γιάννης	<i>Clickatlife</i>	2
Ρακόπουλος, Θεωδωρής	<i>Η Αυγή</i>	2
Ρούσσο, Γιώργος	<i>TVXS</i>	2
Χαρμπής, Αιμίλιος	<i>Η Καθημερινή</i>	2
Anderson, John	<i>The New York Times (New York edition)</i>	1
Brooks, Xan	<i>The Guardian</i>	1
Buckmaster, Luke	<i>The Guardian</i>	1
Bunbury, Stephanie	<i>The Sydney Morning Herald</i>	1

<b>Συντάκτης</b>	<b>Μέσο</b>	<b>Αριθμός κειμένων</b>
Celluloid Liberation Front.	<i>Film International</i>	1
Donadio, Rachel	<i>The New York Times</i> ( <i>New York edition</i> )	1
Doyle, Ronan	<i>Indiewire</i>	1
Dunlevy, T'Cha	<i>Montreal Gazette</i>	1
Durden, Tyler	<i>Cinepivates</i>	1
Fainaru, Dan	<i>ScreenDaily</i>	1
Fairfax, Daniel	<i>Senses of Cinema</i>	1
Green, Daniel	<i>Cine Vue</i>	1
Hadoulis, John	<i>Ekathimerini</i>	1
Ho, Wai	<i>Festivalists</i>	1
Hutchinson, Sean	<i>Inverse</i>	1
Kalin, Tom	<i>The Talk House</i>	1
Kaufman, Anthony	<i>Indiewire</i>	1
Keslassy, Elsa	<i>Variety</i>	1
Kohn, Eric	<i>Indiewire</i>	1
Kudláč, Martin	<i>Film International</i>	1
Lee, Benjamin	<i>The Guardian</i>	1
Link, Brady	<i>Euroviews</i>	1
Lodge, Guy	<i>Variety</i>	1
Marshall, Lee	<i>ScreenDaily</i>	1
McCahill, Mike	<i>MovieMail</i>	1
Morgenstern, Hans	<i>Miami New Times</i>	1
Mousoulis, Bill	<i>Senses of Cinema</i>	1
Nicholson, Ben	<i>Cine Vue</i>	1
Nordine, Michael	<i>Filmmaker</i>	1
Norris, Vivian	<i>Huffington Post</i>	1
Pulver, Andrew	<i>The Guardian</i>	1
Reardon, Kiva	<i>Cléo: A journal for film and feminism</i>	1
Rose, Steve	<i>The Guardian</i>	1
Shoard, Catherine	<i>The Guardian</i>	1
Taylor, Kate	<i>The Globe and the Mail</i>	1
The Boy (Βούλγαρης, Αλέξανδρος)	<i>Hit &amp; Run</i>	1
Tully, Michael	<i>Filmmaker</i>	1
Twa, Garth	<i>Pure Movies</i>	1
Uhler, Rodney	<i>Indiewire</i>	1
V.B.	<i>The Economist blogs: Prospero. Books, Arts, and Culture.</i>	1
Vellis, Erasmia	<i>The Culturetrip</i>	1

<b>Συντάκτης</b>	<b>Μέσο</b>	<b>Αριθμός κειμένων</b>
Vivarelli, Nick	<i>Variety</i>	1
Vourlias, Christopher	<i>Al Jazeera America</i>	1
Welsh, Sean	<i>Conversations about cinema</i>	1
Wigon, Zachary	<i>The Village Voice</i>	1
Yeung, Peter	<i>Dazed Magazine</i>	1
Ακρίτα, Έλενα	<i>Τα Νέα</i>	1
Βαϊλάκης, Γιώργος	<i>Ημερησία</i>	1
Βαρδάκη, Έρη	<i>BHMAgazino</i>	1
Βροντή, Σελάνα	<i>Η Καθημερινή</i>	1
Γαλανού, Λήδα	<i>Flix</i>	1
Γουδέλης, Βασίλης	<i>Amagi</i>	1
Δαλιάκα, Άντα	<i>Έθνος</i>	1
Δημοκίδης, Άρης	<i>Lifo</i>	1
Δηράκης, Γιάννης	<i>Το περιοδικό για τη διατάραξη της κοινής ησυχίας</i>	1
Διαμαντής, Απόστολος	<i>TVXS</i>	1
Ζούκας, Βασίλης	<i>DocTV</i>	1
Θεοδωρόπουλος, Δημήτρης	<i>BHMAgazino</i>	1
Κλεφτογιάννη, Ιωάννα	<i>Ελευθεροτυπία</i>	1
Κοσφολόγου, Αλίκη	<i>RedNotebook (RNB)</i>	1
Λεμονιά, Μαρία	<i>Πρώτο Θέμα</i>	1
Λιάπη, Χριστίνα	<i>Σινεμά</i>	1
Λυβιάκης, Γιάννης	<i>Ελευθεροτυπία</i>	1
Λυμπεροπούλου, Μαρία	<i>Ελευθεροτυπία</i>	1
Μακρίδης, Μπάμπης	<i>Culturenow</i>	1
Μανδηλαρά, Τίνα	<i>Πρώτο Θέμα</i>	1
Μπάμπας, Δημήτρης	<i>Σινεφιλία</i>	1
Μπασκόζος, Γιάννης	<i>Το Βήμα</i>	1
Μπουρούσης, Κώστας	<i>Πρώτο Θέμα</i>	1
Μυλωνάκη, Λίνα	<i>Parallaxi</i>	1
Νικολαΐδης, Ηλίας	<i>BHMAgazino</i>	1
Παναγή, Λογγίνος	<i>Ηδύφωνο</i>	1
Παναγόπουλος, Παναγιώτης	<i>Η Καθημερινή</i>	1
Παπαζαχαρίου, Έφη	<i>Propaganda</i>	1
Παπασπύρου, Σταυρούλα	<i>Ελευθεροτυπία</i>	1
Παρίδης, Χρήστος	<i>Lifo</i>	1
Πέτση, Φλώρα	<i>Ζούγκλα@</i>	1
Πρωιμάκης, Ιωσήφ	<i>Propaganda</i>	1
Ράπτη, Γιούλα	<i>Protagon</i>	1
Ρέντζιος, Τάσος	<i>Soul</i>	1



Συντάκτης	Μέσο	Αριθμός κειμένων
Στρόδα, Έλενα	<i>University Press</i>	1
Στυλιανού, Σοφία	<i>Έθνος</i>	1
Τσιτσόπουλος, Στέφανος	<i>Athens Voice</i>	1
Φίλης, Τέλλος	<i>Parallaxi</i>	1
Φωκιανάκη, Ηλιάνα	<i>Πρώτο Θέμα</i>	1
Χαρμπίλα, Έλενα	<i>Η Καθημερινή</i>	1

Στα κείμενα που έχουν συλλεχθεί και τελικά σε αυτά που επελέγησαν περιλαμβάνονται τα άρθρα μιας σειράς δημοσιογράφων και κριτικών κινηματογράφου. Η πλειονότητα αυτών, περίπου 43%, είναι αναγνωρίσιμα πρόσωπα στον χώρο της κριτικής κινηματογράφου, που συνεργάζονται σε σταθερή ή περιοδική βάση με εφημερίδες, περιοδικά και ενημερωτικές ιστοσελίδες. Ορισμένοι μάλιστα εκ των ελλήνων κριτικών είναι συχνά μέλη της Πανελληνίας Ένωσης Κριτικών Κινηματογράφου (ΠΕΚΚ). Ένας κρίσιμος αριθμός συντακτών των κειμένων του Τύπου, περίπου 40%, ασχολείται επαγγελματικά με τη δημοσιογραφία και ειδικότερα με τον τομέα του πολιτιστικού ρεπορτάζ, καταγράφοντας και αναδεικνύοντας θέματα που σχετίζονται όχι μόνο με τον κινηματογράφο αλλά και με το θέατρο, συγκεκριμένες τέχνες ή εν γένει καλλιτεχνικές δράσεις. Όπως διαφαίνεται στο Διάγραμμα 3, μόλις το 17% των συγγραφέων των κειμένων του δείγματος αποτελεί συστηματικό ή μη αρθρογράφο των μέσων στα οποία δημοσιεύτηκαν τα κείμενα του δείγματος. Σύμφωνα με όσα δηλώνουν στο περιθώριο των κειμένων τους οι ίδιοι οι αρθρογράφοι για το επαγγελματικό ή/και εκπαιδευτικό τους προφίλ, πρόκειται είτε για πρόσωπα με ανάλογη θεωρητική κατάρτιση που απασχολούνται επαγγελματικά στον χώρο του κινηματογράφου είτε για πρόσωπα με κοινωνικές/θεωρητικές σπουδές και σταθερή ενασχόληση με κινηματογραφικά ζητήματα. Σημειώνεται ότι τα κείμενα αυτών συχνά πλαισιώνουν αφιερώματα μέσω στο Νέο Κύμα ή αποτελούν συνέχεια μιας τάσης ενασχόλησης με το τελευταίο από τα μέσα ενημέρωσης που εξετάστηκαν.

Προκειμένου να αποτυπωθεί μια κατά το δυνατόν κατατοπιστική εικόνα για το προφίλ των συντακτών, καταρχάς αντλήθηκαν πληροφορίες για το άτομό τους από το ίδιο το μέσο που φιλοξενεί τα κείμενά τους και συχνά αναφέρει την ιδιότητά τους περίξ του ονόματός τους στα ενυπόγραφα κείμενά τους ή στην αντίστοιχη σελίδα με τα μέλη της συντακτικής ομάδας του μέσου. Όπου δεν υπήρχε ανάλογη επισήμανση, η ιδιότητα κάθε συγγραφέα προσδιορίστηκε κατόπιν ανίχνευσης σχετικών πληροφοριών από επίσημες αναφορές και ανάλογα προφίλ σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης στον Παγκόσμιο Ιστό, ένα εγχείρημα που δεν υπήρξε διόλου εύκολο. Κατά κύριο λόγο αντλήθηκαν στοιχεία από τον κόμβο βιβλιογραφικών δεδομένων *BIBLIONET* (<http://www.biblionet.gr>) και τον ιστοχώρο επαγγελματικής κοινωνικής δικτύωσης *LinkedIn* (<https://www.linkedin.com/>).

Διάγραμμα 3: Ιδιότητες συντακτών δημοσιευμάτων του Τύπου



Στα κείμενα του δείγματος μόλις ένα συνυπογράφεται από τέσσερις κινηματογραφικούς συντάκτες (Bradshaw, Shoard, Pulver, Lee, 2015). Παράλληλα, εντοπίζεται και στο δείγμα μια παρατηρούμενη συχνά τάση στον χώρο του διαδικτύου: αυτή της δημοσίευσης κειμένων δίχως ρητή αναφορά στο όνομα του συντάκτη, όπου το μέσον φέρει και την ευθύνη των κειμένων.

Στην παρούσα μελέτη, σύμφωνα με τον Πίνακα 20, δεκαοκτώ (18) ελληνόγλωσσα κείμενα και δύο (2) αγγλόγλωσσα (από τις εφημερίδες *The Telegraph* και *Νέος Κόσμος*) δεν φέρουν υπογραφή του συντάκτη. Ενδιαφέρον μάλιστα παρουσιάζει το γεγονός ότι τα περισσότερα εξ αυτών προέρχονται από ελληνική ιστοσελίδα αμιγώς κινηματογραφικού ενδιαφέροντος (*Flix*) και από portal ημερήσιων ή εβδομαδιαίων πολιτικών εφημερίδων. Η στάση των μέσων ερμηνεύεται από το περιεχόμενο των συγκεκριμένων κειμένων. Ορισμένα εξ αυτών σχετίζονται με επεξεργασία και αναδημοσίευση ανακοινώσεων ή δελτίων τύπου και άλλα αποτελούν ρεπορτάζ περισσότερων του ενός ατόμων. Έχοντας κατά νου ότι πολλές ελληνικές ιστοσελίδες αναδιαμόρφωσαν ή κατάρτισαν το ηλεκτρονικό τους αρχείο τα τελευταία χρόνια, δεν μπορεί να αποκλειστεί και το ενδεχόμενο τυχαίας παράλειψης αναφοράς στο όνομα του συντάκτη.

Επιστρέφοντας στο προφίλ των συντακτών και ειδικότερα όσων προέρχονται από τον ελληνικό Τύπο, σημειώνεται ότι ορισμένοι είναι κινηματογραφικοί συντάκτες οι οποίοι ασκούν παράλληλα και το επάγγελμα του κριτικού κινηματογράφου (ή «λειτούργημα» όπως το αποκαλεί η Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου – ΠΕΚΚ). Στις

ιδιότητες μάλιστα ορισμένων εξ αυτών (ενδεικτικά αναφέρονται: Γ. Ζουμπουλάκης, Κ. Τερζής, Γ. Αντίοχος) σημειώνεται ότι είναι μέλη της προαναφερθείσας Ένωσης.

**Πίνακας 20: Κατάλογος ανυπόγραφων δημοσιευμάτων του Τύπου  
(ανά αριθμό κειμένων ανά μέσο)**

Είδος Μέσου	Μέσο	Αναφερόμενος Συγγραφέας	Αριθμός κειμένων
Web page	<i>Flix</i>	<i>Flix Team</i>	5
Web page	<i>Η Καθημερινή</i>		4
Έντυπο	<i>Το Βήμα</i>		3
Web page	<i>Πρώτο Θέμα</i>		2
Web page	<i>Real.gr</i>		1
Web page	<i>The Press Project</i>		1
Έντυπο	<i>Ελευθεροτυπία</i>		1
Έντυπο	<i>Athens Voice</i>	AV Team	1
Έντυπο	<i>Νέος Κόσμος</i>		1
Έντυπο	<i>The Telegraph</i>		1

Με δεδομένο ότι στην Ελλάδα η άσκηση του επαγγέλματος του κριτικού κινηματογράφου δεν προϋποθέτει κάποια ειδική άδεια (εκδιδόμενη από θεσμικό φορέα), καθώς και του γεγονότος ότι, τουλάχιστον για τα εγχώρια δεδομένα, δεν είναι σαφές το γνωστικό υπόβαθρο και οι σχετικές σπουδές που θα πρέπει να πληροί κάποιος ώστε να μπορεί να αναπτύξει την εν λόγω δραστηριότητα, η ένταξη στην ΠΕΚΚ που προϋποθέτει συγκεκριμένα κριτήρια θεωρείται για ορισμένους ένα είδος κατοχύρωσης. Επιπροσθέτως, υπάρχουν αρκετοί οι οποίοι είναι πολιτιστικοί συντάκτες ασχολούμενοι μεταξύ άλλων και με την κινηματογραφική δημιουργία ή τις εξελίξεις στο κινηματογραφικό τοπίο στην Ελλάδα ή και διεθνώς. Ιδιαίτερο δε ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι παράλληλες δραστηριότητες που ασκούν ορισμένοι εκ των ανωτέρω στον τομέα της τέχνης (μουσική, ηθοποιία, σκηνοθεσία, συγγραφή κ.λπ.).

Μελετώντας τα δεδομένα προκύπτει ότι ο Γ. Ζουμπουλάκης, κινηματογραφικός συντάκτης και κριτικός κινηματογράφου (*Το Βήμα*), μέλος ΠΕΚΚ, η Ευ. Βενάρδου, κινηματογραφική και πολιτιστική συντάκτης (*Ελευθεροτυπία*), ο Γ. Αντίοχος, κινηματογραφικός συντάκτης & κριτικός κινηματογράφου (*Αθηνόραμα*) και η Μ. Κατσουνάκη, πολιτιστική συντάκτης (*Η Καθημερινή*), ασχολούνται ίσως πιο συστηματικά σε σχέση με τους συναδέλφους τους με το Νέο Κύμα ως σύνολο. Είναι χαρακτηριστικό ότι τα κείμενά τους αναφορικά με τη νέα τάση εκτείνονται χρονικά ήδη από το φθινόπωρο του 2009, χρονιά κατά την οποία κυκλοφόρησαν οι ταινίες *Κυνόδοντας*, *Ακαδημία*

Πλάτωνος και Στρέλλα. Οι δύο πρώτοι μάλιστα, όπως προκύπτει από την επεξεργασία της θεματολογίας των κειμένων, ήταν οι υπεύθυνοι διοργανωτές του συμποσίου που διοργανώθηκε στην Αθήνα (Megaron Plus, 7/3/2013) με θέμα «Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα;».

Επιπλέον, στο δείγμα της ανά χείρας μελέτης εκτός από κείμενα δημοσιογράφων περιλαμβάνονται και ορισμένα κείμενα αρθρογράφων που, είτε συστηματικά είτε περιστασιακά, καταθέτουν στον έντυπο ή ηλεκτρονικό τύπο άρθρα γνώμης. Τα τελευταία, αν και δεν αποτελούν αμιγώς δημοσιογραφικό λόγο, εμπίπτουν στον δημόσιο, μηντιακό διάλογο περί του Νέου Κύματος και, τρόπον τινά, «συνομιλούν» με κείμενα της παραπάνω κατηγορίας ή αναπαράγονται από αυτά. Ειδικότερα για τις περιπτώσεις της αναπαραγωγής, όπως για παράδειγμα του κειμένου του Αλέξανδρου Βούλγαρη-*The Boy* (2015), το οποίο δημοσιεύεται σε ιστοσελίδα πολιτικού και κοινωνικού ενδιαφέροντος και αναπαράγεται και σχολιάζεται από τον Άρη Δημοκίδη (29/10/2015), σε κείμενο του τελευταίου σε ενημερωτικό portal εβδομαδιαίας εφημερίδας, κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθούν στο δείγμα και τα δύο κείμενα, αφού «μοιάζουν» να συνομιλούν συμπληρώνοντας το ένα τα επιχειρήματα του άλλου.

Σε ό,τι αφορά τους συντάκτες των αγγλόφωνων κειμένων υπογραμμίζεται ότι η ιδιότητά τους καταγράφεται βάσει της περιγραφής της, όπως σημειώνεται στο περιθώριο κάθε κειμένου, ή στη συντακτική ομάδα του μέσου. Στην πλειονότητά τους πρόκειται για κριτικούς κινηματογράφου και κινηματογραφικούς ή (σπανιότερα) πολιτιστικούς συντάκτες. Πολλοί εξ αυτών, μάλιστα, εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες (*free lancer*), συνεργαζόμενοι με περισσότερα του ενός μέσα ενημέρωσης, καθώς λειτουργούν ως (διεθνείς) ανταποκριτές για συγκεκριμένες χώρες «καλύπτοντας» δημοσιογραφικά θέματα που τις αφορούν.

Είναι χαρακτηριστικό πάντως ότι τα ξενόγλωσσα μέσα ενημέρωσης και ιδίως οι ιστοσελίδες υψηλής κυκλοφορίας και οι αναγνωρισμένοι κύρους εφημερίδες (π.χ. *The Guardian*) συνηθίζουν να αναφέρουν την ιδιότητα του συντάκτη που υπογράφει κάθε κείμενο που δημοσιεύεται σε αντίθεση με την ελληνική πρακτική, όπου απαιτείται ξεχωριστή αναζήτηση του επαγγελματικού προφίλ κάθε συντάκτη και μάλιστα σε άλλες ιστοσελίδες και όχι σε κάποια υποσελίδα του portal που φιλοξενεί το άρθρο ή το ρεπορτάζ τους.

#### *Steve Rose*

Σύμφωνα με τα δεδομένα της έρευνας, ο κριτικός κινηματογράφου Guy Lodge, ως ανταποκριτής στην Μεγάλη Βρετανία της αμερικανικής εφημερίδας *Variety* έχει υπογράψει τρία κείμενα-κριτικές για συγκεκριμένες ταινίες του Νέου Κύματος. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η περίπτωση του Boyd Van Hoeij, ο οποίος εργαζόμενος ως ελεύθερος επαγγελματίας έχει γράψει τουλάχιστον τρία άρθρα για διαφορετικά μέσα ενημέρωσης σε Βέλγιο (2012), Ιταλία (2013) και ΗΠΑ (2015), με διαφορετική κάθε φορά θεματολογία, για τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

Ωστόσο, αναμφίβολα, ως σημαίνον πρόσωπο για το Νέο Κύμα αναδεικνύεται ο Steve Rose. Ο κριτικός κινηματογράφου της βρετανικής εφημερίδας *The Guardian*, έχει συγγράψει τέσσερα κείμενα τα οποία συμπεριλήφθηκαν στο corpus της παρούσας μελέτης. Το ένα εξ αυτών, το μεγαλύτερο σε έκταση, είχε και τη μεγαλύτερη απήχηση, καθώς εμπεριείχε τον, αναγνωρίσιμο πλέον, όρο «greek weird wave» (Rose, 2011). Το άρθρο αφορούσε τις «ιδιοφυώς παράξενες ταινίες του Γιώργου Λάνθιμου και της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη». Στο κείμενό του αυτό ο βρετανός κριτικός, με αφορμή την κυκλοφορία της ταινίας *Attenberg*, επιχειρεί μια ανάλυση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου και αναρωτιέται αν το ελληνικό σινεμά αποτελεί προϊόν της οικονομικής κρίσης στη χώρα.

*«So perhaps it's to be expected that the country's cinema is changing, too. The growing number of independent, and inexplicably strange, new Greek films being made has led trend-spotters to herald the arrival of a new Greek wave, or as some have called it, the "Greek Weird Wave". Whether or not the catchy label fits, if there is a wave, weird or otherwise, Lanthimos and Tsangari are undoubtedly at its crest. Dogtooth won a prize at Cannes and earned an Oscar nomination; Attenberg's Ariane Labed won best actress at the Venice Film Festival last year».*<sup>47</sup>

(Rose, 2011)

Το ενδιαφέρον στοιχείο του κειμένου που, σύμφωνα με τους συντάκτες των μέσων, απέδωσε έναν ιδιαίτερο χαρακτηρισμό στο Νέο Κύμα είναι ότι, επί της ουσίας, ο Rose μοιάζει να μεταφέρει τον χαρακτηρισμό «greek weird wave» δίχως να διευκρινίζει ποιοι είναι αυτοί που το αποκάλεσαν κατ' αυτόν τον τρόπο ή να εξηγήσει που στήριξαν εκείνοι την άποψή τους. Είναι χαρακτηριστικό ότι περίπου το 30% των κειμένων που αναλύθηκαν στο πλαίσιο του συγκεκριμένου δείγματος περιλάμβανε άμεση ή έμμεση αναφορά στον Rose, όπως φαίνεται και στα σχετικά παραδείγματα που παρατίθενται ακολούθως.

47. Ίσως, λοιπόν, είναι αναμενόμενο ότι ακόμα και ο κινηματογράφος της χώρας επίσης αλλάζει. Ο αυξανόμενος αριθμός ανεξάρτητων, και ανεξήγητα παράξενων, νέων ελληνικών ταινιών που έχουν δημιουργηθεί, οδήγησε όλους εκείνους που αναγνωρίζουν ανάλογες τάσεις να προαναγγείλουν την άφιξη ενός νέου ελληνικού κύματος, ή όπως το ονόμασαν ορισμένοι, το «Παράξενο Ελληνικό Κύμα». Ανεξάρτητα από το αν η «πιασάρικη» ταμπέλα του ταιριάζει και από το αν υπάρχει όντως ένα κύμα, παράξενο ή οτιδήποτε άλλο, ο Λάνθιμος και η Τσαγγάρη βρίσκονται αναμφισβήτητα στην κορυφή του. Το *Dogtooth* κέρδισε ένα βραβείο στις Κάννες και μια υποψηφιότητα για Όσκαρ και η Αριάν Λαμπέντ του *Attenberg* απέσπασε το βραβείο καλύτερης ηθοποιού στο Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βενετίας την περσινή χρονιά. (ιδία μετάφραση)

## Ενδεικτικά παραδείγματα

### Άμεση, ονομαστική αναφορά

«...δημιουργώντας ένα αναγνωρίσιμο κι αισθητικά πρωτοπόρο ρεύμα, αυτό που είναι γνωστότερο στο εξωτερικό ως «weird wave of greek cinema» χάρη στον... νομό του Στιβ Ρόουζ του βρετανικού “Guardian”»

(Αντίοχος, *Αθηνόραμα*, 11/11/2013)

«Όλα αυτά που έκαναν δύο χρόνια πριν τον Στιβ Ρόουζ της «Guardian» να αναρωτηθεί: «Είναι απλώς σύμπτωση ότι η πλέον μπερδεμένη χώρα του κόσμου φτιάχνει τον πιο μπερδεμένο κινηματογράφο του κόσμου;»

(Παρίδης, *Life*, 11/9/2013)

«...Critics such as Steve Rose of *The Guardian* are already heralding a promisingly “weird wave” in greek cinema...»<sup>48</sup>

(V.B., *The Economist*, 06/12/2011)

«Ποια η γνώμη σας για το επονομαζόμενο “greek weird wave”; Είναι μια πραγματικότητα (που έγινε της μόδας) ή ένα δημιούργημα του Τύπου (και συγκεκριμένα του δημοσιογράφου Steve Rose του *Guardian*);»

(Παπαζαχαρίου, *Propaganda*, 04/11/2014)

«Από τότε που ο Steve Rose επινόησε τον όρο «weird wave of greek cinema» (*The Guardian*, 27/09/2011)...»

(Κατσουνάκη, *Η Καθημερινή*, 22/12/2013)

«Christened the ‘greek weird wave’ (rather smugly and dismissively, by Steve Rose in *The Guardian*) ...»<sup>49</sup>

(Twa, *Pure Movies*, 11/8/2016)

48. Κριτικοί όπως ο Steve Rose της *Guardian* ήδη προαναγγέλλουν ένα πολλά υποσχόμενο «παράξενο κύμα» στον ελληνικό κινηματογράφο. (ιδία μετάφραση)

49. Βαφτίστηκε το «ελληνικό παράξενο κύμα» (κάπως αυτάρεσκα και απαξιωτικά), από τον Steve Rose στην *Guardian*. (ιδία μετάφραση)

## Έμμεση αναφορά

«Το ελληνικό σινεμά εξακολουθεί να είναι *en vogue* διεθνώς, ακόμη περισσότερο δε μετά την «ταυτοποίησή του από τη βρετανική εφημερίδα «*The Guardian*», ως «*The greek weird wave*». Αντίθετα από ό,τι πιστεύεται μερικές φορές οι «ταμπέλες» βοηθούν και ίσως, το νέο ελληνικό σινεμά μόλις βρήκε τη δικιά του...»

(Κρασσακόπουλος, *Athens Voice*, 1-7/9/2011)

«...*a new and newly independent strain of greek cinema, a movement - called the greek weird wave by The Guardian of London...*»<sup>50</sup>

(Anderson, *The New York Times (New York edition)*, 15/11/2013)

«Το βάφτισαν ήδη *new weird greek cinema* και έξω πάει καλά, σε σημείο να μιλάμε για ελληνικό *success story*» (...) «Κάθομαι να γράψω ένα κείμενο για το *new weird greek cinema*, όπως πια μάθαμε να το αποκαλούμε, μετά τα «βαφτίσια» που μας ήρθαν από έξω..»

(Ρέντζιος, *Soul*, Οκτ-Νοε 2013)

«...*and give rise to a new, strange movement - what one critic dubbed the «Greek Weird Wave»...*»<sup>51</sup>

(Vourlias, *Al Jazeera America*, 12/12/2015)

«ο ελληνικός κινηματογράφος... είναι *weird* («περίεργος»), όπως τον έχουν ονομάσει οι ξένοι (αυτός δηλαδή που φτιάχνουν οι Λάνθιμος, Τσαγγάρη ή Λυγίζος)...»)

(Μικελίδης, *Ελευθεροτυπία*, 10/10/2013)

«...οριοθέτησαν εκείνο που έκτοτε μάθαμε να ερμηνεύουμε ως παράξενο ρεύμα του ελληνικού σινεμά - ή *greek weird wave*, όπως πρώτη απεφάνθη η εφημερίδα «*Guardian*»...»).

(Μπουρούσης, *Πρώτο Θέμα*, 11/8/2015)

Ο Steve Rose αναφέρει στον λογαριασμό του στο Twitter ότι εργάζεται ως ελεύθερος επαγγελματίας στη συγγραφή κειμένων για τον κινηματογράφο και την αρχιτεκτονική, καθώς και ότι συνήθως συνεργάζεται με την εφημερίδα *The Guardian*. Η ενασχόλησή

50. Ένα νέο και προσφάτως ανεξάρτητο είδος του ελληνικού κινηματογράφου, ένα ρεύμα – που αποκαλείται το παράξενο ελληνικό κύμα από την *Guardian* του Λονδίνου. (ιδία μετάφραση)

51. ...και πυροδότησε ένα νέο, παράξενο κίνημα – αυτό που ένας κριτικός έχρισε ως «Ελληνικό Παράξενο Κύμα» (ιδία μετάφραση)

του με τη συγγραφή άρθρων είναι συνεχής, όπως και η συνεργασία του με τη συγκεκριμένη εφημερίδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι είχε συγγράψει περισσότερα από 830 άρθρα από το 2006 μέχρι το 2016, με μέσο αριθμό λέξεων περί τις 730 λέξεις.<sup>52</sup> Η εμπειρία του, σε συνδυασμό με το κύρος της συγκεκριμένης εφημερίδας, αναμφισβήτητα δίνουν άλλη βαρύτητα στα γραφόμενά του.

#### 4.2.1 Περιεχόμενο και στόχευση δημοσιευμάτων του Τύπου για το Νέο Κύμα

Οι συντάκτες των κειμένων του μηντιακού λόγου πραγματοποιούν το ρεπορτάζ τους ή καταγράφουν την άποψή τους με βάση την τρέχουσα επικαιρότητα. Αφορμή για αυτή τους την ενέργεια αποτελεί κατά κύριο λόγο η συμμετοχή μιας ταινίας σε διεθνές κινηματογραφικό φεστιβάλ και, ακόμα συχνότερα, η περίπτωση της διάκρισής της.

Όπως είναι αναμενόμενο, οι ιστοσελίδες άλλων χωρών συνηθέστερα αναφέρονται σε φεστιβάλ που γίνονται στην περιοχή τους και στα οποία λαμβάνουν μέρος ή προβάλλονται εκτός διαγωνιστικής διαδικασίας οι ταινίες του Νέου Κύματος. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εξής:

- New York Film Festival
- Locarno Industry Academy International
- London Film Festival / BFI
- International Film Festival Rotterdam / IFFR
- Venice Film Festival (Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia)
- Karlovy Vary International Film Festival
- Seattle International Film Festival
- Jameson Dublin International Film Festival
- Melbourne international film festival
- Toronto International Film Festival / TIFF

Στην περίπτωση της Ελλάδας, μεγαλύτερη έμφαση και συχνότερες αναφορές δίδονται στα εξής:

- Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης
- Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Βενετίας
- Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Καννών
- Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Τορόντο
- Διεθνές Κινηματογραφικό Φεστιβάλ Ρότερνταμ

52. Τα στοιχεία προέρχονται από την ιστοσελίδα *Journalisted* (<http://journalisted.com>), μια ιστοσελίδα «μη κερδοσκοπική, που διευκολύνει τους αναγνώστες/το κοινό στην ανεύρεση πληροφοριών για δημοσιογράφους» που δραστηριοποιούνται σε μέσα ενημέρωσης της Μεγάλης Βρετανίας. Ειδικότερα για τον Steve Rose βλ. περισσότερα <http://journalisted.com/steve-rose> (20/11/2016).



Είναι χαρακτηριστικό ότι σχεδόν όλα τα αγγλόγλωσσα κείμενα παρουσιάζουν/σχο-λιάζουν κ.λπ. συγκεκριμένες ταινίες ή ολόκληρο το Κύμα με αφορμή την προβολή/συμμετοχή κάποιας ταινίας σε φεστιβάλ. Επισημαίνεται δε ότι η πλειονότητα αυτών των κειμένων αφορά στη συμμετοχή του Γ. Λάνθιμου ή της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη (παρά το γεγονός ότι και άλλες ταινίες του Νέου Κύματος έχουν λάβει μέρος σε πολλά φεστιβάλ του εξωτερικού), γεγονός που καταδεικνύει τον ηγετικό ρόλο των συγκεκριμένων σκηνοθετών στο νέο κινηματογραφικό φαινόμενο.

Αντίθετα, στο εσωτερικό, οι αφορμές για δημοσιεύματα σχετικά με το Νέο Κύμα μπορεί να ποικίλλουν (π.χ. πολιτιστική εκδήλωση/δράση, μια θετική κριτική ξένου εντύπου, έναρξη γυρισμάτων, κυκλοφορία νέας ταινίας και προβολή της στις αίθουσες, συνέντευξη ενός σκηνοθέτη σε ξένα μέσα ενημέρωσης, σενάρια περί λογοκλοπής/αντιγραφής κ.λπ.).

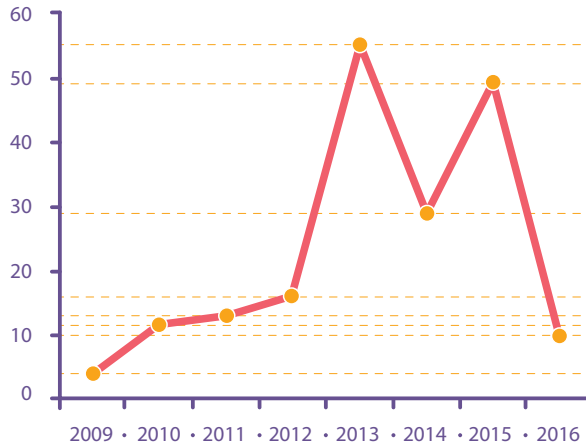
Σε ποσοστό 63% τα κείμενα σχετίζονται συνολικά με το Νέο Κύμα, ενώ ποσοστό 34% (δηλαδή εξήντα δύο (62) κείμενα) εστιάζει κατά βάση σε συγκεκριμένες ταινίες. Επιπλέον, σε ποσοστό 3% (δηλαδή εννέα (9) κείμενα) οι συντάκτες καταπιάνονται με το έργο συγκεκριμένων σκηνοθετών. Στην τελευταία περίπτωση, οι Γ. Λάνθιμος (7 κείμενα), Αλ. Αβρανάς (1) και Εκτ. Λυγίζος (1) μοιράζονται τις σχετικές αναφορές. Παρατηρείται δε ότι, τα κείμενα που αφορούν σε συγκεκριμένες ταινίες, έχουν δημοσιευθεί κατά τα τελευταία δύο έτη της χρονικής περιόδου αναζήτησης των κειμένων, ήτοι κατά το 2015 και 2016. Τα περισσότερα αφορούν τις ταινίες *Chevalier* (16 κείμενα), *Αστακός* (10), *Miss Violence* (7). Το γεγονός αυτό ενδεχομένως φανερώνει μια προοδευτική τάση μεγαλύτερης ενασχόλησης με τους δημιουργούς και τα έργα τους παρά με συνολικές, γενικές θεωρήσεις του Νέου Κύματος.

Αναλυτικότερα, αναφορικά με το έτος δημοσίευσης, παρατηρείται ότι τα περισσότερα κείμενα (ελληνικής και αγγλικής γλώσσας) δημοσιεύτηκαν το 2013. Το έτος δεν είναι τυχαίο αν αναλογιστεί κανείς ότι τη χρονιά αυτή έχουν πλέον κυκλοφορήσει αρκετές ταινίες που εκτιμώνται από τους συντάκτες ως εντασσόμενες στο Νέο Κύμα (έργα των Γ. Λάνθιμου, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, Εκτ. Λυγίζου, Αλ. Αβρανά κ.ά.). Η συζήτηση γύρω από αυτό πυροδοτείται από την κυκλοφορία της ταινίας του Αλέξανδρου Αβρανά *Miss Violence*, που έλαβε μέρος στο διαγωνιστικό τμήμα του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βενετίας αποσπώντας τον Αργυρό Λέοντα (Βραβείο Καλύτερης Σκηνοθεσίας), καθώς και το πρώτο Βραβείο Ανδρικής Ερμηνείας Volpi Cup για την ερμηνεία του πρωταγωνιστή Θέμη Πάνου.

Θα αναρωτηθεί κανείς γιατί δεν υπήρξε ανάλογης έκτασης δημοσιογραφική «κάλυψη» και δημοσιότητα για την περίπτωση της βράβευσης του Γ. Λάνθιμου στο πλαίσιο του ίδιου φεστιβάλ λίγα χρόνια ωρίτερα. Επισημαίνεται ότι ο *Κυνόδοντας* αποτέλεσε κατά τους κριτικούς την απαρχή ενός κύματος, που ασφαλώς χαρακτηρίστηκε ως τέτοιο μετά την κυκλοφορία αρκετών ταινιών. Στόχος, εξάλλου, της παρούσας μελέτης ήταν να αναδείξει την πορεία αναγνώρισης του νέου φαινομένου από τους επαγγελματίες

των μέσων ενημέρωσης και όχι να ανιχνεύσει τις αναφορές στο πρόσωπο συγκεκριμένων σκηνοθετών.

Διάγραμμα 4: Αριθμός κειμένων Τύπου ανά έτος δημοσίευσης



Όπως διαφαίνεται από τον περιορισμένο αριθμό κειμένων που εμφανίζονται στα έτη 2009 και 2010 – σε συνδυασμό με τα δεδομένα της κατηγορίας για τους χρησιμοποιούμενους όρους που αναλύεται στις επόμενες σελίδες – ο όρος «κύμα» δεν έχει ακόμα εμφανιστεί. Αντ' αυτού οι συντάκτες επιλέγουν να αναφερθούν στο νέο φαινόμενο είτε με τον γενικό όρο «ελληνικός κινηματογράφος»/«greek cinema», είτε με ακόμα γενικότερους όρους όπως: «καινούργιο αίμα στον ελληνικό κινηματογράφο», «καλλιτεχνική έκρηξη», «νέα εποχή του κινηματογράφου». Ή ακόμα και σε έναν κινηματογράφο με ευρωπαϊκό προσανατολισμό, «ευρωπαϊκό σινεμά made in Greece», όπως αναφέρει στο άρθρο του ο κριτικός κινηματογράφου της εφημερίδας *Η Καθημερινή* Δ. Μπούρας (2009).

Παράλληλα, εξαιρετική αφορμή και λόγο για περαιτέρω ενασχόληση με τα χαρακτηριστικά και την πορεία του νέου φαινομένου έδωσε το άρθρο του Steve Rose που δημοσιεύτηκε το 2011. Όπως επισημάνθηκε, περίπου το 30% των κειμένων που αναλύθηκαν στο πλαίσιο του συγκεκριμένου δείγματος περιλάμβανε άμεση ή έμμεση αναφορά στον Rose. Μόλις οκτώ (8) αγγλόγλωσσα κείμενα περιλαμβάνονται σε αυτό το ποσοστό ενώ, όπως γίνεται αντιληπτό, η συντριπτική πλειονότητα αφορά σε ελληνόγλωσσα κείμενα.

Στα τελευταία, το άρθρο του Rose σχολιάζεται και συζητείται σε δύο επίπεδα, με το δεύτερο να υπερτερεί σαφώς του πρώτου. Σε πρώτο επίπεδο, λοιπόν, το άρθρο σχολιάζεται ως μια θετική αναφορά, ένα ενθαρρυντικό σχόλιο για την Ελλάδα σε μια περίοδο

κατά την οποία τα δημοσιεύματα του διεθνούς τύπου δεν είναι διόλου κολακευτικά για αυτήν. Το γεγονός ότι το κείμενο δημοσιεύτηκε στην βρετανική εφημερίδα *The Guardian*, μια ευρείας απήχησης και αναγνωρισιμότητας εφημερίδα, προσέδωσε άλλη βαρύτητα και κύρος στα λεγόμενα του συγκεκριμένου κριτικού. Σε δεύτερο επίπεδο, το κείμενο του Rose τροφοδότησε τη συζήτηση περί της ονοματοθεσίας αυτού του φαινομένου. Στις επόμενες παραγράφους και στη σχετική ενότητα σχολιάζονται εκτενέστερα τα δεδομένα του δείγματος ως προς τη χρήση συγκεκριμένων όρων. Ακόμα και στις περιπτώσεις, πάντως, που δεν υπάρχει ευθεία, ονομαστική ή έστω υπαινικτική αναφορά στον Steve Rose, η επίδραση της πρότασής του για το όνομα του Νέου Κύματος υπήρξε τόσο καταλυτική, ώστε ανάγκασε τους συντάκτες να τη συζητούν ή και να την αμφισβητούν με κάθε ευκαιρία.

Είναι χαρακτηριστικό ότι αποσπάσματα των λόγων του Rose παρατίθενται στα κείμενα των συντακτών, σχεδόν ως επίκληση στην αυθεντία. Οι αναφορές, όμως, σε ξένους κριτικούς, δεν είναι σπάνιες για τον ελληνόγλωσσο Τύπο. Ένα στα δύο κείμενα του μηνιακού λόγου περιλαμβάνει αναφορές σε κριτικές ταινιών ή συνολικά του Νέου Κύματος που δημοσιεύτηκαν σε ΜΜΕ εκτός Ελλάδας, δίνοντας μια αίσθηση ότι η εγχώρια οπτική για το σύγχρονο ελληνικό σινεμά διαμορφώνεται κατά κύριο λόγο εκτός συνόρων, αποτελώντας ταυτόχρονα ένα βλέμμα των ξένων προς την Ελλάδα, μια χώρα που, εξαιτίας της τρέχουσας συγκυρίας, βρέθηκε στο επίκεντρο του διεθνούς δημόσιου διαλόγου.

#### 4.2.2 Προσδιορισμός, χαρακτηριστικά και εκπρόσωποι Νέου Κύματος

*Χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του φαινομένου*

Έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον να παρατηρήσει κανείς με ποιες λέξεις επιχειρούν οι συντάκτες να προσδιορίσουν το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο. Κυρίαρχος σε αυτή την κατηγορία αναδεικνύεται αναμφίβολα ο Steve Rose. Στην περίοδο μετά τον Αύγουστο του 2011, οπότε και δημοσιεύτηκε το κείμενο, οι συντάκτες αξιοποιούν τον χαρακτηρισμό του συγκεκριμένου βρετανού κριτικού άλλοτε εντός και άλλοτε εκτός εισαγωγικών, άλλοτε τοποθετώντας εντός εισαγωγικών μόνο τη λέξη «παράξενο» ή «περίεργο» ή «αλλόκοτο» ή «weird», και άλλοτε παραθέτοντάς την αλλά τοποθετώντας ως πρόθεμα τη φράση «το λεγόμενο» ή «the so-called».

Η μη καθολική αποδοχή του ορισμού από τους συντάκτες ενισχύεται από το γεγονός ότι δυσκολεύονται να καθορίσουν αν πρόκειται για ρεύμα, τάση, σχολή ή κύμα, δυσκολεύονται να αποφασίσουν αν πρόκειται πράγματι για παράξενο, περίεργο, αλλόκοτο ή weird, bizarre, absurd, odd (ή ακόμα και queer, υπό την έννοια του παράδοξου). Πολλοί καταφεύγουν σε ασφαλέστερες επιλογές, που δεν περιλαμβάνουν καμία από τις παραπάνω κατηγορίες λέξεων, μιλώντας γενικά περί «σύγχρονου κινηματογράφου», ή ακόμα και περί «ελληνικού σινεμά», ενώ από τις ταινίες που αναφέρουν προκύπτει σαφώς ότι καταπιάνονται με τις ταινίες του Νέου Κύματος. Στον πίνακα που ακολουθεί

(Πίνακας 21) παρατίθενται όλοι οι χρησιμοποιούμενοι όροι για τον προσδιορισμό του Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο σε κείμενα έντυπου και ηλεκτρονικού Τύπου, ενώ αποτυπώνονται με μορφή σύννεφου λέξεων (word cloud) στην Εικόνα 4.

**Πίνακας 21: Περιγραφή Νέου Κύματος σε δημοσιεύσεις του Τύπου**

Ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα	
Χρησιμοποιούμενοι όροι	Αριθμός αναφορών
<b>Σινεμά γενικά</b>	
ελληνικό σινεμά / ελληνικός κινηματογράφος	14
νέο ελληνικό σινεμά / νέος ελληνικός κινηματογράφος	8
new greek cinema	5
παράξενο ελληνικό σινεμά	4
greek weird cinema	4
Greek cinema	4
λεγόμενο «greek weird cinema»	3
«νέο» ελληνικό σινεμά	2
«νέο κύμα» στον ελληνικό κινηματογράφο	2
αλλόκοτο ελληνικό σινεμά	2
weird ελληνικό σινεμά / weird κινηματογράφος	2
contemporary greek cinema	2
«Παράξενο Ελληνικό σινεμά»	1
«greek weird cinema»	1
«new weird greek cinema»	1
«weird cinema»	1
new greek weird cinema	1
«νέο ελληνικό σινεμά»	1
«εναλλακτικό» σινεμά	1
«καινούργιο αίμα στον ελληνικό κινηματογράφο»	1
παράξενο σινεμά	1
ανερχόμενος ελληνικός κινηματογράφος	1
ευρωπαϊκό σινεμά made in Greece	1
λεγόμενο greek weird cinema	1
λεγόμενο Weird Cinema των Λάνθιμου, Τσαγκάρη κ.ά.	1
λεγόμενο ποιοτικό σινεμά	1
νέο παράξενο ελληνικό σινεμά	1
<b>Σκηνοθέτες</b>	
νέα γενιά κινηματογραφιστών	4
νέοι έλληνες δημιουργοί /κινηματογραφιστές /σκηνοθέτες	3

## Ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα

Χρησιμοποιούμενοι όροι	Αριθμός αναφορών
γενιά έξυπνων και παγκόσμιων ελλήνων δημιουργών	3
σύγχρονη γενιά των ελλήνων σκηνοθετών	2
a new generation of directors	2
greek filmmakers	2
νέα γενιά ελλήνων κινηματογραφιστών	2
σύγχρονοι κινηματογραφιστές	1
νεότερη γενιά δημιουργών	1
νέοι ταλαντούχοι σκηνοθέτες	1
νέοι σκηνοθέτες	1
νέα φουρνιά κινηματογραφιστών	1
νέα κινηματογραφική γενιά	1
νέα γενιά σκηνοθετών	1
current young directors	1
the younger generation of filmmakers	1
new generation	1
the greek weird wave's young filmmakers	1
νέα γενιά δημιουργών	1
ενεργοί κινηματογραφιστές	1
ελληνικό σινεμά των νέων, σχεδόν πρωτοεμφανιζόμενων σκηνοθετών	1
έλληνες κινηματογραφιστές	1
γενιάς ελλήνων κινηματογραφιστών	1
γενιά σκηνοθετών	1
γενιά «brand names»	1
<b>Νέο Κύμα</b>	
Greek Weird wave	23
«Greek Weird Wave»	9
«νέο ελληνικό κύμα»	7
weird wave of greek cinema	7
the so-called «Greek Weird Wave»	5
αλλόκοτο κύμα	4
weird wave	4
the so-called Greek New Wave	4
«αλλόκοτο κύμα»	3
παράξενο ελληνικό κύμα	3
«Weird Wave»	3
«weird wave» («αλλόκοτο κύμα»)	2
«παράξενο» κύμα	2
«νέο κύμα»	2

## Ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα

Χρησιμοποιούμενοι όροι	Αριθμός αναφορών
«νέο περίεργο ελληνικό κύμα»	2
«νέο κύμα» στον ελληνικό κινηματογράφο	2
νέο κύμα	2
Νέο Κύμα Ελληνικού Κινηματογράφου	2
νέο κύμα του ελληνικού σινεμά	2
«νέο περίεργο ελληνικό κύμα»	2
«καλλιτεχνική έκρηξη»	2
«weird wave of Greek cinema»	2
Greek «new wave»	2
«Greek New Wave»	2
Greek New Wave	2
νέο ελληνικό «weird» κύμα	1
«ελληνικό παράξενο κύμα»	1
«weird wave» («το περίεργο ρεύμα»)	1
ομάδα του «ελληνικού παράξενου κύματος»	1
αλλόκοτο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου	1
ελληνικό παράξενο κύμα	1
το λεγόμενο «Greek weird wave»	1
Weird Greek Wave	1
the new «weird» wave of Greek cinema	1
The New Greek Wave	1
the recent Greek «weird wave»	1
Greek wave	1
the «weird wave» of recent Greek cinema	1
cinema's Weird Wave	1
a promisingly «weird wave» in Greek cinema	1
«new wave» in Greek cinema	1
Greek Cinema's "New Wave"	1
Greek cinema's new wave	1
the recent wave of absurd-inclined, slightly bizarre and occasionally nonsensical new wave of Greek films	1
Wave of Greek Weird Cinema	1
something that has come to be called the Greek Weird Wave	1
this newly emerging Greek Weird Wave	1
Weird Wave του ελληνικού σινεμά	1
περίφημο «weird greek cinema»	1
ελληνικό παράξενο κύμα του κινηματογράφου	1
Νέο «Παράξενο» Κύμα Ελλήνων	1
Νέο Ελληνικό Κύμα	1

## Ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα

Χρησιμοποιούμενοι όροι	Αριθμός αναφορών
παράξενο νέο κύμα	1
πρόσφατο κινηματογραφικό κύμα	1
επονομαζόμενο «Greek weird wave»	1
<b>Φιλμ / Ταινίες</b>	
«new current»	1
«quirky» films	1
Greek films	1
new Greek films	1
νέα τάση στον ελληνικό κινηματογράφο	1
σύγχρονο καλλιτεχνικό ελληνικό κύμα	1
τάση του weird cinema	1
<b>Παράξενο</b>	
Weird	6
«Greek Absurdism»	2
Παράξενο	1
<b>Σχολή/Κίνημα/Ρεύμα</b>	
νέο ρεύμα	2
«νέα εθνική σχολή»	2
ρεύμα με ορίζοντα	2
Ελληνικό Νέο Ρεύμα	2
a new and newly independent strain of Greek cinema, a movement	2
weird ρεύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο	1
weird ρεύμα στον ελληνικό κινηματογράφο	1
αδρό κίνημα του Greek weird wave	1
αναγνωρίσιμο κι αισθητικά πρωτοπόρο ρεύμα	1
αναδύομενο κίνημα	1
new movement in Greek cinema	1
art movement of Greek Cinema	1
new Greek film movement	1
the emerging genre of Greek Weird Wave	1
the Lanthimos school	1
the new school of Greek filmmakers	1
Λανθιμική σχολή	1
νέα και νεαρή σχολή	1
άτυπο κινηματογραφικό κίνημα	1
παράξενο ρεύμα του ελληνικού σινεμά	1
σύντομο, αλλά δυναμικό ρεύμα	1
διαφορετικό ρεύμα του ελληνικού σινεμά	1

## Ελληνόγλωσσα και αγγλόγλωσσα κείμενα

Χρησιμοποιούμενοι όροι	Αριθμός αναφορών
<b>Άλλος προσδιορισμός</b>	
ταμπέλα	11
μόδα	4
βραβευμένες ταινίες (τελευταίων ετών)	2
νέα εποχή του κινηματογράφου	2
εφήμερη μόδα	2
«παράξενα» φιλμ νέων Ελλήνων κινηματογραφιστών	2
συγκυριακό φαινόμενο	1
μια νέα, σύγχρονη φωνή στον ελληνικό κινηματογράφο	1
trend	1

Εικόνα 4: Περιγραφή Νέου Κύματος σε δημοσιεύσεις του Τύπου (Word cloud)



Σε κάθε περίπτωση, αυτό που τροφοδότησε τη συζήτηση είναι η περιφημη πλέον λέξη «weird», που ήρθε να καθορίσει το έργο μιας ομάδας σκηνοθετών. Οι αποδόσεις της λέξης στην ελληνική στο πλαίσιο του μηντιακού λόγου, παρουσιάζουν επίσης ενδιαφέρον. Άλλωστε, όπως γράφει ο Ρολάν Μπαρτ στη μελέτη του «Ο βαθμός μηδέν της γραφής», «η γλώσσα δεν είναι ποτέ αθώα, οι λέξεις έχουν μια δεύτερη μνήμη που μυστηριωδώς επιζεί στη μέση νέων σημασιών», η γλώσσα «δεν είναι ποτέ κοινωνικά αθώα» (Φραγκουδάκη, 1987, σελ. 23). Όποια απλή, καθημερινή φράση περιέχει το επίθετο «παράξενος», μεταδίδει συνεμφατικά και αυτόματα μια τάση απόκλισης από το κανονικό, το καθιερωμένο, το σωστό, το ενδεδειγμένο ή το λογικό, και συνδέεται στον ελληνικό δημοσιογραφικό λόγο συχνά με ασυνήθιστα, δυσερμήνευτα φαινόμενα, ενώ σε πολλές περιπτώσεις στοχεύει στον εντυπωσιασμό. Αποδίδοντας σε μια κινηματογραφική τάση χαρακτήρα «παράδοξου», ακόμα και στις περιπτώσεις χρήσης του όρου συνοδευόμενου με τη φράση «το λεγόμενο (παράξενο κύμα)», οι συντάκτες προδιαθέτουν ήδη τους αναγνώστες τους για κάτι τελείως διαφορετικό από όσα μέχρι σήμερα



είχαν παρακολουθήσει. Πολλοί λιγότεροι είναι οι συντάκτες που επιλέγουν τον όρο «περίεργο» ή «αλλόκοτο» κύμα, λέξεις που μοιάζουν ηπιότερες και, χρησιμοποιούμενες στον δημοσιογραφικό λόγο, συνδέονται συνήθως με γεγονότα ή πρόσωπα που κινούν την περιέργεια, την έντονη απορία ή την ασυνήθιστη μορφή ή συμπεριφορά αντίστοιχα. Ανάλογου τύπου αποτυπώσεις παρατηρούνται και στον αγγλόγλωσσο τύπο. Παρά την ευρέως χρησιμοποιούμενη λέξη «weird», παράλληλα, επιστρατεύονται και οι λέξεις «odd» (υπό την έννοια του ιδιόμορφου και περίεργου), «bizarre» (υπό την έννοια του εκκεντρικού και ασυνήθιστου), «absurd» (υπό την έννοια του παράλογου), ή ακόμα και «queer» (υπό την έννοια του παράδοξου) (Sifaki & Stamou 2020, σελ. 37).

#### *Ταινίες του Νέου Κύματος*

Το Νέο Κύμα, σύμφωνα με τους συντάκτες, παραμένει μέχρι σήμερα λίγο ως πολύ μη σχηματοποιημένο. Στα κείμενα καταγράφονται διαφωνίες όσον αφορά τις ταινίες που εντάσσονται σε αυτό, αλλά συγκλίσεις όσον αφορά το έτος της άτυπης εκκίνησής του. Το 2009 θεωρείται η χρονιά-σταθμός. Κατά τη διάρκεια της παράγονται και κυκλοφορούν οι ταινίες *Κυνόδοντας*, *Ακαδημία Πλάτωνος* και *Στρέλλα*, οι οποίες λαμβάνουν μέρος σε διεθνή φεστιβάλ αποσπώντας διακρίσεις και βραβεία.

Ως ταινία-ορόσημο του Νέου Κύματος και αφετηρία για τον χρονικό προσδιορισμό έναρξης του θεωρείται, πάντως, από τους συντάκτες ο *Κυνόδοντας* του Γ. Λάνθιμου (2009). Παράλληλα, η μεταγενέστερη ταινία του ίδιου σκηνοθέτη με τίτλο *Ο Αστακός* αποτελεί επίσης, κατά τους συντάκτες, κομβικής σημασίας και χαρακτηριστική «weird» ταινία. Ο *Αστακός* συνιστά τη δεύτερη σημαντικότερη ταινία του Γ. Λάνθιμου, τουλάχιστον σε επίπεδο αναφορών, κατά την εξέταση του συγκεκριμένου δείγματος κειμένων. Το πρώτο αγγλόφωνο εγχείρημα του σκηνοθέτη, σε συνδυασμό με το διεθνές καστ, ωθεί το «Ελληνικό Παράξενο Κύμα», κατά τον Παναγή (2015) στο «πάνθεον των χολυγουντιανών αστέρων».

Για τις ταινίες του Γ. Λάνθιμου περιλαμβάνονται μάλιστα κείμενα που αντλούν στοιχεία τόσο από το ρεπορτάζ των συντακτών τους όσο και από καταγγελίες που εστάλησαν σε μέλη της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου και οι οποίες υποστηρίζουν ότι ο *Κυνόδοντας* αποτελεί αντιγραφή μιας μεξικανικής ταινίας με τίτλο *Ο πύργος της αθωότητας* (*El castillo de la pureza*) του Αρτούρο Ριπστάιν (Arturo Ripstein), καθώς και δημοσιεύματα που αφορούν στη «σύμπτωση» της ιστορίας της πλοκής της ταινίας *Άλπεις* και της πλοκής του βιβλίου του Κωνσταντίνου Τζαμιάτη *Παραβολή* (εκδόσεις Καστανιώτης, 2006).

Στον Πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 22) καταγράφονται αναλυτικά οι ταινίες που απαντώνται συχνότερα ως εμπόμπουσες στο Νέο Κύμα. Ανάμεσα σε αυτές, κάποιοι συντάκτες εντάσσουν και ορισμένες που γυρίστηκαν ή κυκλοφόρησαν το 2016 (π.χ. *Park*, της Σοφίας Έξαρχου).

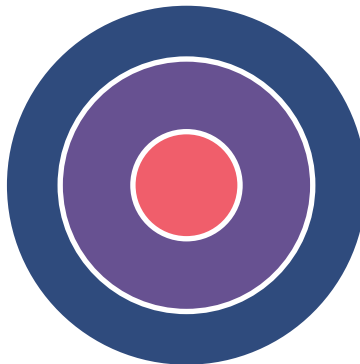
Πίνακας 22: Ταινίες Νέου Κύματος (αναφορές σε δημοσιεύσεις του Τύπου)

Αναφερόμενες Ταινίες	Αριθμός Αναφορών
<i>Κυνόδοντας (Dogtooth)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	56
<i>Attenberg</i> /Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	44
<i>Miss Violence</i> /Αλέξανδρος Αβρανάς	37
<i>Αστακός (Lobster)</i> /Γιώργος Λάνθιμος	32
<i>Άλπεις (Alps)</i> /Γιώργος Λάνθιμος	25
<i>Chevalier</i> /Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	23
<i>Στρέλλα (A Woman's Way)</i> / Πάνος Κούτρας	19
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά (The Eternal return of Antonis Paraskevas)</i> / Ελίνα Ψύκου	18
<i>L / Μπάμπης Μακρίδης</i>	17
<i>Χώρα Πρόελευσης (Homeland)</i> /Σύλλας Τζουμέρκας	17
<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού (Boy eating the bird's food)</i> / Έκτορας Λυγίζος	16
<i>Ακαδημία Πλάτωνος (Plato's Academy)</i> / Φίλιππος Τσίτος	15
<i>Ξενία (Xenia)</i> /Πάνος Κούτρας	12
<i>Το μικρό ψάρι (Stratos)</i> /Γιάννης Οικονομίδης	12
<i>Να Κάθεται και να Κοιτάς (Na kathesai kai na κοι-tas/Standing Aside Watching)</i> /Γιώργος Σερβετάς	9
<i>Luton</i> /Μιχάλης Κωνσταντάτος	8
<i>Wasted Youth</i> /Αργύρης Παπαδημητρόπουλος, Jan Vogel	8
<i>Wild Duck</i> /Γιάννης Σακαρίδης	7
<i>Έκρηξη (A blast)</i> /Σύλλας Τζουμέρκας	7
<i>Σεπτέμβριος (September)</i> /Πένυ Παναγιωτοπούλου	7
<i>Άδικος κόσμος (Unfair World)</i> /Φίλιππος Τσίτος	6
<i>Μαχαροβγάλτης (Knifer)</i> /Γιάννης Οικονομίδης	6
<i>Μικρά Αγγλία (Little England)</i> /Παντελής Βούλγαρης	6
<i>Νορβηγία (Norway)</i> /Γιάννης Βεσλεμές	6
<i>Κάψουλα (The capsule)</i> /Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	5
<i>Ο εχθρός μου (The Enemy Within)</i> /Γιώργος Τσεμπερόπουλος	5
<i>Η Κόρη (The Daughter)</i> /Θάνος Αναστόπουλος	3
<i>10η Ημέρα (10th Day)</i> /Βασίλης Μαζωμένος	2
<i>Fish N' Chips</i> /Ηλίας Δημητρίου	2

<i>Forget me not</i> /Γιάννης Φάγκρας	2
<i>Suntan</i> /Αργύρης Παπαδημητρόπουλος	2
<i>Τετάρτη 04:45 (Wednesday 04:45)</i> /Αλέξης Αλεξίου	2
<i>7 θυμοί (7 Kinds of Wrath)</i> /Χρήστος Βούπουρας	1
<i>Interruption</i> /Γιώργος Ζώης	1
<i>Lyssa</i> /Αργύρης Παπαδημητρόπουλος	1
<i>Man at Sea</i> /Κωνσταντίνος Γιάνναρης	1
<i>My African Heart</i> /Σύλλας Τζουμέρκας	1
<i>Park</i> /Σοφία Εξαρχου	1
<i>Runaway Day</i> /Δημήτρης Μπαβέλλας	1
<i>Stage Fright</i> /Γιώργος Ζώης	1
<i>Standing Aside, Watching</i> /Γιώργος Σερβετάς	1
<i>Venus in the garden</i> /Τηλέμαχος Αλεξίου	1
<i>Virus</i> /Άγγελος Φραντζής	1
<i>Μητριαρχία (Matriarchy)</i> /Νίκος Κορνήλιος	1
<i>Ο γιος της Σοφίας (Son of Sofia) (πρωτότυπος τίτλος: Ίβο και Σοφία)</i> /Ελίνα Ψύκου	1
<i>Στο σπίτι (At Home)</i> /Θανάσης Καρανικόλας	1

Ο παραπάνω πίνακας παραθέτει τις ταινίες που, σύμφωνα με το δείγμα της παρούσας έρευνας, εμπλέκουν οι συντάκτες με το Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Όπως όμως εξηγείται στην επόμενη ενότητα, παρουσιάζονται ενός είδους διαβαθμίσεις της «εμπλοκής» και του συσχετισμού όλων των δημιουργών με το Νέο Κύμα. Με βάση τα δεδομένα, ως στενός πυρήνας των ταινιών του Νέου Κύματος αναγνωρίζονται όλες οι πρόσφατες ταινίες των Γ. Λάνθιμου, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, Αλ. Αβρανά και Π. Κούτρα: Πέριξ του βασικού πυρήνα των παραπάνω ταινιών ανοίγεται ένας μεγαλύτερος κύκλος, μια διευρυμένη ομάδα σκηνοθετών και ταινιών που, κατά τους συντάκτες, συγκλίνουν προς τα χαρακτηριστικά του Νέου Κύματος του ελληνικού κινηματογράφου. Το σχήμα και ο πίνακας που ακολουθεί (Πίνακας 23) αποτυπώνει κατά τρόπο συνοπτικό τον βαθμό εμπλοκής με το Νέο Κύμα των ταινιών που κυκλοφόρησαν την εξεταζόμενη περίοδο σύμφωνα με τη γνώμη των κριτικών κινηματογράφου και πολιτιστικών συντακτών, όπως καταγράφηκε από τα κείμενα του corpus της παρούσας έρευνας.

**Πίνακας 23: Ταινίες Νέου Κύματος. Σχηματική αποτύπωση αναφορών δημοσιεύσεων του Τύπου**



- Βασικός πυρήνας
- Ευρύτερος κύκλος
- Έμμεση διασύνδεση

**(1) Βασικός πυρήνας ταινιών «Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο»**

*Κυνόδοντας (Dogtooth)* (Γιώργος Λάνθιμος, 2009)  
*Αστακός (Lobster)* (Γιώργος Λάνθιμος, 2015)  
*Άλπεις (Alps)* (Γιώργος Λάνθιμος, 2011)  
*Attenberg* (Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη, 2010)  
*Chevalier* (Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη, 2015)  
*Miss Violence* (Αλέξανδρος Αβρανάς, 2013)  
*Στρέλλα (A Woman's Way)* (Πάνος Κούτρας, 2009)

**(2) Ευρύτερος κύκλος ταινιών «Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο»**

*Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά (The Eternal return of Antonis Paraskevas)* (Ελίνα Ψύκου, 2013)  
*L* (Μπάμπης Μακρίδης, 2012)  
*Χώρα Προέλευσης (Homeland)* (Σύλλας Τζουμέρκας, 2010)  
*Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού (Boy eating the bird's food)* (Εκτορας Λυγίζος, 2012)  
*Ακαδημία Πλάτωνος (Plato's Academy)*(Φίλιππος Τσίτος, 2009)  
*Ξενία (Xenia)* (Πάνος Κούτρας, 2014)  
*Το μικρό ψάρι (Stratos)* (Γιάννης Οικονομιδής, 2014)

**(3) Έμμεση διασύνδεση με το «Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο»***Wasted Youth* (Αργύρης Παπαδημητρόπουλος, Jan Vogel, 2011)*Standing Aside, Watching* (Γιώργος Σερβετάς, 2013)*Luton* (Μιχάλης Κωνσταντάτος, 2013)*Wild Duck* (Γιάννης Σακαρίδης, 2013)*Έκρηξη (A blast)* (Σύλλας Τζουμέρκας, 2014)*Σεπτέμβριος (September)* (Πένυ Παναγιωτοπούλου, 2013)

Η χρονική ταύτιση κυκλοφορίας καθώς και η διάκριση σε κάποιο φεστιβάλ αποτελούν χαρακτηριστικά που συνδέουν, ενδεχομένως, ορισμένες ταινίες. Δεν αρκούν, ωστόσο, ως χαρακτηριστικά για να ταυτίσουν απαραίτητα όλες τις ταινίες με την ομάδα του Νέου Κύματος. Υπό αυτό το πρίσμα, πάλι στις ανωτέρω ανοίγει ένας μεγαλύτερος κύκλος όπου συμπεριλαμβάνονται και άλλες σύγχρονες των ανωτέρω δημιουργίες. Οι συντάκτες τοποθετούν κατά βάση στο γενικότερο πλαίσιο (context) του Νέου Κύματος, για παράδειγμα, την ταινία *Σεπτέμβριος (September)* της Πέννυς Παναγιωτοπούλου (Κατσουνάκη, 2013). Όπως εξηγεί ο Μήτσης (2013), «Το *September* μπορεί να έχει έναν εντελώς αδικαιολόγητο αγγλόφωνο τίτλο – χαρακτηριστικό πολλών σύγχρονων ελληνικών ταινιών – λίγα είναι, όμως, τα υπόλοιπα στοιχεία που το συνδέουν άμεσα με τη θεματική της οικογενειακής καταπίεσης και το αντιρεαλιστικό στιλιζάρισμα του Greek weird wave».

Η συμπίπτουσα χρονική περίοδος κυκλοφορίας και η απήχηση στο κοινό και σε φεστιβάλ του εξωτερικού συχνά οδηγεί μια μερίδα των συντακτών στον γενικότερο σχολιασμό του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Στο γενικότερο πλαίσιο συζήτησης αυτής της περιόδου, πάλι στις δημιουργίες των κύριων εκφραστών παρατίθενται και στοιχεία για την πορεία και τους συντελεστές της ταινίας *Μικρά Αγγλία* του Παντελή Βούλγαρη (2013), γεγονός που, σε ορισμένες περιπτώσεις, δημιουργεί σύγχυση για το αν εντάσσει ο συντάκτης ή όχι τη συγκεκριμένη ταινία στο Νέο Κύμα.

Επιπροσθέτως, η συζήτηση περί του Νέου Κύματος περιλαμβάνει και ονομαστικές αναφορές περί των προγόνων του. Πρόκειται επί της ουσίας για αναφορές σε προηγούμενες ταινίες, κυρίως των ίδιων σκηνοθετών, που οι συγγραφείς θεωρούν ως προπομπούς. Ενδεικτικά ως τάσεις αναφορών καταγράφονται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 24).

**Πίνακας 24: Ταινίες προπομπή του Νέου Κύματος (αναφορές δημοσιεύσεων του Τύπου)**

Έτος Κυκλοφορίας	Αναφερόμενες Ταινίες
2008	<i>Ιστορία 52 (Tale 52)</i> /Αλέξης Αλεξίου
2005	<i>Κινέττα (Kinetta)</i> /Γιώργος Λάνθιμος
2005	<i>Όμηρος (Hostage)</i> /Κωνσταντίνος Γιάνναρης
2002	<i>Σπιρτόκουτο (Matchbox)</i> /Γιάννης Οικονομίδης
1997	<i>No budget Story</i> /Πένος Χαραλαμπίδης

*Σκηνοθέτες του Νέου Κύματος*

Το σύνολο των συντακτών των κειμένων του μηνιακού λόγου αναγνωρίζουν είτε κατά έμμεσο είτε κατά άμεσο τρόπο τον Γιώργο Λάνθιμο ως πρωτεργάτη και την Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη ως ηγετική φυσιογνωμία του Νέου Κύματος.

**Εικόνα 5: Ενδεικτικοί τίτλοι δημοσιευμάτων του Τύπου***Ενδεικτικά παραδείγματα*

*«Έχουν περάσει κιόλας έξι χρόνια από την πρεμιέρα του «Κυνόδοντα», της ταινίας που άλλαξε άρδην την πορεία του ελληνικού σινεμά και πυροδότησε το περίφημο Greek Weird Wave» (...) «ο Γιώργος Λάνθιμος είναι ο πατριάρχης του Greek Weird Wave»*

(Αντίοχος, 22/10/2015)

*«...Εξαιτίας του Λάνθιμου οι σινεφίλ θα εφεύρισκαν τον όρο «greek weird wave»*

(Μανδηλαρά, 8/9/2016)

*«Η Αθηνά Τσαγγάρη δεν έχει έλλειψη από μεγάλα φεστιβάλ και διεθνή αναγνώριση. Μαζί με τον Γιώργο Λάνθιμο αποτελούν το πιο διάσημο «ντουέτο» του ελληνικού σινεμά, εκείνου που κάποτε αποκάλεσαν «weird» και έκτοτε του 'μεινε»*

(Γεωργακοπούλου, 17/7/2015)

*«...ως διαμορφωτής του ρεύματος αυτού, οι νεότερες ταινίες συγκρίνονται με τις δικές του και το αν εντάσσονται π.χ. σε «λανθιμικό κλίμα»...»*

(Μήτσης, 4/11/2013)

*«Η Τσαγγάρη θεωρείται η γυναικεία πνοή/οπτική του weird wave»*

(Μόσχος, 26/11/2015)

*«[Lanthimos is] the standard-bearer of the new Greek cinema»<sup>53</sup>*

(Bradshaw et al, 7/9/2015)

53. «[Ο Λάνθιμος είναι] ο διαμορφωτής των προτύπων για το νέο ελληνικό κινηματογράφο» (ιδία μετάφραση).

«[Lanthimos is] the most talented Greek director of his generation»<sup>54</sup>

(Brooks, 11/11/2012)

«Το γενικότερο διεθνές ενδιαφέρον προκάλεσε η ευρύτερη Λανθιμική σχολή...»

(Πρωμάκης, 26/12/2013)

«Η βράβευση του «Κυνόδοντα» το 2009 στις Κάννες θεωρείται η στιγμή που η νέα γενιά ξεκινά την πορεία της προς τη διεθνή καταξίωση...»

(Γουδέλης, 4/4/2016)

Είναι χαρακτηριστικό ότι σε ορισμένα κείμενα του μηντιακού λόγου, όπως διαφαίνεται και από κάποια παραδείγματα παραπάνω, χρησιμοποιείται το επίθετο «Λανθιμικός, -ή, -ό», ένα επίθετο που σχηματίζεται, δηλαδή, από την προσθήκη ενός επιθέματος στο κύριο όνομα του σκηνοθέτη και το οποίο δηλώνει ότι το προσδιοριζόμενο κάθε φορά ουσιαστικό έχει τα χαρακτηριστικά αυτού που εκφράζει η πρωτότυπη λέξη. Η ανάδειξη του Γ. Λάνθιμου ως κύριου εκπροσώπου του Νέου Κύματος οδήγησε στην υιοθέτηση αυτών των όρων. Ενδεικτικά αναφέρονται: «Λανθιμικά προϊόντα» (Πρωμάκης, 2013), «μεταλανθιμική εποχή» (Βενάρδου, 2014), «λανθιμικό κλίμα» (Μήτσης, 2013).

Ορισμένοι συντάκτες αναγνωρίζουν έναν βασικό πυρήνα σκηνοθετών (Γ. Λάνθιμο, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, Αλ. Αβρανά, Π. Κούτρα, Φ. Τσίτο) και, περίξ αυτού, μια ομάδα σκηνοθετών που εμφανίζει συγγένειες με το Νέο κύμα όπως οι: Γιάννης Οικονομίδης, Γιάννης Βεσλεμές, Έκτορας Λυγίζος, Μπάμπης Μακρίδης, Σύλλας Τζουμέρκας, Ελίνα Ψύκου, Αλέξης Αλεξίου (Γουδέλης, 2016). Στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 25) παρουσιάζονται σε μορφή λίστας οι σκηνοθέτες που κατά τους συντάκτες των κειμένων του corpus της παρούσας έρευνας εμπίπτουν στο Νέο Κύμα.

**Πίνακας 25: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος (αναφορές σε δημοσιεύματα του Τύπου)**

<b>Αναφερόμενοι Σκηνοθέτες</b>	<b>Ποσοστό Αναφορών</b>
Γιώργος Λάνθιμος	26,00%
Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	16,00%
Αλέξανδρος Αβρανάς	8,00%
Πάνος Κούτρας	7,00%
Σύλλας Τζουμέρκας	5,00%
Φίλιππος Τσίτος	5,00%
Ελίνα Ψύκου	4,00%
Γιάννης Οικονομίδης	4,00%

54. «[Ο Λάνθιμος είναι] ο πιο ταλαντούχος Έλληνας σκηνοθέτης της γενιάς του» (ιδία μετάφραση).

<b>Αναφερόμενοι Σκηνοθέτες</b>	<b>Ποσοστό Αναφορών</b>
Μπάμπης Μακρίδης	4,00%
Έκτορας Λυγίζος	4,00%
Αργύρης Παπαδημητρόπουλος	2,00%
Γιώργος Σερβετάς	2,00%
Jan Vogel	2,00%
Μιχάλης Κωνσταντάτος	2,00%
Γιάννης Σακαριδής	1,50%
Πένυ Παναγιωτοπούλου	1,50%
Γιάννης Βεσλεμές	1,30%
Γιώργος Τσεμπερόπουλος	1,00%
Θάνος Αναστόπουλος	0,60%
Αλέξης Αλεξίου	0,40%
Βασίλης Μαζωμένος	0,40%
Γιάννης Φάγκρας	0,40%
Γιώργος Ζώης	0,40%
Ηλίας Δημητρίου	0,40%
Άγγελος Φραντζής	0,20%
Βασίλης Κεχαγιάς	0,20%
Δημήτρης Μπαβέλλας	0,20%
Θανάσης Καρανικόλας	0,20%
Κωνσταντίνος Γιάνναρης	0,20%
Νίκος Κορνήλιος	0,20%
Σοφία Εξαρχου	0,20%
Τηλέμαχος Αλεξίου	0,20%
Χρήστος Βούπουρας	0,20%

Με γνώμονα τον αναγνώστη/αποδέκτη τους τα κείμενα του μηντιακού λόγου εστιάζουν (σε ορισμένες περιπτώσεις και εξ ολοκλήρου) σε συγκεκριμένα πρόσωπα που κυριαρχούν με την παρουσία ή τη δράση τους στο συγκεκριμένο Νέο Κύμα. Σε αυτές τις περιπτώσεις επικεντρώνονται σε στοιχεία της επαγγελματικής ή ακόμα και της προσωπικής ζωής των ατόμων, επιλέγοντας μια επιδερμική αναφορά στην ταινία ή το Κύμα που αποτέλεσε αρχικά και την αφορμή για τη συγγραφή του κειμένου. Πρόκειται για μια προσέγγιση που προσανατολίζεται στον χρήστη (user-oriented approach) και σχετίζεται άμεσα με το κοινό κάθε μέσου. Σε αυτό το πλαίσιο, έντονη είναι η παρουσία του Γ. Λάνθιμου και της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, με δημοσιεύματα που αφορούν, για παράδειγμα, τη μετεγκατάσταση του πρώτου στο Λονδίνο μετά τις φεστιβαλικές του επιτυχίες ή τις επιρροές της δεύτερης από τον αμερικανικό τρόπο ζωής και σκέψης μετά την εικοσαετή και πλέον παραμονή της στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, την επιστροφή της



στην Ελλάδα για μικρό χρονικό διάστημα και την εκ νέου παραμονή της στην Αμερική μετά την κυκλοφορία του *Chevalier*.

Εκτός από τους δύο αυτούς πρωταγωνιστές, συχνή είναι η αναφορά στον σεναριογράφο Ευθύμιο Φιλίππου, τον «Αρχιερέα του Greek Weird Wave, τον άνθρωπο που το προίκισε με τη συγγραφική του ευφυΐα», όπως τον αποκαλεί χαρακτηριστικά ο Αντίοχος (22/10/2015), ο οποίος προηγουμένως έχει αποδώσει τον χαρακτηρισμό του «Πατριάρχη» στον Γ. Λάνθιμο, αναγνωρίζοντας τον καθοριστικό του ρόλο. Συχνή είναι και η αναφορά στον Χρήστο Κωνσταντακόπουλο, κινηματογραφικό παραγωγό και ιδρυτή της εταιρείας *Faliro House Productions*, δίχως τη συμβολή του οποίου είναι αμφίβολο αν ορισμένες παραγωγές θα είχαν ολοκληρωθεί.

#### *Θεματολογία, Αφήγηση και Αισθητική*

Αναφορικά με τους κύριους θεματικούς άξονες που επιλέγουν οι δημιουργοί για τις ταινίες τους, οι συντάκτες αναγνωρίζουν την έμφαση σε σύγχρονα, κρίσιμα προβλήματα, που απασχολούν την Ελλάδα και όχι μόνο: οικονομική κρίση, ανεργία, μετανάστευση, οικονομικοί μετανάστες, διάλυση της οικογένειας αλλά και της ίδιας της κοινωνίας. Η ξενοφοβία, η αδράνεια και η έλλειψη οράματος είναι, επίσης, μοτίβα που απαντώνται συχνά, με αυτό των δυσλειτουργικών οικογενειών να αποτελεί μία από τις πιο εκκεντρικές προσεγγίσεις.

Σύμφωνα με την άποψη που εκφέρεται σε ορισμένα κείμενα, η ενασχόληση με διόλου εύκολα κοινωνικά ζητήματα από μια γενιά σκηνοθετών αποδίδεται μεταξύ άλλων και στο γεγονός ότι μοιράζονται κοινές καταβολές και βιώματα. Πρόκειται για πρόσωπα με κινηματογραφική παιδεία, συχνά με σπουδές στο εξωτερικό και με εργασιακή εμπειρία σε άλλους τομείς (π.χ. διαφήμιση), που τους εφοδιάζουν με διαφορετικά «όπλα» για την «ανάγνωση» της πραγματικότητας και της ιστορίας. Αναμφίβολα δε τους ενώνει η σημερινή πραγματικότητα της κρίσης σε οικονομικό αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

Ο σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος αποδεικνύεται κατά τους συντάκτες «παράξενος», γιατί καταφέρνει να «σπάσει το μέχρι πρότινος ισχυρό κινηματογραφικό ελληνικό πρότυπο που ίσχυε για τις ταινίες που φιλοδοξούσαν να συμμετέχουν σε φεστιβάλ», το οποίο συμπυκνωνόταν σε δύο βασικά χαρακτηριστικά: α) στην ακριβή παραγωγή και β) στην προβολή των νησιών και του ελληνικού τοπίου (Καπράνος, 2013· Rose, 2011), θυμίζοντας ελληνικές τουριστικές καμπάνιες παλαιότερων εποχών ή (/και) στην εικόνα του Αλέξη Ζορμπά (*Zorba the Greek*) κατά τα πρότυπα της ομώνυμης ταινίας του Μ. Κακογιάννη (Vourlias, 2015).

Σε μια γενική θεώρηση, οι συντάκτες τείνουν να εντοπίζουν συχνότερα ομοιότητες μεταξύ των ταινιών ή, ειδικότερα, των στοιχείων υποκριτικής, στυλιστικών ή αφηγηματικών χαρακτηριστικών των ταινιών του ίδιου δημιουργού (και όχι δημιουργών μεταξύ τους) ενώ, σπανιότερα, ανιχνεύουν σκηνές με κοινά χαρακτηριστικά. Σχολιάζοντας τις «παράξενες» κατά τον Steve Rose ή «στρυφνές, ανορθόδοξες, ασυμβίβαστες και ακραία

ιδιόμορφες ταινίες», όπως τις σχολιάζει ο Τερζής (2015), προκρίνουν ως σημείο σύγκλισης τους τις σεναριακές παραδοξότητες, την αλληγορία και την ειρωνεία που φτάνει στα όρια του κυνισμού, τη σκληρότητα και τη βία και μια ιδιότυπη αίσθηση χιούμορ («μαύρου», «ξηρού», «εγκεφαλικού», «υποδόριου» κ.λπ. όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν).

Οι δυσλειτουργίες της ελληνικής οικογένειας, η φθορά των οικογενειακών αξιών, φαινόμενα κοινωνικού ρατσισμού, αναδεικνύονται κατά τους κριτικούς και δημοσιογράφους μέσα από αποστασιοποιημένες αφηγήσεις, αινιγματική/διαφορετική χρήση γλώσσας (συχνά με γλωσσική παραμόρφωση λέξεων-νοημάτων) και ιδιότυπους αγγλόφωνους τίτλους.

Ένα στα τέσσερα κείμενα του δείγματος αναφέρεται σε στυλιστικές συγγένειες και κοινές, σε πολλές περιπτώσεις, αισθητικές και ιδεολογικές ανησυχίες.

Σύμφωνα με συγκλίνουσες απόψεις των συντακτών του δείγματος, αποδραματοποιημένες ή, κατ' άλλους, «μπρεχτικές αντι-κινηματογραφικές» ερμηνείες για την ενσάρκωση (συχνά περιθωριακών) ηρώων, εγγράφονται στο σύγχρονο αστικό τοπίο με εκκεντρικούς ή ανορθόδοξους τρόπους. Μουντά, σχεδόν ξεθωριασμένα χρώματα, σταθερά κάδρα και εικόνες κι αίσθηση εγκλεισμού αποτυπώνουν ατμόσφαιρα αγωνίας και έντασης.

#### *Η έννοια της παραδοξότητας («weird wave»)*

Σε τί συνίσταται όμως η παραδοξότητα του Νέου Κύματος; Οι συντάκτες συγκλίνουν στην άποψη ότι σχετίζεται με το περιεχόμενο και την αισθητική των ταινιών. Εμβαθύνοντας στα κείμενα των συντακτών ανιχνεύει κανείς τον προσδιορισμό που δίνουν στην έννοια του «weird wave», συνδέοντάς την με μια σειρά χαρακτηριστικών και διαστάσεων του φαινομένου. Σε αυτό το πλαίσιο, συμπυκνώνοντας τους επιμέρους λόγους τους (discourses) καταγράφεται η κυρίαρχη προσέγγιση της Ελλάδας της κρίσης ως πλαίσιο και ως αναπαράσταση.

Η προσέγγιση έχει διττό χαρακτήρα και αφορά αφενός την τάση ορισμένων συντακτών, κυρίως ξένων, να προσδιορίσουν γεωγραφικά, χρονικά και κοινωνικο-πολιτικά το Νέο Κύμα, ανατρέχοντας στο (εξωτερικό/ευρύτερο) περιβάλλον εντός του οποίου αναπτύσσεται και παράγεται, αφετέρου την τάση κάποιων κριτικών να αναζητούν στην πλοκή ή στην ερμηνεία των ταινιών την εικόνα της σημερινής Ελλάδας της κρίσης.

Στην πρώτη περίπτωση το Νέο Κύμα προσδιορίζεται στα ξένα μέσα ενημέρωσης καταρχήν γεωγραφικά, δίνοντας το όνομα της χώρας και, στη συνέχεια, κοινωνικο-πολιτικά, δίνοντας το σημερινό στίγμα της Ελλάδας, που δεν είναι άλλο από το ασφυκτικό πλαίσιο της οικονομικής κρίσης. Σε αυτή την περίπτωση περιλαμβάνονται αναφορές που σχετίζονται με την αντιπαραβολή της εικόνας και της οικονομικής κατάστασης της χώρας και του Νέου Κύματος του κινηματογράφου. Τη στιγμή που η Ελλάδα βρίσκεται στο επίκεντρο μιας πρωτοφανούς κρίσης με οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και συνέπειες, ο ανεξάρτητος ελληνικός κινηματογράφος σημειώνει εξαιρετικές διακρίσεις σε φεστιβάλ διεθνούς κύρους.

Οι συντάκτες δεν παραλείπουν να αναφερθούν ακόμα και σε στοιχεία και ενδεικτικά γεγονότα που σηματοδοτούν την τρέχουσα περίοδο την ελληνική κοινωνία και πραγματικότητα όπως, για παράδειγμα, η εκρηκτική άνοδος του δείκτη αυτοκτονιών (Kaufman, 2012) ή ακόμα και πολιτικές αποφάσεις όπως, για παράδειγμα, η προσφυγή σε δημοψήφισμα (Morgenstern, 2012). Το Νέο Κύμα, εξάλλου, προσπαθεί να βρει τον «βηματισμό» του σε μια περίοδο που οι όποιες άλλες θετικές εικόνες για την Ελλάδα στο διεθνή δημόσιο (κυρίως μηντιακό) λόγο έχουν επισκιαστεί από το παγκόσμιο ενδιαφέρον για την οικονομική κρίση της χώρας, που περιλαμβάνει εκτενή άρθρα, λεπτομερείς αναφορές και συχνά απαξιωτικούς χαρακτηρισμούς για την Ελλάδα και τους Έλληνες.

*«...It's a crappy time to live in Greece right now. But it's not so bad to be a Greek filmmaker. As economic austerity measures cripple the country, and the suicide rate has jumped 40%, a wave of bold, innovative films has been coming out of the country, of late, most notably from filmmakers Athina Rachel Tsangari, whose "Attenberg" opens this week in New York, and "Dogtooth" director Giorgos Lanthimos, whose latest "Alps" has been receiving critical acclaim on the festival circuit».*<sup>55</sup>

(Anthony Kaufman, INDIEWIRE, ΗΠΑ, 8/3/2012)

*«There's something weird going on in Greece. No, we're not referring to its people's decision to vote for austerity measures after overstretching the EU's credit. We're talking about the country's cinema. For a country known as a source of theatrical drama, several filmmakers are breaking the rules of the art form to explore a type of movie with more kinship to the surreal, freeform stylings of David Lynch».*<sup>56</sup>

(Hans Morgenstern, Miami New Times, ΗΠΑ, 27/6/2012)

55. «Αυτή είναι μια πραγματικά άθλια περίοδος για να ζει κανείς στην Ελλάδα. Αλλά δεν είναι τόσο άσχημο να είναι κανείς Έλληνας σκηνοθέτης. Καθώς τα μέτρα οικονομικής λιτότητας ακινητοποιούν τη χώρα και το ποσοστό των αυτοκτονιών αυξήθηκε κατά 40%, ένα κύμα τολμηρών, καινοτόμων ταινιών εμφανίστηκε στη χώρα, κυρίως από τους κινηματογραφιστές Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη, της οποίας το *Attenberg* κάνει πρεμιέρα αυτήν την εβδομάδα στη Νέα Υόρκη και το σκηνοθέτη του *Dogtooth* Γιώργο Λάνθιμο, του οποίου η τελευταία ταινία *Άλπεις* κέρδισε την αποδοχή των κριτικών στο κύκλωμα των φεστιβάλ». (ιδία μετάφραση)

56. «Κάτι παράξενο συμβαίνει στην Ελλάδα. Όχι, δεν αναφερόμαστε στην απόφαση των πολιτών της να ψηφίσουν σχετικά με τη λήψη μέτρων λιτότητας υπερεκτείνοντας τις σχετικές πιστώσεις της ΕΕ. Μιλάμε για τον κινηματογράφο της χώρας αυτής. Σε μια χώρα που είναι γνωστή ως η κοιτίδα του θεατρικού δράματος, αρκετοί σκηνοθέτες «σπάζουν» τους κανόνες της φόρμας, προκειμένου να εξερευνήσουν έναν τύπο ταινιών που έχει συγγένειες με τη σουρεαλιστική και ελεύθερη φόρμα των ταινιών του Ντέιβιντ Λίντς». (ιδία μετάφραση)

*«For all the alarmist headlines about defaults and debts these past weeks, it might be easy to think of the Greeks as helpless victims without freedom or autonomy. But that's simply not true. Despite the economic and political woes they've been struck by, the country is still holding up its millennia-old tradition as a heartland of European culture. From Athens to the Aegean Sea, filmmakers from Greece are making movies that are vibrant, original and entertaining. Here we focus on some of the most daring Greek directors today».*<sup>57</sup>

(Peter Yeung, *Dazed Magazine*, *Ηνωμένο Βασίλειο*, 2015)

Στη δεύτερη περίπτωση οι ταινίες ερμηνεύονται ως αναπαραστάσεις της κοινωνικής και οικονομικής πραγματικότητας, συνδεδεμένες με την αληθινή ζωή στην χώρα. Σύμφωνα με τα δεδομένα του δείγματος, οι δυσλειτουργικές οικογένειες και η έμφαση σε περίεργα συστήματα εξουσίας αναδεικνύονται σε κυρίαρχα μοτίβα για την παρουσίαση της πραγματικότητας.

*«...Η «Χώρα προέλευσης», το «Attenberg», ο «Μαχαιροβγάλτης», αλλά και οι ευχάριστες περυσινές εκπλήξεις της «Ακαδημίας Πλάτωνος», του «Κυνόδοντα» και της «Στρέλλας» θα μπορούσαν να ιδωθούν σαν μυθοπλασίες απόγνωσης, σύγχυσης, συσσωρευμένης οργής, διάλυσης, αναζήτησης ταυτότητας αλλά και σύνθεσης μιας νέας κατάστασης πραγμάτων στην οποία το φύλο, η οικογένεια και η πατρίδα είναι ρευστές έννοιες...»*

(Δημήτρης Μπούρας, *Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ*, 17/10/2010)

*«Given the Greek economic and political landscape, there is the inevitable question of whether these filmmakers are commenting on their country's problems. (...) There is no direct reference to crisis, but to the disappointments and odd prisons of each successive generation. These films convey the weight of history, as child-like 20-somethings attempt to shoulder their parent's expectations and their mistakes».*<sup>58</sup>

(V.P., *The Economist*, 6/12/2011)

57. «Με όλους τους κινδυνολογικούς τίτλους σχετικά με τις αθετήσεις υποχρεώσεων και αποπληρωμής χρεών αυτές τις τελευταίες εβδομάδες, θα ήταν ίσως εύκολο να σκεφτεί κανείς τους Έλληνες σαν αβοήθητα θύματα χωρίς ελευθερία ή αυτονομία. Αλλά πολύ απλά αυτό δεν είναι αλήθεια. Παρά τα οικονομικά και πολιτικά δεινά που τους έχουν πλήξει, η χώρα εξακολουθεί να διατηρεί την επί χιλιετίες παράδοσή της ως το κέντρο του ευρωπαϊκού πολιτισμού. Από την Αθήνα ως το Αιγαίο Πέλαγος, οι Έλληνες κινηματογραφιστές δημιουργούν ταινίες ζωντανές, πρωτότυπες και ψυχαγωγικές. Σε αυτό το άρθρο επικεντρωνόμαστε σε μερικούς από τους πιο τολμηρούς Έλληνες σκηνοθέτες σήμερα». (ιδία μετάφραση)

58. «Δεδομένου του ελληνικού οικονομικού και πολιτικού περιβάλλοντος, τίθεται αναπόφευκτα το ερώτημα εάν αυτοί οι κινηματογραφιστές σχολιάζουν τα προβλήματα της χώρας τους. (...) Δεν υπάρχει άμε-

Ο V.P. στην *The Economist*, σχολιάζοντας τις ταινίες *Άλλεις* και *Κυνόδοντας* του Γ. Λάνθιμου και το *Attenberg* της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη θεωρεί ότι λειτουργούν ως «μελέτες πάνω στην εξουσία και τον έλεγχο» (V.B., 2011· Γεωργακοπούλου, 2011). Ο αρθρογράφος Θ. Ρακόπουλος (2013), προσθέτοντας στη λίστα του και τη *Χώρα Προέλευσης*, θεωρεί ότι οι ταινίες αυτές αρθρώνουν προς τον θεσμό της οικογένειας «μια κριτική διεισδυτική, έντονη, επιθετική, παρουσιάζοντας τον οικιακό χώρο ως ένα πλαίσιο αποπνικτικό, ασφυκτικό, ευνουχιστικό, δηλητηριώδες για τις έμφυλες σχέσεις, έναν καιάδα για την ανάπτυξη ελεύθερων προσωπικοτήτων». Η Κατσούνακη (2009) «αναγιγνώσκει» στον προκλητικό χαρακτήρα τους (αμεσότητα, βιαιότητα, ακραίος ρεαλισμός) τη διάθεση των σκηνοθετών για «πείραγμα» της πραγματικότητας που υλοποιείται με «παρεμβάσεις τόσο στη γραφή όσο και στην ανάγνωση της, ορίζοντας μια διαφορετική αντίληψη και αισθητική».

Είναι χαρακτηριστικό, πάντως, ότι ορισμένοι έλληνες συντάκτες (περίπου ένας στους έξι αναφέρεται σχετικώς) θεωρούν ότι υπάρχει μια διάθεση σε επίπεδο διοργανωτών/κριτικών επιτροπών κινηματογραφικών φεστιβάλ να διασυνδέσουν όλες συλλήβδην τις ελληνικές ταινίες του σύγχρονου κινηματογράφου με την οικονομική κρίση. Η διασύνδεση σε επίπεδο αναφοράς στις συνθήκες παραγωγής (ανύπαρκτη ή περιορισμένη κρατική χρηματοδότηση, αδυναμία εξεύρεσης χορηγιών κ.λπ.) αξιολογείται ως ρεαλιστική και αναμφισβήτητη. Διαφωνίες εκφράζονται, ωστόσο, για το εάν και κατά πόσον οι ταινίες που παρήχθησαν τα τελευταία χρόνια και ομαδοποιήθηκαν ως σύνολο υπό την ομπρέλα του «παράξενου κύματος» εμφανίζουν ευθείες ή έμμεσες αναφορές στην Ελλάδα της κρίσης.

Η σφοδρή επικαιρότητα της Ελλάδας λόγω της οικονομικής δυσπραγίας που έχει οδηγήσει σε οικονομική και κοινωνική εξαθλίωση μεγάλη μερίδα του πληθυσμού, επιχειρείται να ανιχνευθεί είτε ως εμφανές θέμα είτε ως υπολανθάνον ζήτημα στις ταινίες. Η διάθεση για ο,τιδήποτε «αλλόκοτο ελληνικό», κατά τον Ζήκο (2013) κινεί το ενδιαφέρον στο πλαίσιο μιας συνεχώς τροφοδοτούμενης ενασχόλησης με τις νέες δημιουργίες του ελληνικού κινηματογράφου.

*«... για την ταινία «Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού» του Έκτορα Λυγίζου (...) δεν είμαι καθόλου σίγουρος αν η όποια αποδοχή της έξω οφείλεται στις καθαρά κινηματογραφικές της ποιότητες και όχι απλώς σε μια παρεξήγηση, ότι το θέμα της είναι η «πεινά» (με έμπνευση από το μυθιστόρημα του Κνουτ Χάμσουν) και πάλι σε σχέση με την ελληνική κρίση. Αν δηλαδή θα την έβρισκαν ενδιαφέρουσα σε μια οποιαδήποτε άλλη συγκυρία ή αν απλώς θεωρούν ότι έρχεται να προστεθεί στο σερί «weird wave» δηλαδή «αλλόκοτο κύμα»...»*

(Σωτήρης Ζήκος, *Σινεφιλία*, 9/10/2013)

---

ση αναφορά στην κρίση, παρά μόνο στις απογοητεύσεις και τις «περιέργες» φυλακές κάθε διαδοχικής γενιάς. Αυτές οι ταινίες φέρουν το βάρος της ιστορίας όπως τα 20χρονα παιδιά που προσπαθούν να σηκώσουν στους ώμους τους τις προσδοκίες και τα λάθη των γονιών τους». (ιδία μετάφραση)

Η έννοια της «παραδοξότητας» σχετίζεται ασφαλώς με τον όρο «Greek Weird Wave». Ο τελευταίος, εν είδει σχεδόν «ταμπέλας», αποτελεί βασικό σημείο αναφοράς για τους συντάκτες, που καλούνται αυτοβούλως να τοποθετηθούν υπέρ ή κατά της χρήσης του και υπέρ ή κατά της ορθότητάς του. Η συγκεκριμένη επισήμανση αφορά κυρίως τα κείμενα των ελλήνων συντακτών. Είναι χαρακτηριστικό ότι στα αγγλόγλωσσα κείμενα ο χαρακτηρισμός δεν σχολιάζεται διεξοδικά και οι συντάκτες δεν λαμβάνουν ανοιχτά θέση υπέρ ή κατά αυτού. Επικαλούνται, όμως, συχνά, όπως άλλωστε και οι έλληνες συνάδελφοί τους, τα λόγια των ίδιων των δημιουργών που κατά κόρον αρνούνται τον χαρακτηρισμό «Κύμα» και «Παράξενο Ελληνικό Κύμα», έχοντας πίστη ο καθένας στην μοναδικότητα του έργου του.

Υπό αυτό το πρίσμα, το Νέο Κύμα έρχεται αντιμέτωπο με την περίπτωση να είναι μια συγκυριακή μόδα, μια τάση του συρμού που παρατηρήθηκε άπαξ και ταχύτατα αποδυναμώθηκε. Ενδεικτικό της διάθεσης σχετικής ανίχνευσης τόσο από τους κινηματογραφικούς συντάκτες όσο και από τον ελληνικό κινηματογραφικό χώρο εν γένει, είναι ο τίτλος συμποσίου που διοργανώθηκε στην Αθήνα (Megaron Plus, 7/3/2013) «Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα;». Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ενώ η σχετική ανακοίνωση (δελτίο τύπου) περί της εκδήλωσης αναδημοσιεύτηκε σε πολλές ελληνικές ιστοσελίδες, ελάχιστες ήταν αυτές που δημοσίευσαν την επόμενη ημέρα κάποιο ρεπορτάζ για όσα συζητήθηκαν κατά τη διάρκειά της.

Σύμφωνα με τον Welsh (2016) το «weird wave» αποτελεί ένα δυναμικό δημοσιογραφικό δεδομένο, ένα αποτελεσματικό πλαίσιο για τον επιστημονικό λόγο αλλά και ένα είδος στρατηγικής και μάρκετινγκ για μια σειρά από ταινίες «που καλώς ή κακώς τους έλαχε να προσδιοριστούν από την παραδοξότητά τους (weirdness)». Σε μερίδα του επαγγελματικού Τύπου και ιστοσελίδων κινηματογραφικού ενδιαφέροντος (π.χ. *Flix*), σύμφωνα με τα δεδομένα, συνυπολογίζεται ο ρόλος του χαρακτηρισμού (από κοινού με το γενικότερο ενδιαφέρον για τον ελληνικό κινηματογράφο) στους παράγοντες που εννόησαν τους παραγωγούς ταινιών, τη χρονική περίοδο μετά το 2010, να εντοπίσουν πιθανούς χρηματοδότες ή και συμπαραγωγούς και sales agents. Μολονότι οι αναφορές δεν είναι επαρκείς για να αποδώσουν μια πλήρη εικόνα, τα δεδομένα, όπως προκύπτουν από τα κείμενα της παρούσας έρευνας, συγκλίνουν στο γεγονός ότι η ανάδυση του Νέου Κύματος και η γενικότερη συζήτηση περί αυτού συνέβαλαν (μεταξύ άλλων παραγόντων) στη διαμόρφωση ενός ευνοϊκότερου νέου τοπίου για την αγοραστική δύναμη του ελληνικού κινηματογράφου.

Πάντως, η κατασκευή και η ολοένα αυξανόμενη χρήση της συγκεκριμένης «ταμπέλας», αν και μοιάζει να ευνοεί την εξωστρέφεια του ελληνικού κινηματογράφου, ενέχει ταυτόχρονα τον κίνδυνο να καλλιεργηθεί σε διεθνές επίπεδο η εντύπωση ότι «το μόνο που παράγει το ελληνικό σινεμά, είναι αλλόκοτες ταινίες, εκφραστικά παρόμοιες» (Πρωιμάκης, 2013).

Παράλληλα, το Νέο Κύμα φαίνεται να έχει να αντιμετωπίσει ένα πιο σημαντικό στοιχείο σε σχέση με την προσέλευση του ξένου ενδιαφέροντος: την προσέλευση των ελλήνων θεατών καθώς η εξαιρετική, σε πολλές περιπτώσεις, πορεία των ταινιών στο εξωτερικό αναπτρώνει τις τάσεις εξωστρέφειας του εγχώριου κινηματογράφου αλλά αφήνει αδιάφορους ακόμη και τους σινεφίλ. Ένας στους έξι έλληνες συντάκτες αναφέρεται στην απήχηση του Νέου Κύματος στους έλληνες θεατές σχολιάζοντάς την ως περιορισμένη. Για την τεκμηρίωση του επιχειρήματος δεν παρατίθενται οικονομικά στοιχεία στα κείμενα. Μοναδικές εξαιρέσεις τα κείμενα του Αιμ. Χαρμπί, στην εφημερίδα *Η Καθημερινή* (2015, 2016), ο οποίος παραθέτει αριθμητικά στοιχεία για τα εισιτήρια που έκοψαν οι ταινίες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου την τελευταία επταετία. Ο συντάκτης (2016) σημειώνει ότι παρότι «φεστιβαλικά αναγνωρισμένα τα φιλμ, σπανίως συνόδευσαν αυτές τους τις επιτυχίες με ανάλογες εισπρακτικές επιδόσεις».

#### 4.2.3 Προσεγγίσεις και ερμηνείες του Νέου Κύματος

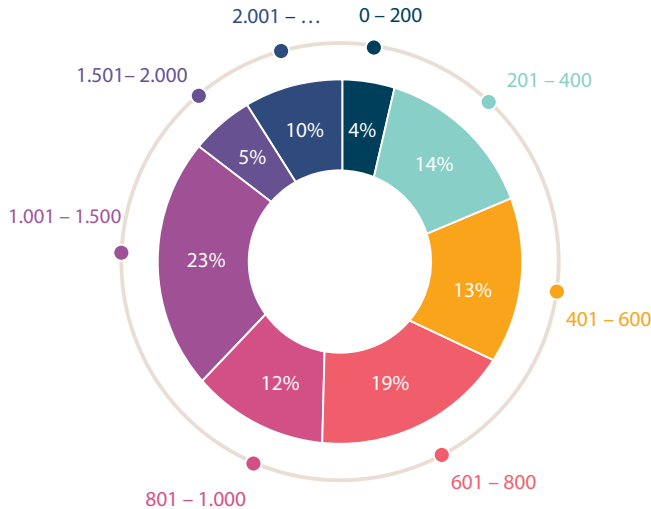
Τα κείμενα των κινηματογραφικών συντακτών και ειδικότερα οι κριτικές ταινιών (ή, στην προκειμένη περίπτωση, ρευμάτων) ενίοτε περιλαμβάνουν συσσωρευμένη πληροφόρηση για την ταινία, δίχως να εκφράζουν τη θετική ή αρνητική τους γνώμη. Άλλοτε περιλαμβάνουν περισσότερα ή λιγότερα πληροφοριακά στοιχεία και καταγράφουν μια θετική ή αρνητική κρίση για την ταινία με καλλιτεχνικά ή προσωπικά κριτήρια. Τα δημοσιευμένα κείμενα σε μέσα ενημέρωσης στοχεύουν αναμφίβολα να πληροφορήσουν τον αναγνώστη, συχνά όμως και να τον πείσουν να υιοθετήσει μια στάση ή και να ενεργήσει αναλόγως. Τα κείμενα των συντακτών αποτελούν μια επανανάγνωση των «κειμένων» των ταινιών, με τα οποία άλλωστε διαλέγονται (Σούμας, χ.χ). Μέσα από τη διαδικασία της ανάλυσης/προσέγγισης δημιουργούν αυτόνομα κείμενα που «διαλέγονται» με την ταινία. Υπό αυτό το πρίσμα, περιλαμβάνουν υποκειμενικά στοιχεία και αξιολογικές κρίσεις που ενυπάρχουν, αν και δεν είναι πάντοτε ορατές, καθιστώντας τα, τελικά, σπάνια ουδέτερα (Wyatt & Badger, 1990).

##### *Στάση συντάκτη δημοσιεύματος*

Διερευνώντας τα κείμενα του δείγματος ως προς τη γενική στάση που υιοθετούν απέναντι στο Νέο Κύμα, παρατηρείται ότι τείνουν να περιλαμβάνουν έναν συνδυασμό θετικών και αρνητικών σχολίων κατά την παρουσίαση και αξιολόγηση μιας ταινίας ή ενός συνόλου ταινιών. Κείμενα με συνθετότερη και πιο «βαθιά», πολύπλευρη ανάλυση του κύματος, αναδεικνύουν περισσότερες διαστάσεις του φαινομένου σε πολλαπλά επίπεδα και είναι μεγαλύτερης έκτασης. Συνήθως, δε, εμπεριέχουν ενδείξεις επιστημονικής ανάλυσης, όπως διεφάνη από τη συνδυαστική ανάγνωση των ευρημάτων των κατηγοριών αναφορικά με τη στάση των συντακτών (Media Tone) και τα κριτήρια προσέγγισης/ερμηνείας του Νέου Κύματος (High Art Discourse versus audience oriented criteria). Επισημαίνεται ότι στο 22% των κειμένων, που έχει έκταση 1.001 έως 1.500

λέξεων, οι συντάκτες επιδιώκουν στις περισσότερες περιπτώσεις είτε σε άρθρο γνώμης, είτε σε ρεπορτάζ, μια συνολική θεώρηση του Νέου Κύματος.

Διάγραμμα 5: Ποσοστά δημοσιευμάτων Τύπου με βάση την έκτασή τους



Η συντριπτική πλειονότητα των επιλεγθέντων κειμένων αναφέρεται γενικά στο Νέο Κύμα, ενώ μόλις το 32% αναφέρεται κατά κύριο λόγο σε συγκεκριμένη ταινία, περιλαμβάνοντας ωστόσο, αναφορές και σχόλια γενικά για το υπό εξέταση κινηματογραφικό φαινόμενο.

Μόλις τέσσερα εκ των κειμένων εργασίας περιλαμβάνουν αποκλειστικά αρνητικό σχολιασμό και συνδέονται κυρίως με τις περιπτώσεις καταγγελιών (περί αντιγραφής) που είδαν το φως της δημοσιότητας αναφορικά με τις ταινίες *Κινόδοντας* και *Άλπεις* του Γιώργου Λάνθιμου. Η πλειονότητα των κειμένων παρουσιάζει, στις περισσότερες περιπτώσεις, αποκλειστικά θετικό σχολιασμό ενώ μόλις το 36,5% των κειμένων περιλαμβάνει συνδυασμό θετικών και αρνητικών σχολίων.

Ο θετικός σχολιασμός αναδεικνύεται, μάλιστα, τις περισσότερες φορές ήδη από τον τίτλο του άρθρου. Ο τίτλος, άλλωστε, ενός κειμένου αποτελεί μια κρίσιμη ένδειξη για το περιεχόμενό του και προδιαθέτει αναλόγως τον αναγνώστη. Ενίοτε αξιοποιείται και ως παράγων εντυπωσιασμού και προσέλκυσης της προσοχής. Αυτή του δε η λειτουργία μπορεί να αποβεί κομβικής σημασίας στην τρέχουσα χρονική συγκυρία, υπό την ανάδυση της αποκαλούμενης «οικονομίας της προσοχής» (attention economy). Υπό την έννοια αυτή και στο πλαίσιο του εξαιρετικά ανταγωνιστικού περιβάλλοντος του διαδικτύου για τις επιχειρήσεις ΜΜΕ, είναι βέβαιο ότι οι συντάκτες επιδιώκουν σε



μεγαλύτερο βαθμό την εμπλοκή του αναγνώστη-χρήστη του διαδικτύου. Στην περίπτωση των κειμένων του δείγματος, οι τίτλοι είτε αφορούν συγκεκριμένη ταινία, είτε είναι ενδεικτικοί-δηλωτικοί του περιεχομένου του κειμένου χωρίς να περιλαμβάνουν σχόλιο, είτε, τέλος, σε αναλογία περίπου ένα στα τρία κείμενα συνολικά (αγγλόγλωσσα και ελληνόγλωσσα), εμπεριέχουν θετικά σχόλια για το Νέο Κύμα. Στο πλαίσιο των τελευταίων, μάλιστα, περιλαμβάνονται αξιολογικά επίθετα και όροι (π.χ. «exciting», «success», «brilliant»), που εξυπηρετούν τη διατύπωση κρίσεων και σχολίων καθώς και ευρηματικές φράσεις που συνδυάζουν αφενός την ανάγκη εντυπωσιασμού του αναγνώστη, αφετέρου την ανάγκη απόδοσης του νοήματος του κειμένου ή του αναφερόμενου γεγονότος (π.χ. «Δάγκωσε» Βραβεία η Ελλάδα»). Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένοι ενδεικτικοί τίτλοι από δημοσιεύματα που περιλαμβάνονται στο corpus της έρευνας.

### Ενδεικτικοί τίτλοι δημοσιευμάτων του Τύπου

#### **Chevalier**

*Greek cinema has become one of the most exciting in the world and something authentic and distinct is emerging*<sup>59</sup>.

*Pure Movies, 11/8/2016*

#### **Greece may be broke, but its film scene is rich**

*The country has birthed its own cinematic movement – “Greek Weird Wave” – and is a breeding ground for statement-makers*<sup>60</sup>

*Dazed, 13/7/2015*

*Διπλή διάκριση στις Κάννες για τον «Κυνόδοντα» του Γιώργου Λάνθιμου  
«Δάγκωσε» βραβεία η Ελλάδα*

*Ta Nέα, 25/5/2009*

59. Chevalier. Ο ελληνικός κινηματογράφος έχει γίνει ένας από τους πιο συναρπαστικούς του κόσμου και κάτι αυθεντικό και ξεχωριστό αναδύεται. (ιδία μετάφραση)

60. Η Ελλάδα μπορεί να έχει φαλιρίσει, αλλά η κινηματογραφική της σκηνή είναι πλούσια. Η χώρα έχει γεννήσει το δικό της μοναδικό κινηματογραφικό κίνημα – το Παράξενο Ελληνικό Κύμα – και αποτελεί γόνιμο έδαφος για τους διαμορφωτές δηλώσεων. (ιδία μετάφραση)

*Το χρυσό παιδί του Ελληνικού Σινεμά*  
**Ο Λάνθιμος σκηνοθετεί... την κατάκτηση του Χόλιγουντ**

*Έθνος, 18/5/2014*

*Greek cinema*  
**Dark, haunting and wonderfully weird<sup>61</sup>**

*The Economist, 6/12/2011*

**Attenberg, Dogtooth and the weird wave of Greek cinema**

*Are the brilliantly strange films of Yorgos Lanthimos and Athina Rachel Tsangari a product of Greece's economic turmoil? And will they continue to make films in the troubled country?<sup>62</sup>*

*The Guardian, 27/8/2011*

**Ευρωπαϊκό σινεμά made in Greece**

*Η Καθημερινή, 4/10/2009*

**Εγκώμια από τον διεθνή Τύπο στον ελληνικό κινηματογράφο**  
*Άρθρο της πρώτης σελίδας του περιοδικού «Variety»*

*Το Βήμα, 10/9/2010*

**Greek cinema continues its international success story**

*New wave of Greek cinema continues to defy the odds with filmmakers thriving despite the country's dire financial state<sup>63</sup>*

*Νέος Κόσμος, 22/12/2015*

---

61. Ελληνικός Κινηματογράφος. Σκοτεινός, αξέχαστος και γοητευτικά παράξενος. (ιδία μετάφραση)

62. Attenberg, Dogtooth και το παράξενο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου. Είναι οι εξαιρετικά παράδοξες ταινίες του Γιώργου Λάνθιμου και της Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγκάρη ένα προϊόν της οικονομικής αναταραχής της Ελλάδας; Και θα συνεχίσουν να δημιουργούν ταινίες σε μια παραγμένη χώρα; (ιδία μετάφραση)

63. Ο ελληνικός κινηματογράφος συνεχίζει τη διεθνή επιτυχημένη του ιστορία. Το Νέο Κύμα του ελληνικού κινηματογράφου συνεχίζει να προκαλεί με την παραδοξότητά του με τους σκηνοθέτες να ακμάζουν παρά την φρικτή οικονομική κατάσταση του κράτους. (ιδία μετάφραση).

**Το παράξενο ελληνικό σινεμά κάνει σχολή***Η Καθημερινή, 24/3/2012****Chevalier finds Athina Rachel Tsangari riding Greek cinema's new wave***<sup>64</sup>*Montreal Gazette, 17/6/2016***Greek films flourish at Venice***Country has its biggest showing in decades*<sup>65</sup>*Variety, 8/9/2010***'The Lobster,' 'Chevalier,' and the Importance of New Greek Cinema**<sup>66</sup>*IndieWire, 19/10/2015***Πώργος Λάνθιμος: το success story του ελληνικού σινεμά***Τα Νέα, 23/5/2015***The New Greek Wave? "Dogtooth," "Attenberg," "Alps" Reflect National Unease**<sup>67</sup>*IndieWire, 8/3/2012***Greek cinema fights to rise from ruins***A new generation of innovative Greek filmmakers is flying in the face of funding cuts and declining ticket sales*<sup>68</sup>*Al Jazeera America, 12/12/2015*

64. Το *Chevalier* βρίσκει την Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη να οδηγεί το νέο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου. (ιδία μετάφραση)

65. Οι ελληνικές ταινίες ακμάζουν στη Βενετία. Η χώρα έχει τη μεγαλύτερη παρουσία, εδώ και δεκαετίες. (ιδία μετάφραση)

66. Ο Αστακός, το *Chevalier* και η σπουδαιότητα του Νέου Ελληνικού Κύματος. (ιδία μετάφραση)

67. Το ελληνικό νέο κύμα; Το *Dogtooth*, το *Attenberg* και οι Άλλοις αντανakλούν την εθνική ανησυχία. (ιδία μετάφραση)

68. Ο ελληνικός κινηματογράφος παλεύει να αναδυθεί από τις στάχτες του. Μια νέα γενιά ελλήνων σκηνοθετών ανοίγει τα φτερά της παρά τις περικοπές στη χρηματοδότηση και την πτώση των εισιτηρίων. (ιδία μετάφραση)

Σε αυτό το σημείο επισημαίνεται ότι σε εκατό (100) κείμενα οι συντάκτες τους επαληθεύουν την επαγγελματική τους ιδιότητα ως ειδικοί επί της αξιολόγησης πολιτιστικών προϊόντων. Παραθέτουν ερμηνείες και εξηγήσεις για όσα φαινόμενα σχολιάζουν, εστιάζουν στην καλλιτεχνική και αισθητική διάσταση.

Αντίθετα, οι συντάκτες εβδομήντα έξι (76) κειμένων υιοθετούν τη στάση ενός θεατή, προβάλλοντας προσωπικές σκέψεις και απόψεις, σαν μεμονωμένοι, δηλαδή, θεατές των ταινιών του Κύματος, αναλύοντας τις προσδοκίες τους και, ενίοτε, δίνοντας πρακτικές συμβουλές «εκ πείρας» στους αναγνώστες αναφορικά με τον προσδιορισμό και την «κατανάλωση» του νέου ρεύματος. Στις περιπτώσεις αυτές, ο άξονας του δημοσιογραφικού λόγου μετατίθεται από την «δημοσιογραφία γνώμης» στη «δημοσιογραφία της απόλαυσης» (Wyatt & Badger, 1990, σελ. 361). Ενώ η έκφραση γνώμης προϋποθέτει και προτάσσει μια εμφανή διανοητική διάσταση, η προσέγγιση της απόλαυσης/κατανάλωσης εμπεριέχει συναισθηματικά ή ενστικτώδη κριτήρια.

#### *Κριτήρια προσέγγισης και ερμηνείας Νέου Κύματος*

Οι κινηματογραφικές κριτικές και συνολικά ο μηντιακός λόγος ως άμεσα διαθέσιμος στο ευρύ κοινό μέσω των έντυπων και, ειδικότερα πλέον, των ηλεκτρονικών μέσων ενημέρωσης, παρέχει τα στοιχεία που φανερώνουν την αισθητική εξέλιξη του κινηματογραφικού λόγου (διαχρονικά). Υπό αυτή την έννοια ο μηντιακός λόγος αποτελεί πολύτιμη πηγή πληροφοριών όχι μόνο για την τεκμηρίωση της διανοητικοποίησης μιας ταινίας, όσο και για την εξήγηση του πώς οι νέες κινηματογραφικές αισθητικές διαδίδονται στο κοινό (Baumann, 2001, σελ. 411). Υπό αυτό το πρίσμα, οι αναλύσεις περιεχομένου σε κείμενα του Τύπου μπορούν να συνδράμουν στον προσδιορισμό των σημαντικών στοιχείων που αναγορεύουν τον κινηματογράφο και τις συγκεκριμένες κάθε φορά ταινίες σε τέχνη. Με δεδομένα τα παραπάνω και ιδίως τις θεωρητικές επισημάνσεις όπως καταγράφηκαν στο πρώτο κεφάλαιο κρίθηκε σκόπιμο, στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, να καταγραφούν στοιχεία των κειμένων που συνδέονται με τον τρόπο αξιολόγησης (και κριτικής) πολιτισμικών φαινομένων (cultural evaluation). Στοιχεία, δηλαδή, που φανερώνουν τον προσανατολισμό του συγγραφέα ως προς το είδος κριτηρίων που επιλέγει για τη θεώρηση μιας ταινίας ή, εν προκειμένω, ενός Κύματος.

Αξιοποιώντας εργαλεία της θεωρίας σχετικά με την αξιολόγηση πολιτιστικών αγαθών, δεδομένου ότι το είδος των ταινιών του Νέου Κύματος ανήκει στον κινηματογράφο του δημιουργού, διερευνήθηκαν τα κείμενα ως προς το είδος των κριτηρίων που θέτουν, προκειμένου να ερμηνεύσουν το νέο φαινόμενο. Πιο συγκεκριμένα, αναζητήθηκαν και καταγράφηκαν:

- α) όροι που προδίδουν μια τάση προσέγγισης των ταινιών με όρους υψηλής τέχνης (διανοητικοποίηση), στοιχεία των κειμένων που παραπέμπουν στην καλλιτεχνική διάσταση του έργου/κύματος, όροι που διευκολύνουν την αναλυτική, ερμηνευτική προσέγγιση της ταινίας/του κύματος σε αντίθεση με μια πιο απτική, ψυχαγωγική προσέγγιση (κριτική ορολογία),
- β) όροι που απηχούν μια διάθεση «ανάγνωσης» του Νέου Κύματος από τη σκοπιά του θεατή, όροι που σχετίζονται με πιο υποκειμενικά κριτήρια που θα έθετε ένας θεατής για μια ταινία ή ένα ρεύμα (audience-oriented criteria).

Στην πρώτη περίπτωση, της καλλιτεχνικής διάστασης του έργου και, συνολικά, του Νέου Κύματος, οι συντάκτες επιλέγουν για την προσέγγισή του όρους που σχετίζονται με τους σκηνοθέτες-δημιουργούς (αναφερόμενοι σε «ταλαντούχους σκηνοθέτες», «στο σημαντικό δυναμικό των ελλήνων σκηνοθετών», «the most talented Greek directors of their generation»), το έργο τους («παράδειγμα της συνεχούς καλλιτεχνικής αναζήτησης δημιουργών», «Ένα υπέροχο δείγμα γραφής του νέου ελληνικού σινεμά, που σίγουρα αξίζει της προσοχής μας», «υψηλό επίπεδο της παραγωγής, η κινηματογράφηση, οι ερμηνείες των ηθοποιών, συντελούν σε ένα άρτιο και μάλλον εντυπωσιακό αποτέλεσμα»), το καστ των ηθοποιών, τα κοινωνικά μηνύματα των ταινιών.

Παράλληλα, ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ορισμένοι συντάκτες, θέλοντας να αποδώσουν το στίγμα του καινούργιου κύματος, κάνουν λόγο για «άνοιξη» και «αναγέννηση» του ελληνικού σινεμά (με φόντο, μάλιστα, το γκρίζο τοπίο της κρίσης). Ανάλογο ρόλο επιτελεί και η επιλογή φράσεων όπως «magnetizing success», «ελληνικό success story», «movies that are vibrant, original and entertaining», «new, genuine Greek films». Ενισχύοντας ακόμα περισσότερο αυτή την τάση, κάποιοι συντάκτες αγγλό-γλωσσων κειμένων καταφεύγουν στη σύγκριση με το (ένδοξο) παρελθόν (τονίζοντας δι' αυτού το παρόν του σύγχρονου κινηματογράφου): «Greek cinema is riding a wave of success unseen since the European glory days of director Theo Angelopoulos in the 1990's», «the Wave's impact has been so powerful that it colours the way you watch any Greek cinema».

Η χρήση ειδικά των επιθέτων «genuine», «vibrant», «brillant», όπως επίσης και η επιστράτευση του όρου «success» (επιτυχία), εξυψώνει τις ταινίες και, ταυτόχρονα, τις καθιστά ελκυστικές για το ευρύ κοινό και τους επαγγελματίες στον τομέα του κινηματογράφου. Σύμφωνα με τον Baumann (2001), οι κριτικοί επιτυγχάνουν να αφήσουν το σημάδι τους όταν καταφέρνουν να συνδυάσουν όρους όπως οι προαναφερθέντες με όρους που προωθούν μια διανοητική ανάλυση των ταινιών.

Στα κείμενα του δείγματος, η χρήση των όρων που προωθούν αυτού του είδους την ανάλυση υπήρξε μάλλον ισχνή. Οι συντάκτες συμπεριέλαβαν στα γραπτά τους όρους που αφορούν σε στυλιστικά χαρακτηριστικά (ενδεικτικά: stylistic trends), αφηγηματικά (ενδεικτικά: κινηματογραφική γλώσσα, metaphor, αλληγορία, κυνισμός, absurdist

comedy, αφηγηματικές συνδηλώσεις), αισθητικά (performance, επιδραστικότητα, κομφορμισμός, μανιερισμός,) ή συνολικότερα το κινηματογραφικό πεδίο (genre/είδος, guerrilla-style, auteur, queer drama).

Παράλληλα, όπως προαναφέρθηκε, περιορισμένος αριθμός συντακτών αποπειράται να ερμηνεύσει το νέο φαινόμενο με αφετηρία τον πρωτεργάτη του κύματος, αναφερόμενος σε «Λανθμικά προϊόντα», «λανθμικό κλίμα», «μεταλανθμική εποχή».

Ως προς την κριτική ορολογία που υιοθετείται στα δημοσιεύματα, σημειώνεται ότι τα κείμενα των συντακτών περιλαμβάνουν στην πλειονότητά τους ενδείξεις επιστημονικής ανάλυσης που σχετίζονται τόσο με τον τρόπο γραφής και επιχειρηματολογίας που αναπτύσσουν όσο και, γενικότερα, με το ύφος του κειμένου, την παράθεση ετεροναφορών, οικονομικών και στατιστικών στοιχείων, την λεπτομερή ιστορική αναδρομή κ.λπ.

Αντίθετα με το μόλις 20% των κειμένων που περιλαμβάνει στοιχεία περί της καλλιτεχνικής διάστασης των έργων (τουλάχιστον υπό τη στενή έννοια, όπως προσδιορίζεται παραπάνω), ποσοστό περίπου 40% των κειμένων περιλαμβάνει στοιχεία της κριτικής ορολογίας ενώ, στην περίπτωση των κριτηρίων που τοποθετούνται από τη σκοπιά του κοινού, μόλις το 25% των κειμένων φέρει ανάλογα χαρακτηριστικά. Στην τελευταία περίπτωση, τα κριτήρια που τίθενται απηχούν μια υποκειμενική προσέγγιση (Verboord, 2014), και περιλαμβάνουν κυρίως αναφορές που φανερώνουν προσδοκίες, έμφαση σε επιδόσεις σε φεστιβάλ ή ηθοποιούς (κυρίως καστ επώνυμων ηθοποιών/αλλοδαπών ηθοποιών), προτροπές για τον τρόπο προσέγγισης των ταινιών, αναφορές στους τόπους γυρισμάτων των ταινιών.

Υπό αυτό το πρίσμα, εξίσου περιορισμένος αριθμός συντακτών παρέχει στοιχεία ή ευθέως αναφορές (ή πιθανές αναγνώσεις) για τον τρόπο πρόσληψης στους θεατές στους οποίους απευθύνονται οι συγκεκριμένες ταινίες ή σχολιάζει τον τρόπο που θα τις καταναλώσει το κοινό. Φράσεις όπως «δύσπεπτα δημιουργήματα» (Παναγή, 2015), «ταινίες αποκλειστικά για απαιτητικό, ψαγμένο, κοινό» (Δανίκας, 2010) φανερώνουν μια προτροπή «too weird to enjoy», για να παραφράσει κανείς τη φράση του Baumann (2001, σελ. 416) «too easy to enjoy», εκ μέρους των συγκεκριμένων συντακτών. Στα εξεταζόμενα κείμενα είναι εμφανής η προσπάθεια των συντακτών να δοθεί έμφαση στην παραγωγή νέων ταινιών αυτών καθ' εαυτών και στην ανάδειξη μιας νέας γενιάς ταλαντούχων σκηνοθετών και λιγότερο (ειδικά σε ό,τι αφορά στα ελληνόγλωσσα κείμενα) στην ευθεία προτροπή παρακολούθησής τους από το κινηματογραφόφιλο κοινό. Η διαπίστωση αυτή συνδέεται ευθέως και με το είδος των αναλυόμενων κειμένων, καθώς δεν πρόκειται για κριτικές συγκεκριμένων ταινιών αλλά για ρεπορτάζ και συνολικότερες θεωρήσεις του σημερινού τοπίου του ελληνικού κινηματογράφου. Μια διεξοδική ανάλυση των κριτικών κάθε ταινίας που, σύμφωνα με συντάκτες και κριτικούς, εμπίπτει στο Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου, ασφαλώς θα οδηγούσε σε πιο ασφαλείς διαπιστώσεις τις οποίες ήδη προοικονομεί η παρούσα έρευνα. Αναμφίβολα, όπως αναλύεται και στα επόμενα κεφάλαια, οι στρατηγικές μάρκετινγκ σε συνδυασμό

με διθυραμβικά σχόλια και προτροπές παρακολούθησης στο πλαίσιο επιμέρους κριτικών δύνανται να αναδείξουν τις ταινίες του Νέου Κύματος σε «must see» κινηματογραφικά προϊόντα υψηλής καλλιτεχνικής αξίας και πολυάριθμων διακρίσεων.

#### *Σχέση με άλλες κινηματογραφίες*

Αν και θα περίμενε κανείς οι κινηματογραφικοί συντάκτες να επιχειρούν να ταυτίσουν την πορεία του ελληνικού Νέου Κύματος με αυτή άλλων Κυμάτων ή, έστω, να εντοπίσουν κοινά χαρακτηριστικά με ανάλογες τάσεις του εξωτερικού, από την μελέτη των κειμένων διαπιστώνεται ότι η αναφορά σε αυτά είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Η επεξεργασία των δεδομένων της κατηγορίας αυτής απέδωσε αναφορές σε μόλις δεκαέξι (16) κείμενα. Σε αυτά παρατηρείται ότι οι συντάκτες εκκινούν από διαφορετικές αφητηρίες και εστιάζουν σε πολλαπλά και διαφορετικά ζητήματα αναφορικά με τις άλλες κινηματογραφίες, που δεν είναι εύκολο να ομαδοποιηθούν ώστε να αποδείξουν με ασφάλεια κάποιες τάσεις.

«Όπως γεννήθηκε το αμερικανικό φιλμ νουάρ, με συντεταγμένες, κοινές στυλιστικές αναφορές και αρχέτυπα χαρακτήρων, (...) κατ' αναλογία, το λεγόμενο "αλλόκοτο ελληνικό σινεμά" είναι η απάντηση μιας γενιάς κινηματογραφιστών σε μια καταπίεση, σε μια κρίση, και κυρίως σε έναν φόβο», σχολιάζει ο Παρίδης (2013), επιχειρώντας να εντοπίσει συγκλίσεις αισθητικές και μορφολογικές. Ο Ρέντζιος (2013, σελ. 52-53), εκφράζει την αντίθεσή του με όσους συγκρίνουν τη ρουμάνικη κινηματογραφία με τους έλληνες σκηνοθέτες, καθώς θεωρεί ότι οι τελευταίοι, σε αντίθεση με τους εκπροσώπους της πρώτης, δεν έχουν κοινή γραμμή ούτε σε φορμαλιστικό ούτε σε αφηγηματικό-θεματολογικό επίπεδο και, επιπλέον, υποτάσσονται σε μια στοχευμένη κρατική στρατηγική.

Ο Παναγής (2015) εστιάζει στο γεγονός ότι το Νέο Κύμα έχει κυρίαρχο πρωτεργάτη: όπως ο γερμανικός εξπρεσιονισμός «έχει πνευματικό πατέρα τον Φριτς Λανγκ, η γαλλική Νουβέλ Βαγκ έχει πρωτεργάτη τον Ζαν Λυκ Γκοντάρ, και το Δόγμα 95 έχει «ηγέτη» τον Λαρς Φον Τρίερ, έτσι και ο Γιώργος Λάνθιμος είναι ο αδιαμφισβήτητος ηγέτης του νέου κινήματος». «Η ελληνική κινηματογραφική παραγωγή είναι πολύ μικρή για να μπορέσει να στήσει και να τροφοδοτήσει συστηματικά ένα ελληνικό «Δόγμα», όπως το αντίστοιχο κύμα στη δανέζικη κινηματογραφία», σχολιάζει ο Παναγόπουλος (2012).

Αριθμητικούς και χρονικούς προσδιορισμούς, εντοπίζει ο σκηνοθέτης και αρθρογράφος The Boy (Βούλγαρης, 2015), στα κοινά χαρακτηριστικά του ελληνικού με το γαλλικό Νέο Κύμα: «[αποτελούνται] από καμιά δεκαριά σκηνοθέτες που δεν έχουν απολύτως κανένα κοινό μεταξύ τους, (...) δημιούργησαν [τις ταινίες τους] την ίδια περίοδο και μοιράζονται μια κοινή προσδοκία για ένα καινούργιο σινεμά». Ο McCahill (2014) σχολιάζει ήδη το επερχόμενο τέλος του ελληνικού σε αντιδιαστολή με το γαλλικό Κύμα που, αν και είχε μεγάλη διάρκεια αρχικά τουλάχιστον, στη συνέχεια στηρίχθηκε σε τελείως διαφορετικές προσωπικότητες αλλά και σε μια ταραγμένη περίοδο προκειμένου να «διατηρηθεί». Αναφέρεται δε και στις περιπτώσεις του ιρανικού και του ρουμάνικου

κύματος, η διάρκεια των οποίων υπήρξε επίσης περιορισμένη (περί τα δέκα (10) έτη στην περίπτωση του ιρανικού και γύρω στα τέσσερα με πέντε (4-5) στην περίπτωση του ρουμάνικου, σύμφωνα με τον συγγραφέα).

Την έννοια ενός ρεύματος του συρμού, της ύπαρξης, δηλαδή, ενός διαφορετικού κάθε φορά ρεύματος, που κερδίζει προσωρινά τα φώτα της δημοσιότητας και τελικά, λίγο αργότερα, ολοκληρώνει (συντόμως) τον κύκλο του, όπως το ιρανικό Νέο Κύμα, πριν λίγα χρόνια, υπογραμμίζει και η Reardon (2013), στην ιστοσελίδα κινηματογραφικού ενδιαφέροντος *Cléo: A journal for film and feminism* (Καναδάς). Συνηγορώντας κεκαλυμμένα υπέρ της άποψης αυτής, ο Ζουμπουλάκης (2013) αναδεικνύει τις σκέψεις του Εντουάρ Ουαϊντρόπ, γάλλου κριτικού κινηματογράφου και καλλιτεχνικού διευθυντή του φεστιβάλ του Φράιμπουργκ στην Ελβετία. Ο τελευταίος υποστήριξε ότι δημιουργούνται μόδες με συγκεκριμένη ημερομηνία λήξης στον χώρο του κινηματογράφου κυρίως με ευθύνη του Τύπου και ανέφερε ως χαρακτηριστικό παράδειγμα το νέο αργεντίνικο κινηματογράφο. Ο Ρέντζιος (2013, σελ. 52), αναγνωρίζει την ύπαρξη μόδας στην κινηματογραφική αγορά, προτάσσει όμως ως υπεύθυνη για αυτό τη φεστιβαλική κοινότητα, απαριθμώντας τα κύματα που «πέρασαν»: «το γερμανικό σινεμά, το ρουμάνικο, το τούρκικο και πλέον το ελληνικό – το τελευταίο».

Ο Twa (2016) σημειώνει ότι το Ελληνικό Κύμα είναι το επόμενο εθνικό σινεμά που έρχεται στο προσκήνιο μετά το ρουμάνικο, το γερμανικό και το μεξικάνικο Νέο Κύμα (της δεκαετίας του 1990). Ο Bradshaw (2015), σε έναν απολογισμό του πρώτου μισού της τρέχουσας δεκαετίας, δυσκολεύεται να σχολιάσει το μέλλον του ανεξάρτητου κινηματογράφου. Εντάσσει το Ελληνικό Κύμα σε μια καθοδική πορεία προς το τέλος, από κοινού με το ρουμάνικο.

Στον αντίποδα, ένα είδος «συμπόρευσης» με κινηματογραφίες εθνών που βρέθηκαν σε παρόμοιες κρίσεις (οικονομικές ή κοινωνικές) σημειώνει ο Doyle (2014) αναφερόμενος στον ιρλανδικό σύγχρονο κινηματογράφο. Στο ίδιο πλαίσιο ο Fairfax (2012) εστιάζει στο περιβάλλον παραγωγής των ταινιών και συνδέει την οικονομική κατάσταση της Ελλάδας με τις κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες εντός των οποίων αναδύθηκε το γαλλικό Νέο Κύμα και το Χόλυγουντ (Hollywood) της δεκαετίας του 1920, αλλά και ο ιταλικός νεορεαλισμός.

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι οι αναφορές των συντακτών σε άλλες κινηματογραφίες δε στηρίζονται σε αισθητικά και καλλιτεχνικά κριτήρια. Οι συντάκτες εντοπίζουν κοινά χαρακτηριστικά και πορείες ως προς τις συνθήκες ανάδυσής τους (έθνη σε κρίση), τη (σύντομη) πορεία τους και την ένταξή τους σε ένα είδος μόδας, όπου ανά τακτά χρονικά διαστήματα κάποιος εθνικός κινηματογράφος κερδίζει τα φώτα της (εφήμερης) δημοσιότητας.



*Σύνδεση με το γενικό πολιτικο-κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον*

Η γενικότερη οικονομική κατάσταση της χώρας αποτελεί σταθερό πλαίσιο αναφοράς σε σχέση με τον ελληνικό κινηματογράφο. Οι δημιουργοί της καλούνται να υλοποιήσουν τις επιδιώξεις τους υπό ασφυκτικές συνθήκες, όπου τα περιθώρια χρηματοδότησης των νέων εγχειρημάτων και δη προσπαθειών που ξεφεύγουν από τα μονοπάτια του εμπορικού κινηματογράφου, συναντούν μεγάλα εμπόδια. Λόγω της οικονομικής κρίσης που ταλανίζει τη χώρα έχουν επέλθει περικοπές σε όλους τους τομείς των δημοσίων δαπανών. Τα κονδύλια για τον πολιτισμό έχουν συρρικνωθεί με αποτέλεσμα κρατικοί φορείς όπως το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου (ΕΚΚ), οι Οργανισμοί Πολιτιστικών Φεστιβάλ (π.χ. Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης) να αδυνατούν συχνά να εξυπηρετήσουν τα κόστη λειτουργίας τους και φυσικά να έχουν περιορίσει αισθητά τις χρηματοδοτήσεις ταινιών. Όπως σημειώθηκε παραπάνω, ένα από τα πιο κοινά χαρακτηριστικά των ταινιών του Νέου Κύματος είναι το γεγονός ότι πρόκειται για ταινίες χαμηλού κόστους, με τους δημιουργούς τους να επιχειρούν να αντεπεξέλθουν καταφεύγοντας σε άλλους τρόπους χρηματοδότησης, όπως σημειώνουν οι κινηματογραφικοί συντάκτες.

Ένας στους τρεις έλληνες συντάκτες αναφέρεται, άλλοτε διεξοδικότερα και άλλοτε πιο περιορισμένα, σε εξωγενείς παράγοντες που συντέλεσαν άμεσα ή έμμεσα στην ανάδυση του νέου κινηματογραφικού κύματος στην Ελλάδα. Κυρίαρχο είναι το ζήτημα του περιορισμού της κρατικής χρηματοδότησης που σχετίζεται με τη δράση του ΕΚΚ, την παύση λειτουργίας της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης που είχε ως αποτέλεσμα, μεταξύ άλλων, να ακυρωθεί η προγραμματισμένη χρηματοδότηση ταινιών (Νικολαΐδης, 2012· Κρασσακόπουλος, 2014) και την κατάργηση του ειδικού φόρου κινηματογραφικής τέχνης (Τερζής, 2015), που αναδεικνύεται ως «ευχή και κατάρα» (Uhler, 2015).

Η οικονομική δυσπραγία αλλά και το κλίμα συνεργασίας μεταξύ των κινηματογραφιστών και των λοιπών συντελεστών των ταινιών λειτουργούν ως μονόδρομος για την ανάπτυξη ενός άτυπου συστήματος ανταλλακτικής εργασίας. Σε πνεύμα συνεργατικότητας, συσπείρωσης και αλληλεγγύης οι διαμορφωτές και συντελεστές του Νέου Κύματος συνδράμουν ο ένας τις ταινίες του άλλου (Ρούσσοσ, 2014· Mertzidakis, 2014, σελ. 368), ενώ συχνά αναλαμβάνουν πολλαπλούς ρόλους ο καθένας (Το Βήμα, 2011). Ένα από τα θέματα, άλλωστε, που συχνά καταγράφονται και σχολιάζονται στο πλαίσιο αυτό στον μηνιακό λόγο είναι η συνύπαρξη στο ίδιο πρόσωπο των ιδιοτήτων του παραγωγού και του σκηνοθέτη. Στο ίδιο μήκος κύματος, δήλωση του Γ. Λάνθιμου στα μέσα ενημέρωσης που αναπαράγεται ως χαρακτηριστική της εποχής αναφέρει ότι η επιτυχία του *Κυνόδοντα* – αντίθετα με ό,τι περίμενε και ο ίδιος – δε διευκόλυνε την εξεύρεση χορηγών (Δανίικας, 2015). Ενθαρρυντικά και αποτελεσματικά, ωστόσο, λειτούργησαν νέοι τρόποι χρηματοδότησης όπως το crowdfunding (χρηματοδότηση από το πλήθος) και φυσικά η χρηματοδότηση με ίδιους πόρους.

Η διάθεση αυτοοργάνωσης που οδηγεί μέχρι την ίδρυση των *Κινηματογραφιστών στην Ομίχλη*, και η σύσταση της Ακαδημίας Ελληνικού Κινηματογράφου παρά τη θεσμική

αδιαφορία του Υπουργείου Πολιτισμού (την οποία κατ' επανάληψη καταγγέλλουν οι εμπλεκόμενοι στην κινηματογραφική βιομηχανία και οι συντάκτες των ΜΜΕ, βλ. ενδεικτικά Τύρος 2011, 2012) οδηγεί την εγχώρια κινηματογραφία σε πιο αισιόδοξα μονοπάτια (Κατσουνάκη, 2009· Link, 2015).

Πολλοί συντάκτες/δημοσιογράφοι, ιδιαίτερα σε εφημερίδες και περιοδικά κινηματογραφικού ενδιαφέροντος όπως το *Flix* αναφέρονται σε ζητήματα παραγωγής των ταινιών. Προκρίνουν, μάλιστα, ως ενθαρρυντικές τις προοπτικές που ανοίγονται για την εγχώρια κινηματογραφία από τη συμμετοχή των ελλήνων σκηνοθετών στο βιομηχανικό κομμάτι (industry) διεθνών φεστιβάλ και των παραγωγών σε συναντήσεις (φόρουμ) συμπαραγωγής ή σε ειδικές προβολές (work in progress) (Μπάμπας, 2014). Εξίσου θετικά αξιολογούν και το Πρόγραμμα *Media* της Ευρωπαϊκής Ένωσης (*Flix Team*, 2012). Επιπροσθέτως, η χρήση των ραγδαίως εξελισσόμενων νέων τεχνολογιών, τόσο στους τομείς της παραγωγής και μετα-παραγωγής (post- production) όσο και της κατανάλωσης ενός κινηματογραφικού προϊόντος θεωρείται ότι δημιουργεί νέες, ευοίωνες συνθήκες για τη δημιουργία αλλά και για την προώθηση μιας ταινίας (Ζήκος, 2013· Γουδέλης, 2016· Van Hooij, 2013).

Την ίδια ώρα, πάντως, που η ελληνική γλώσσα αντιμετωπίζεται ως εμπόδιο για τη διεύρυνση του κοινού και την ενίσχυση της φεστιβαλικής πορείας μιας ταινίας του Νέου Κύματος και συνολικά του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου (Link, 2015· Χαρμπίλα, 2010), καταγράφεται από κριτικούς κινηματογράφου η αδυναμία – ειδικά του πρώτου – να προσελκύσει το εγχώριο κοινό στις αίθουσες (Τερζής, 2015).

Παράλληλα, ορισμένοι συντάκτες παρατηρούν ότι φαίνεται να καταγράφονται νέες τάσεις στο κινηματογραφόφιλο κοινό. Όπως σημειώνει ο The Boy (Βούλγαρης, 2015), οι «σινεφιλικοί» σήμερα μοιάζουν περισσότερο καταναλωτές των σχετικών με μια ταινία (π.χ. τίτλος, ηθοποιοί, σκηνοθέτες, φωτογραφίες) και όχι της ίδιας της ταινίας. Αναμφίβολα, σε αυτή την τάση ιδιαίτερο ρόλο έχουν διαδραματίσει και οι τεχνικές μάρκετινγκ που αξιοποιούνται στο πλαίσιο προώθησης ενός κινηματογραφικού προϊόντος, όπως διαφαίνεται και στο επόμενο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης.

Τέλος, μεμονωμένες αναφορές εντοπίζονται στα πονήματα των συντακτών αναφορικά με άλλους εξω-φιλμικούς παράγοντες που (δύνανται να) συμβάλουν εμμέσως στην καλλιέργεια των συνθηκών εκείνων που διευκολύνουν την ανάδυση, αναγνώριση ή και εξέλιξη του Νέου Κύματος αλλά και του σύγχρονου κινηματογράφου εν γένει. Η ίδρυση της πρώτης ελληνικής πανεπιστημιακής κινηματογραφικής σχολής, του Τμήματος Κινηματογράφου του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης μόλις πριν δώδεκα χρόνια (Νικολαΐδης, 2012), το θετικό πρόσημο που παρουσιάζει η οπτικοακουστική βιομηχανία σε διεθνές επίπεδο (Τερζής, 2015), αλλά και το διεθνές ενδιαφέρον που προκαλεί η χώρα (έστω και για άλλους λόγους, κυρίως οικονομικούς) καλλιεργούν ευοίωνες προοπτικές για το μέλλον.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Στρατηγικές και τακτικές επικοινωνίας των ταινιών του Νέου Κύματος

Αφού εξετάστηκε και αναλύθηκε το πλαίσιο ανάδυσης του Νέου Κύματος και ο τρόπος που αυτό παρουσιάστηκε μέσα από κείμενα επιστημονικού αλλά και δημοσιογραφικού λόγου, στην ενότητα που ακολουθεί θα εστιάσουμε σε μια άλλη σημαντική λειτουργία της διαμεσολάβησης στην ερμηνεία των καλλιτεχνικών παραγωγών και στη δημιουργία «αξίας», που προσβλέπει στον επηρεασμό της πρόσληψής του από τους άλλους συντελεστές και από το κοινό.

Ο βαθμός στον οποίο οι συμμετέχοντες σ' έναν συγκεκριμένο κόσμο της τέχνης ενεργούν στρατηγικά και με συγκεκριμένες τακτικές αποτελεί μια σημαντική διάσταση της διαδικασίας νομιμοποίησης των προϊόντων του. Στη διερεύνηση των υλικών μέσων και πόρων, ο Baumann (2007, σελ. 56) αναφέρει ότι οι υπάρχουσες μελέτες στο πεδίο της κοινωνιολογίας της τέχνης δεν χαρακτηρίζουν την κινητοποίηση των υλικών μέσων και πόρων ως στρατηγική ή τακτική. Στη συνέχεια τονίζει ότι η μελλοντική έρευνα για την καλλιτεχνική νομιμοποίηση θα πρέπει να εξετάζει τις παραμέτρους αυτές καθώς ο κόσμος της τέχνης συγκροτείται πράγματι από στρατηγικές και τακτικές, οι οποίες πράγματι αποτελούν υλικά και συμβολικά μέσα στη διάθεση των μελών του κόσμου της τέχνης (στο ίδιο, σελ. 56). Από την αναλυτική παρουσίαση των παραγόντων που μπορούν να ενισχύσουν τη συμβολική αξία των ταινιών, που έγινε στο πρώτο κεφάλαιο, προκύπτει ότι η τοποθέτηση και η πλαισίωσή τους στο επίπεδο της επικοινωνιακής στρατηγικής και του μάρκετινγκ αποτελεί μια ουσιώδη παράμετρο στη διαδικασία καθιέρωσης μιας νέας καλλιτεχνικής τάσης.

Στο πρώτο κεφάλαιο της μελέτης μας αναφερθήκαμε επίσης στους τρόπους που ο κόσμος του κινηματογράφου (παραγωγοί, σεναριογράφοι, σκηνοθέτες) συνδέεται με δίκτυα και ευρωπαϊκούς θεσμούς μέσα από προγράμματα επιμόρφωσης, ανάπτυξης και χρηματοδότησης, αλλά και άλλες ευρύτερες συνεργασίες που συντελούνται στο πεδίο της διανομής και προώθησης και ιδιαίτερα στο πλαίσιο των κινηματογραφικών φεστιβάλ. Δεδομένου δε ότι το είδος αυτό των ταινιών που εντάσσονται στο Νέο Κύμα έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό την υπαγωγή τους σ' ένα διεθνοποιημένο δίκτυο συνεργασιών – το οποίο αποτελεί, κατά τη γνώμη μας, έναν συνεκτικό κρίκο στην ευρύτερη θεώρηση του φαινομένου – θεωρήσαμε σκόπιμο να εξεταστούν εκ του σύνεγγυς οι ποικίλες διαστάσεις και οι τακτικές που εφαρμόστηκαν στο επίπεδο της προώθησης και του μάρκετινγκ.

Η αλήθεια είναι ότι παρ' όλες τις δυσκολίες που έπρεπε να αντιμετωπιστούν στο επίπεδο της παραγωγής και της διανομής, οι ταινίες του Νέου Κύματος προβλήθηκαν ως ένα νέο είδος art-house ταινιών, προσδιορίζοντας έτσι το κοινό τους μέσα από τη νέα

αυτή ιδιαίτερη επωνυμία (brand), που δημιουργήθηκε από την κριτική και τη φεστιβαλική αγορά. Αξιοποιώντας τις ευκαιρίες για προβολή και δημόσιες σχέσεις που τους προσέφεραν τα φεστιβάλ και τα βραβεία, οι ταινίες προωθήθηκαν ως ένα «must see» υψηλής καλλιτεχνικής αξίας προϊόν. Στη σύγχρονη διαδικτυακή εποχή, ο ρόλος των επικοινωνιακών μέσων (αφίσες, press kits, τρέιλερ στο you tube, πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης) που είναι διαθέσιμα και μπορούν να προωθηθούν διεθνώς στο επιγραμμικό περιβάλλον, αποτελεί μια ακόμη σημαντική παράμετρο στην ανάδειξη του κινήματος αυτού.

Σ' αυτό το πλαίσιο σκοπός του κεφαλαίου αυτού είναι να εξεταστούν ορισμένες επικοινωνιακές πρακτικές που ακολουθήθηκαν, από το στάδιο της παραγωγής των ταινιών μέχρι την προβολή τους στις κινηματογραφικές αίθουσες, και να αναδειχθούν τα στοιχεία των ταινιών που προβλήθηκαν περισσότερο στο προωθητικό υλικό που συλλέχθηκε. Πιο συγκεκριμένα θα εστιάσουμε στον διαφημιστικό λόγο των αφισών ορισμένων ταινιών του Νέου Κύματος, τα τρέιλερ στο you tube και τα press kits και θα αξιολογήσουμε τη συμβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη συνολική επικοινωνιακή τους εκστρατεία με έμφαση στην αξιοποίηση ή όχι της επωνυμίας-ταμπέλας του Νέου Κύματος. Στο πλαίσιο αυτό παρουσιάζονται τα στοιχεία που προβλήθηκαν περισσότερο στις επιμέρους επικοινωνιακές δράσεις. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαδραστικές πρακτικές, όπως ορισμένα επικοινωνιακά παιχνίδια που δημιουργήθηκαν μέσα από διαδικτυακές επικοινωνιακές πλατφόρμες, προκειμένου να υπάρξει γρήγορη και ανέξοδη διάδοση πληροφοριών σχετικά με την ταινία (buzz) και να δημιουργηθεί και διαδοθεί *θετικός λόγος (positive word of mouth)*.

## 5.1 Ο ρόλος του μάρκετινγκ στη δημιουργία και προώθηση των κινηματογραφικών ταινιών

Η προώθηση μιας ταινίας είναι μια δύσκολη υπόθεση, καθώς το κοινό πρέπει να πειστεί να αφιερώσει σε αυτήν τον λιγοστό και πολύτιμο ελεύθερο χρόνο του έναντι μιας πληθώρας άλλων δραστηριοτήτων ή ταινιών. Μάλιστα, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Cone, προκειμένου να καταδείξει τη δυσκολία της διαδικασίας αυτής, «είναι σα να πουλάς έναν πολιτικό υποψήφιο». Υπάρχει ένα συγκεκριμένο παράθυρο ανοιχτό, μία μοναδική ευκαιρία πώλησης κατά την οποία το κινηματογραφικό προϊόν πρέπει να πωληθεί σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κοινό (2008, σελ. 109-110). Πιο συγκεκριμένα, το μάρκετινγκ μιας ταινίας αφορά τόσο την παραγωγή όσο και την κατανάλωσή της, καθώς δεν έχει να κάνει μόνο με την τοποθέτησή της στο μυαλό του θεατή (Kerrigan, 2010, σελ. 1), αλλά ξεκινά πολύ νωρίτερα, όταν ακόμη η ιδέα για τη δημιουργία της ταινίας γεννιέται στο μυαλό του δημιουργού της και καλείται να την επικοινωνήσει και, επομένως, να την πουλήσει σε πιθανούς χρηματοδότες. Η προώθηση, λοιπόν, μιας ταινίας είναι μια ολιστική διαδικασία, η οποία περιλαμβάνει πολλά διαφορετικά στάδια,

ξεκινώντας από τη σύλληψη της ιδέας και συνεχίζοντας στην παραγωγή, τη διανομή και προβολή της (Mingant et al, 2015, σελ. 2). Μάλιστα, δε σταματάει ούτε όταν το κινηματογραφικό προϊόν φτάσει στους καταναλωτές. Συνεχίζει να συνοδεύει την ταινία στο ταξίδι της μέσα από ιστοσελίδες, χώρους συζήτησης (φόρουμ), συζητήσεις ταινιών με φίλους ή ακόμα και κατά την αναζήτηση από το κοινό ταινιών από τον ίδιο σκηνοθέτη ή τον παραγωγό (Kerrigan, 2010, σελ. 10).

Πιο αναλυτικά, η διαδικασία της κινηματογραφικής προώθησης περιλαμβάνει το *στρατηγικό* και *λειτουργικό μάρκετινγκ*, τις διασταυρωμένες (διατομεακές) πρακτικές, την αναγνώριση ή δημιουργία της προωθητικής αξίας του προϊόντος, τις επιλογές ως προς τη διανομή του προϊόντος και το *βιομηχανικό μάρκετινγκ* (Mingant, Tirtaine and Augros, 2015, σελ. 2).

Στο πρώτο στάδιο, το *στρατηγικό μάρκετινγκ* συνεισφέρει στη δημιουργία *αξίας* του κινηματογραφικού προϊόντος και στην εφαρμογή μιας ανταγωνιστικής στρατηγικής σε διεθνές επίπεδο (Ranchhod & Marandi, 2005, σελ. 3-5). Σε αυτό το στάδιο τοποθετείται και η έννοια του *μίγματος μάρκετινγκ*, δηλαδή των στοιχείων εκείνων που ενδιαφέρουν το κοινό προκειμένου να επιλέξουν τη συγκεκριμένη ταινία έναντι των υπολοίπων (Kerrigan, 2010, σελ. 81). Το μίγμα αυτό αφορά τους ηθοποιούς, το σενάριο, το είδος της ταινίας, την ηλικιακή κατηγοριοποίηση του *κοινού-στόχου* και τη στρατηγική κυκλοφορίας της ταινίας (στο ίδιο, σελ. 82). Προτού ο υπεύθυνος μάρκετινγκ αποφασίσει σε ποια από αυτά τα στοιχεία θα δώσει έμφαση, πρέπει να προσδιορίσει με ακρίβεια το *κοινό-στόχο*.

Χρήσιμα εργαλεία στο στάδιο αυτό μπορούν να αποδειχθούν η *έρευνα κοινού* (η οποία αξιοποιείται ως εργαλείο και στα υπόλοιπα στάδια μάρκετινγκ) και οι ιδιωτικές προβολές της ταινίας. Αν και στον ευρωπαϊκό κινηματογράφο η *έρευνα κοινού* θεωρείται μια διαδικασία η οποία, λόγω της δαπάνης πόρων, μπορεί να διεξαχθεί μόνο από τους μεγάλους παραγωγούς του Χόλυγουντ, οπότε είτε παραλείπεται είτε διεξάγεται στα τελευταία στάδια της προωθητικής εκστρατείας, είναι ωστόσο απαραίτητη προκειμένου να αναγνωριστεί το κοινό στο οποίο απευθύνεται η ταινία και επομένως να σχεδιαστεί μια αποτελεσματική στρατηγική προώθησης της (Kerrigan & Özbilgin, 2004, σελ. 230).

Στην *έρευνα κοινού* εντάσσεται και η *ανάπτυξη νέου προϊόντος* (*new product development*), μια διαδικασία απαραίτητη για την περίπτωση που εξετάζουμε εφόσον αφορά τη σύλληψη και δημιουργία του νέου κινηματογραφικού προϊόντος και το αποτέλεσμα της διαδικασίας αυτής (Zacharia στο Kerrigan, 2010, σελ. 45) με το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της συνεχούς εισροής και εκροής πληροφοριών (Kerrigan, 2010, σελ. 45). Από τα πέντε μοντέλα *ανάπτυξης νέου προϊόντος* που αναγνωρίζει η Kerrigan<sup>69</sup> για το μάρκετινγκ ταινιών, εξετάζοντας το διαθέσιμο προωθητικό υλικό των ταινιών του Νέου Κύματος αναγνωρίστηκαν και θα αναπτυχθούν δύο, αυτό που αναφέρεται στη θεωρία

69. Η Kerrigan (2010) αναγνωρίζει πέντε βασικά μοντέλα ανάπτυξης νέου προϊόντος: «The break-through product», «It's new for us product», «The new, improved, next generation product», «The line extension product» και το «The three Rs (repackaged, repositioned, recycled)» (Kerrigan, 2010, σελ. 45).

ως μοντέλο «the break-through product», δηλαδή την περίπτωση κατά την οποία μια art-house ταινία φιλοδοξεί να γίνει δημοφιλής και να καθιερωθεί, και το «it's new for us product», μοντέλο που εστιάζει στην καινοτόμο ποιότητα και την ανάδειξη των κοινών με άλλες του ίδιου είδους στοιχείων μιας ταινίας (στο ίδιο, σελ. 45-46).

Μετά την πρώτη ταινία του Νέου Κύματος, τον *Κυνόδοντα* το 2009, φαίνεται ότι ακολουθήθηκε μια στρατηγική προώθησης που εστίασε στο «καινοτόμο» στοιχείο των ταινιών, δημιουργώντας μια πολύ συγκεκριμένη επικοινωνιακή ταυτότητα. Παρουσιάστηκαν στο κοινό ως «νέα προς τον κόσμο προϊόντα», δηλαδή, ως ένα νέο είδος ταινιών που δημιουργήθηκαν από νέους και πρωτοπόρους σκηνοθέτες και απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, που όμως δεν είχε προηγούμενη εμπειρία από αυτές (Annachino, 2003, σελ. 4). Ξεκινώντας από την πρεμιέρα τους και τις πολυάριθμες συμμετοχές σε φεστιβάλ και βραβεία, οι ταινίες αναγνωρίστηκαν από δημοσιογράφους και κριτικούς ως ένα νέο πρωτοποριακό είδος με τάση προς το «παράξενο» και τις «σοκαριστικές ιδέες», και με πρωτοπόρο σε αυτό τον Γιώργο Λάνθιμο (Yeung, 2015). Οι ταινίες, αν και διέθεταν στοιχεία που εμπόδιζαν την εμπορευσιμότητά τους, όπως η γλώσσα, το «παράξενο θέμα» και ο χαμηλός προϋπολογισμός, ωστόσο, όπως προαναφέρθηκε, διέγραψαν μια λαμπρή πορεία και κέρδισαν διακρίσεις (βλέπε Παράρτημα, Πίνακας 2) σε φεστιβάλ και διοργανώσεις διαφόρων χωρών, διευρύνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο και το κοινό τους.

Ως προς τις ιδιωτικές προβολές, αυτές χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Πρώτον, σε αυτές που απευθύνονται σε *διανομείς* κατά το στάδιο της προπαραγωγής προς ανεύρεση χρηματοδότησης ή που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια διοργανώσεων και φεστιβάλ – μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής – με σκοπό την εξασφάλιση επιπλέον πόρων (Kerrigan, 2010, σελ. 50). Δεύτερον, σε αυτές που αφορούν ιδιωτικές προβολές για δημοσιογράφους και κριτικούς με σκοπό τη δημιουργία *θετικού λόγου* (*positive word of mouth*) προκειμένου να επιτευχθεί περαιτέρω διεύρυνση κοινού.

Επανερχόμενοι στα στοιχεία του *μίγματος μάρκετινγκ*, παρατηρούνται δύο αξίες, οι οποίες προβλήθηκαν περισσότερο σε όλα τα στάδια και το υλικό προώθησης των ταινιών: ο σκηνοθέτης (βλ. ενότητα 5.5.1) και το είδος (βλ. παράρτημα, πίνακας 4) της ταινίας. Στον ευρωπαϊκό κινηματογράφο, είναι σύνηθες ο «σuar» της ταινίας να θεωρείται ο πρωταγωνιστής, όταν και εφόσον είναι γνωστός στο *κοινό-στόχο* για ταινίες του ίδιου είδους. Στην εν λόγω περίπτωση όμως, αν και παρατηρείται μια προτίμηση από μέρους των σκηνοθετών να επιλέγουν τους ίδιους ηθοποιούς ως πρωταγωνιστές των ταινιών τους, ωστόσο, λόγω της μη αναγνωρισιμότητάς τους από ένα διεθνές κοινό, δεν προτιμήθηκαν ως προς την προώθηση των περισσότερων ταινιών. Οι ίδιοι οι σκηνοθέτες προβλήθηκαν ως «suar» στις αφίσες, τα τρέιλερ στο you tube και τα press kits εφόσον εκείνοι αποτελούσαν στοιχείο αναγνώρισης του είδους και της αξίας του κινηματογραφικού προϊόντος στο κοινό.

Ως προς το δεύτερο στοιχείο του *μίγματος μάρκετινγκ*, το είδος των ταινιών, αυτό αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της επικοινωνιακής του εικόνας τόσο για τους *διανομείς*, όσο και για τους κριτικούς και το κοινό. Αφενός, οι ταινίες του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο (εκτός του *Chevalier*) ανήκουν στο γενικό είδος του δράματος, καθώς συνήθως διαθέτουν πλοκή η οποία περιστρέφεται γύρω από την πολυπλοκότητα των ανθρωπίνων σχέσεων και εστιάζει στη «διασυνδεσιμότητα», προκειμένου να επικοινωνήσει με το κοινό (Gettl, 2010, σελ. 16). Αφετέρου, οι ταινίες αυτές δημιούργησαν ένα δικό τους *εμπορικό σήμα κατατεθέν* (*trademark*), το οποίο βασίστηκε καθαρά στην «παράξενη» πλοκή τους.

Περνώντας στο *λειτουργικό μάρκετινγκ* προχωράμε στο στάδιο της διανομής της ταινίας, καθώς περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως τη διανομή του προωθητικού υλικού (αφίσες, τρέιλερ, teasers), τον σχεδιασμό της στρατηγικής προώθησης στα επικοινωνιακά μέσα και τη δημοσιότητα που αποκομίζει μια ταινία από την προβολή της μέσα από συνεντεύξεις, συμμετοχές σε φεστιβάλ, κριτικές ταινιών, τελετές απονομών κ.ά. Προκειμένου να είναι επιτυχές το μάρκετινγκ σε αυτό το στάδιο, είναι σημαντική η οριοθέτηση του *κοινού-στόχου* σε συνάρτηση με τις συνθήκες που κυριαρχούν στο περιβάλλον του, εννοώντας τις τοπικές αγορές, οι οποίες επιβάλλουν διαφορετική τοποθέτηση του προϊόντος ανάλογα με τη χώρα στην οποία προωθείται η ταινία (Mingant et al, 2015, σελ. 3-4). Αυτό διαφαίνεται και μέσα από τις αφίσες των ταινιών του Νέου Κύματος οι οποίες διαφέρουν από χώρα σε χώρα (βλ. ενότητα 5.5) δίνοντας έμφαση σε διαφορετικό κάθε φορά στοιχείο της ταινίας.

Στο *λειτουργικό μάρκετινγκ* εντάσσονται και άλλες πρακτικές όπως η *έρευνα κοινού* (η οποία αναφέρθηκε και στο πρώτο στάδιο), αποσκοπώντας στην οριοθέτηση του *κοινού-στόχου*, την τοποθέτηση του προϊόντος στην ήδη υπάρχουσα αγορά, την αναζήτηση νέων αγορών και την αναγνώριση του ανταγωνισμού (Kerrigan, 2010, σελ. 42). Δύο παράμετροι που πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν – σύμφωνα με την Kerrigan – στο στάδιο της έρευνας κοινού, είναι η *εμπορευσιμότητα* (*marketability*) μιας ταινίας και η *παικτικότητα* (*playability*). Η έννοια της *εμπορευσιμότητας* αναφέρεται σε όλα εκείνα τα στοιχεία που καθιστούν μια ταινία ελκυστική για το κοινό. Η υπόθεση, οι ηθοποιοί, ο σκηνοθέτης, το είδος μπορεί να λειτουργήσουν προτρεπτικά στην επιλογή του κοινού. Η έννοια της *παικτικότητας* αφορά στη συνολική διαδικασία τμηματοποίησης, στόχευσης και τοποθέτησης της ταινίας στην αγορά, έχοντας ως επίκεντρο την ικανοποίηση ή διάψευση των προσδοκιών του κοινού από την προσφερόμενη εμπειρία (στο ίδιο, σελ. 41). Προκειμένου να είναι επιτυχής εισπρακτικά μια ταινία πρέπει να συνδυάζονται και τα δυο αυτά στοιχεία.

Ως προς τη διανομή της ταινίας οι *sales agents* και οι *διανομείς* διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο. Αφενός, οι *sales agents* αναλαμβάνουν να πουλήσουν την ταινία στους *διανομείς* στην καλύτερη δυνατή τιμή μέσα από ιδιωτικές προβολές, υλικό από την ταινία, συμμετοχές και δημόσιες σχέσεις σε φεστιβάλ και διαγωνισμούς (Davies, 2005, σελ. 94).

Ένας *sales agent* μπορεί να επηρεάσει την εισπρακτική πορεία μιας ταινίας καθώς μπορεί να εξασφαλίσει για αυτήν πρόσβαση σε διεθνείς διανομείς, επομένως χρήσιμη είναι η ανεύρεσή του από το αρχικό ακόμα στάδιο παραγωγής της ταινίας (Kerrigan, 2010, σελ. 152). Παρόλο που στη βιβλιογραφία δεν έχει διευρυνθεί ακόμα ο ρόλος των *sales agents*, ωστόσο διαφαίνεται μια τάση να παρεμβαίνουν ακόμη και στο περιεχόμενο μιας ταινίας, αλλάζοντας κατ' αυτόν τον τρόπο και το τελικό προϊόν. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της εταιρείας *Match Factory*, που αποτελεί ένα από τα πλέον επιτυχημένα γραφεία Παγκόσμιων Πωλήσεων της Ευρώπης. Στο πλαίσιο της εισήγησής του υπεύθυνου M. Weber στο συνέδριο «*Riding the Greek Wave*» (2012) με θέμα τις παγκόσμιες πωλήσεις και το μάρκετινγκ μιας ανεξάρτητης ταινίας, χρησιμοποιώντας για παράδειγμα την ταινία *Attenberg*, αναφέρθηκε στο χρονοδιάγραμμα εκμετάλλευσης μιας ταινίας, τη λειτουργία και τη χρήση των φεστιβάλ (πολύ γενικά και χωρίς να μπαίνει σε λεπτομέρειες) και έδωσε μεγαλύτερη έμφαση στη συνεργασία του με την Αθηνά Τσαγγάρη και το *Attenberg* με υπότιτλο: «Χρηματοδοτώντας τον κύκλο ζωής μιας ταινίας». Στο συνέδριο αυτό ο ίδιος ανέφερε επανειλημμένα ότι επειδή οι *sales agents* θέλουν να είναι μέρος της δημιουργικής διαδικασίας αγοράζουν την ταινία ήδη από το σενάριο. Ωστόσο, αν και στην περίπτωση του *Attenberg* αγόρασαν την ταινία όταν ήταν ήδη ολοκληρωμένη, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να κάνουν προ-πωλήσεις πριν από την προβολή στα φεστιβάλ, η ταινία είχε καλή διάδοση (*big buzz*) και καλές κριτικές στον Τύπο (χαρακτηρισμός *Greek New Wave*). Η ταινία πωλήθηκε σε πάνω από τριάντα (30) χώρες (Max Weber, 29/10/2012). Στην ταινία *Το Μικρό ψάρι* η συγκεκριμένη εταιρία αγόρασε την ταινία από το στάδιο της προπαραγωγής και, από προφορική συνομιλία που είχαμε με τον παραγωγό της ταινίας Πάνο Παπαχατζή (*Argonauts Productions*) διαφάνηκε ότι η εταιρία είχε σημαντικό λόγο μέχρι και το επίπεδο διαμόρφωσης του τελικού σεναρίου.

Στον αντίποδα, οι *διανομείς* αγοράζοντας τα δικαιώματα της ταινίας, αποφασίζουν πως θα προωθηθεί, πότε και που θα προβληθεί. Εκτός από τα δικαιώματα για την προβολή της όμως, συνήθως κατέχουν και τα σχετικά δικαιώματα για την κυκλοφορία του DVD, την προβολή της στην τηλεόραση και το διαδίκτυο κ.α. (Kerrigan, 2010, σελ. 152). Ως προς τους *διανομείς* των ταινιών του Νέου Κύματος παρατηρείται ότι αυτοί ήταν διαφορετικοί όχι μόνο για κάθε χώρα στην οποία προβαλλόταν η ταινία, αλλά σε πολλές περιπτώσεις<sup>70</sup> διέφεραν ανάλογα και με το επικοινωνιακό μέσο εντός της ίδιας χώρας, δηλαδή, διαφορετικός διανομέας για τις κινηματογραφικές αίθουσες με αυτόν του DVD ή της τηλεοπτικής διανομής της ταινίας. Αυτό, βέβαια, εύλογα οδήγησε σε ένα κατακερματισμό της επικοινωνιακής εκστρατείας των ταινιών, όπως διαφαίνεται άλλωστε και από την ανάλυση των αφισών των ταινιών που θα ακολουθήσει (βλ. ενότητα 5.5), όπου υπάρχει διαφορετική επικοινωνιακή προσέγγιση για κάθε χώρα.

70. *Κυνόδοντας*, *Attenberg*, *Χώρα προέλευσης*, *Άλπεις* και *Ο Αστακός*.



Κλείνοντας, σε αντίθεση με τα προηγούμενα στάδια μάρκετινγκ, τα οποία αφορούν πρακτικές που απευθύνονται περισσότερο στον καταναλωτή, το στάδιο του *βιομηχανικού μάρκετινγκ* αφορά πρακτικές που απευθύνονται σε επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, στο στάδιο αυτό εντάσσονται δραστηριότητες όπως η παρουσία μιας ιδέας για ταινία από τον σεναριογράφο στον παραγωγό ή η πώληση νέων τεχνολογιών στους ιδιοκτήτες θεατρικών αιθουσών (Mingant, et al, 2015, σελ. 5).

Στην περίπτωση του Νέου Κύματος από τα προαναφερθέντα εργαλεία αξιοποιήθηκαν σε μεγάλο βαθμό τα *τρίλερ* στο *you tube* και οι διαδικτυακές επικοινωνιακές πλατφόρμες. Μάλιστα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αξιοποιήθηκαν με διάφορους τρόπους, όπως, διάδραση με το κοινό, διαγωνισμοί και διάθεση πληροφοριών για την ταινία και την πορεία της σε φεστιβάλ (όπως παρουσιάζονται αναλυτικά στην ενότητα 5.2) προκειμένου να προωθήσουν τις εκάστοτε ταινίες και να διευρύνουν το κοινό τους (Sifaki & Papadopoulou, 2020).

## 5.2 Προωθητικές τακτικές στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Η πρόοδος της τεχνολογίας, η ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και των επικοινωνιακών μέσων σαφώς και δεν άφησε ανεπηρέαστο και τον τομέα του μάρκετινγκ των ταινιών. Από παθητικοί δέκτες του προωθητικού υλικού της Βιομηχανίας του Θεάματος, το κοινό απέκτησε πλέον ενεργή συμμετοχή στη χρηματοδότηση, παραγωγή (επηρεάζοντας με τη συμμετοχή του το τελικό προϊόν) και προώθηση των ταινιών (Kerrigan, 2010, σελ. 193) με δύο νέα είδη μάρκετινγκ να κάνουν την εμφάνισή τους, το *transmedia* και το *viral marketing*.

Το *transmedia marketing* αφορά τη δημιουργία μιας διαδραστικής αφήγησης μέσω διαφορετικών επικοινωνιακών πλατφορμών, ενθαρρύνοντας παράλληλα και την ενεργή συμμετοχή του χρήστη των επικοινωνιακών μέσων (Zeiser, 2015). Στόχος του είναι, αφού δημιουργήσει μια αφήγηση, να «διασκορπίσει» κομμάτια της σε διαφορετικές επικοινωνιακές πλατφόρμες, προσκαλώντας το κοινό να την αναδομήσει. Οι πληροφορίες της αφήγησης συνήθως αφορούν τους χαρακτήρες της ταινίας, τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ τους ή στοιχεία της πλοκής, δίνοντας τη δυνατότητα για διάδραση στους χρήστες, οι οποίοι ανακαλύπτουν την ταινία, την υπόθεσή της, τους χαρακτήρες και συνήθως ανταμείβονται γι' αυτό (Bourdaa, 2014, σελ. 19). Τα οφέλη για την προώθηση της ταινίας είναι πολλαπλά, με κυριότερο εξ αυτών τον ενεργό ρόλο του χρήστη στην προώθησή της, διαδίδοντας τις πληροφορίες στο διαδικτυακό του περιβάλλον ή επικοινωνώντας τις σε άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες, επεκτείνοντας και ενισχύοντας την προωθητική εκστρατεία (Sifaki & Papadopoulou, 2020). Επίσης, παρέχεται η δυνατότητα προσέγγισης διαφορετικών κοινών μέσα από διαφορετικές επικοινωνιακές

πλατφόρμες και υπηρεσίες (Yang & Zisiadis, 2014, σελ. 4), αξιοποιώντας τις δυνατότητες που προσφέρει η κάθε μία από αυτές ξεχωριστά αλλά και μεταξύ τους. Για παράδειγμα, το *you tube* παρέχει τη δυνατότητα στην εταιρεία παραγωγής να «ανεβάσει» βίντεο από τα γυρίσματα της ταινίας ή και από την ίδια την ταινία, προκειμένου να ανοίξει ένα παράθυρο επικοινωνίας με το κοινό ακόμα και όταν αυτή βρίσκεται στο στάδιο της παραγωγής. Οι χρήστες μπορούν να κάνουν «like», να σχολιάσουν το βίντεο, αλλά και να το επικοινωνήσουν σε άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες. Έχουν τη δυνατότητα ακόμη και να παρέμβουν σε αυτό, κρατώντας μόνο ένα καρτέ και να το κοινοποιήσουν ως φωτογραφία μέσα από άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στον διαδικτυακό τους περίγυρο.

Το δεύτερο είδος, το *viral marketing*, έχει κάνει την εμφάνισή του τα τελευταία χρόνια προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες προώθησης μιας ταινίας μέσα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δυναμική του είναι μοναδική λόγω της ικανότητάς του για γεωμετρική αύξηση της προώθησης του κινηματογραφικού προϊόντος σε ελάχιστο χρόνο (Akdeniz, 2015) και της δυνατότητας διαπροσωπικής επικοινωνίας που προσφέρουν οι σύγχρονες επικοινωνιακές πλατφόρμες. Το *viral marketing* αποσκοπεί στη δημιουργία *θετικού λόγου* και στη διάδοσή του μέσα από τις διαδικτυακές επικοινωνιακές πλατφόρμες επεκτείνοντας τη ταχύτητα, την κλίμακα και το εύρος της προωθητικής του εκστρατείας (Mei et al, 2014, σελ. 5). Στην περίπτωση δε του κινηματογραφικού μάρκετινγκ, ορισμένες από τις πρακτικές που εφαρμόζονται προκειμένου να ενισχυθεί η επικοινωνιακή στρατηγική περιλαμβάνουν διάφορες ηλεκτρονικές προωθητικές δράσεις, όπως το ηλεκτρονικό *press kit*, το οποίο περιλαμβάνει φωτογραφίες, συνεντεύξεις και βίντεο από την ταινία (Parks, 2007, σελ. 62) και την αναμετάδοση των γυρισμάτων, προκειμένου το κοινό ή οι πιθανοί χρηματοδότες να πάρουν μια πρόγευση της ταινίας. Μετά την επίσημη κυκλοφορία της η ταινία προωθείται παράλληλα μέσα από την επίσημη ιστοσελίδα της, την κυκλοφορία του DVD (Caldwell, 2008, σελ. 307-308) και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτόν στην προστιθέμενη αξία του προϊόντος.

Σύμφωνα με τον Wilson (2018) οι βασικές αρχές για ένα αποτελεσματικό *viral marketing* είναι οι εξής:

- Η ανταμοιβή. Ο χρήστης πρέπει να ανταμείβεται με κάποιο δωρεάν προϊόν ή υπηρεσία προκειμένου να έχει κίνητρο για να συμμετέχει.
- Η ευκολία μετάδοσης των πληροφοριών. Όσο πιο εύκολη και απλή είναι η μεταφορά των πληροφοριών για την ταινία, τόσο πιο γρήγορη και με μεγαλύτερο εύρος θα είναι και η διάδοσή τους.
- Γρήγορη ανταπόκριση από πλευράς του πομπού. Σε περίπτωση που η ανταπόκριση του κοινού είναι πολύ μεγάλη, ο πομπός θα πρέπει να είναι σε θέση να ανταποκριθεί σε νέες απαιτήσεις που, ενδεχομένως, θα δημιουργηθούν.

- Αναγνώριση της συμπεριφοράς και των κινήτρων του *κοινού-στόχου*. Είναι απαραίτητο να αναγνωριστούν οι λόγοι που θα έκαναν το κοινό να συμμετέχει στο *viral marketing* προκειμένου να είναι πιο στοχευμένη η στρατηγική.
- Αξιοποίηση ήδη υπάρχοντων επικοινωνιακών δικτύων. Οι χρήστες έχουν τον δικό τους διαδικτυακό περίγυρο και χτίζουν διαπροσωπικές σχέσεις· διαμορφώνουν τις διαδικτυακές τους συνήθειες γύρω από αυτόν. Η αξιοποίηση αυτών των στοιχείων θα μεγιστοποιήσει την αποτελεσματικότητα του μάρκετινγκ.
- Αξιοποίηση άλλων πηγών. Η προωθητική εκστρατεία μπορεί να μεταφερθεί και σε άλλους ιστότοπους ή σελίδες πέρα από αυτή της ταινίας.

Οι ταινίες του Νέου Κύματος αξιοποίησαν κατά περιπτώσεις το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στην πλειονότητά τους διαθέτουν επίσημη ιστοσελίδα και σελίδα στο facebook και σε ποσοστό σχεδόν 50% χρησιμοποιούν το twitter (βλ. πίνακα 26). Ωστόσο, εκτός ελάχιστων εξαιρέσεων που θα παρουσιαστούν παρακάτω, δεν γίνεται καμία προσπάθεια αξιοποίησης των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι σύγχρονες επικοινωνιακές πλατφόρμες για διάδραση ή διεύρυνση του κοινού των ταινιών. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης λειτουργούν, δηλαδή, (όπως και οι επίσημες ιστοσελίδες) ως «χώροι» ενημέρωσης του *κοινού-στόχου*, κοινοποιώντας αφίσες, στιγμιότυπα από τις ταινίες, φωτογραφίες από φεστιβάλ και πρεμιέρες καθώς και πληροφορίες σχετικά με τις προβολές των ταινιών.

Πίνακας 26: Πίνακας επίσημων ιστοσελίδων και διαδικτυακών πλατφορμών

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
<i>Κυνόδοντας</i>	<a href="http://www.dogtooth.gr">www.dogtooth.gr</a>	ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ (DOGTOOTH)	#kynodontas #dogtooth #yorgoslanthimos	kynodontas
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Στρέλλα</i>	<a href="https://strellamovie.wordpress.com/">https://strellamovie.wordpress.com/</a>	Στρέλλα	#strellamovie	Δε βρέθηκε
<i>Attenberg</i>	<a href="http://www.attenberg.info/">http://www.attenberg.info/</a>	ATTENBERG	Δε βρέθηκε	attenberg
<i>Wasted Youth</i>	Δε βρέθηκε.	WastedYouthmovie	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Χώρα Προέλευσης</i>	<a href="https://homelandfilm.wordpress.com/">https://homelandfilm.wordpress.com/</a>	HOMELAND ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Άλπεις</i>	<a href="http://alpsarenear.com/">http://alpsarenear.com/</a>	ALPS (ΑΛΠΕΙΣ)	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Μαχαιροβγάλτης</i>	<a href="https://maxairovgaltis.wordpress.com">https://maxairovgaltis.wordpress.com</a>	Μαχαιροβγάλτης (knifer)	ΜΑΧΑΙΡΟΒΓΑΛΤΗΣ #macherovgaltis	Δε βρέθηκε
<i>Miss Violence</i>	<a href="http://missviolence.com/">http://missviolence.com/</a>	Miss Violence	#missviolence	missviolence
<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	<a href="http://bebenfilms.com/">http://bebenfilms.com/</a>	Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού Boy Eating the Bird's Food	#boyeatingbirdsfood	Δε βρέθηκε
<i>L</i>	<a href="http://bebenfilms.com/">http://bebenfilms.com/</a>	L	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	FACEBOOK	TWITTER	INSTAGRAM
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	<a href="http://www.eternalreturnofantonis-paraskevas.com">www.eternalreturnofantonis-paraskevas.com</a>	Αντώνης Παρασκευάς,TV	Return Antonis P.	theeternalreturnofantonisparaskevas
<i>Το μικρό ψάρι</i>	Δε βρέθηκε	Το Μικρό Ψάρι	Δε βρέθηκε	tomikropsari
<i>Ξενία</i>	Δε βρέθηκε	Xenia Movie	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Νορβηγία</i>	Δε βρέθηκε	Norway - film	Δε βρέθηκε	Δε βρέθηκε
<i>Ο Αστακός</i>	<a href="http://www.thelobster-movie.com">www.thelobster-movie.com</a> <a href="http://www.hautecourt.com/filmfiche/267/the-lobster">http://www.hautecourt.com/filmfiche/267/the-lobster</a> <a href="http://www.finefilms.co.jp/lobster/">http://www.finefilms.co.jp/lobster/</a>	The Lobster	The Lobster	thelobsterfilm
<i>Chevalier</i>	<a href="http://strandreleasing.com/films/chevalier/">http://strandreleasing.com/films/chevalier/</a>	Chevalier (2015 movie)	Δε βρέθηκε	#bestingeneral #kaliterosgenikotera

Μέσα από την έρευνα, ωστόσο, εντοπίστηκαν ορισμένες προωθητικές δράσεις στις οποίες οι χρήστες συμμετείχαν σε επικοινωνιακά παιχνίδια, όπως διαγωνισμούς με κάποια ανταμοιβή (*Chevalier*), κουίζ (*Ο Αστακός*) και διάδραση με τον πρωταγωνιστικό χαρακτήρα της ταινίας (*Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*). Στόχος ήταν αφενός η μεγιστοποίηση του όγκου και της ταχύτητας διάδοσης πληροφοριών για την ταινία, αφετέρου η αύξηση της επιρροής της γενικότερης επικοινωνιακής τους εκστρατείας μέσα από τη δημιουργία θετικού λόγου (*positive word of mouth*) πριν αλλά και μετά την πρεμιέρα της ταινίας (Sifaki & Papadopoulou, 2020).

**Διαγωνισμός Instagram: *Chevalier*.** Στη δράση αυτή το κοινό προσκαλείται μέσα από ένα άρθρο στην εφημερίδα *Lifo* να αναρτήσει μια selfie του (ένα αυτοπορτρέτο του) στο instagram, εμπνεόμενο από τους κεντρικούς ήρωες της ταινίας (*Οι Ήρωες του Chevalier Είναι οι Καλύτεροι. Εσύ;*, 2015). Στο άρθρο υπάρχουν φωτογραφίες των ηρώων της ταινίας, με λεζάντα που περιγράφει τον χαρακτήρα του καθενός εξ αυτών. Το κοινό παραπέμπεται σε δύο σελίδες που έχουν δημιουργηθεί στη διαδικτυακή υπηρεσία του instagram για τον σκοπό αυτό, με τίτλο (*#Bestingeneral*) και (*#kaliterosgenikotera*), με δυνατότητα κοινοποίησης του άρθρου και του διαγωνισμού στο facebook και το twitter. Το κίνητρο για τη συμμετοχή των χρηστών είναι δώρα σχετικά με την ταινία: αφίσα και πρόσκληση για μια κλειστή προβολή.

Με μια πρώτη ανάγνωση δεν μπορεί κανείς παρά να παρατηρήσει τη σαφή σύνδεση με την υπόθεση της ταινίας όπου οι πρωταγωνιστές, έχοντας εγκλωβιστεί σε ένα καράβι, παίζουν ένα παιχνίδι το οποίο θα τελειώσει μόνο όταν ανακηρυχτεί «ο καλύτερος» (*Chevalier*, 2015). Με μια δεύτερη ανάγνωση, όμως, διαπιστώνεται ότι ο πομπός – η παραγωγή – επιθυμεί να δημιουργήσει μια διαδραστική σχέση με το κοινό-στόχο και να μεγιστοποιήσει τον βαθμό εμπλοκής του. Οι χρήστες «βυθίζονται» στο φανταστικό σύμπαν της ταινίας, γίνονται ένας από τους κεντρικούς χαρακτήρες – επιλέγοντας μάλιστα ποιος ταιριάζει περισσότερο στην προσωπικότητά τους – και μπορούν, αν το επιθυμούν, να μοιραστούν τη φωτογραφία τους με τους διαδικτυακούς τους φίλους.

Δυστυχώς, παρά τα προσφερόμενα κίνητρα για συμμετοχή και το ήδη υπάρχον fan club ορισμένων εκ των πρωταγωνιστών της ταινίας (όπως του Σάκη Ρουβά και του

Γιώργου Πυρπασόπουλου) μόνο μια φωτογραφία αναρτήθηκε στο instagram και τα αποτελέσματα του διαγωνισμού δεν ανακοινώθηκαν. Αυτό που προκαλεί ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι, παρόλο που το άρθρο είχε 1.434 κοινοποιήσεις στο facebook and στο twitter (τα δεδομένα έχουν συλλεχθεί στις 23 Μαΐου 2018), δεν κατάφερε να προσελκύσει το ήδη υπάρχον κοινό ώστε να λάβει μέρος στο διαγωνισμό.

**Διαδικτυακό παιχνίδι ερωτήσεων: Ο Αστακός:** Στην επίσημη ιστοσελίδα της ταινίας (<http://thelobster-movie.com/>) το κοινό καλείται να απαντήσει σε δέκα ερωτήσεις, προκειμένου να καθοριστεί το ζώο στο οποίο θα μεταμορφωθεί σε περίπτωση που αποτύχει να ερωτευθεί. Η κάθε ερώτηση βασίζεται σε στοιχεία της υπόθεσης της ταινίας και ο συμμετέχων καταλήγει σε τρεις επιλογές ζώων, από τα οποία μπορεί να επιλέξει μόνο ένα. Αφού καθοριστεί η επιλογή του, δίνεται η δυνατότητα στον ερωτηθέντα να αποθηκεύσει το ζώο που επέλεξε στον υπολογιστή του και να το κοινοποιήσει στις επικοινωνιακές πλατφόρμες των facebook και twitter.

Και σε αυτή τη δράση, όπως και στην προηγούμενη, υπάρχει σαφής σύνδεση με την υπόθεση της ταινίας, όπου οι πρωταγωνιστές, επειδή δεν έχουν σύντροφο, αναγκάζονται να επισκεφτούν «Το Ξενοδοχείο» προκειμένου να ερωτευθούν ή να μεταμορφωθούν σε κάποιο ζώο της επιλογής τους σε περίπτωση που αποτύχουν (*Ο Αστακός*, 2015). Οι θεατές μπαίνουν στη θέση των πρωταγωνιστών απαντώντας σε προσωπικά διλήμματα, και μοιράζονται αυτήν τους την εμπειρία με φίλους. Έντονα συναισθηματικά φορτισμένες λέξεις και φράσεις, όπως «kill» («σκοτώνω») και «we all die alone» («όλοι πεθαίνουμε μόνοι») αυξάνουν μαζί με τον βαθμό συναισθηματικής φόρτισης και εμπλοκής του δέκτη και τις πιθανότητες για διάδοση της δράσης αυτής, με απώτερο σκοπό τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με την ταινία και τη διεύρυνση του κοινού-στόχου. Ωστόσο, σε αντίθεση με την προηγούμενη επικοινωνιακή στρατηγική, προκειμένου το κοινό να κατανοήσει πλήρως τις ερωτήσεις και τον σκοπό του ερωτηματολογίου, πρέπει να έχει πρότερη γνώση ή εμπειρία από την ταινία.

**Αναζήτηση του εξαφανισθέντος πρωταγωνιστή: Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά.** Στις 19 Δεκεμβρίου του 2013 ξεκινά ένα διαδραστικό παιχνίδι μέσω facebook ([@AntonisParakevas.TV](https://www.facebook.com/AntonisParakevas.TV)) και twitter ([@ReturnAntonisP](https://twitter.com/ReturnAntonisP)), στη διάρκεια του οποίου το κοινό καλείται να βρει τον χαμένο παρουσιαστή, Αντώνη Παρασκευά (κύριος χαρακτήρας της ταινίας) ο οποίος, όπως και στην ταινία, σκηνοθετεί την εξαφάνισή του (Dalton, 2013). Το κοινό μπορεί να «εισέλθει» στην ιστορία μέσα από πέντε διαφορετικές διαδικτυακές «πύλες», από την προσωπική σελίδα του Αντώνη στο facebook και στο twitter, από ένα άρθρο στη διαδικτυακή εφημερίδα [in.gr](http://in.gr) («[Η εξαφάνιση του Αντώνη Παρασκευά](#)») και στο διαδικτυακό περιοδικό *Flix* («[Εκτακτη είδηση: Εξαφανίστηκε ο Αντώνης Παρασκευάς!](#)») και, τέλος, από ένα 44-λεπτο βίντεο στο you tube («[Είδηση εξαφάνισης Αντώνη Παρασκευά](#)»). Και οι τέσσερις πρώτες «πύλες» οδηγούν στο αναρτημένο βίντεο στο you tube από όπου το κοινό μπορεί να κοινοποιήσει το βίντεο σε

ακόμη 11 διαφορετικές διαδικτυακές πλατφόρμες (facebook, LiveJournal, ΒΚΟΗΤΑΚΤΕ, Одноклассники, Google+, blogger, twitter, reddit, tumblr and pinterest).

Κατά τη διάρκεια της «εξαφάνισης» του Αντώνη αναρτώνται στο facebook βίντεο γνωστών προσώπων της τηλεόρασης και όχι μόνο (παρουσιαστές, σκηνοθέτες, ηθοποιοί, τραγουδιστές, κριτικοί κινηματογράφου, πολιτικοί), οι οποίοι μιλούν για τον παρουσιαστή σαν να είναι ένα υπαρκτό πρόσωπο. Ο αριθμός και η συχνότητα ανάρτησης των βίντεο εντείνεται καθώς πλησιάζει η ημερομηνία της επίσημης πρεμιέρας, με τον Αντώνη τελικά να «εμφανίζεται» και να προσκαλεί το κοινό στις κινηματογραφικές αίθουσες στις 23 Ιανουαρίου («[Ο Αντώνης Παρασκευάς ανακοινώνει την επιστροφή του](#)»).

Αν και τα βίντεο είναι αρκετά ευρηματικά και διασκεδαστικά για τον θεατή και η προσπάθεια για την εύρεση και συμμετοχή όλων αυτών των προσώπων αρκετά αξιόλογη, τελικά η ανταπόκριση του κοινού περιορίζεται μόνο σε λιγοστά «likes» (22-44) στη σελίδα του facebook και στην πλατφόρμα του you tube (2-3) αντίστοιχα (τα δεδομένα συλλέχθηκαν στις 26 Απριλίου 2018). Η μηδαμινή αυτή ανταπόκριση οφείλεται ενδεχομένως στην απουσία κινήτρων και ουσιαστικής συμμετοχής του κοινού, εφόσον πραγματική δυνατότητα διάδρασης δεν υπάρχει πέρα από την παρακολούθηση της εξέλιξης του επικοινωνιακού αυτού ευρήματος και της αντίστοιχης κοινοποίησης ή του σχολιασμού του. Μια πιο ενεργή συμμετοχή του κοινού με φωτογραφίες ή βίντεο, όπου θα μιλούσαν και οι ίδιοι οι χρήστες για τον κεντρικό χαρακτήρα της ταινίας, ίσως να είχε συμβάλλει σε μια πιο μαζική διάδοση του παιγνιδιού (Sifaki & Papadopoulou, 2020).

Τέλος, ο πρωταγωνιστής μετά την εμφάνισή του επιδιέχεται μέσα από κοινοποιημένα βίντεο στο facebook σε ένα γλωσσικό παιγνίδι με το κοινό, όπου δίνει μία λέξη και το κοινό καλείται να εκφράσει συνειρμούς που κάνει ακούγοντας τη λέξη αυτή. Τέσσερα βίντεο με τέσσερις λέξεις – «αιώνια», «επιστροφή», «Αντώνης», «Παρασκευάς» – αναρτώνται εκ νέου στη σελίδα στο facebook, με τον ίδιο τον πρωταγωνιστή να δίνει ιδέες στο κοινό. Εδώ έχουμε σαφώς έναν πιο ενεργό ρόλο των εν δυνάμει θεατών και μια πιο άμεση πρόσκληση στους κινηματογράφους από τον ίδιο τον πρωταγωνιστή.

**Αναζήτηση και κοινοποίηση των αφισών της ταινίας: *Attenberg on the streets*.** Μέσω της επίσημης σελίδας της ταινίας στο facebook ([@Attenberg](#)), το κοινό καλείται να φωτογραφίσει και, αργότερα, να κοινοποιήσει στη σελίδα της ταινίας αφίσες και οποιουδήποτε είδους έντυπο προωθητικό υλικό της ταινίας συναντά στους δρόμους που κυκλοφορεί στην καθημερινότητα του.

Η προσπάθεια συνύπαρξης παραδοσιακών έντυπων και καθαρά «στατικών» εργαλείων προώθησης, όπως η αφίσα, με σύγχρονα επικοινωνιακά μέσα, είναι αρκετά ενδιαφέροντα. Η δυναμική της αφίσας συναντά τις νέες τεχνολογίες και η μονόπλευρη επικοινωνιακή σχέση των παραδοσιακών διαφημιστικών μέσων με τον αποδέκτη μετατρέπεται πλέον σε μια νέα, διαδραστική επικοινωνία, με το ίδιο το κοινό να «επεμβαίνει» στο προωθητικό υλικό. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει, να φωτογραφίσει,

να σκηνοθετήσει, να παρέμβει και να κοινοποιήσει μια νέα αφίσα, μέσα από τη δική του οπτική γωνία και πραγματικότητα.

Δυστυχώς, μόνο πέντε χρήστες από διαφορετικές χώρες αναρτούν φωτογραφίες με προωθητικό υλικό από σταθμούς μετρό, από αφίσες στον δρόμο, ακόμη και από μαρκίζα σε σινεμά (*Attenberg on the streets*). Ωστόσο, παραβλέποντας την και πάλι πενήχρη συμμετοχή των χρηστών δεν μπορεί παρά να αναγνωρίσει κανείς την προσπάθεια αξιοποίησης των πλεονεκτημάτων των πιο παραδοσιακών μέσων μάρκετινγκ σε μια σύγχρονη διαδικτυακή επικοινωνιακή εκστρατεία, με τους χρήστες να «δημιουργούν» μια νέα αφίσα ανάλογη της αισθητικής και οπτικής τους και με φόντο την καθημερινότητά τους (Sifaki & Papadopoulou, 2020).

Εξετάζοντας συνολικά και τις τέσσερις προαναφερθείσες επικοινωνιακές δράσεις, παρατηρούμε ότι σκοπός του πομπού ήταν το κοινό να αποκτήσει έναν πιο ενεργό ρόλο και να συμβάλει στην προώθηση της ταινίας μέσω της συμμετοχής του σε διαγωνισμούς, παιχνίδια και κοινοποιήσεις σε facebook, twitter και instagram και μέσω των επίσημων ιστοσελίδων των ταινιών. Προκειμένου όμως τέτοιες πρακτικές να θεωρούνται επιτυχείς, πρέπει να γίνονται «viral», δηλαδή να μεταδίδονται σε ελάχιστο χρόνο και με γεωμετρικά αυξανόμενο ρυθμό (όπως αναπτύχθηκε ανωτέρω αναλύοντας την έννοια του *viral marketing*). Σκοπός είναι, γενικά, να υπάρχει όχι μόνο ροή πληροφοριών από τον πομπό στο κοινό, αλλά το ίδιο το κοινό να διαδίδει τις πληροφορίες αυτές μέσα από τις διαπροσωπικές του επαφές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στις εν λόγω δράσεις δεν έγινε καμία στοχευμένη προσπάθεια από τις εταιρείες παραγωγής να αξιοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχεδιάζοντας μια στρατηγική προώθησης και αξιοποιώντας πιο παραδοσιακά αλλά και σύγχρονα εργαλεία *marketing*, όπως η *έρευνα κοινού*, ώστε να προσδιοριστεί με σαφήνεια το *κοινό-στόχος* και να εξοικονομηθούν πόροι (Sifaki & Papadopoulou, 2020). Η έλλειψη κατανόησης και γνώσης του *κοινού-στόχου*, λαμβάνοντας υπόψη το ιδιαίτερο περιεχόμενο και την αισθητική των ταινιών, είχε ως αποτέλεσμα τη μηδαμινή έως και απογοητευτική συμμετοχή των χρηστών των κοινωνικών δικτύων (βλ. πίνακα 27).

### Πίνακας 27: Δεδομένα σχετικά με την καταγεγραμμένη αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

#### Διαγωνισμός Instagram: *Chevalier*

- 1 ανάρτηση φωτογραφίας στο instagram.
- 1.453 facebook και twitter «shares» του διαδικτυακού άρθρου.

#### Διαδικτυακό παιχνίδι ερωτήσεων: *Ο Αστακός*:

Δεν κατέστη δυνατή η συλλογή δεδομένων.

#### Αναζήτηση του εξαφανισθέντος πρωταγωνιστή: *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*:

- 22 facebook «likes» στην ανάρτηση της εξαφάνισης του Παρασκευά και 44 facebook «likes» στην ανάρτηση της επανεμφάνισής του.
- 18-29 facebook «likes» στο τρέιλερ της ταινίας στο you tube.
- 2.102 χρήστες ακολουθούν το προφίλ του Παρασκευά στο facebook.
- 131 χρήστες ακολουθούν το προφίλ του Παρασκευά στο twitter.
- 8.447 «επισκέψεις» και 3 «likes» στα νέα της εξαφάνισης του Παρασκευά στην πλατφόρμα του you tube.

#### Αναζήτηση και κοινοποίηση των αφισών της ταινίας: *Attenberg*:

- 5 αναρτήσεις φωτογραφιών στο facebook.
- 5.410 χρήστες ακολουθούν την επίσημη σελίδα της ταινίας στο facebook.

Σημείωση: Τα δεδομένα ενημερώθηκαν για τελευταία φορά στις 26 Απριλίου 2018

Αν και είναι εύλογο η έλλειψη διαθέσιμων πόρων να καθιστά δύσκολη έως και αδύνατη πολλές φορές την *έρευνα κοινού*, ωστόσο είναι η ίδια αυτή έλλειψη που την κάνει ακόμη πιο απαραίτητη για ταινίες με χαμηλό προϋπολογισμό, προκειμένου να διασφαλίσουν την κινηματογραφική τους επιτυχία ή και την περαιτέρω χρηματοδότηση. Η γνώση του κοινού στο οποίο απευθύνεται μια ταινία- και φυσικά η προωθητική της εκστρατεία- διασφαλίζει τη σωστή διάθεση των λιγοστών χρηματοδοτικών της πόρων και τη δημιουργία ενός τελικού προϊόντος, που απευθύνεται σε ένα «συμβατό κοινό-στόχο» (Pott, 1996). Επομένως, στην περίπτωση των ταινιών του Νέου Κύματος, η έλλειψη γνώσης του ιδιαίτερου κοινωνικού, πολιτιστικού και αισθητικού υπόβαθρου του ελληνικού – αλλά και του διεθνούς, στην περίπτωση του *Attenberg* και του *Ο Αστακός* – σινεφίλ κοινού κατά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της προωθητικής εκστρατείας των ταινιών γενικά, αλλά και του *marketing* μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ειδικότερα, αναπόφευκτα οδήγησε στην αποτυχία των προωθητικών αυτών δράσεων να προκαλέσουν οποιοδήποτε είδους διάδραση, θετικό λόγο ή έστω διάδοση πληροφοριών αναφορικά με τις εν λόγω ταινίες.

Επίσης, υπολείπεται η προσπάθεια σύνδεσης των επικοινωνιακών διαδικτυακών μέσων μεταξύ τους, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα είδος αφήγησης γύρω από τις ταινίες. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της ταινίας *Chevalier* το κοινό καλείται να λάβει μέρος σε έναν διαγωνισμό στο instagram, όπως αναλύεται διεξοδικά παραπάνω, προκειμένου να κερδίσει κάποια δώρα. Ο διαγωνισμός αυτός, όμως, δεν συνδέεται ούτε με την επίσημη ιστοσελίδα της ταινίας, ούτε με τη σελίδα της στο facebook. Τέλος, για μιαν ακόμη φορά, ο κατακερματισμός των εργασιών καθ' όλη τη διάρκεια ζωής των ταινιών



και της προώθησής τους λόγω ελλιπούς χρηματοδότησης, σαφώς και επηρέασε πολλά στάδια της στρατηγικής αυτής (Sifaki & Papadopoulou, 2020).

### 5.3 Το You Tube ως εργαλείο μάρκετινγκ των ταινιών

Στην προσπάθειά μας να καταδείξουμε τη συμβολή των τρέιλερ στο you tube στην συνολική επικοινωνιακή στρατηγική των ταινιών του Νέου Κύματος θα βασιστούμε σε ένα άρθρο των Finsterwalder, J., Kuppelwieser, V.G. and de Villiers, M. (2012), στο οποίο παρουσιάζεται ένα μοντέλο έρευνας των τρέιλερ προκειμένου να καταδειχθεί πως αυτά διαμορφώνουν και επηρεάζουν τις προσδοκίες του κοινού πριν την προσέλευσή του στις κινηματογραφικές αίθουσες.

Τα τρέιλερ ορίζονται ως μια σύντομη εκδοχή της ταινίας, διάρκειας ενός έως τριών λεπτών, και αποσκοπούν στην προώθησή της πριν την κινηματογραφική της κυκλοφορία, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα της εμπειρίας που προσφέρεται (στο ίδιο, σελ. 5). Εκτός από την υπόθεση, το είδος, τον σκηνοθέτη, τους ηθοποιούς και την πρεμιέρα της ταινίας, πολλές φορές παρέχονται και επιπλέον πληροφορίες, όπως διακρίσεις σε φεστιβάλ και βραβεία, ονόματα παραγωγών και διανομέων ή ακόμη και κάποια γνωστή στο κοινό-στόχο προηγούμενη ταινία του ίδιου σκηνοθέτη.

Η αφήγηση ενός τρέιλερ συνήθως ακολουθεί μια συγκεκριμένη δομή (στο ίδιο, σελ. 6):

- συστήνονται οι κεντρικοί χαρακτήρες και παρουσιάζεται το περιβάλλον στο οποίο διαδραματίζεται η υπόθεση της ταινίας,
- κατόπιν παρουσιάζεται μια ανατροπή στην πλοκή της ταινίας και
- στο τέλος εντείνεται ο ρυθμός του τρέιλερ και υπονοείται η κατάληξη της ταινίας.

Με την ανάπτυξη και διάδοση του διαδικτύου ο κύκλος ζωής του τρέιλερ και, κατόπιν, της κινηματογραφικής πρεμιέρας συνεχίζεται, συνοδεύοντας την ταινία σε όλο τον κύκλο ζωής της. Το you tube προσφέρει πλέον τη δυνατότητα στις εταιρίες παραγωγής και διανομής να συνεχίζουν ανέξοδα να προωθούν την ταινία τους καθ' όλη τη διάρκεια της προβολής της στους κινηματογράφους και της κυκλοφορίας του DVD της. Η δυναμική του τρέιλερ στο you tube είναι συνιστώσα πολλών παραγόντων. Εκτός από το ότι προσφέρεται μέγιστη διεθνής προβολή όλο το εικοσιτετράωρο με ανέξοδο τρόπο, δίνεται η δυνατότητα διάδρασης για τους χρήστες του you tube, εφόσον μπορούν να σχολιάζουν κάτω από το τρέιλερ και, τέλος, παρέχεται σύνδεση και με άλλες επικοινωνιακές πλατφόρμες (facebook, blogger, google, twitter, reddit, OK.RU, tumblr, VK, pinterest, linkedIn, LiveJournal, hi5, StumbleUpon). Το κοινό έχει και πάλι ενεργό ρόλο στην προώθηση της ταινίας (όπως και στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, βλέπε κεφάλαιο 5, ενότητα 5.2.), κοινοποιώντας το βίντεο και σε άλλες

επικοινωνιακές πλατφόρμες, σχολιάζοντας και αξιολογώντας το (Greg, 2009, σελ. 41). Σύμφωνα με τη Reider (στο Jarboe, 2012) η προωθητική δύναμη του *you tube* έγκειται στον συνδυασμό δύο στοιχείων, των επικοινωνιακών μέσων (*media*) και της *κοινότητας* (*community*), δηλαδή προωθείται από τις επικοινωνιακές πλατφόρμες και ταυτόχρονα είναι άμεσα διαθέσιμο στο κοινό, όπου και αν βρίσκεται, μεγιστοποιώντας την πρόσβαση σε αυτό χωροχρονικά.

Το τρέιλερ διαμορφώνει τις προσδοκίες του *κοινού-στόχου*, για αυτό και πρέπει να παρέχει μια όσο το δυνατόν πιο ρεαλιστική απόδοση του είδους της ταινίας, να παρουσιάζει τους ηθοποιούς και τον σκηνοθέτη – κάνοντας μια σύνδεση με τη συμμετοχή τους σε παλαιότερες ταινίες – και να είναι επενδυμένο με μουσική που να δημιουργεί μια έντονη συναισθηματική εντύπωση στον αποδέκτη, καθώς αυτά αποτελούν στοιχεία που επηρεάζουν το κοινό στην απόφασή του να επιλέξει μια ταινία (Finsterwalder et al, 2012, σελ. 19). Ο θεατής επηρεάζεται από το τρέιλερ και διαμορφώνει μια «άποψη» για την εμπειρία που έπεται. Σε περίπτωση παραπληροφόρησης σαφώς και οι προσδοκίες που έχει δημιουργήσει βλέποντας το τρέιλερ θα διαψευστούν, με αποτέλεσμα να απογοητευθεί από την εμπειρία του από αυτήν (στο ίδιο, σελ. 7).

Σαφώς και υπάρχουν συγκεκριμένοι παράγοντες που επηρεάζουν τις προσδοκίες του καταναλωτή (στο ίδιο, σελ. 11-17), όπως αυτές διαμορφώνονται μέσα από τα τρέιλερ. Ένας παράγοντας είναι το γνωστικό υπόβαθρο, κατά πόσο δηλαδή ο θεατής έχει πρότερη εμπειρία ή πληροφόρηση για ταινίες του ίδιου σκηνοθέτη ή δημιουργού ή με τους ίδιους ηθοποιούς. Έπειτα, το είδος της ταινίας, αφενός γιατί μέσα από τον προσδιορισμό του είδους το κοινό διαμορφώνει ρεαλιστικές προσδοκίες για την εμπειρία του με την ταινία, αφετέρου διότι ο θεατής συνδέει την υπόθεση της ταινίας με μια προσωπική του εμπειρία, οπότε και εκτιμά περισσότερο την εμπειρία που θα του προσφερθεί. Τέλος, υπάρχουν και άλλα στοιχεία που συμβάλλουν στη δημιουργία προσδοκιών του αποδέκτη, όπως η μουσική και οι διάλογοι, που πρέπει να ακολουθούν το συνολικό ύφος της ταινίας. Όλα τα προαναφερθέντα στοιχεία πρέπει να συνυπάρχουν αρμονικά μέσα στο τρέιλερ προκειμένου ο θεατής να διαμορφώσει ρεαλιστικές προσδοκίες για το είδος της εμπειρίας που προσφέρεται.

Στην περίπτωση των ταινιών του Νέου Κύματος, το στοιχείο της πρότερης γνώσης έχει να κάνει με πολλούς διαφορετικούς παράγοντες. Αρχικά, σχετίζεται με τους ηθοποιούς και τον σκηνοθέτη, κυρίως με τον δεύτερο, εφόσον είναι αυτός που παρουσιάζεται ως ο «σταρ» της ταινίας. Μάλιστα, παρατηρείται ότι στα τρέιλερ των δεύτερων ή τρίτων ταινιών του ίδιου σκηνοθέτη, αναφέρεται είτε το όνομά του (*Άλπεις*, *Ξενία*, *Μαχαιροβγάλτης*, *Το μικρό ψάρι*, *Chevalier* και *Ο Αστακός*), είτε – όπως στην ταινία *Άλπεις* – αναφέρεται ως ο δημιουργός της προηγούμενης ταινίας του. Το *κοινό-στόχος* έχει δει ή τουλάχιστον έχει πληροφορηθεί για τις προηγούμενες ταινίες, οπότε επιτυγχάνεται μια σύνδεση σε πολλά διαφορετικά επίπεδα, που αφορά το είδος, τους ηθοποιούς, το «παράξενο» στοιχείο, την οπτική γωνία του σκηνοθέτη, τη διεθνή αναγνώριση που είχε λάβει και

τις φεστιβαλικές της διακρίσεις ή τα βραβεία που ενδεχομένως εισέπραξε. Για παράδειγμα, στην περίπτωση της ταινίας *Άλπεις* στο επίσημο τρέιλερ που κυκλοφορεί στο you tube αναφέρεται ο Γ. Λάνθιμος ως «Ο σκηνοθέτης του προτεινόμενου για Όσκαρ – *Κυνόδοντα*» (*Alps - Theatrical Trailer*). Επομένως, επιτυγχάνεται μια σύνδεση όχι μόνο με την προηγούμενη ταινία του σκηνοθέτη αλλά και με τον ίδιο, με την υποψηφιότητά του για Όσκαρ και με το ιδιαίτερο είδος, στο οποίο ανήκουν οι δυο αυτές ταινίες. Αφενός ο θεατής ξέρει τι να περιμένει με την προσέλευσή του στις κινηματογραφικές αίθουσες, αφετέρου ενισχύεται η επιρροή του τρέιλερ μέσα από την υπόσχεση μιας ποιητικής εμπειρίας ενός ήδη αναγνωρισμένου σκηνοθέτη, που έχει στο ενεργητικό του μια υποψηφιότητα στα πιο δημοφιλή βραβεία του κόσμου.

Ως προς το στοιχείο της αφήγησης της υπόθεσης των ταινιών, τα τρέιλερ δεν επιτυγχάνουν την «αποκωδικοποίηση» του τίτλου τους, ίσως γιατί δεν αποσκοπούν σε αυτό. Το στοιχείο της «παράξενης» υπόθεσης εναρμονίζεται πλήρως με το τρέιλερ στο you tube (οι υπερσύνδεσμοι για τα τρέιλερ στο you tube παρατίθενται στον πίνακα 28). Υπάρχει μια σαφής σύνδεση με τον κεντρικό πυρήνα της πλοκής, όπως η αυτοκτονία του κοριτσιού στο τρέιλερ του *Miss Violence* ή η αναφορά στον κυνόδοντα στην ομώνυμη ταινία. Ωστόσο, τα τρέιλερ δεν προιδιαίζουν σε τίποτα αναφορικά με την πορεία της πλοκής, ενισχύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τη σύνδεση των ταινιών με το Νέο Κύμα. Επίσης, το είδος της ταινίας ταυτίζεται και αυτό με την παράξενη υπόθεση των ταινιών. Δεν πρόκειται απλά για ταινίες κοινωνικού δράματος. Η ιδιαίτερη επωνυμία που δημιούργησαν και καθιέρωσαν οι εκφραστές του κύματος αναδεικνύεται μέσα από κάθε πτυχή των τρέιλερ, χωρίς να αφήνει περιθώριο αμφισβήτησης στον θεατή ότι πρόκειται για μια «παράξενη» ταινία.

**Πίνακας 28: Υπερσύνδεσμοι (links) για τα τρέιλερ στο you tube**

ΤΑΙΝΙΕΣ	YOU TUBE TRAILER
<i>Κυνόδοντα</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kuyFzZ5OHIM">https://www.youtube.com/watch?v=kuyFzZ5OHIM</a>
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mR1xgXQVpYc">https://www.youtube.com/watch?v=mR1xgXQVpYc</a>
<i>Στρέλλα</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=bNP6leO8cDw">https://www.youtube.com/watch?v=bNP6leO8cDw</a>
<i>Attenberg</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=2582qyfXOSs">https://www.youtube.com/watch?v=2582qyfXOSs</a>
<i>Wasted Youth</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=94RN0VRQ29w">https://www.youtube.com/watch?v=94RN0VRQ29w</a>
<i>Χώρα Προέλευσης</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Hvul36R5R7A">https://www.youtube.com/watch?v=Hvul36R5R7A</a>
<i>Άλπεις</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=zl0ovVe0U4&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=zl0ovVe0U4&amp;t=1s</a>
<i>Μαχαιροβγάλτης</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=IQ4EA97XNhY">https://www.youtube.com/watch?v=IQ4EA97XNhY</a>
<i>Miss Violence</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=4txNVRlpcok">https://www.youtube.com/watch?v=4txNVRlpcok</a>
<i>Το Αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6eD6s7v5r70">https://www.youtube.com/watch?v=6eD6s7v5r70</a>
<i>L</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Xa08bewnYI">https://www.youtube.com/watch?v=Xa08bewnYI</a>
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dbJkYigSV0Q">https://www.youtube.com/watch?v=dbJkYigSV0Q</a>

<b>Το Μικρό Ψάρι</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MJNCL9GKL6k">https://www.youtube.com/watch?v=MJNCL9GKL6k</a>
<b>Ξενία</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=-1WYGsuOdYc">https://www.youtube.com/watch?v=-1WYGsuOdYc</a>
<b>Νορβηγία</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kXCcfzMTjdc">https://www.youtube.com/watch?v=kXCcfzMTjdc</a>
<b>Ο Αστακός</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=vU29VfayDMw">https://www.youtube.com/watch?v=vU29VfayDMw</a>
<b>Chevalier</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FZckUiocInM">https://www.youtube.com/watch?v=FZckUiocInM</a>

Πηγή: Τα στοιχεία του Πίνακα αντλήθηκαν από την πλατφόρμα του you tube (τελευταία ημερομηνία πρόσβασης 14/8/2020)

Στην περίπτωση των ταινιών του Νέου Κύματος, εκτός από τα προαναφερθέντα στοιχεία, σε όλες τις ταινίες προβάλλονται και φεστιβάλ στα οποία έχει λάβει μέρος η ταινία, γεγονός που αποτελεί επιβεβαίωση της γενικότερης προωθητικής εκστρατείας των ταινιών. Οι ταινίες απευθύνονται σε ένα πιο *σινεφίλ* κοινό, το οποίο επηρεάζεται από φεστιβαλικές συμμετοχές και διακρίσεις των ταινιών που εμμέσως επιβεβαιώνουν την ποιότητα της προσφερόμενης εμπειρίας. Ένα ακόμη στοιχείο επιρροής σε αυτή την κατηγορία του κοινού είναι οι θετικές κριτικές, για αυτό και σε δύο περιπτώσεις, αυτές του *Miss Violence* και του *Chevalier*, παρατηρείται η παράθεση κριτικών της ταινίας κατά τη διάρκεια του τρέιλερ. Συγκεκριμένα, στο τρέιλερ της ταινίας *Miss Violence* προβάλλονται οι εξής κριτικές:

*«One of the most powerful experiences we've had in a theater for a long time»*  
(Μία από τις πιο δυνατές εμπειρίες που είχαμε σε κινηματογραφική αίθουσα εδώ και πολύ καιρό)

*Indiewire*

*«A compelling film»*  
(Μία συναρπαστική ταινία)

*Flick Feast*

*«Could not have been better acted and constructed to achieve its grim intensity»*  
(Δεν θα μπορούσε να έχει καλύτερα εκτελεστεί και δημιουργηθεί προκειμένου να επιτύχει τη δεινή της ένταση)

Nick James – *Sight and Sound*

Οι κριτικές αυτές προέρχονται από ιστότοπους, οι οποίοι παρακολουθούν και παρουσιάζουν τις εξελίξεις στο διεθνές κινηματογραφικό τοπίο (*Indiewire*, *Flick Feast*, *Sight and Sound*) ενημερώνοντας για πρεμιέρες, φεστιβάλ και βραβεία, παραθέτοντας κριτικές, στηρίζοντας την έρευνα και ανάπτυξη του κινηματογραφικού τοπίου, προσφέροντας ακόμη και χρηματοδότηση. Πρόκειται για δημοφιλείς ιστότοπους με τεράστια επισκεψιμότητα, που σίγουρα είναι γνώριμοι στο *σινεφίλ* κοινό και έχουν χτίσει, μέσα από τη μακρόχρονη και πολύπλευρη πορεία τους, μια σχέση εμπιστοσύνης με αυτό. Μάλιστα,

στην περίπτωση της κριτικής του *Sight and Sound* αναφέρεται και το όνομα του κριτικού που την έγραψε, Nick James, ενδεχομένως λόγω της πολυετούς δημοσιογραφικής του πορείας σε πολλά διακεκριμένα περιοδικά (Nick James /critic, χ.χ.) ενισχύοντας κατά αυτόν τον τρόπο την επιρροή που ασκεί η κριτική σε ένα *σινεφίλ* κοινό.

Εκτός από τα φεστιβάλ και τις κριτικές, σε πολλές περιπτώσεις, προκειμένου να ενισχυθεί η «δύναμη» των τρέιλερ μιας ταινίας, εντάσσονται σε αυτό που σήμερα ονομάζεται «teaser campaign» (καμπάνια τίζερ). Πρόκειται για μια επικοινωνιακή προωθητική εκστρατεία, η οποία ξεκινά εβδομάδες ή ακόμα και μήνες πριν από την πρεμιέρα της ταινίας, προκειμένου να προσελκύσει το ενδιαφέρον του κοινού ώστε να αναζητήσει περισσότερες πληροφορίες για την ταινία αργότερα (Marich, 2005, σελ. 15-16). Τα τίζερ τρέιλερ (teaser trailer) είναι μικρότερης διάρκειας από τα επίσημα, περιέχουν στοιχεία της ταινίας, δημοσιοποιούνται καιρό (συνήθως μήνες) πριν την πρεμιέρα προιδιαίζοντας για την υπόθεσή της και, τέλος, ενδέχεται να δημιουργηθούν και να δημοσιευθούν και πριν την ολοκλήρωση της παραγωγής της ακόμη (Sfetcu, 2014).

Στην περίπτωση που εξετάζουμε συναντάμε τίζερ τρέιλερ (teaser trailers) σε πολλές από τις ταινίες, όπως στην ταινία *Chevalier* ([Chevalier international teaser trailer](#)). Εκεί, το τίζερ τρέιλερ αποτελεί απλά μια πιο σύντομη εκδοχή του επίσημου τρέιλερ της ταινίας - μόλις ενός λεπτού μικρότερης διάρκειας. Αντιθέτως, στην περίπτωση της ταινίας *Νορβηγία* το τίζερ τρέιλερ είναι το μοναδικό από όσα εξετάζουμε που πληροί όλα τα χαρακτηριστικά ενός τρέιλερ αυτού του είδους ([Νορβηγία- trailer](#)). Είναι σύντομο σε διάρκεια (59 δευτερόλεπτα), εξάπτει την περιέργεια του θεατή απεικονίζοντας τον πρωταγωνιστή να χορεύει στο σκοτάδι φορώντας λαμπάκια και, τέλος, παραθέτει τον τίτλο της ταινίας και το σλόγκαν «Κάποιοι χορεύουν και κάτω από το χάμα», παρέχοντας βασικές πληροφορίες για την ταινία (τίτλος) και την υπόθεσή της (προβολή πρωταγωνιστικού χαρακτήρα και σύνδεση σλόγκαν-πλοκής). Προχωρώντας στην ταινία *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά* υπάρχουν τέσσερα τίζερ τρέιλερ διαθέσιμα στο διαδίκτυο, τα οποία είναι δημοσιευμένα και στο facebook. Τα τρέιλερ απευθύνονται μόνο στο ελληνικό κοινό και έχουν δημοσιευθεί λίγες μέρες πριν την πρεμιέρα της ταινίας. Όπως προαναφέρθηκε και στην Ενότητα 5.2, ο πρωταγωνιστής δίνει μία λέξη και το κοινό καλείται να εκφράσει συνειρμούς που κάνει ακούγοντας τη λέξη αυτή («αιώνια», «επιστροφή», «Αντώνης», «Παρασκευάς»). Δεν πρόκειται για τίζερ τρέιλερ με την έννοια της δημοσίευσής τους πριν το επίσημο τρέιλερ της ταινίας, όμως εξυπηρετούν τον σκοπό τους, δηλαδή να εντείνουν την περιέργεια του αναγνώστη δίνοντας κάποιες πληροφορίες σχετικά με την ταινία (προφανώς τον τίτλο και τον κεντρικό χαρακτήρα). Τέλος, μία ακόμη περίπτωση άξια σχολιασμού είναι το τίζερ τρέιλερ της ταινίας *Attenberg*. Ενώ δε διαφέρει σε διάρκεια από το επίσημο τρέιλερ της ταινίας, ωστόσο είναι διαφορετικό, αναδεικνύοντας κάποιες χαρακτηριστικές στιγμές της ταινίας με σκοπό να πληροφορήσει το κοινό για το περιεχόμενο και το είδος της ([Attenberg teaser trailer EN](#)).

Το πόσο επιτυχή ήταν τα τρέιλερ των ταινιών δεν μπορεί πρακτικά να μετρηθεί με την έννοια του βαθμού επιρροής τους στην απόφαση του κοινού να μεταβεί στις κινηματογραφικές αίθουσες. Σαφώς και τα σχόλια που παρατίθενται κάτω από τα τρέιλερ αποτελούν έναν δείκτη των εντυπώσεων του κοινού, αν και μετά από έρευνα διαπιστώθηκε ότι αυτά ποικίλουν, από ενθουσιώδη σχόλια αναφορικά με τον σκηνοθέτη ή προηγούμενες (αν υπήρχαν) ταινίες του, μέχρι ακραία περιφρονητικά σχόλια για το είδος και το περιεχόμενο των ταινιών αυτών. Οι θεάσεις (*views*), επίσης, των τρέιλερ, αν και δεν καταδεικνύουν την τελική επιλογή του κοινού, αποτελούν όμως στοιχεία έκφρασης του ενδιαφέροντος των χρηστών για τις ταινίες. Και πάλι όμως, εδώ υπάρχουν τεράστιες αποκλίσεις που εκτείνονται από δύομιση μόλις χιλιάδες θεάσεις για την ταινία *Ξενία* του Π. Κούτρα μέχρι ενάμιση εκατομμύριο θεάσεις για τον *Κυνόδοντα* του Γ. Λάνθιμου και πρέπει να εξεταστούν σε σχέση με τα χρόνια, τα οποία είναι διαθέσιμο το τρέιλερ στο *you tube*, τη δημοτικότητα του σκηνοθέτη και την αντίστοιχη προβολή που έχει δεχθεί η ταινία από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

#### 5.4 Το επικοινωνιακό προφίλ των ταινιών μέσα από τις συνόψεις

Η σύνοψη μιας ταινίας διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο για την προώθησή της σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής της. Ακόμη και πριν αρχίσουν τα γυρίσματα συντάσσεται μια σύνοψη της ιδέας και της βασικής πλοκής, για να παρουσιαστεί σε πιθανούς χρηματοδότες και στους *sales agents*, προκειμένου οι δεύτεροι να προσδιορίσουν το είδος της ταινίας και να σχεδιάσουν τον τρόπο προώθησής της (Kerrigan, 2010, σελ. 126). Συνόψεις παρουσιάζονται επίσης και στους πιθανούς διανομείς προς ανεύρεση χρηματοδότησης (Bosko, 2003, σελ. 121), στην επίσημη ιστοσελίδα της ταινίας, στους δημοσιογράφους και στις ιστοσελίδες που αξιολογούν και προτείνουν ταινίες προς θέαση και, τέλος, κατά τη συμμετοχή τους σε φεστιβάλ.

Στην εν λόγω μελέτη ερευνήσαμε τρία είδη συνόψεων, τις συνόψεις από την ιστοσελίδα [IMDb](http://IMDb), από τις επίσημες ιστοσελίδες των ταινιών και από τις συμμετοχές σε φεστιβάλ (βλ. πίνακα 29). Στόχος μας ήταν να διαγνωσθεί ο τρόπος προσέγγισης διαφορετικών αποδεκτών σε κάθε περίπτωση και να ανευρεθούν τα κοινά ή διαφορετικά σημεία ως προς τον τρόπο παρουσίασης της υπόθεσης των ταινιών, τον προσδιορισμό του *κοινού-στόχου* και του είδους τους.

Το μεγαλύτερο μέρος των συνόψεων ξεκινά με μια πρόταση που ενημερώνει για τους κεντρικούς χαρακτήρες και τον τόπο όπου διαδραματίζεται η υπόθεση (βλ. πίνακα 29). Όπως είναι αναμενόμενο, από την πρώτη κιάλας πρόταση οι συνόψεις παρουσιάζουν τις ταινίες ως κοινωνικά δράματα που θα μπορούσαν να διαδραματίζονται σε ένα οποιοδήποτε περιβάλλον, καθώς απευθύνονται σε ένα πιο διεθνοποιημένο κοινό. Η πρακτική αυτή ακολουθείται στην περίπτωση των ταινιών *Κυνόδοντα*, *Attenberg*, *Άλπεις*, *Miss*

*Violence, L, Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά, Το μικρό ψάρι, Νορβηγία και Ο Αστακός.* Οι υπόλοιπες ωστόσο, τοποθετούν τους χαρακτήρες και την εξέλιξη του δράματος στο ελληνικό τοπίο (*Ακαδημία Πλάτωνος, Στρέλλα, Μαχαιροβγάλτης, Ξενία και Chevalier*), δίνοντας έμφαση στην εγχώρια ταυτότητα του προϊόντος. Μάλιστα στη σύνοψη της ταινίας *Χώρα προέλευσης* γίνεται ευθέως αναφορά στο παραγμένο ελληνικό πολιτικό τοπίο.

**Πίνακας 29: Πρώτη πρόταση των συνόψεων των ταινιών**

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΠΡΩΤΗ ΑΤΑΚΑ ΣΥΝΟΨΕΩΝ
<i>Κυνόδοντας</i>	<b>IMDb:</b> Three teenagers are confined to an isolated country estate that could very well be on another planet. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> The father, the mother and their three kids live in a house at the outskirts of a city. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Ο πατέρας, η μητέρα και τα τρία τους παιδιά ζουν σε μια μονοκατοικία έξω από την πόλη.
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	<b>IMDb:</b> Stavros, a Greek shopkeeper cares for his aging mother after a stroke. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Every day Stavros raises the metal shutters of his cigarette store, puts out the newspapers in front and then sets out the chairs where he and his friends sit all day, looking out on the dusty intersection and surrounding grey buildings that shelter their businesses. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Κάθε πρωί, ο Σταύρος σηκώνει τα μεταλλικά στόρια του ψιλικατζιδίκου, κρεμάει τις αθλητικές εφημερίδες και τακτοποιεί τις καρέκλες όπου θα κάτσει με τους φίλους του όλη τη μέρα.
<i>Στρέλλα</i>	<b>IMDb:</b> George is released from prison after 14 years of incarceration for a murder he committed in his small Greek village. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Yiorgos is released after having served a 14-year sentence for a murder he committed in his native village. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Attenberg</i>	<b>IMDb:</b> Marina, 23, is growing up with her architect father in a prototype factory town by the sea. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Marina, a twenty-three year-old girl, lives with her architect father in a prototype factory town by the sea. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Wasted Youth</i>	<b>IMDb:</b> Harris, a 16 year old boy spends his day skateboarding aimlessly around Athens with his friends. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Δε βρέθηκε. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Χώρα Προέλευσης</i>	<b>IMDb:</b> In a country shaken by major political events, three generations of a Greek family clash over an inside-the-family adoption. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Thessaloniki. Stergios, a shady and tormented guy, turns 27. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> "ΕΞΑΠΑΤΗΣΕΙ!" "ΠΡΟΔΩΣΕΙ!" "ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΗΣΕΙ!" Η Χώρα Προέλευσης είναι μια ταινία για μια χώρα και μια οικογένεια σε ελεύθερη πτώση.
<i>Άλλεις</i>	<b>IMDb:</b> A group of people start a business where they impersonate the recently deceased in order to help their clients through the grieving process. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> A nurse, a paramedic, a gymnast and her coach have formed a service for hire. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Μαχαιροβγάλτης</i>	<b>IMDb:</b> Following his father's death, Nikos leaves the provinces to work in Athens guarding his brutish uncle's dogs. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Δε βρέθηκε. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Ο Νίκος περνάει αναρά τις μέρες του στην επαρχία χωρίς παρόν και χωρίς μέλλον.

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΠΡΩΤΗ ΑΤΑΚΑ ΣΥΝΟΨΕΩΝ
<i>Miss Violence</i>	<b>IMDb:</b> It's Angeliki's 11th birthday celebration, and a well-organised party is held in her honour. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Unhappy birthday: during her party, 11-year old Angeliki commits suicide. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> On the day of her birthday, eleven-year-old Angeliki jumps off the balcony and falls to her death.
<i>Το Αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	<b>IMDb:</b> Three days in the life of an Athens boy who is without a job, a girlfriend, or anything to eat. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Δε βρέθηκε. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>L</i>	<b>IMDb:</b> A man lives in his car. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> A man lives in his car. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> A man lives in his car.
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	<b>IMDb:</b> Anthonis arrives in a hotel near the sea. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Δε βρέθηκε. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Ο Αντώνης φτάνει σ' ένα ξενοδοχείο κοντά στη θάλασσα.
<i>Το Μικρό Ψάρι</i>	<b>IMDb:</b> By night, Stratos works in a bread factory but by day, he's a professional hit man. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> By night, Stratos works in a bread factory but by day, he's a professional hit man. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Ξενία</i>	<b>IMDb:</b> Strangers in their own birthplace, 16-year-old Danny and 18-year-old Odysseus cross the entire country in search of their Greek father, after their Albanian mother passes away. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> After the death of their mother, Dany, 16, leaves Crete to join his older brother, Odysseas, who lives in Athens. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Νορβηγία</i>	<b>IMDb:</b> Photophobic Zano, arrives in the big city for the very first time. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> Photophobic Zano, arrives in the big city for the very first time. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Ο Αστακός</i>	<b>IMDb:</b> A love story set in a dystopian near future where single people are arrested and transferred to a creepy hotel. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> A love story set in the near future where single people, according to the rules of The City, are arrested and transferred to The Hotel. <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> Δε βρέθηκε.
<i>Chevalier</i>	<b>IMDb:</b> In the middle of the Aegean Sea, six men on a fishing trip on a luxury yacht decide to play a game. <b>ΦΕΣΤΙΒΑΛ:</b> At a certain point late into Athina Rachel Tsangari's scabrous and frequently hilarious <i>Chevalier</i> , one of the six, well-off, male main characters opines, "Wouldn't it be great to always be on holiday?" <b>ΕΠΙΣΗΜΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ:</b> In the middle of the Aegean Sea, on a luxury yacht, six men on a fishing trip decide to play a game.

Περνώντας σε μια πιο εξειδικευμένη ανάλυση εξετάζονται σε πρώτο στάδιο οι συνόψεις των ταινιών στον ιστότοπο του *IMDb*<sup>71</sup>, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως «storylines» γραμμένες όχι από τους παραγωγούς της ταινίας, αλλά από χρήστες του ιστότοπου. Σαφώς και δεν αντικατοπτρίζουν την πρόθεση του πομπού και τον προσδιορισμό του είδους και του *κοινού-στόχου* από τον ίδιο, προσφέρουν όμως μια περιληψη του πώς αντιλήφθηκε και ερμήνευσε το μήνυμα ο δέκτης, προκειμένου να καταδειχθεί αν υπάρχει ταύτιση μεταξύ του απεσταλμένου και του προσληφθέντος μηνύματος.

71. Το *IMDb* (Internet Movie Database) είναι μια διαδικτυακή βάση δεδομένων με πληροφορίες σχετικά με ταινίες, προγράμματα τηλεόρασης και βίντεο-παιχνίδια (*IMDb*).



Συγκρίνοντας, λοιπόν, τις συνόψεις του *IMDb* με αυτές που παρουσιάστηκαν κατά την αντίστοιχη συμμετοχή των ταινιών σε φεστιβάλ, παρατηρείται φυσικά μια σύγκλιση ως προς το περιεχόμενο. Αξιοποιώντας την περίληψη της ταινίας *Κυνόδοντας* ως παράδειγμα, παρατηρούνται αρκετά κοινά σημεία στη βασική πλοκή.

**IMDb:** Three teenagers are confined to an isolated country estate that could very well be on another planet. The trio spend their days listening to endless homemade tapes that teach them a whole new vocabulary. Any word that comes from beyond their family abode is instantly assigned a new meaning. Hence 'the sea' refers to a large armchair and 'zombies' are little yellow flowers. Having invented a brother whom they claim to have ostracized for his disobedience, the über-controlling parents terrorize their offspring into submission. The father is the only family member who can leave the manicured lawns of their self-inflicted exile, earning their keep by managing a nearby factory, while the only outsider allowed on the premises is his colleague Christina, who is paid to relieve the son of his male urges. Tired of these dutiful acts of carnality, Christina disturbs the domestic balance (*Κυνόδοντας (2009) IMDb*).

**Festival Synopsis:** The father, the mother and their three kids live in a house at the outskirts of a city. There is a tall fence surrounding the house. The kids have never left the house. They are being educated, entertained, bored and exercised in the manner that their parents deem appropriate, without any influence from the outside world. They believe that the airplanes flying over are toys and that zombies are small yellow flowers. The only person allowed to enter the house is Christina. She works as a security guard at the father's business. The father arranges her visits to the house in order to appease the sexual urges of the son. The whole family is fond of her, especially the eldest daughter. One day Christina gives her as a present a headband that has stones that glow in the dark and asks for something. (Festival de Cannes) (2009) (*Un Certain Regard- Kynodontas synopsis*)

Και οι δύο συνόψεις κάνουν λόγο για τρία παιδιά-εφήβους που ζουν σε μια απομονωμένη οικία, επιδιόδμενα σε συγκεκριμένες δραστηριότητες, ώσπου μια μέρα εμφανίζεται η Χριστίνα, προσληφθείσα από τον πατέρα προκειμένου να κατευνάσει τις ορμές του μεγαλύτερου γιού της οικογένειας. Παράλληλα, το είδος της ταινίας ταυτίζεται και στις δύο περιπτώσεις. Πρόκειται για ένα σύγχρονο κοινωνικό δράμα, το οποίο μπορεί να διαδραματίζεται σε οποιοδήποτε μέρος, με κωμικά στοιχεία πλοκής («Any word that comes from beyond their family abode is instantly assigned a new meaning. Hence 'the sea' refers to a large armchair and 'zombies' are little yellow flowers», «They believe that the airplanes flying over are toys and that zombies are small yellow flowers»<sup>72</sup>).

72. «Σε οποιαδήποτε λέξη που προέρχεται εκτός της οικογενειακής κατοικίας αμέσως αποδίδεται ένα νέο νόημα. Επομένως «η θάλασσα» αναφέρεται σε μια μεγάλη πολυθρόνα και «τα ζόμπι» είναι μικρά κίτρινα λουλούδια», «Πιστεύουν ότι τα αεροπλάνα που πετούν είναι παιχνίδια και ότι τα ζόμπι είναι μικρά κίτρινα λουλούδια».

Ωστόσο, αξιοπρόσεχτος είναι ο τρόπος που παρουσιάζεται η πλοκή της υπόθεσης δίνοντας έμφαση σε διαφορετικά στοιχεία και χαρακτήρες. Στην πρώτη περίληψη το θεματικό κέντρο αποτελούν οι ήρωες, τα τρία παιδιά και ο πατέρας τους, καθώς παρουσιάζεται ως ο «υπαίτιος» της όλης κατάστασης. Στη δεύτερη περίληψη αναφέρονται κυρίως τα παιδιά και ο τρόπος ζωής τους χωρίς καμία επεξήγηση ή αιτιολόγηση αυτού. Επίσης, η δεύτερη σύνοψη τελειώνει με σκοπό να εξάψει την περιέργεια του αποδέκτη («One day Christina gives her as a present a headband that has stones that glow in the dark and asks for something»)<sup>73</sup>, ενώ η πρώτη παραθέτει μια πιο ολοκληρωμένη «λύση» του δράματος («Tired of these dutiful acts of carnality, Christina disturbs the domestic balance»)<sup>74</sup>. Μία ακόμα ενδιαφέρουσα διαφορά είναι η ξεκάθαρα υποκειμενική ματιά του συγγραφέα της σύννοψης του *IMDb* με την προσθήκη έμμεσων σχολίων-προσδιορισμών, όπως, «that could very well be on another planet» («αυτό θα μπορούσε άνετα να είναι σε άλλο πλανήτη»), «über-controlling» («υπερ-εξουσιαστικός»), ενώ στην επίσημη σύνοψη τέτοιου είδους χαρακτηρισμοί απουσιάζουν. Τέλος, διαφαίνεται η οριοθέτηση του κοινού στο οποίο απευθύνεται η ταινία. Στη δεύτερη περίπτωση, η σύνοψη παρουσιάζει την ταινία να απευθύνεται στο νεανικό κοινό, καθώς αυτό είναι που θα ταυτιστεί με τον «εγκλωβισμό» των εφήβων σε μια διαστρεβλωμένη πραγματικότητα και στην απόκρυψη της αλήθειας, ενώ στη πρώτη το κοινό διευρύνεται και σε μεγαλύτερες ηλικίες, εφόσον γίνεται αναφορά και στον πατέρα, ως μια αυταρχική φιγούρα που επιβάλλει στα παιδιά του αυτόν τον τρόπο ζωής.

Αν και δε διαπιστώνεται στην συγκεκριμένη ταινία, σε άλλες ωστόσο υπάρχει αναφορά στον σκηνοθέτη της ταινίας και τη συμμετοχή του σε φεστιβάλ (*Στρέλλα, Το μικρό ψάρι, Chevalier*). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η σύνοψη της ταινίας *Στρέλλα* στο [Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου Βερολίνου](#) με άμεση αναφορά όχι μόνο στον σκηνοθέτη αλλά και στις συνθήκες παραγωγής της ταινίας.

«Having been rejected by state funding bodies, Panos H. Koutras was obliged to make his film without any financial support whatsoever. All the major production companies also turned him down. And so STRELLA became a completely independent production; filmed over a period of almost ten months, nearly all the roles are played by non-professionals».<sup>75</sup>

Αρχικά, συστήνεται ο πρωτοεμφανιζόμενος σκηνοθέτης Πάνος Κούτρας και καταδεικνύεται η δυσκολία υλοποίησης του οράματός του. Επίσης, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση

73. «Μια μέρα η Χριστίνα της δίνει ως δώρο μία στέκα που έχει πέτρες που λάμπουν στο σκοτάδι και ζητάει κάτι».

74. «Κουρασμένη από αυτές τις σεξουαλικές πράξεις καθήκοντος, η Χριστίνα διαταράσσει την σπιτική ισορροπία».

75. «Έχοντας απορριφθεί από τους φορείς της κρατικής χρηματοδότησης, ο Πάνος Κούτρας υποχρεώθηκε να κάνει την ταινία του χωρίς καμία οικονομική στήριξη. Όλες οι μεγάλες εταιρίες παραγωγής επίσης τον απέρριψαν. Και έτσι η *Στρέλλα* έγινε μια εξ ολοκλήρου ανεξάρτητη παραγωγή κινηματογραφημένη σε μία περίοδο σχεδόν δέκα μηνών, σχεδόν όλοι οι ρόλοι παίζονται από ερασιτέχνες».

στο γεγονός ότι οι πρωταγωνιστές είναι ερασιτέχνες ηθοποιοί, ενδεχομένως ως ένα στοιχείο που θα ενισχύσει ακόμα περισσότερο την ταύτιση του θεατή με αυτούς.

Προχωρώντας, χρήσιμο θα ήταν να γίνουν κάποιες παρατηρήσεις συγκρίνοντας τις συνόψεις των φεστιβάλ (ίδιες με αυτές των press kits) με αυτές των ιστοσελίδων, προκειμένου να διαπιστωθεί πώς επιθυμεί ο πομπός να πλασαριστούν αυτές, αν υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά που εντάσσονται στο Νέο Κύμα<sup>76</sup> και πώς προσδιορίζεται το κοινό-στόχος.

Αναφορικά με τις συνόψεις στις επίσημες ιστοσελίδες διαπιστώνεται ότι είναι οι ίδιες με αυτές που εμπεριέχονται στα press kits με κοινή θεματική στην πλειονότητα τους (βλ. πίνακα 30). Άνθρωποι «εγκλωβισμένοι» σε μια θλιβερή πραγματικότητα, οι οποίοι έρχονται αντιμέτωποι με ένα αναπάντεχο γεγονός, που τους ανατρέπει τη ζωή.

### Πίνακας 30: Συνόψεις ταινιών

**Κυνόδοντας:** Έφηβοι εγκλωβισμένοι σε ένα σπίτι βιώνουν μια διαστρεβλωμένη πραγματικότητα, ώσπου μια μέρα μια γυναίκα έρχεται να ανατρέψει τα πάντα.

**Ακαδημία Πλάτωνος:** Ο ξενοφοβικός πρωταγωνιστής διάγει την καθημερινότητά του φερόμενος ρατσιστικά απέναντι σε αλλοεθνείς, ώσπου αρκεί η αντίδραση μιας ηλικιωμένης γυναίκας απέναντι σε έναν άνθρωπο αλβανικής καταγωγής για να του αλλάξει τη ρουτίνα.

**Attenberg:** Η πρωταγωνίστρια, ενώ αποστρέφεται το ανδρικό γένος, αλλάζει όλη την κοσμοθεωρία της όταν γνωρίζει έναν νέο άνδρα.

**Χώρα προέλευσης:** Η σύγκρουση ανάμεσα στην παλαιότερη με τη νεότερη γενιά μιας οικογένειας με ολέθριες συνέπειες για τη ζωή όπως την ήξεραν μέχρι τότε.

**Μαχαιοβογάλης:** Ο πρωταγωνιστής εγκαταλείπει την καθημερινότητά του στην επαρχία για να αναζητήσει εργασία στην πόλη, μια απόφαση που θα αλλάξει τα πάντα για αυτόν.

**Miss Violence:** Η εικόνα μιας φαινομενικά συνηθισμένης οικογένειας έρχεται να αποδομηθεί από την αυτοκτονία της μικρής τους κόρης.

**L:** Ένας άντρας έχει μια πολύ συγκεκριμένη ρουτίνα, η οποία καθορίζεται από το επάγγελμά του. Η απόλυσή του έρχεται να ανατρέψει ολόκληρη τη ζωή του.

**Ο Αστακός:** Μια μελλοντική κοινωνία με θεσπισμένους κανόνες ως προς την αναζήτηση συντρόφου έρχεται να αναστατωθεί, όταν δύο άνθρωποι ερωτεύονται ανατρέποντας τους κανόνες αυτούς.

Όλες οι συνόψεις είναι ανθρωποκεντρικές, καθώς αναδεικνύονται οι ήρωες και όχι το κοινωνικό πρόβλημα, ενδεχομένως σε μια απόπειρα να ταυτιστεί το κοινό με τους πρωταγωνιστές. Επίσης, σε όλες υπάρχει το στοιχείο της έκπληξης, καθώς τελειώνουν με μια ανατροπή που αλλάζει την πορεία της ταινίας και οδηγεί σε ένα απρόβλεπτο τέλος. Εν κατακλείδι, ως προς το είδος τους, όλες κατατάσσονται (σύμφωνα με τις συνόψεις

76. Μόνο στην ταινία *Chevalier* υπάρχει άμεση αναφορά στο Νέο Κύμα (Tsangari sets her “vacation” almost exclusively on a boat, taking the Greek Weird Wave to sea on a ship of fools which becomes a self-contained...), αλλά δεν αποτελεί πρόθεση του πομπού, καθώς είναι γραμμένη από τον επικεφαλής του προγραμματισμού του Locarno Film Festival παρουσιάζοντας την ταινία στο κοινό (Peranson, 2015).

τους) στο είδος του κοινωνικού δράματος, με κάποιες από αυτές να εμπεριέχουν και κωμικά στοιχεία (*Κυνόδοντας*, *Ο Αστακός*, *Chevalier*).

Ως προς την ιδιαίτερη αισθητική και τον τρόπο σκηνοθεσίας των ταινιών, σε καμία σύνοψη δεν τονίζεται το «παράξενο» στοιχείο της ταινίας είτε ως στοιχείο προσέλευσης του ενδιαφέροντος του κοινού, είτε ως στοιχείο αναγνώρισης της εκάστοτε ταινίας ως ανήκουσας στο Νέο Κύμα. Αντιθέτως, όλες προβάλλουν ως κεντρικό πυρήνα τους πρωταγωνιστές ως απλούς καθημερινούς ανθρώπους (εκτός της ταινίας *Νορβηγία*), οι οποίοι μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε και να είναι ο οποιοσδήποτε από το κοινό βιώνοντας μια κοινή με αυτό πραγματικότητα.

Αναφορικά με τις *ατάκες* (*taglines*) των ταινιών (βλ. πίνακα 31), αυτές διαμορφώνονται σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά του είδους του δράματος στο οποίο ανήκουν οι ταινίες. Σκοπός τους είναι να αποδώσουν με περιεκτικό τρόπο μια «σπαρακτική» πρόγνωση της ταινίας, δίνοντας αφορμή για προβληματισμό. Ο ρόλος τους δεν είναι μόνο η προώθηση της ταινίας, αλλά προχωρούν και πέρα από αυτό, δρώντας αυτόνομα και ανεξάρτητα από αυτήν, μεταφέροντας το δικό τους μήνυμα (Gettl, 2010, σελ. 6). Στις ταινίες *Ακαδημία Πλάτωνος*, *Χώρα προέλευσης* και *Ξενία* οι *ατάκες* θέτουν το θέμα της ταινίας λειτουργώντας ως δέκτες προσανατολισμού του είδους και της θεματικής των ταινιών αυτών, λειτουργούν ωστόσο και αυτόνομα, δίνοντας αφορμή για προβληματισμό. Οι υπόλοιπες (των ταινιών *Κυνόδοντας*, *Attenberg*, *Chevalier*, *Άλπεις*, *Μαχαιροβγάλτης* και *Miss Violence*), εκτός του *Ο Αστακός* προβάλλουν το «παράξενο» στοιχείο της υπόθεσης της ταινίας, χωρίς να αποσαφηνίζουν τον τίτλο της ή να προϊδεάζουν τον θεατή για την προσφερόμενη εμπειρία.

Πίνακας 31: Ατάκες των ταινιών από το IMDb

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΑΤΑΚΑ
<i>Κυνόδοντας</i>	The cat is the most feared animal there is! (Η γάτα είναι το πιο τρομαχτικό ζώο που υπάρχει!)
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	How can you throw out the stranger, when he hides inside you? (Πώς μπορείς να διώξεις τον ξένο, όταν αυτός κρύβεται μέσα σου;)
<i>Στρέλλα</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Attenberg</i>	Sexy, strange and beautifully deranged. (Σέξι, παράξενη και υπέροχα ανισόρροπη).
<i>Wasted Youth</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Χώρα προέλευσης</i>	Deceive. Betray. Terrorize. (Εξαπάτησε. Πρόδωσε. Τρομοκράτησε.)
<i>Άλπεις</i>	When the end is here the Alps are near. (Όταν το τέλος φτάσει οι Άλπεις είναι εδώ.)
<i>Μαχαιροβγάλτης</i>	Let's create something beautiful! (Ας δημιουργήσουμε κάτι όμορφο!)

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΑΤΑΚΑ
<i>Miss Violence</i>	Nulla di ciò che vedi è come appare. (Τίποτα από αυτό που βλέπετε δεν είναι όπως φαίνεται.)
<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	Δεν αναφέρεται
<i>L</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Το μικρό ψάρι</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Ξενία</i>	A new greek Odyssey. (Μια νέα ελληνική Οδύσσεια.)
<i>Νορβηγία</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Ο Αστακός</i>	An unconventional love story by Yorgos Lanthimos. (Μια αντισυμβατική ιστορία αγάπης από τον Γιώργο Λάνθιμο.)
<i>Chevalier</i>	A buddy movie without the buddies. (Μια ταινία για φιλαράκια χωρίς τα φιλαράκια.)

Τέλος, άξιο αναφοράς είναι το γεγονός ότι στο *IMDb* εκτός από τις συνόψεις και τις ατάκες αναφέρονται και «λέξεις-κλειδιά» της πλοκής των ταινιών (βλ. πίνακα 32), προκειμένου να αποσαφηνιστεί καλύτερα το είδος και το περιεχόμενό τους. Μέσα από τη χρήση λέξεων όπως, «overprotective father» («υπερπροστατευτικός πατέρας»), «asexual» («ασεξουαλικός»), «adoption» («υιοθεσία»), «murder» («φόνος») και «suicide» («αυτοκτονία») καθίσταται εμφανές ότι πρόκειται για σύγχρονα κοινωνικά δράματα, και διαμορφώνονται ξεκάθαρα πλέον οι προσδοκίες του κοινού αναφορικά με αυτό που πρόκειται να παρακολουθήσει. Επίσης, προσδιορίζεται το ηλικιακό γκρουπ στο οποίο απευθύνονται οι ταινίες μέσα από λέξεις που δηλώνουν ακατάλληλο περιεχόμενο για ανηλίκους, «ansimulated sex» («αληθινό σεξ») «prostitute» «ιερόδουλη», «male rear nudity» («ανδρικό οπίσθιο γυμνό») κ.ά.

Πίνακας 32: Πίνακας με λέξεις-κλειδιά πλοκής από το IMDb

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΛΕΞΕΙΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ ΠΛΟΚΗΣ
<i>Κυνόδοντας</i>	unsimulated sex, fellatio, explicit sex, hand job, overprotective father (αληθινό σεξ, πεολειχία, αυνανισμός, υπερπροστατευτικός πατέρας)
<i>Ακαδημία Πλάτωνος</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Στρέλλα</i>	incest, greek, prostitute, hotel, transsexual (αιμομιξία, ελληνικός, ιερόδουλη, ξενοδοχείο, εγχειρισμένος ομοφυλόφιλος)
<i>Attenberg</i>	male frontal nudity, 23 year old, death, sexual awakening, asexual (ανδρικό μπροστινό γυμνό, 23χρονη, θάνατος, σεξουαλική αφύπνιση, ασεξουαλικός)
<i>Wasted Youth</i>	mutual masturbation, male rear nudity, male frontal nudity (αμοιβαίος αυνανισμός, ανδρικό οπίσθιο γυμνό, ανδρικό μπροστινό γυμνό)

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΛΕΞΕΙΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ ΠΛΟΚΗΣ
<i>Χώρα προέλευσης</i>	adoption, school, nonlinear timeline, masturbation, male rear nudity (υιοθεσία, σχολείο, μη-γραμμική αφήγηση, αυνανισμός, ανδρικό οπίσθιο γυμνό)
<i>Άλλεις</i>	beach, bare breasts, rhythmic, gymnastics, female nudity, attempted suicide (παράλια, γυμνά στήθη, ρυθμική, ενόργανη γυμναστική, γυναικείο γυμνό, απόπειρα αυτοκτονίας)
<i>Μαχαροβγάλτης</i>	dog, stabbed with a knife, murder, theater (σκύλος, μαχαιρωμένος με μαχαίρι, μαχαίρι, θάνατος, θέατρο)
<i>Miss Violence</i>	balcony, birthday, 11 year old, death, suicide (μπαλκόνι, γενέθλια, 11χρονη, θάνατος, αυτοκτονία)
<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού</i>	male masturbation, masturbation, penis, semen, shower (ανδρικός αυνανισμός, αυνανισμός, πέος, σπέρμα, ντους)
<i>L</i>	<b>L</b> one letter title (τίτλος ενός γράμματος)
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Το μικρό ψάρι</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Ξενία</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Νορβηγία</i>	Δεν αναφέρεται
<i>Ο Αστακός</i>	dystopia, woods, mismatched couple, narrator repeats character's words, torture (δυστοπία, δάσος, αταίριαστο ζευγάρι, ο αφηγητής επαναλαμβάνει τα λόγια του χαρακτήρα της ταινίας, βασανιστήριο)
<i>Chevalier</i>	male nudity, male frontal nudity (ανδρικό γυμνό, ανδρικό μπροστινό γυμνό)

## 5.5 Ανάλυση των αφισών της επικοινωνιακής εκστρατείας επιλεγμένων ταινιών του Νέου Κύματος

Οι αφίσες αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο προώθησης με κύριο σκοπό τους να επικοινωνήσουν την ουσία της ταινίας μέσα από το οπτικό τους μήνυμα στο *κοινό-στόχο* (Kerrigan, 2010, σελ. 130). Ανακοινώνουν την άφιξη της ταινίας στις κινηματογραφικές αίθουσες ακολουθώντας μια συγκεκριμένη στρατηγική τοποθέτησης κυρίως σε περιοδικά και εφημερίδες, στους κινηματογράφους και στο διαδίκτυο. Ο σχεδιαστής μιας αφίσας καλείται να εντοπίσει τους παράγοντες εκείνους που θα επηρεάσουν τον αποδέκτη ως προς το να επιλέξει να δει την εν λόγω ταινία και να τους προβάλει (Petrie & Cabras, 1991, σελ. 122). Για αυτό κρίνεται χρήσιμη η συνδρομή του δημιουργού της ταινίας και της *έρευνας κοινού*. Στην περίπτωση του Νέου Κύματος, όπως και σε κάθε περίπτωση μιας διαφημιστικής αφίσας ταινίας, στόχος είναι η εν λόγω αφίσα να «αγγίξει μια ευαίσθητη χορδή του κοινού», γι' αυτό πρέπει κατά τον σχεδιασμό της να ληφθούν υπόψη κάποιες βασικές παράμετροι σύμφωνα με τον Marich (2013, σελ. 21-22). Ένα πρώτο στοιχείο προς αξιοποίηση είναι η προβολή του «star» της ταινίας. Αυτός ενδέχεται να είναι ο πρωταγωνιστής ή ο σκηνοθέτης της ταινίας, ο οποίος είναι ήδη γνωστός στο *κοινό-στόχο* από προηγούμενες ταινίες του ίδιου είδους. Η «ασυνήθιστη» πλοκή

των ταινιών δύνатаι, επίσης, να προσελκύσει κοινό στις πρεμιέρες όπως και το είδος στο οποίο αυτές ανήκουν. Ένα ακόμα στοιχείο είναι ο τίτλος ή μια χαρακτηριστική *ατάκα* (*tagline*) της ταινίας και κατά πόσον αυτά επικοινωνούν το θέμα της ώστε να αξιοποιηθούν ως το κεντρικό στοιχείο της αφίσας. Τέλος, ο ρόλος των κριτικών της ταινίας μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης για το κοινό, αλλά και οι συμμετοχές και διακρίσεις των ταινιών σε φεστιβάλ και διαγωνισμούς προσδίδουν ένα είδος «εγγύησης» ποιότητας της εμπειρίας που πρόκειται να ακολουθήσει.

Στην εν λόγω έρευνα συλλέχθηκαν και μελετήθηκαν 58 αφίσες (ελληνικές και ξένες) από διαδικτυακές πηγές, κυρίως το facebook και το *IMDb*, αλλά και άλλους ιστότοπους σχετικούς με θέματα που αφορούν τη βιομηχανία του κινηματογράφου. Καθώς, όπως έχουμε προαναφέρει (βλέπε κεφάλαιο 5, ενότητα 5.1.), οι διανομείς διαφέρουν σε κάθε χώρα προώθησης των ταινιών, το στοιχείο αυτό διαφαίνεται και στην ποικιλομορφία του διαφημιστικού λόγου των αφισών. Παρακάτω αναλύονται οι αφίσες ανάλογα με τη μορφή του οπτικού τους μηνύματος, προκειμένου να διαπιστωθεί πώς επιχειρήθηκε να επικοινωνηθεί η ταινία αναφορικά με το λεκτικό της μήνυμα, τον τίτλο και τον δημιουργό. Κάποιες αφίσες κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες, εφόσον το οπτικό τους μήνυμα μπορεί να προβάλλει εξίσου δύο διαφορετικά στοιχεία. Για παράδειγμα στην περίπτωση της ταινίας *Η αιώνια επιστροφή του Αντόνη Παρασκευά*, η αφίσα κατηγοριοποιείται και ως αφίσα με οπτικό μήνυμα-φωτογραφία και ως αφίσα με σκοπό την ανάδειξη του πρωταγωνιστή ως το κεντρικό της σημείο. Έπειτα, εξετάζεται ένα στοιχείο που προβάλλεται κατ' επανάληψη στις αφίσες και δεν είναι άλλο από τον σκηνοθέτη της ταινίας, με σκοπό να διαπιστωθεί πως αυτό συμβάλλει στην προτρεπτική δύναμη του διαφημιστικού λόγου και τέλος, ερευνώνται οι *ατάκες*, προκειμένου να διαπιστωθεί πως απεικονίζουν το θέμα της ταινίας και το είδος της.

### 5.5.1 Ανάλυση των αφισών ανάλογα με το οπτικό τους μήνυμα

Τα τελευταία χρόνια τόσο η διαφημιστική αφίσα όσο και ο ρόλος του θεατή έχουν αλλάξει. Η αφίσα δεν αποτελεί πλέον ένα στατικό μέσο προώθησης και ο θεατής δεν είναι απλά παθητικός δέκτης του μηνύματός της, αλλά έχει έναν πιο ενεργό ρόλο στην ερμηνεία της (Σηφάκη, 2015). Οι αφίσες σήμερα δεν αποσκοπούν μόνο στην προώθηση των προϊόντων αλλά, μέσα από την αξιοποίηση συμβόλων, κωδικών και κοινωνικών μύθων επιζητούν από τους θεατές να αναγνωρίσουν, να απολαύσουν και να εμπλακούν ενεργά στην αποκωδικοποίηση των σημείων που προβάλλουν. Πολλές φορές μάλιστα παρακινούν τους δέκτες να συμμετέχουν και στις νοηματικές δομές που χρησιμοποιούνται για να αντιπροσωπεύσουν τόσο το διαφημιζόμενο αγαθό όσο και τους ίδιους και την κοινωνία (Bignell, 2002, σελ. 31).

Οι αφίσες που παρουσιάζονται στην ενότητα αυτή αναλύονται με βάση τη θεωρία της *κοινωνικής σημειωτικής*, λαμβάνοντας υπόψην δύο παράγοντες: πρώτον, τις κοινωνικές συνθήκες κατά την παραγωγή και ερμηνεία (αποκωδικοποίηση) του μηνύματος,

δεύτερον, τη συμβολή και άλλων επιστημών και πεδίων, όπως το πολιτιστικό μάρκετινγκ (Sifaki & Papadopoulou, 2015, σελ. 462). Το λεκτικό και οπτικό μήνυμα μελετώνται πάντα σε συνάρτηση με τις συνθήκες παραγωγής και ερμηνείας τους, την πρόθεση του πομπού και το γνωστικό υπόβαθρο και των δύο συμμετεχόντων (πομπού και δέκτη). Η απουσία του πομπού κατά τη διαδικασία της αποκωδικοποίησης του διαφημιστικού μηνύματος από τον δέκτη προϋποθέτει ένα κοινό πεδίο γνώσης μεταξύ τους. Ο θεατής είναι μόνος του με την αφίσα και προσπαθεί να καταλάβει «τι θέλει να πει ο πομπός» (Kress & Van Leeuwen, 2006, σελ. 115-116).

Οι αφίσες του Νέου Κύματος αξιοποιούν στην πλειοψηφία τους ως οπτικό μήνυμα ένα σύμβολο, μια φωτογραφία, ένα film still από την ταινία ή ένα σκίτσο. Βασιζόμενοι στη θεωρία της σημειωτικής προκειμένου να αξιολογήσουμε τη συμβολή των αφισών τόσο στην προώθηση των ταινιών, όσο και στην «επιτυχή» αντιπροσώπευση του ιδιαίτερου είδους των ταινιών του Νέου Κύματος, θα ξεκινήσουμε από τη βάση ότι το οπτικό μήνυμα κάθε αφίσας σχετίζεται με το πώς αυτό λειτουργεί τόσο *εσωτερικά* όσο και *εξωτερικά*. Με άλλα λόγια, θα εξετάσουμε πώς τα σύμβολα ή οι εικόνες επιδρούν (ιδεολογικά) σε συνάρτηση με τα υπόλοιπα στοιχεία της αφίσας, αλλά και σε σχέση με τις συνθήκες και τους σκοπούς που εξυπηρετεί ως προς την παραγωγή, κυκλοφορία και κατανάλωσή της (Dyer, 2008, σελ. 91), καθώς και σε σχέση με τους ευρύτερους πολιτισμικούς κώδικες που μοιράζονται οι αποδέκτες-θεατές της (Shields, 2013, σελ. 65).

Κάθε προβαλλόμενο σύμβολο ή εικόνα έχει τρία βασικά σημασιολογικά επίπεδα. Το πρώτο αφορά το επίπεδο της καταδήλωσης, αυτό που αναπαρίσταται και μπορούμε να το ερμηνεύσουμε σύμφωνα με το γνωστικό μας υπόβαθρο (*προ-εικονογραφική περιγραφή*). Το δεύτερο έχει να κάνει με την ερμηνεία που δίνουμε στα σύμβολα αναφορικά με τη μεταξύ τους σχέση αλλά και τη σχέση τους με άλλα οπτικά ή λεκτικά στοιχεία ή μηνύματα της αφίσας (*εικονογραφική περιγραφή*). Το τρίτο αφορά σε μια βαθύτερη αναζήτηση της ρητορικής της εικόνας, μια νέα συνειρμική σκέψη που δημιουργείται συνδέοντας την εικόνα ή το σύμβολο με μια νέα σημασία, περισσότερο συμβολική αυτή την φορά (*εικονογραφική ερμηνεία*). Τέλος, ενδέχεται να υπάρχει και ένα τέταρτο επίπεδο σημασίας, γνωστό και ως *εικονολογική ερμηνεία*, το οποίο σχετίζεται με τον λόγο δημιουργίας του συμβόλου ή την επιλογή του (Van Straten, 2012, σελ. 4· Dyer, 2008, σελ. 93-95).

Μια πρώτη διαπίστωση από τη συνολική μελέτη των αφισών είναι ότι για την αποκωδικοποίηση και ερμηνεία των αφισών απαραίτητη προϋπόθεση είναι να υπάρχει ένα γνωστικό υπόβαθρο γύρω από την πλοκή των ταινιών. Κατ' αυτόν τον τρόπο οι αφίσες προσκαλούν τον αποδέκτη-θεατή να προβεί σε μια ενεργητική ανάγνωση σε επίπεδο εικονογραφικής και εικονολογικής ερμηνείας, συνδέοντας δηλαδή το σύνολο των σημείων-συμβόλων με τη σημασία που επιλέγουν να προσδώσουν οι δημιουργοί την ταινίας και οι σχεδιαστές μάρκετινγκ στο κοινό. Αξιοποιώντας ως παράδειγμα τη φεστιβαλική αφίσα της ταινίας *Κυνόδοντας* (βλ. εικόνα 6), ένα πρώτο εμπόδιο με το οποίο έρχεται κάποιος αντιμέτωπος είναι η ερμηνεία του εικονιζόμενου συμβόλου σε πρώτο αλλά και δεύτερο επίπεδο ερμηνείας. Οι τρεις γραμμές σχετίζονται άμεσα με τη διαστρεβλωμένη

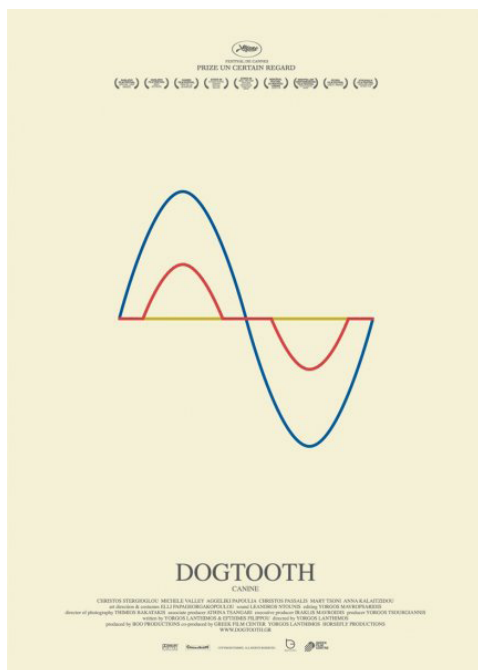


πραγματικότητα που βιώνουν τα τρία παιδιά της οικογένειας, ενώ το σύμβολο του κυνόδοντα αποτελεί κλειδί για την πλοκή της ταινίας. Οι γονείς κρατούν τα τρία τους παιδιά φυλακισμένα στο έδαφος της ιδιοκτησίας τους, λέγοντάς τους ότι πρέπει να πέσει πρώτα κάποιος απ' τους κυνόδοντες τους για να βγουν στον έξω κόσμο.

Ωστόσο, εν τη απουσία αυτών των πληροφοριών, είναι αδύνατη η ερμηνεία του συμβόλου σε επίπεδο καταδήλωσης και ερμηνείας, ακόμη και αν αυτό σχετίζεται με τον τίτλο της. Ενδεχομένως θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι σε επίπεδο εικονογραφικής και εικονολογικής ερμηνείας ο θεατής μπορεί να συνδέσει το σύμβολο (με την έννοια ενός νέου, δυσνόητου και «παράξενου» συμβόλου) με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ταινιών του Νέου Κύματος. Σε μεταγενέστερες, βέβαια, αφίσες, όπως σε αυτή της ταινίας *Νορβηγία* (βλ. εικόνα 7), ο θεατής μπορεί να αναγνωρίσει τουλάχιστον το ιδιαίτερο είδος της ταινίας, συσχετίζοντας το «παράξενο» σύμβολο ή την εικόνα με το Νέο Κύμα.

### Εικόνα 6: Φεστιβαλική αφίσα Κυνόδοντας

Το συμβολικό μήνυμα της αφίσας του *Κυνόδοντα* λειτουργεί ως κλειδί εισόδου στην πλοκή της ταινίας



Πηγή: [Facebook Page](#), © 2009 Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions, MNP

Το ίδιο σχεδιαστικό μοτίβο ακολουθεί και η αφίσα της ταινίας *Νορβηγία* (βλ. εικόνα 7). Θα μπορούσαμε μάλιστα να υποστηρίξουμε, δεδομένου ότι ο παραγωγός της ταινίας *Νορβηγία* ήταν και ένας από τους βασικούς παραγωγούς της ταινίας *Κυνόδοντα*, ότι τόσο ο μονολεκτικός τίτλος της ταινίας όσο και ο σχεδιασμός της συγκεκριμένης αφίσας παραπέμπουν διακειμενικά στην ταινία που σηματοδότησε την απαρχή του Νέου Κύματος. Γραμμές που μοιάζουν με τα χαρακτηριστικά γραφήματα καταγραφής του ήχου – παραπέμποντας είτε σε ηλεκτροκαρδιογράφημα είτε σε διάγραμμα ηχογράφησης – τοποθετημένες σε μαύρο φόντο, συνθέτουν ένα λιτό οπτικό μήνυμα που, αφενός, μεταφέρει την κεντρική ιδέα της ταινίας, αφετέρου, αντιπροσωπεύει με την αισθητική του τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά – της επωνυμίας – των ταινιών του Νέου Κύματος. Βασίζόμενοι δε στη διαπίστωση ότι ο θεατής της αφίσας για να την αποκωδικοποιήσει θα πρέπει, όπως και στην περίπτωση της αφίσας του *Κυνόδοντα*, να γνωρίζει εκ των προτέρων στοιχεία της υπόθεσης της ταινίας, η αφίσα οριοθετεί πολύ συγκεκριμένα το κοινό-στόχο.

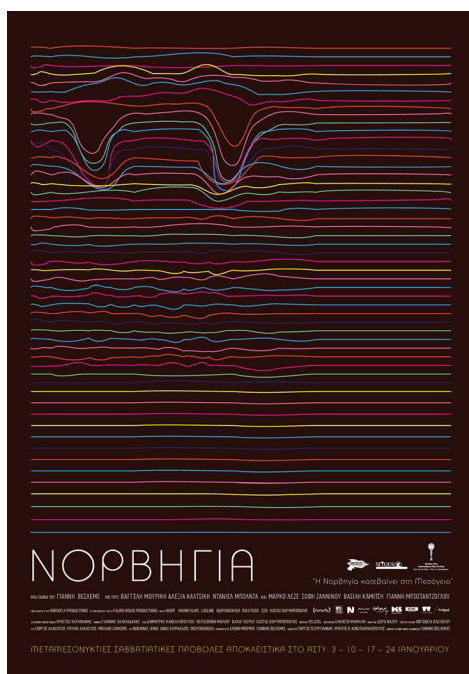
Σε ένα μαύρο φόντο που παραπέμπει στο σκοτάδι που επικρατούσε στις ντίσκο τη δεκαετία του '80, όπου και τοποθετείται χρονικά η ταινία, παρατάσσονται οριζόντιες χρωματιστές γραμμές που παραπέμπουν συνειρμικά στα φώτα που υπήρχαν στους χώρους αυτούς. Οι γραμμές στο πάνω μέρος της αφίσας φαίνεται να διαταράσσονται από κάποιο παράγοντα μη εμφανή στον αναγνώστη - θεατή ενώ, όσο προχωράμε προς τα κάτω, οι γραμμές γίνονται ολοένα και πιο ευθείες. Οι γραμμές ως σημεία και η γενικότερη αισθητική της αφίσας συνδέονται πολύ εύστοχα με την υπόθεση και την αισθητική της ταινίας, προκαλώντας οπτικούς και ακουστικούς συνειρμούς στον θεατή. Τα γαλάζια, κίτρινα, φούξια και ροζ χρώματα των γραμμών αντικατοπτρίζουν το ιδιαίτερο σύμπαν που έχτισε ο δημιουργός της ταινίας Γιάννης Βεσλεμές. Ένας κόσμος του παρελθόντος γεμάτος σκοτάδι, ντίσκο με πολύχρωμους φωτισμούς και αναλογικούς ήχους από την ηλεκτρονική μουσική της δεκαετίας του ογδόντα (Ζαφειριάδης, 2016). Τα χρώματα των γραμμών προσομοιάζουν στα φώτα των ντίσκο, ενώ οι καμπύλες στους παλμούς (beats) από τη μουσική της εποχής. Κοιτώντας την αφίσα από πάνω προς τα κάτω, σταδιακά η καταγραφή του ήχου αποδυναμώνεται καθώς οι γραμμές γίνονται ολοένα και πιο ευθείες, καθώς η μουσική σιγά σιγά χαμηλώνει, ώσπου σιωπά εντελώς.

Άλλη μια περίπτωση αφίσας όπου το γνωστικό υπόβαθρο πρέπει να είναι κοινό ανάμεσα στον πομπό και τον δέκτη προκειμένου να ερμηνευτεί, είναι η αφίσα της ταινίας *Chevalier*. Βασίζόμενοι και πάλι στη θεωρία της *σημειωτικής*, ένα οποιοδήποτε σημείο μιας διαφημιστικής αφίσας σχηματίζει παραδειγματικές σχέσεις με άλλα σημεία – εντός και εκτός της αφίσας – δηλαδή σχέσεις που συνειρμικά και αυθαίρετα ανακαλούνται στο μυαλό του θεατή (Καρπούζος, 2010, σελ. 9). Οι σχέσεις αυτές προϋποθέτουν έναν κώδικα και εξαρτώνται από το πολιτισμικό και γνωστικό υπόβαθρο του θεατή και τις εμπειρίες του (Dyer, 2008, σελ. 109-110). Στην περίπτωση της διεθνούς αφίσας της ταινίας *Chevalier* (βλ. εικόνα 8), το σύμβολο του τιμονιού μπορεί εύκολα να ερμηνευτεί

εάν ο θεατής γνωρίζει την υπόθεση της ταινίας, έχοντας πληροφορηθεί γι' αυτήν από το τρέιλερ ή από κάποια κριτική στα ΜΜΕ. Το τιμόνι παραπέμπει στο πολυτελές γιοτ, στο οποίο έχουν αποκλειστεί οι πρωταγωνιστές. Τα προσθετικά ή αφαιρετικά σύμβολα αντιπροσωπεύουν τους πόντους του παιγνιδιού. Ο αναγνώστης-θεατής διαθετεί όλα τα σημεία καταδήλωσης για να προβεί σε μια *προ-εικονογραφική περιγραφή*, αντιλαμβανόμενος ότι πρόκειται για ένα παιγνίδι πάνω σε ένα γιοτ.

### Εικόνα 7: Ελληνική αφίσα Νορβηγία

Το λιτό οπτικό μήνυμα της αφίσας της ταινίας *Νορβηγία* αντικατοπτρίζει το ιδιαίτερο σκηνογραφικό σύμπαν της ταινίας και μεταφέρει την κεντρική ιδέα της



Πηγή: [athinorama](http://athinorama.com), © 2014 Horsefly Productions, Faliro House Productions, ERT S.A, Marni films, Ιφιγένεια Βασιλείου

### Εικόνα 8: Διεθνής αφίσα 2 Chevalier

Το οπτικό μήνυμα της διεθνούς αφίσας της ταινίας *Chevalier*, σε συνδυασμό λεκτικό – τίτλος, αριθμοί, ατάκα – επικοινωνεί την υπόθεση της ταινίας στο κοινό-στόχο



Πηγή: [IMDb](https://www.imdb.com), © 2015 Faliro House & Haos Film Photo by Strand Releasing, Strand Releasing LLC Chevalier

Μια δεύτερη διαπίστωση είναι ότι οι αφίσες έχουν και ένα δεύτερο ρόλο στην συνολική στρατηγική προώθησης των ταινιών, που δεν αφορά μόνο στην προσέλκυση του κοινού στις κινηματογραφικές αίθουσες, αλλά στην κατηγοριοποίηση και καθιέρωση του Νέου Κύματος ως ένα νέο κινηματογραφικό προϊόν είτε πρόκειται για την ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά, είτε για διοργανώσεις και φεστιβάλ, είτε ακόμη για μελέτη ως καλλιτεχνική παραγωγή. Παρά τις μεγάλες αποκλίσεις που είναι φυσικό να συναντήσει κανείς στις αφίσες διαφορετικών ταινιών δεν μπορεί να περάσει απαρατήρητη η έλλειψη ομοιομορφίας του οπτικού μηνύματος ως προς τις αφίσες της ίδιας ταινίας για την προώθησή της σε διαφορετικές χώρες. Αυτό οφείλεται, σε μία εσκεμμένη απόπειρα να ακολουθηθεί μια διαφορετική στρατηγική προώθησης προσαρμοσμένη στην εκάστοτε εθνική ή πολιτιστική ταυτότητα του κοινού που απευθύνονται. Διαφορετικοί διανομείς και sales agents σε κάθε χώρα που προωθήθηκαν οι ταινίες (βλ. παράρτημα, πίνακας 1) εφαρμόζουν διαφορετική στρατηγική προώθησης και σχεδιάζουν συχνά

διαφορετικό εποπτικό και προωθητικό υλικό. Πέρα όμως, από τις επιμέρους προωθητικές τακτικές οι αφίσες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν με βάση το οπτικό τους μήνυμα, είτε αυτό αποτελεί κάποια εικόνα, ένα film still, ένα σύμβολο ή ένα σκίτσο, ως εκφραστές μια νέας αισθητικής σε απόλυτη ταύτιση με τον τρόπο σκηνοθεσίας των ταινιών. Οι αφίσες ανήκουν στην περίπτωση προώθησης ενός νέου προϊόντος όπου ο δημιουργός τους επιλέγει να εφεύρει τη σημασία του εξολοκλήρου κατά της διάρκειας της προώθησής του (Shields, 2013, σελ. 66). Τα σύμβολα και οι εικόνες αυθαίρετα αποκτούν ένα δικό τους νόημα, σύμφωνα με την πρόθεση του δημιουργού τους, και είναι τελικά αυτό το «μοναδικό» στοιχείο, το οποίο συνδεδεμένο με την «παράξενη» πλοκή των ταινιών που, τελικά, θα κάνει το κοινό να θέλει να δει περί τίνος πρόκειται (Curry, 2010· Benyahia et al, 2006, σελ. 135).

#### *α. Αφίσες ταινιών με φωτογραφίες ή film stills*

Σε πολλές από τις αφίσες (βλ. εικόνα 9) το οπτικό μήνυμα αποτελείται από μια φωτογραφία ή κάποιο χαρακτηριστικό καρέ της ταινίας, με άμεση αναφορά στο περιεχόμενό της. Αξιοποιώντας την αφίσα της Ισπανίας της ταινίας *Κυνόδοντας* ως παράδειγμα (βλ. εικόνα 10), παρατηρείται ότι ο ήρωας απεικονίζεται να κοιτά έναν φράχτη χωρίς να μπορεί να δει τι κρύβεται πίσω από αυτόν, όπως ακριβώς συμβαίνει και στην ταινία, με σαφή πρόθεση του πομπού να επικοινωνήσει το θέμα της ταινίας. Ήρωες «παγιδευμένοι» σε μια επίπλαστη πραγματικότητα, χωρίς τη δυνατότητα να δουν τι υπάρχει πέρα από τον δικό τους κόσμο.

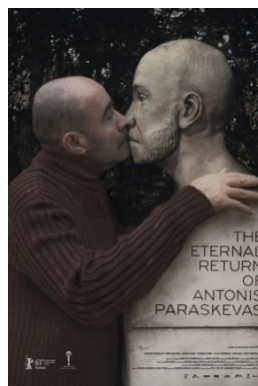
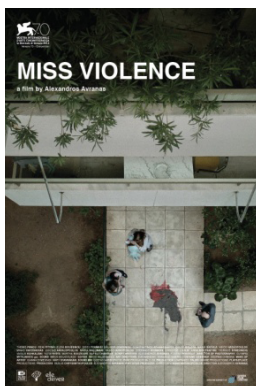
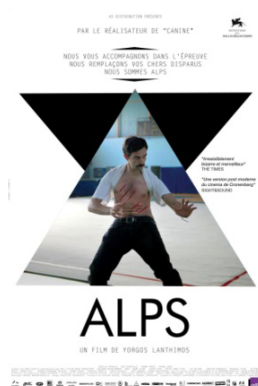
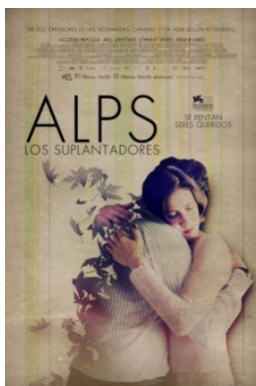
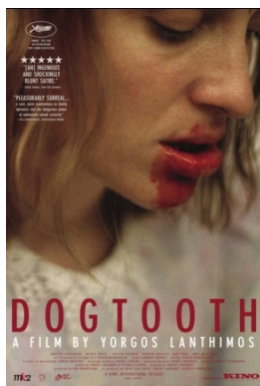
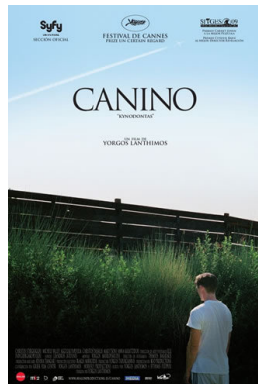
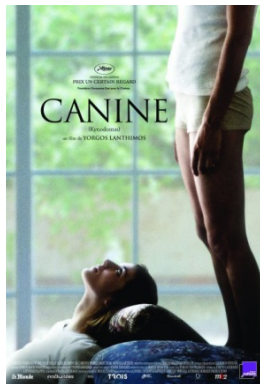
Μια πρώτη παρατήρηση που θα μπορούσε να γίνει αφορά την επιλογή του δημιουργού της αφίσας να απεικονίσει τον νεαρό άντρα με την πλάτη γυρισμένη προς τον θεατή. Η έκθεση της πλάτης του αμέσως τον καθιστά «ευάλωτο» απέναντι στον δέκτη, καταδεικνύοντας έμμεσα και μια σχέση εμπιστοσύνης με αυτόν (Kress & Van Leeuwen, 2006, σελ. 140). Επίσης, μεταφέρεται η ένταση και το κεντρικό θέμα της αφίσας από το υποκείμενο-πρωταγωνιστή στο αντικείμενο-φράχτη, που ουσιαστικά απεικονίζει και το αδιέξοδο του νεαρού άντρα, και έτσι βάζει στην ίδια θέση με αυτόν και τον θεατή.

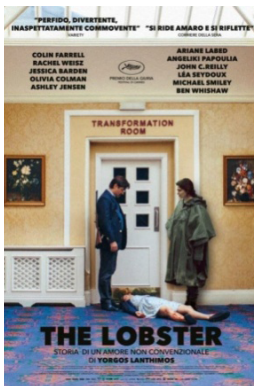
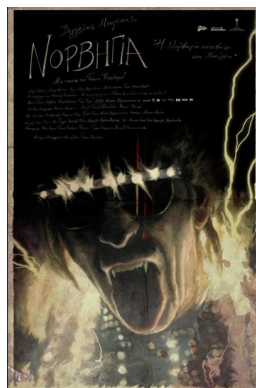
Μια ακόμη παρατήρηση αφορά τον βαθμό εμπλοκής του δέκτη, ο οποίος αυξάνεται και από την επιλογή του πλάνου ως προς τον νεαρό άντρα αλλά και από την προοπτική της φωτογραφίας. Αφενός, ανάλογα με το πόσο κοντινό ή μακρινό είναι ένα πλάνο ενός υποκειμένου σε μια διαφημιστή αφίσα καθορίζεται και η κοινωνική απόσταση του θεατή της από αυτό, δηλαδή κατά πόσον αυτό που απεικονίζεται στην αφίσα γίνεται μέρος του κόσμου του. Εν προκειμένω, έχουμε ένα *μεσαίο κοντινό πλάνο* (*medium close shot*), δηλαδή ο πρωταγωνιστής απεικονίζεται από τη μέση και πάνω και δεν «βρίσκεται» σε κοντινή απόσταση με τον δέκτη (στο ίδιο, σελ. 124-125). Το ίδιο συμβαίνει και με τον φράχτη που φαίνεται να κοιτάζει ο νεαρός άντρας, ο οποίος καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μέρος της αφίσας. Μπροστά στον θεατή, όπως και στον πρωταγωνιστή, υψώνεται ένα τεράστιο εμπόδιο που τον αποτρέπει από το να δει τι υπάρχει

από πίσω. Η ένταση μεταφέρεται αυτομάτως από το υποκείμενο στο αντικείμενο, και ο θεατής μπαίνει στη θέση του πρωταγωνιστή. Ο βαθμός εμπλοκής με την εικόνα εντείνεται ακόμη περισσότερο λόγω και της γωνίας λήψης της φωτογραφίας, η οποία είναι *πρόσθια* (*frontal angle*), περιλαμβάνοντας έμμεσα και όποιον την κοιτάει, με αποτέλεσμα η φωτογραφία να γίνεται μέρος του κόσμου του (στο ίδιο, σελ. 136). Αφετέρου, ως προς την προοπτική της, ανήκει στην κατηγορία των *υποκειμενικών εικόνων* (*subjective image*), δηλαδή ο θεατής μπορεί να δει μόνο ό,τι θέλει να αποκαλύψει ο πομπός σύμφωνα με τη δική του οπτική γωνία-άποψη (στο ίδιο, σελ. 130). Η υποκειμενικότητα μιας εικόνας δεν αποτελεί μειονέκτημα αλλά πλεονέκτημα όσον αφορά την επιτυχή μετάδοση του μηνύματος, καθώς η ερμηνεία της είναι έμμεσα καθοδηγούμενη. Υπάρχει ένα είδος συμμετρίας στη σχέση πομπού και εικονιζόμενου υποκειμένου ή αντικειμένου, η οποία αντιστοίχως υπαγορεύεται και στον δέκτη (στο ίδιο, σελ. 131).

**Εικόνα 9: Αφίσες ταινιών με φωτογραφίες ή film stills**

Στις αφίσες του κολάζ που ακολουθεί το οπτικό μήνυμα, φωτογραφία ή film still, συνδέεται άμεσα με την υπόθεση της ταινίας





Πηγές: (από αριστερά προς δεξιά)

Γαλλική αφίσα *Κυνόδοντας*, [Facebook Page Κυνόδοντα \(Dogtooth\)](#), © 2009 Boo productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions.

Ισπανική αφίσα *1 Κυνόδοντας*, Πηγή: [Cineuropa](#) © 2009 Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions.

Αμερικανική αφίσα *Κυνόδοντας*, Πηγή: [Facebook Page Κυνόδοντας \(Dogtooth\)](#), © 2009 Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions, MNP.

Μεξικανική αφίσα *Άλπεις*, Πηγή: [Facebook Page Alps](#) © 2010 Haos Film, Photograph © Yorgos Lanthimos.

Γαλλική αφίσα *Άλπεις*, Πηγή: [Facebook Page Alps](#), © 2010 Haos Film, Photograph © Yorgos Lanthimos.

Διεθνής αφίσα *Μαχαιροβγάλτης*, Πηγή: [Facebook Page Μαχαιροβγάλτης](#), © 2010 Αργοναύτες ΑΕ & Πέτρος Ζερβός και Πέτρος Μπουλούμπασης.

Διεθνής αφίσα *Miss Violence*, Πηγή: [IMDb](#), © 2013 Falio House Productions, plays2place Productions, Alexandros Avranas.

Διεθνής αφίσα *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, Πηγή: [IMDb](#), © Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic.

Διεθνής αφίσα *1 Ξενία*, Πηγή: [Facebook Page XENIA](#), © 2014, Pyramide Films, Pro-fun Media.

Διεθνής αφίσα *2 Ξενία*, Πηγή: [IMDb](#), © 2014, Strand Releasing.

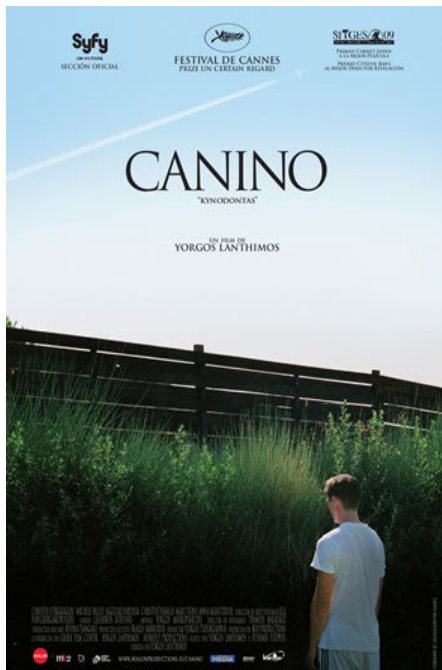
Ελληνική αφίσα *Νορβηγία*, Πηγή: [Facebook Page Norway – Film](#), © 2014 Horsefly productions, Falio House productions, ERT S.A, Marni films, Γιώργος Τασσιούλας.

Ιταλική Αφίσα *Ο Αστικός*, Πηγή: [IMDb](#), © 2015 Element Pictures, Scarlet Films, Falio House Productions SA, Haut et Court, Lemming Film, The British Film Institute, Channel Four Television Corporation.



### Εικόνα 10: Ισπανική αφίσα Κυνόδοντας

Στην ισπανική αφίσα της ταινίας *Κυνόδοντας*, η κεντρική ιδέα της ταινίας συμπυκνώνεται σε ένα χαρακτηριστικό στιγμιότυπο και η φωτογραφία γίνεται μέρος του κόσμου του θεατή



Πηγή: Cineuropa © 2009 Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions

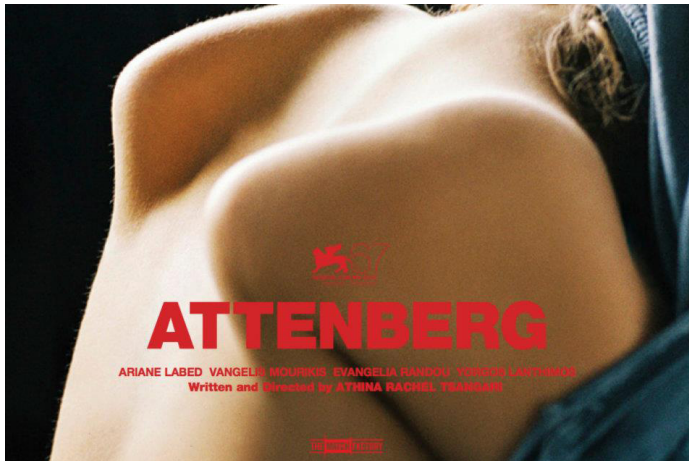
Επίσης, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η αφίσα για το αγγλικό κοινό της ταινίας *Attenberg* (βλ. εικόνα 11), στην οποία «αποτυπώνεται η περίεργη κίνηση της πρωταγωνίστριας που προσπαθεί να μιμηθεί τις κινήσεις των ζώων από τα ντοκιμαντέρ του David Attenborough» (Παναγιώτου,<sup>77</sup> προσωπική επικοινωνία, 13 Οκτωβρίου 2016). Μόνο έχοντας προηγούμενη γνώση από άλλες πηγές πληροφόρησης για την υπόθεση της ταινίας ο αναγνώστης μπορεί να αποκωδικοποιήσει το οπτικό μήνυμα της αφίσας. Στην ταινία η μία εκ των δύο πρωταγωνιστριών παρατηρεί το ανθρώπινο είδος μέσα από τα ντοκιμαντέρ του Sir David Attenborough. Απεικονίζεται μόνο η πλάτη της πρωταγωνίστριας σε μια στάση που να προσομοιάζει σε ζώο. Το πρόσωπό της δε φαίνεται, προκειμένου ο αναγνώστης να εστιάσει στη στάση του σώματός της που λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στον τίτλο και την υπόθεση της ταινίας.

77. Η κα Κατερίνα Παναγιώτου είναι καλλιτεχνική διευθύντρια της εταιρίας MNP και σχεδίασε τις ελληνικές αφίσες των ταινιών *Κυνόδοντας* και *Attenberg*.

Πιο αναλυτικά, σε αντίθεση με την προηγούμενη αφίσα όπου ο πρωταγωνιστής βρισκόταν σε μακρινό πλάνο, στην αφίσα της ταινίας *Attenberg* η φωτογραφία της νεαρής γυναίκας είναι τραβηγμένη από πολύ κοντά. Βασιζόμενοι στη θεωρία του Hall (1990, σελ. 116-120) για τις τέσσερις βασικές ζώνες απόστασης (*distance zones*) μεταξύ των ανθρώπων κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας τους και εφαρμόζοντας την εν λόγω θεωρία στη σχέση μεταξύ της νεαρής γυναίκας της φωτογραφίας και του θεατή της αφίσας, διαπιστώνουμε ότι η πρόθεση του πομπού είναι να δημιουργηθεί μια σχέση οικειότητας (*intimate distance*) μεταξύ τους. Λόγω του κοντινού πλάνου, ο θεατής είναι τόσο κοντά στη νεαρή γυναίκα που μπορεί να την «αγγίξει» και να γίνει μέρος του κόσμου της.

### Εικόνα 11: Βρετανική αφίσα *Attenberg*

Στην αφίσα της ταινίας *Attenberg* η φωτογραφία αυξάνει τον βαθμό εμπλοκής του θεατή



Πηγή: [Facebook Page Attenberg](#), © MMXI Haos Film, MNP design, Φωτογραφία Δέσποινα Σπύρου

Μια ακόμη παρατήρηση όσον αφορά στη φωτογραφία της γυναίκας είναι ότι πρόκειται για μια *οπτική μεταφορά* (*visual metaphor*). Πιο αναλυτικά, οι ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά της *πηγής* (*source*), δηλαδή του άγριου ζώου, μεταφέρονται στον *στόχο* (*target*), δηλαδή τη νεαρή γυναίκα. Για να είναι επιτυχής μια *οπτική μεταφορά* πρέπει να πληροί δύο προϋποθέσεις. Η πρώτη αφορά το κατά πόσον η πηγή και ο στόχος μοιράζονται έστω κάποια κοινά χαρακτηριστικά και η δεύτερη το ότι τα δύο αυτά στοιχεία πρέπει να φαίνονται αρχικά παράταιρα. Σκοπός μιας *οπτικής μεταφοράς* είναι να ξαφνιάσει αρχικά τον δέκτη, ώστε να προκαλέσει το ενδιαφέρον του και να δημιουργήσει ένταση στην αφίσα, παραβαίνοντας βασικούς κανόνες αντίληψης που έχει ο θεατής για τον κόσμο (Kaplan, 2005, σελ. 167-177). Ακόμη, οριοθετεί ξεκάθαρα το *κοινό-στόχο*, καθώς η ερμηνεία ενός τέτοιου οπτικού σχήματος αποτελεί μια πολύπλοκη διαδικασία σκέψης

που απαιτεί φαντασία, κρίση και μνήμη (γνώση) και αυξάνει τον βαθμό εμπλοκής του, εφόσον το οπτικό μήνυμα δεν αναπαριστά την πραγματικότητα και επομένως χρήζει μεγαλύτερης προσπάθειας για την ερμηνεία του (Scott, 1990, σελ. 265).

#### *β. Αφίσες ταινιών με σκίτσο*

Σε κάποιες αφίσες (βλ. εικόνα 12) το περιεχόμενο οπτικοποιείται με ένα σκίτσο, προσδίδοντας έναν πιο καλλιτεχνικό τόνο στην αφίσα και ανάγοντάς την σε ένα αυτόνομο καλλιτεχνικό έργο.

Στην ταινία *Το μικρό ψάρι*, ο εικαστικός Τάσος Παυλόπουλος εύστοχα φιλοτέχνησε την αφίσα της ταινίας σε συνεργασία και απόλυτη ταύτιση απόψεων, όπως λέει, για το οπτικό κομμάτι της, με τον σκηνοθέτη και δημιουργό της ταινίας Γιάννη Οικονομίδη (Γεωργίου, 2014) (βλ. εικόνα 12, δύο τελευταίες αφίσες). Μάλιστα τα σκίτσα (βλ. εικόνα 13) τα οποία φιλοτέχνησε ο εικαστικός για να φτάσει στο τελικό αποτέλεσμα, δόθηκαν στη δημοσιότητα ως μέρος της προώθησης της ταινίας (Κρασσακόπουλος, 2014). Τα σκίτσα αυτά παραθέτουν μια μικρή αφήγηση της διαδικασίας σχεδιασμού της αφίσας. Κοινό στοιχείο όλων των σκίτσων είναι ο πρωταγωνιστής, έτοιμος να πυροβολήσει με έντονα προτεινόμενο το οπλισμένο του χέρι, καταδεικνύοντας την πρόθεση του σχεδιαστή και του δημιουργού να θέσουν ως πυρήνα της αφίσας την ιδιότητα του πρωταγωνιστή (πληρωμένος δολοφόνος) και να προσδιορίσουν το είδος της ταινίας (δράμα-με σκηνές βίας).

### Εικόνα 12: Αφίσες ταινιών με σκίτσο

Το σκίτσο στις αφίσες προσδίδει μια καλλιτεχνική διάσταση παραπέμποντας σε ταινίες που απευθυνόνοτα σε ένα σινεφίλ κοινό



Πηγές: (από αριστερά προς τα δεξιά)

Διεθνής αφίσα 1 *Boy eating the bird's food*, Πηγή: [Facebook Page Boy Eating the Bird's Food](#), © 2012 Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic.

Ελληνική αφίσα, *Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού*, Πηγή: [Facebook Page](#), © 2012 Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic.

Διεθνής Αφίσα 2 *Boy eating the bird's food*, Πηγή: [IMDb](#), © 2012 Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic.

Διεθνής αφίσα L, Πηγή: [IMDb](#), © 2012 Beben Films & Βασίλης Μαρματάκης.

Ελληνική αφίσα *Το μικρό ψάρι*, Πηγή: [Wikipedia](#), © 2014 Αργοναύτες ΑΕ & Τάσος Παυλόπουλος.

Διεθνής αφίσα *Το μικρό ψάρι*, [Facebook Page Το μικρό ψάρι](#), © 2014 Αργοναύτες ΑΕ & Τάσος Παυλόπουλος.

Πρόταση αφίσας του Χάρη Λαγκούση (συν-σεναριογράφος της ταινίας), [Facebook Page Το Μικρό Ψάρι](#), © 2014 Αργοναύτες ΑΕ & Χάρης Λαγκούσης.

Πρόταση αφίσας από τον Γιώργο Γούση (σκίτσογράφος), [Facebook Page Το Μικρό Ψάρι](#), © 2014 Αργοναύτες ΑΕ & Γιώργος Γούσης.

### Εικόνα 13: Σκίτσα εικαστικού Τάσου Παυλόπουλου

Τα σκίτσα του εικαστικού Τάσου Παυλόπουλου αποτέλεσαν τη βάση για τον τελικό σχεδιασμό της αφίσας της ταινίας *Το μικρό ψάρι* και δόθηκαν στην δημοσιότητα στο πλαίσιο της προώθησης της ταινίας.



Πηγή: Lifo, Γεωργίου, 2014, © 2014 Τάσος Παυλόπουλος

Επίσης, με την οπτικοποίηση του θέματος της ταινίας με σκίτσο και όχι με φωτογραφία, αφαιρείται η δυναμική του ρεαλισμού που προσφέρει μια φωτογραφία απεικονίζοντας την πραγματικότητα με όλες της τις λεπτομέρειες. Όπως μας δήλωσε η κα. Βασιλείου (προσωπική επικοινωνία, 19 Οκτωβρίου 2018), σχεδιάστρια των αφισών της ταινίας *Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού* λαμβάνοντας υπόψη την υπόθεση της ταινίας, πρόθεσή της ήταν να αποδώσει τις δύσκολες στιγμές που βιώνει ο πρωταγωνιστής μαστιζόμενος από την πείνα και την ανέχεια, προσδίδοντας στο οπτικό μήνυμα «τη συμβολική διάσταση και της ιστορίας και του βασικού ήρωα, παρά τον ρεαλιστικό χαρακτήρα που έχει η κινηματογράφηση» (βλ. εικόνα 14).

**Εικόνα 14: Διεθνής αφίσα Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού**

Το σκίτσο της διεθνούς αφίσας της ταινίας *Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού* οπτικοποιεί εύστοχα το θέμα της ταινίας και παράλληλα «απαλύνει» τη σκληρή πραγματικότητα που αφηγείται η ταινία



Πηγή: [Facebook Page Boy Eating the Bird's Food](#), © 2012 Ιφιγένεια Βασιλείου, Courtesy Heretic

**γ. Προβολή των πρωταγωνιστών**

Μία τρίτη μορφή οπτικού μηνύματος είναι η προβολή των πρωταγωνιστών της ταινίας, συνήθως σε περιπτώσεις που είτε αυτοί είναι ήδη γνωστοί στο κοινό, οπότε και λειτουργούν ως πόλος έλξης για τις κινηματογραφικές αίθουσες, είτε η πλοκή της ταινίας στηρίζεται σε έναν και μόνο πρωταγωνιστή. Στην πρώτη περίπτωση ανήκουν οι αφίσες της ταινίας *Ο Αστακός* (βλ. εικόνες 15 και 16), όπου απεικονίζονται ως κεντρικό θέμα οι πρωταγωνιστές της ταινίας, Colin Farrell και Rachel Weisz, γνωστοί ηθοποιοί του Hollywood.

### Εικόνα 15: Διεθνής αφίσα Ο Αστακός

Στη διεθνή αφίσα της ταινίας *Ο Αστακός*, οι πρωταγωνιστές αποτελούν το κεντρικό θέμα της αφίσας και πόλο έλξης του κοινού



Πηγή: [IMDb](https://www.imdb.com), © 2015 Element Pictures, Scarlet Films, Faliro House Productions SA, Haut et Court, Lemming Film, The British Film Institute, Channel Four Television Corporation

### Εικόνα 16: Διεθνής αφίσα 2 Ο Αστακός

Στη διεθνή αφίσα της ταινίας *Ο Αστακός*, οι πρωταγωνιστές αποτελούν το κεντρικό θέμα της αφίσας και πόλο έλξης του κοινού



Πηγή: [IMDb](https://www.imdb.com), © 2015 Element Pictures, Scarlet Films, Faliro House Productions SA, Haut et Court, Lemming Film, The British Film Institute, Channel Four Television Corporation

Οι δύο ηθοποιοί αποτελούν το στοιχείο εκείνο που θεωρούν οι υπεύθυνοι σχεδιασμού ότι πρόκειται να προσελκύσει περισσότερο κόσμο στις κινηματογραφικές αίθουσες. Οι δύο ήρωες απεικονίζονται να αγκαλιάζουν κάποιον, ο οποίος όμως απουσιάζει από το οπτικό μήνυμα. Η έκφρασή τους δηλώνει τον πόνο από την έλλειψη του έτερου ημίσεως. Σύμφωνα με τον δημιουργό τους, Βασίλη Μαρματάκη, ο σκοπός των αφισών είναι «να οπτικοποιήσουν τη μοναξιά σε αντίθεση με την ανάγκη να βρίσκεσαι με κάποιον». Η απουσία του «άλλου» στις αφίσες, όπου ο Colin Farrell ή η Rachel Weisz αγκαλιάζουν έναν αόρατο άνθρωπο, είχε ως στόχο να «υπονοηθεί το συναίσθημα του να είσαι ανολοκλήρωτος, η αίσθηση του κενού και η αγωνία που έπεται αυτού» (Sinclair, 2015). Επίσης, το οπτικό μήνυμα παραπέμπει σε μια ρομαντική και συγχρόνως δραματική ταινία. Ο τρόπος που είναι τοποθετημένοι και απεικονίζονται οι ήρωες στην αφίσα καταδεικνύει και τον τρόπο που επιλέγει ο πομπός να επικοινωνηθεί το θέμα της ταινίας. Η τοποθέτηση των ηρώων στο κέντρο της αφίσας αποτελεί χαρακτηριστική απεικόνιση των



ηρώων σε ρομαντικές ταινίες (Kerrigan, 2010, σελ. 135). Η απουσία του άλλου πρωταγωνιστή στην αφίσα, που όμως καταλαμβάνει τον ίδιο χώρο με αυτόν που εμφανίζεται, καταδεικνύει την ίση προβολή που επιθυμεί ο πομπός να δώσει στους συμπρωταγωνιστές, ακόμα και κατά την απουσία τους. Η έλλειψη χρωμάτων (μαυρόασπρη αφίσα) συμβάλλει στη μελαγχολική διάθεση της αφήγησης της αφίσας, καταδεικνύοντας ακόμη περισσότερο ότι πρόκειται για μια δύσκολη ιστορία αγάπης. Αυτό που κάνει εντύπωση είναι η επιλογή του άσπρου φόντου, όμοια με το χρώμα του χαρακτήρα που απουσιάζει από την αφίσα, στοιχείο που κάνει τον πρωταγωνιστή να φαίνεται πιο «ανήμπορος» στο να κάνει ο,τιδήποτε και να χάνεται μέσα στην αφίσα.

Στη δεύτερη περίπτωση (όταν, δηλαδή, η πλοκή στηρίζεται σε έναν πρωταγωνιστή) (βλ. εικόνα 17) ανήκουν οι αφίσες των ταινιών *Στρέλλα*, *L*, *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, *Ξενία* και *Νορβηγία*, όπου απεικονίζονται οι ήρωες των ταινιών με τρόπο τέτοιο ώστε να αποδώσουν όσο γίνεται πιο ξεκάθαρα τον ρόλο που υποδύονται στην ταινία. Η αλήθεια είναι, βέβαια, ότι το οπτικό μήνυμα στις εν λόγω αφίσες γίνεται κατανοητό μόνον αν ο αποδέκτης έχει πρότερη εμπειρία ή γνώση αναφορικά με την υπόθεση της ταινίας, προκειμένου να κάνει τη σύνδεση.

### Εικόνα 17: Αφίσες με πρωταγωνιστή

Στις αφίσες του κολάζ που ακολουθεί, ο πρωταγωνιστής κάθε ταινίας αποτελεί το κεντρικό θέμα καταδεικνύοντας έτσι το προσωποκεντρικό περιεχόμενο της ταινίας



Πηγές: (από αριστερά προς δεξιά)

Διεθνής αφίσα *Στρέλλα*, Πηγή: [Facebook Page Strella Movie](#), © 2009, Playtime.

Διεθνής αφίσα *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, Πηγή: [IMDb](#), © Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic.

Διεθνής αφίσα *L*, Πηγή: [IMDb](#), © 2012 Beben Films & Βασιλης Μαρματάκης.

Διεθνής αφίσα 1 *Ξενία*, Πηγή: [Facebook Page XENIA](#), © 2014, Pyramide Films, Pro-fun Media.

Διεθνής αφίσα 2 *Ξενία*, Πηγή: [IMDb](#), © 2014, Strand Releasing.

Ελληνική αφίσα *Νορβηγία*, Πηγή: [Facebook Page Norway – Film](#), © 2014 Horsefly Productions, Faliro House Productions, ERT S.A, Marni films, Γιώργος Τασιούλας.

Ελληνική αφίσα *Wasted Youth*, [Facebook Page Wasted Youth](#), © 2011, Paul Snowden, Christos Karamanis Courtesy Oxymoron, Heretic.

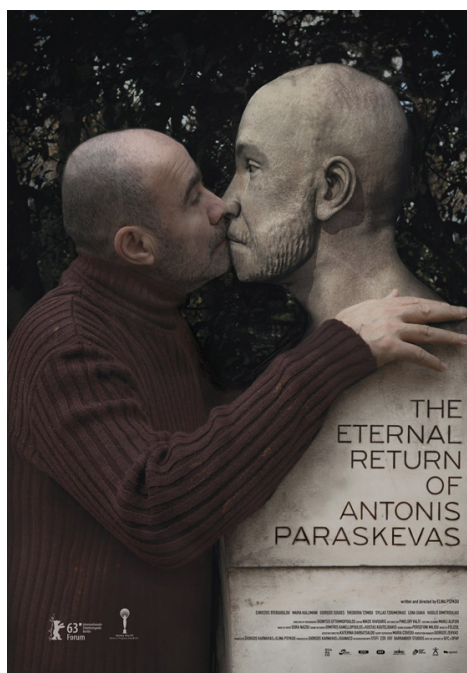
Αξιοποιώντας ως παράδειγμα την αφίσα της ταινίας *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά* (βλ. εικόνα 18), παρατηρούμε ότι προβάλλεται ο πρωταγωνιστής της ταινίας με δύο μορφές, μέσα από τον ίδιο, φοβερά αλλαγμένο σε σχέση με την εμφάνισή του στην ταινία, και της προτομής του ιδώλου του. Κανένας από τους δύο δεν κοιτά τον αναγνώστη, μεταθέτοντας την ένταση του μηνύματος στην πράξη του φιλιού και στη μεταξύ τους συνδιαλλαγή. Σύμφωνα με τη σχεδιάστρια, την κα. Βασιλείου<sup>78</sup> (προσωπική

78. Η Ιφιγένεια Βασιλείου είναι η σχεδιάστρια της διεθνούς αφίσας της ταινίας *Η Αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*. Επίσης, έχει σχεδιάσει τις αφίσες για τις ταινίες *Νορβηγία* και *Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού*.

επικοινωνία, 19 Οκτωβρίου 2018), «στην αφίσα στήθηκε μια σκηνή που δεν περιέχεται ούτε σχετίζεται με το περιεχόμενο της ταινίας, αλλά αλληγορικά προβάλλει το θέμα της που είναι η κρίση της ταυτότητας του πρωταγωνιστή». Αν και προβάλλεται φαινομενικά ως κεντρικό θέμα, ο πρωταγωνιστής της ταινίας – ούτως ή άλλως πρόκειται για μια ανθρωποκεντρική ταινία με τον πρωταγωνιστή να βιώνει μιαυπαρξιακή κρίση – το οπτικό μήνυμα παραπέμπει στον συμβολισμό του θέματος της ταινίας και αντιστοίχως στην υπόθεσή της.

### Εικόνα 18: Διεθνής αφίσα Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά

Στη διεθνή αφίσα της ταινίας *Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, το κεντρικό αφήγημα της ταινίας αναδεικνύεται μέσα από την προβολή του πρωταγωνιστή.



Πηγή: [IMDb](https://www.imdb.com), © Ifigenia Vasiliou, Courtesy Heretic

#### δ. Αφίσες με σύμβολο ως οπτικό μήνυμα

Ενδιαφέρουσα είναι, τέλος, και η περίπτωση όπου το οπτικό μήνυμα αποτελεί ένα σύμβολο (βλ. εικόνα 19). Το σύμβολο αυτό μπορεί να είναι είτε κάτι που δεν υπάρχει συμβατικά στον επικοινωνιακό κώδικα του αποδέκτη, δηλαδή ένα σύμβολο δημιουργημένο μόνο για να αναπαραστήσει κάποιο στοιχείο αναφορικά με την ταινία, είτε ένα

ήδη υπάρχον *σημείο* (όπως στην περίπτωση της ισπανικής αφίσας του *Κυνόδοντα* που θα εξετάσουμε παρακάτω), που αποκτά ένα νέο νόημα συνδυαστικά με την ταινία.

### Εικόνα 19: Αφίσες με σύμβολο

Η χρήση συμβόλων στις αφίσες αυτές σχετίζεται άμεσα με την υπόθεσή τους, είτε με την καθιερωμένη του σημασία είτε προσδίδοντας νέες νοηματοδοτήσεις



Πηγές: (από αριστερά προς δεξιά)

Ισπανική αφίσα 2 *Κυνόδοντα*, Πηγή: [impawards.com](http://impawards.com), © 2009, Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions.

Φεστιβαλική αφίσα *Κυνόδοντα*, Πηγή: [Facebook Page](https://www.facebook.com/mnp), © 2009 Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions, MNP.

Διεθνής αφίσα 1 *Chevalier*, Πηγή: [IMDb](http://IMDb.com), © 2015 Faliro House Productions & Haos Film.

Διεθνής αφίσα 2 *Chevalier*, Πηγή: [IMDb](http://IMDb.com), © 2015 Faliro House Productions & Haos Film Photo by Strand Releasing, Strand Releasing LLC *Chevalier*.

Αξιοποιώντας ως παράδειγμα της πρώτης περίπτωσης τις αφίσες της ταινίας *Κυνόδοντα* (βλ. εικόνες 6 και 19) έχουμε την απεικόνιση ενός νέου *σημείου*, άγνωστου στο *κοινοστόχο*, είτε έχει πρότερη εμπειρία από την ταινία είτε όχι. Σύμφωνα με την καλλιτεχνική διευθύντρια Κ. Παπαναγιώτου (προσωπική επικοινωνία, 13 Οκτωβρίου 2016) της MNP (της γραφιστικής εταιρείας που ανέλαβε τη σχεδίαση των αφισών) οπτικοποιείται το «σύμβολο της παραμόρφωσης». Η ομάδα σχεδίασε τρεις διαφορετικές γραμμές, με τρία διαφορετικά χρώματα, προσδοκώντας να απεικονίσει «τη διαστρεβλωμένη εικόνα που έχουν για τον κόσμο» τα τρία παιδιά της οικογένειας στην ταινία. Εκτός από τη λειτουργία του συμβόλου ως *σημείο* (όπως αναπτύχθηκε στην ενότητα 5.5.1.), ενδιαφέρουσα είναι και η επιλογή των χρωμάτων των τριών γραμμών στην εν λόγω αφίσα αλλά και του έντονου κίτρινου χρώματος της ισπανικής αφίσας του *Κυνόδοντα* (βλέπε παρακάτω). Βασιζόμενοι στο άρθρο των Kress και Van Leeuwen (2002) για τη λειτουργία των χρωμάτων ως *σημείων*, θα αναλύσουμε πώς τα τρία βασικά χρώματα των γραμμών, κόκκινο, κίτρινο και μπλε, εξυπηρετούν ταυτόχρονα και τις τρεις λειτουργίες ενός *σημείου*, την *ιδεολογική*, τη *διαπροσωπική* και την *κειμενική*. Τα τρία βασικά χρώματα, κόκκινο, κίτρινο, μπλε, λειτουργούν ως *σημεία* αντιπροσωπεύοντας τα τρία έγκλειστα

παιδιά και την αντίληψη που έχει σχηματίσει το καθένα τους για τον κόσμο. Επίσης, αν και τα συναισθήματα ή οι σκέψεις που συνειρμικά προκαλεί κάθε χρώμα είναι πολύ διαφορετικά για κάθε θεατή, επηρεαζόμενα από το γνωστικό και κοινωνικό του υπόβαθρο καθώς και τις αντιλήψεις του, η επιλογή των τριών βασικών χρωμάτων μεταφέρει την αίσθηση του μοντέρνου, του καινοτόμου, παραπέμποντας έτσι στον τρόπο σκηνοθεσίας και το ιδιαίτερο είδος των ταινιών (χρωματική παλέτα του Mondrian). Τέλος, τα χρώματα συμβάλλουν στη *συναχή* της αφίσας ως *κείμενο*, τόσο μέσα από την επιλογή των τριών βασικών χρωμάτων έναντι της επανάληψης ενός και μόνο χρώματος, όσο και μέσα από την ένταση και την καθαρότητά τους.

Ως προς την περίπτωση της ισπανικής αφίσας του *Κυνόδοντα* (βλ. εικόνα 20), το έντονο χρώμα του φόντου είναι πιο πιθανό να προσελκύσει την προσοχή του θεατή και, σε συνδυασμό με την επιλογή του κίτρινου χρώματος, μπορεί να προκαλέσει έντονα συναισθήματα όπως αυτό της ανησυχίας, καθώς συνδέεται λόγω της φύσης του με την απόλυτη τρέλα. Σύμφωνα με τον Kandinsky (1946, σελ. 39-43), το κίτρινο είναι ένα χρώμα που δεν μπορεί να γίνει πιο ψυχρό ή πιο θερμό, δεν έχει βάθος και για αυτό, αν συγκριθεί με την ανθρώπινη ψυχική κατάσταση, μπορεί μόνο να προσομοιαστεί με αυτή της παράνοιας. Είναι ολοφάνερη, λοιπόν, η σύνδεσή του με την υπόθεση της ταινίας και την παράλογη πραγματικότητα που ζουν τα παιδιά, αλλά και την παράλογη συμπεριφορά του πατέρα.

Επίσης, το οπτικό μήνυμα της αφίσας βρίθκει σημειολογικών αναφορών. Σε έντονα κίτρινο φόντο, που δίνει την εντύπωση ενός φθαρμένου χαρτιού, απεικονίζεται ένα σπίτι με τον πιο απλό τρόπο, όπως ενδεχομένως θα το σχεδίαζε ένα παιδί. Μέσα στο σπίτι «βρίσκεται» μια οικογένεια – γονείς με τρία παιδιά – πιασμένοι χέρι-χέρι, καταδεικνύοντας τους στενούς δεσμούς που τους ενώνουν. Τα μάτια των παιδιών είναι καλυμμένα και περιμένουν από τους γονείς να τα καθοδηγήσουν. Ακριβώς από κάτω είναι τοποθετημένος ο τίτλος της ταινίας με αντικαταστημένο το πρώτο «i» με ένα κυνόδοντα. Εδώ υπάρχει μια ξεκάθαρη – σε σχέση με την προηγούμενη περίπτωση – σημειολογική αναφορά του οπτικού σημείου τόσο στον τίτλο, όσο και στο θέμα της ταινίας. Επιπλέον, στο κάτω μέρος της αφίσας υπάρχει ένας φράχτης όμοιος με αυτόν της ταινίας, που τοποθετεί την οικογένεια και το σπίτι πίσω από αυτόν. Δεν θα μπορούσε πιο εύστοχα η αφίσα αυτή να αφηγηθεί την υπόθεση της ταινίας, προσδιορίζοντας ταυτόχρονα το είδος της, μια κοινωνική ταινία που αφορά τις διαπροσωπικές σχέσεις. Δε διευκρινίζεται όμως αν πρόκειται για δραματική ή για κωμική ταινία, και δεν προσδιορίζεται το ηλικιακό γκρουπ στο οποίο αυτή απευθύνεται.

### Εικόνα 20: Ισπανική αφίσα 2 Κυνόδοντας

Το έντονο κίτρινο φόντο της αφίσας προκαλεί ανησυχία στον θεατή και το οπτικό μήνυμα-σύμβολο της αφίσας βρήκει σημειολογικών αναφορών αναφορικά με την υπόθεσή της



Πηγή: [impawards.com](http://impawards.com), © 2009, Boo Productions, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, Γιώργος Λάνθιμος, Horsefly Productions

#### ε. Προβολή του «σuar» της ταινίας

Η τοποθέτηση των ονομάτων στην αφίσα καταδεικνύει και τον σuar της ταινίας, αυτόν, δηλαδή, που θα προσελκύσει περισσότερο κοινό στις κινηματογραφικές αίθουσες. Στο προωθητικό υλικό των ταινιών του Νέου Κύματος, ο «σuar» της ταινίας δεν είναι συνήθως κάποιος από τους ηθοποιούς αλλά ο σκηνοθέτης- δημιουργός, ο οποίος θεωρείται το πρόσωπο που θα λειτουργήσει ως πόλος έλξης για το κοινό-στόχο. Πρόκειται για μια συνήθη πρακτική μάρκετινγκ, η οποία ακολουθείται για μια εξίσου εμπορική (*mainstream*) όσο και καλλιτεχνική (*art-house*) ταινία. Μάλιστα, το προωθητικό υλικό «στηρίζεται» στο όνομα του σκηνοθέτη ακόμη και όταν αυτός είναι πρωτοεμφανιζόμενος. Ο στόχος είναι η ταινία να προωθηθεί ως ένα νέο κινηματογραφικό προϊόν «από» τον εν λόγω σκηνοθέτη, προκειμένου το κοινό να κάνει τη σύνδεση με προηγούμενα έργα του και να αναδειχθεί πως και κατά πόσον αυτή «συγκλίνει» ή «αποκλίνει» από αυτά (Shail, 2007, σελ. 1).

Στην προκειμένη περίπτωση, η αναφορά στον σκηνοθέτη της ταινίας (βλ. πίνακα 33) πραγματοποιείται με δύο τρόπους. Αφενός με την τοποθέτηση του ονόματός του πάνω ή κάτω από τον τίτλο της ταινίας, σε ορισμένες δε περιπτώσεις με το να παραλείπονται

ακόμη και τα ονόματα των πρωταγωνιστών, εφόσον θεωρείται ότι δεν αποτελούν στοιχείο που θα συντελέσει στην προσέλκυση του κοινού στις κινηματογραφικές αίθουσες. Αφετέρου με έμμεση αναφορά σε αυτόν ως τον «δημιουργό» μιας προηγούμενης επιτυχημένης εισπρακτικά ή ήδη γνωστής στο συγκεκριμένο κοινό ταινίας, καθώς είναι πιο πιθανόν το κοινό να θυμηθεί το όνομα της προηγούμενης ταινίας και όχι αυτό του δημιουργού της. Κατ' αυτόν τον τρόπο, το κοινό συνδέει την επικείμενη εμπειρία με μια προηγούμενη (*resemblance process*), που από τον πομπό θεωρείται «επιτυχημένη» (Kerrigan, 2010, σελ. 133), αλλά και γίνεται μια πιο ξεκάθαρη σύνδεση με τις υπόλοιπες ταινίες του Νέου Κύματος, με την ιδιαίτερη, πλέον, καθιερωμένη επωνυμία των ταινιών αυτών. Παρακάτω παρατίθενται ως παράδειγμα πέντε διεθνείς αφίσες της ταινίας *Άλπεις*, με έμμεση αναφορά στον δημιουργό των ταινιών Γ. Λάνθιμο ως τον «δημιουργό της ταινίας *Κυνόδοντας*» καθώς και της ταινίας *Attenberg* (στην περίπτωση της αφίσας του Μεξικού), πρακτική που ακολουθήθηκε και στο τρέιλερ στο you tube της ταινίας (βλ. ενότητα 5.3).

### Πίνακας 33: Αναφορές στον σκηνοθέτη της ταινίας

«*DEL DIRECTOR DE LA PERTURBADORA Y  
ACLAMADA CANINO*»

(Από τον σκηνοθέτη της διαταραγμένης και  
αναγνωρισμένης ταινίας *Κυνόδοντας*)

(Διεθνής αφίσα: Ισπανία)

«*DE LOS CREADORES DE LAS ACLAMADAS  
«CANINO» Y «LA VIDA SEGUIN ATTENBERG»*

(Από τους δημιουργούς των αναγνωρισμένων  
*Κυνόδοντας* και *Attenberg*)

(International Poster: Mexico)

«*FROM THE DIRECTOR OF THE ACADEMY  
AWARD NOMINATED DOGTOOTH*»

(Από τον σκηνοθέτη της υποψήφιας για όσκαρ  
ταινίας *Κυνόδοντας*)

(International Poster: USA, International Poster: UK)

«*PAR LE REALISATEUR DE LA «CANINE»*

(Από το δημιουργό του *Κυνόδοντα*)

(International Poster: France)

## 5.6 Τίτλος και χαρακτηριστική ατάκα ταινίας

Δεν είναι λίγες οι φορές που επιλέγεται μια ατάκα (*tagline*) της ταινίας να αξιοποιηθεί ως κεντρικό σημείο σε μια αφίσα, ακόμα και πριν την κυκλοφορία της, η οποία είτε θα προϊδεάζει το κοινό με τέτοιο τρόπο ώστε να θέλει να δει την ταινία (Cone, 2008, σελ. 110) είτε, μετά τη θέαση της ταινίας, θα δημιουργήσει μια σύνδεση με αυτήν (Marich, 2013, σελ. 9).

Στην περίπτωση που εξετάζουμε, οι ατάκες είναι κατά βάση εξαρτώμενες από το είδος της ταινίας που αντιπροσωπεύουν, δηλαδή το «δράμα» (με εξαίρεση την ταινία *Chevalier*). Προκειμένου να αντιπροσωπεύσουν το είδος αυτό έχουν ως στόχο, όντας βεβαίως λακωνικές, να δώσουν τροφή για σκέψη στον αναγνώστη. Μάλιστα στην πλειονότητά τους ευελπιστούν να μεταφέρουν με το μήνυμά τους «μια σύντομη αλλά σπαραχτική φιλοσοφική πλευρά της ταινίας που αντιπροσωπεύουν» (Gettl, 2010, σελ. 6). Στις αφίσες των ταινιών (βλ. πίνακα 34) *Ακαδημία Πλάτωνος*, *Attenberg*, *Χώρα προέλευσης*, *Άλπεις*, *Μαχαιροβγάλτης*, *L*, *Το μικρό ψάρι*, *Νορβηγία* και *Ο Αστακός*, οι ατάκες που αναφέρονται προσπαθούν να εκφράσουν το είδος και το κεντρικό θέμα:

**Πίνακας 34: Ατάκες αφισών**

«Ωραίοι σαν Έλληνες» (*Ακαδημία Πλάτωνος*)  
 «Deceive. Betray. Terrorize.» (*Χώρα προέλευσης*)  
 «Εξαπάτησε. Πρόδωσε. Τρομοκράτησε.» (*Χώρα προέλευσης*)  
 «Cuando el final esta proximo... los Alps estan cerca » («Όταν το τέλος είναι κοντά... οι Άλπεις είναι εδώ») (*Άλπεις*)  
 «Los Suprlantadores» («Οι αντικαταστάτες») (*Άλπεις*)  
 «When the end is near the Alps are here» («Όταν το τέλος είναι κοντά οι Άλπεις είναι εδώ») (*Άλπεις*)  
 «Όταν το τέλος είναι κοντά οι Άλπεις είναι εδώ» (*Άλπεις*)  
 «...Πάμε να φτιάξουμε κάτι όμορφο» (*Μαχαιροβγάλτης*)  
 «It's me» («Είμαι εγώ») (*L*)  
 «Η καταιγίδα έρχεται» (*Το μικρό ψάρι*)  
 «The storm inside» («Η καταιγίδα μέσα») (*Το μικρό ψάρι*)  
 «A new greek Odyssey» («Μια νέα ελληνική Οδύσσεια») (*Ξενία*)  
 «Η Νορβηγία κατεβαίνει στη Μεσόγειο» (*Νορβηγία*)  
 «Norway descents upon the Mediterranean» («Η Νορβηγία κατεβαίνει στη Μεσόγειο») (*Νορβηγία*)



«*Storia di un amore non convenzionale*» («*Η ιστορία ενός έρωτα μη συμβατικού*») (Ο Αστακός)

«*A movie about the buddies without the buddies*» («*Μια ταινία για τα φιλαράκια χωρίς τα φιλαράκια*») (Chevalier)

Με μια πιο προσεχτική ανάγνωση, παρατηρεί κανείς ότι σε κάποιες από αυτές οι ατάκες λειτουργούν ως συνδεδετικός κρίκος ανάμεσα στον τίτλο και το οπτικό μήνυμα. Τα δύο αυτά στοιχεία, λόγω της μη συμβατικής υπόθεσης των ταινιών δεν επαρκούν για να προσδιορίσουν το θέμα της ταινίας ανεξάρτητα το ένα από το άλλο. Συνδυαστικά όμως μπορούν να λειτουργήσουν ως μια περίληψη της πλοκής της. Στις αφίσες των ταινιών *Χώρα προέλευσης*, *Ακαδημία Πλάτωνος*, *Ξενία* και *Ο Αστακός* δημιουργείται μια τριμερής σχέση που χρειάζεται τη συνύπαρξη και των τριών στοιχείων για να λειτουργήσει και να αφηγηθεί στον αναγνώστη την υπόθεση της ταινίας.

Στις υπόλοιπες των περιπτώσεων, είτε επειδή ο τίτλος της ταινίας δεν μπορεί να ερμηνευτεί από τον αναγνώστη αν δεν έχει κάπως πληροφορηθεί για την υπόθεσή της από άλλες πηγές (*L*, *Μαχαιροβγάλτης*, *Άλπεις*, *Νορβηγία*, *Το μικρό ψάρι*), είτε επειδή το οπτικό μήνυμα είναι ακατανόητο από μόνο του αλλά και σε συνάρτηση με τα υπόλοιπα λεκτικά μηνύματα (*Νορβηγία*, *Άλπεις*), η ατάκα δε διαδραματίζει κανένα απολύτως ρόλο.

Κλείνοντας, αν υποθέσουμε, όπως προαναφέρθηκε, ότι ο σκοπός της ατάκας είναι να αναδείξει εκείνο το μοναδικό στοιχείο που θα κάνει την ταινία να ξεχωρίζει, τότε οι προκειμένες ατάκες εξυπηρετούν τον σκοπό τους αν και εφόσον αυτός είναι να «αποκαλύψουν» και να τονίσουν τον «παράξενο» χαρακτήρα τους, στοιχείο το οποίο εξάλλου αποτελεί και κοινό τόπο των ταινιών που εξετάζονται και τις εντάσσει στο Νέο Κύμα.

## 5.7 Η αξιοποίηση κριτικών σε αφίσες, you tube τρέιλερ και επίσημες ιστοσελίδες

Οι κριτικές των δημοσιογράφων ή των κριτικών κινηματογράφου, αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο που αξιοποιείται ποικιλοτρόπως στην προώθηση των ταινιών κυρίως ως προς την προσέλκυση του κοινού-στόχου στις κινηματογραφικές αίθουσες. Όπως αναπτύσσεται παρακάτω, οι κριτικοί των ταινιών διαδραματίζουν καίριο ρόλο στην αξιολόγηση και ανάδειξη πολιτιστικών αγαθών, αλλά και στην οριοθέτηση και αναγνώριση πολιτιστικών ιδεολογιών. Προκειμένου να αποδοθεί καλλιτεχνική αξία σε ένα κινηματογραφικό προϊόν πρέπει αυτή να εξηγηθεί, με τους ίδιους τους κριτικούς να δημιουργούν κριτήρια και λόγους προκειμένου να αιτιολογήσουν το γιατί θεωρούν ότι πρόκειται για ένα υψηλής ποιότητας προϊόν. Χρησιμοποιώντας, μάλιστα, έννοιες που εστιάζουν στην καλλιτεχνική αξία μιας ταινίας όπως «υπέροχο» ή «καινοτόμο», μεγιστοποιούν την απόσταση ανάμεσα σε ένα εμπορικό και ένα ποιοτικό προϊόν, προσθέτοντας στην

τοποθέτησή τους (των κινηματογραφικών προϊόντων) στην αγορά (Verboord, 2014, σελ. 922-923).

Προτού προχωρήσουμε όμως σε μια πιο αναλυτική προσέγγιση του ρόλου των κριτικών στις εν λόγω αφίσες, χρήσιμο θα ήταν να εξηγηθεί το πως η παράθεση κριτικών δύναται να επηρεάσει ένα *σινεφίλ* κοινό και να το «οδηγήσει» στις κινηματογραφικές αίθουσες. Αρχικά, σύμφωνα με έρευνες, ένα *σινεφίλ* κοινό είναι πιο πιθανόν να επηρεαστεί από τη γνώμη των κριτικών ώστε να επιλέξει μια ταινία παρά από κάποιον άλλο παράγοντα, για παράδειγμα τον κοινωνικό του περίγυρο (Austin, 1984). Επίσης, η επιλογή των προβαλλόμενων χαρακτηρισμών από τις κριτικές – όπως αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο – δεν είναι τυχαία, καθώς αυτού του είδους το κοινό επηρεάζεται από στοιχεία που δηλώνουν ότι πρόκειται για ένα κινηματογραφικό προϊόν «υψηλής ποιότητας» ή ακόμη και από το ίδιο το όνομα του σκηνοθέτη (Zaichkowsky et al 2009, σελ. 215).

### 5.7.1 Αξιοποίηση θετικών κριτικών στις διεθνείς αφίσες

Σε πολλές από τις αφίσες των ταινιών παρατηρείται η προβολή θετικών κριτικών ως μέρος του λεκτικού μηνύματός τους με στόχο την άνοδο της καλλιτεχνικής αξίας του προϊόντος στην κινηματογραφική αγορά. Η αναφορά κριτικών στον διαφημιστικό λόγο, είτε πρόκειται για αφίσες, για τρέιλερ στο you tube, είτε για τις επίσημες ιστοσελίδες όπως θα δούμε παρακάτω, αποτελεί μια κοινή πρακτική στην προώθηση των art-house ταινιών. Οι κριτικοί των ταινιών συνήθως αξιολογούν τις ταινίες αναφορικά με δύο βασικά κριτήρια προσαρμοσμένα στις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού. Το πρώτο αφορά την *εμπορευσιμότητα*, διαμορφώνοντας τα κριτήριά τους με βάση τον προϋπολογισμό, την προωθητική εκστρατεία και τους διάσημους κινηματογραφικούς αστέρες, στοιχεία, δηλαδή, που προσθέτουν στην αγοραστική αξία του κινηματογραφικού προϊόντος. Το δεύτερο – όπως στην περίπτωση μας – έχει να κάνει με ανεξάρτητες art-house ταινίες και αξιοποιεί ως κριτήρια φεστιβαλικές διακρίσεις, βραβεία και γενικότερα οποιοδήποτε είδους αναγνώριση από αυθεντίες (Verboord, 2014, σελ. 925).

Οι προωθητικές αυτές τακτικές φαίνεται να ακολουθούνται κυρίως στην αμερικάνικη, αγγλική και γαλλική κινηματογραφική αγορά. Ξεκινώντας από την περίπτωση της ταινίας *Dogtooth* και *Άλπεις* (βλ. πίνακα 35) οι κριτικές προέρχονται από τις ιστοσελίδες *Time out*, *Entertainment Weekly*, *Dazed & Confused*, *The Times* και *Sight and Sound*, γνώριμες στο αμερικανικό και βρετανικό κοινό αντίστοιχα,<sup>79</sup> απόλυτα δικαιολογημένες επιλογές αν αναλογιστεί κανείς ότι πρόκειται για μέσα πληροφόρησης που αξιολογούν και προτείνουν είδη ψυχαγωγίας θεωρώντας ότι πιθανότατα μεγάλο μέρος του κοινού συμβουλευεται τα μέσα αυτά προτού επισκεφτεί τις κινηματογραφικές αίθουσες.

79. [Αμερικανική Αφίσα Κυνόδοντας](#), [Ελληνική Αφίσα Κυνόδοντας](#), [Διεθνής Αφίσα \(Η.Π.Α.\) Άλπεις](#), [Διεθνής Αφίσα \(Γαλλία\) Άλπεις](#), [Διεθνής Αφίσα \(Ηνωμένο Βασίλειο\) Άλπεις](#).

## Πίνακας 35: Κριτικές ταινιών στις αφίσες Dogtooth και Άλπεις

«An Ingenious and shockingly blunt satire»

(Μία ευρηματική και σοκαριστικά ωμή σάτιρα)

*Time Out* (Κυνόδοντας)

«Pleasurably Surreal»

(Ευχάριστα σουρεαλιστική)

*USA Poster* (Κυνόδοντας)

«Profoundly original, easily one of the best films of the year»

(Βαθιά αυθεντικό, εύκολα μία από τις καλύτερες ταινίες της χρονιάς)

*Dazed and Confused*(Κυνόδοντας)

«Weird, unsettling and creepingly brilliant»

(Παράξενο, ανησυχητικά και ανατριχιαστικά θαυμάσιο)

*The Times* (Κυνόδοντας)

«A truly original work and a masterpiece of contemporary existentialism»

(Μια πραγματικά πρωτότυπη δουλειά και ένα αριστούργημα του σύγχρονου υπαρξισμού)

*Cinema Scope* (Άλπεις)

«Une version post modern du cinema de Cronenberg»

(Μία μεταμοντέρνα εκδοχή του σινεμά του Cronenberg) (Άλπεις)

«Irresistiblement bizarre et merveilleux»

(Ακαταμάχητα παράξενο και θαυμάσιο)

*The Times* (Άλπεις)

«Compellingly Weird and Wonderful»

(Συναρπαστικά παράξενο και υπέροχο)

*The Times* (Άλπεις)

Η παράθεση κριτικών σε αφίσες παρατηρείται μόνο στις ταινίες του Γ. Λάνθιμου, του πιο γνωστού εκφραστή του Νέου Κύματος (βλέπε παρακάτω και *Ο Αστακός*) λειτουργώντας προτρεπτικά σε πολλά επίπεδα. Πρώτον, είναι πιθανόν το κοινό της Βρετανίας, των ΗΠΑ

και της Γαλλίας να κάνει τη σύνδεση του ονόματός του Λάνθιμου με το Φεστιβάλ των Καννών και με τα Όσκαρ που ανέδειξαν τον εν λόγω σκηνοθέτη, σύνδεση που αυξάνει και τη δυναμική του μηνύματος. Δεύτερον, οι κριτικές αυτές αντλούνται από επικοινωνιακά μέσα με κύρος, προσθέτοντας κατ' αυτόν τον τρόπο αξιοπιστία στην «αλήθεια» των κριτικών. Ενδιαφέρουσα είναι ακόμη η αναφορά επιθέτων όπως «bizarre» («αλλόκοτο») και «weird» («παράξενο») (με άμεση παραπομπή στο σινεμά του Νέου Κύματος).

Εκτός όμως από την προαναφερθείσα άμεση σύνδεση με το Νέο Κύμα, παρατηρείται σε αφίσες, πάλι του ίδιου σκηνοθέτη, μια προσπάθεια έμμεσης αναφοράς σε αυτό το νέο είδος των «παράξενων» ταινιών, με επίθετα όπως «original» (πρωτότυπο), «disturbing» (σκληρό-ανησυχητικό) και «fearless» (ατρόμητο), παραπέμποντας με πιο έμμεσο τρόπο στο είδος των ταινιών (βλ. πίνακα 36).

### Πίνακας 36: Κριτικές ταινιών στις αφίσες *Dogtooth*, *Attenberg* και *Άλλεις*

*«Profoundly original, easily one of the best films of the year»*

(Βαθιά αυθεντικό, εύκολα μία από τις καλύτερες ταινίες της χρονιάς)

*Dazed and Confused* (Κυνόδοντας)

*«Captivating and vaguely disturbing»*

(Συναρπαστικό και αμιδρά ανησυχητικό)

*Variety* (*Attenberg*)

*«A truly original work and masterpiece of contemporary existentialism»*

(Μια πραγματικά πρωτότυπη δουλειά και ένα αριστούργημα του σύγχρονου υπαρξισμού)

*Cinema Scope* (*Άλλεις*)

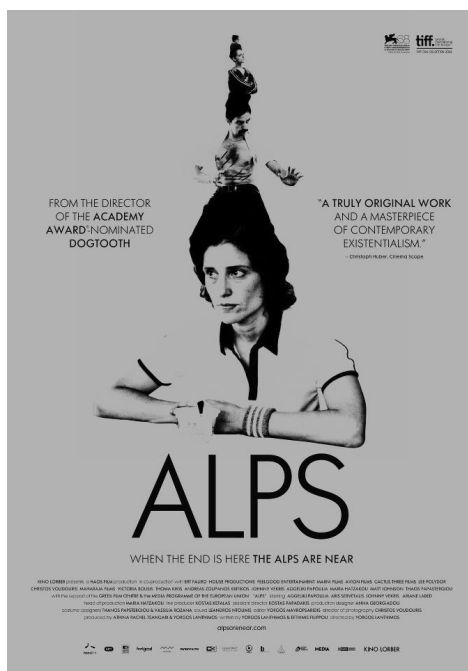
Και εδώ οι κριτικές προέρχονται από γνωστά επικοινωνιακά μέσα κύρους και συνδέονται με το είδος της εμπειρίας που προσφέρεται ως προς το είδος της ταινίας και τα συναισθήματα που προκαλεί – «captivating» (σαγηνευτικό), «divertido» (διασκεδαστικό) – και την αντίστοιχη επιβεβαίωση μιας ποιοτικής παραγωγής – «masterpiece» (αριστούργημα), «imaginative» (ευφάνταστο).

Εξετάζοντας, μάλιστα, την περίπτωση της ταινίας *Άλλεις* (βλ. εικόνες 21, 22, 23), έχουμε τον συνδυασμό τριών πολύ δυνατών ως προς την προσέλκυση του κοινού στοιχείων: έναν σκηνοθέτη-δημιουργό μιας ταινίας, την οποία προφανώς είτε έχει δει το κοινό, είτε έχει πληροφορηθεί για αυτή, οπότε και γνωρίζει το είδος της προσφερόμενης εμπειρίας, την ποιότητα και την ιδιαίτερη οπτική γωνία του Γ. Λάνθιμου, μια συμμετοχή της προηγούμενης ταινίας του σκηνοθέτη στα *Oscar*, (συνεπώς έχουμε επίσημη αναγνώριση της ταινίας και συσχετισμό της με ένα διεθνούς φήμης βραβείο κινηματογράφου),

και τέλος, μια *κριτική* από ένα περιοδικό ή από μια εφημερίδα με κύρος, αντίστοιχα, που (το *Cinema Score* στην εικόνα 21 και τους *New York Times* στην εικόνα 23) αναφέρει την πρωτοποριακή πλοκή της ταινίας («original», «a masterpiece of contemporary existentialism») και οδηγεί σε σύνδεση με το Νέο Κύμα («compellingly weird»).

### Εικόνα 21: Διεθνής αφίσα Άλπεις (ΗΠΑ)

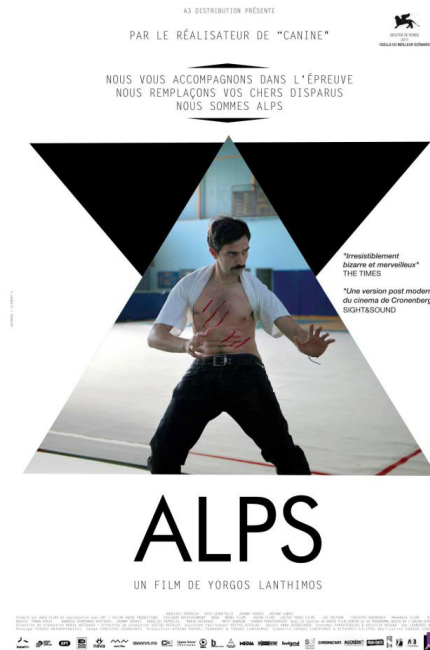
Η διεθνής αφίσα της ταινίας *Άλπεις*, που κυκλοφόρησε στις ΗΠΑ, αποτελεί κλασικό παράδειγμα αμερικανικού μοντέλου αφίσας που προβάλλει την υποψηφιότητα στα Όσκαρ της προηγούμενης ταινίας του σκηνοθέτη και μία θετική κριτική της ταινίας.



Πηγή: [Facebook Page Alps](#), © 2010 Haos Film, Photograph Yorgos Lanthimos

### Εικόνα 22: Γαλλική αφίσα Άλπεις

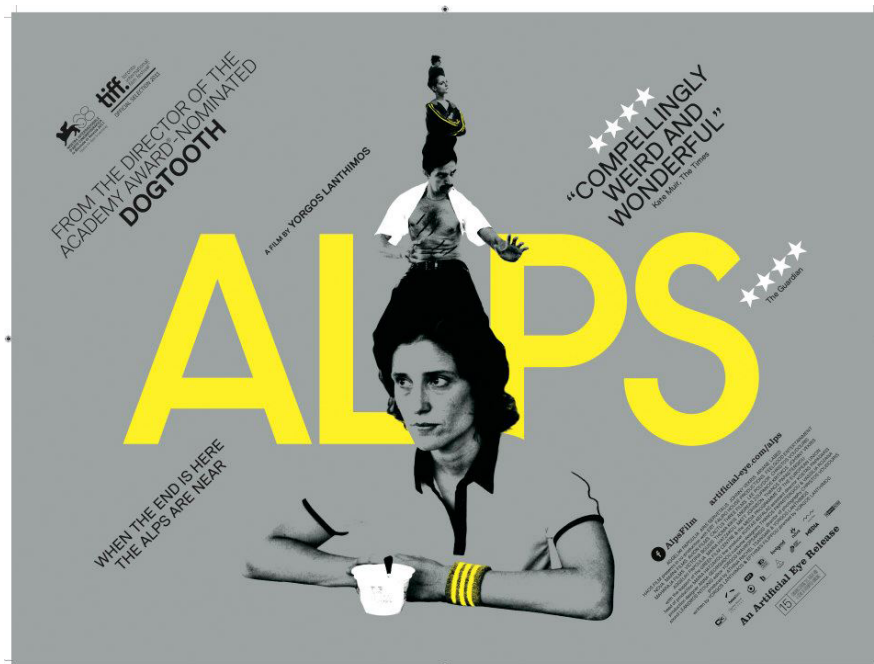
Η γαλλική αφίσα της ταινίας *Άλπεις* παραθέτει το όνομα του σκηνοθέτη, τη διάκριση σε Φεστιβάλ, μια χαρακτηριστική ατάκα της ταινίας και θετικές κριτικές σε διεθνή μέσα προκειμένου να προσελκύσει το κοινό στις κινηματογραφικές αίθουσες.



Πηγή: [Facebook Page Alps](#), © 2010 Haos Film, Photograph © Yorgos Lanthimos

### Εικόνα 23: Βρετανική αφίσα Άλπεις

Η βρετανική αφίσα της ταινίας *Άλπεις* προβάλλει την οσκαρική υποψηφιότητα της ταινίας, φεστιβαλικές διακρίσεις, μια χαρακτηριστική ατάκα και θετικές κριτικές συνοδευόμενες από τα βαθμολογικά αστεράκια στον Τύπο προκειμένου να προσελκύσει το κοινό στις κινηματογραφικές αίθουσες.



Πηγή: [Facebook Page Alps](#), © 2010 Haos Film, Photograph Yorgos Lanthimos

Κλείνοντας, άξια σχολιασμού είναι και η ιταλική αφίσα της ταινίας *Ο Αστακός* (βλ. εικόνα 24), η οποία παραθέτει δύο κριτικές στο επάνω μέρος της, τοποθετημένες πάνω και από τα ονόματα των πρωταγωνιστών και από την αναφορά της διάκρισής τους στο Φεστιβάλ των Καννών καταδεικνύοντας με τον τρόπο αυτόν το πως ο πομπός ιεραρχικά αξιολογεί την προτρεπτική δύναμη των τριών αυτών στοιχείων.

### Εικόνα 24: Ιταλική Αφίσα Ο Αστακός

Η ιταλική αφίσα της ταινίας *Ο Αστακός* παραθέτει τα ονόματα των πρωταγωνιστών της, θετικές κριτικές σε καταξιωμένα μέσα και τη διάκριση της ταινίας στο Φεστιβάλ των Καννών καταδεικνύοντας την προτροπική δύναμη των στοιχείων αυτών για ένα σινεφίλ κοινό.



Πηγή: [IMDb](https://www.imdb.com), © 2015 Element Pictures, Scarlet Films, Faliero House Productions SA, Haut et Court, Lemming Film, The British Film Institute, Channel Four Television Corporation

#### 5.7.2 Αξιοποίηση κριτικών στα τρέιλερ στο you tube

Σε δύο μόνο τρέιλερ στο you tube, αυτά των ταινιών [Miss Violence - trailer - out on 20 June 2014](#) και [Chevalier international teaser trailer](#), υπάρχει παράθεση κριτικών κατά τη διάρκεια του βίντεο. Θα προβούμε στην ανάλυση του πρώτου προκειμένου να καταδείξουμε τον τρόπο που αξιοποιούνται οι κριτικές στα τρέιλερ και τη συμβολή τους στη συνολική επικοινωνιακή στρατηγική των ταινιών. Πρόκειται για ένα pre-release τρέιλερ από τη Metrodome Films (εταιρεία διαχείρισης και διανομής ταινιών στη Βρετανία) αναρτημένο στο you tube στις 27 Μαΐου 2014 με σκοπό να ενημερώσει το βρετανικό κοινό για την πρεμιέρα της ταινίας στις 20 Ιουνίου 2014. Κατά τη διάρκεια του τρέιλερ εμφανίζονται κριτικές, οι οποίες εξαιρούν την ποιότητα της ταινίας και έμμεσα προσορίζουν και το κοινό στο οποίο απευθύνονται:



**«One of the most powerful experiences we've had in a theater for a long time»**

(Μία από τις πιο δυνατές εμπειρίες που είχαμε σε κινηματογραφική αίθουσα για πολύ καιρό)

*Indiewire*

**«A compelling film»**

(Μία συναρπαστική ταινία)

*Flick Feast*

**«Could not have been better acted and constructed to achieve its grim intensity?»**

(Δεν θα μπορούσε να έχει καλύτερα παρουσιαστεί και δημιουργηθεί για να επιτύχει την ζοφερή της ένταση;)

*Nick James – Sight and Sound*

Πιο αναλυτικά, χαρακτηρισμοί, όπως «powerful» (δυνατό), «compelling» (επιβλητικό) και «grim intensity» (ζοφερή ένταση) προσδιορίζουν το είδος της εμπειρίας που προσφέρεται – μια δυνατή, καθηλωτική, έντονη (σε συναισθήματα) ταινία – στοχεύοντας και πιο ξεκάθαρα στο κοινό προς το οποίο απευθύνονται.

Σε όλες τις κριτικές που αναφέρονται σε αφίσες, στα You tube τρέιλερ που εξετάζονται εδώ και στις επίσημες ιστοσελίδες – που θα δούμε παρακάτω – υπάρχει μια προσπάθεια μέσα από την παράθεση κριτικών να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο που θα οριοθετεί, θα εδραιώνει ή, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Baumann, θα «αναγνωρίζει» την ύπαρξη του κινήματος εντάσσοντας τις ταινίες σε αυτό και προσδίδοντας τους καλλιτεχνική αξία. Η αξία μιας καλλιτεχνικής παραγωγής- στην περίπτωση μας ενός νέου καλλιτεχνικού κύματος- έγκειται στο πόσο καινοτόμα είναι αυτή σε σχέση με το υπάρχον πολιτισμικό της περιβάλλον (2006, σελ. 59). Ο ρόλος των κριτικών είναι να δημιουργήσουν ένα θεωρητικό πλαίσιο μέσα στο οποίο κατατάσσονται συγκεκριμένα έργα εξετάζοντάς τα σε συνάρτηση με συγκεκριμένες ιδεολογίες. Μέσα από την επανάληψη επιθέτων όπως «weird», «original», «powerful» σε όλο το εξεταζόμενο οπτικό υλικό δημιουργούνται συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και κριτήρια αναγνώρισης του Νέου Κύματος «καθιερώνοντας» και πιστοποιώντας την ύπαρξή του.

### 5.7.3 Αξιοποίηση κριτικών στις επίσημες ιστοσελίδες

Σε κάποιες από τις επίσημες ιστοσελίδες παρατίθενται κριτικές των ταινιών, σε άλλες περισσότερο και σε άλλες λιγότερο οργανωμένα. Αρχικά, στις ταινίες του Πώργου Λάνθιμου παρατηρείται μια διαφορετική προσέγγιση ως προς την προβολή τους, ανάλογη της αυξανόμενης δημοτικότητας των ταινιών του σκηνοθέτη με το πέρασμα των

χρόνων και της αντίστοιχης καταξίωσής του. Στην πρώτη ταινία του είδους (*Κυνόδοντας*), στην ιστοσελίδα προβάλλονται οι κριτικές στα ελληνικά μεταφρασμένες, ακόμα και όσες προέρχονται από ξενόγλωσσα επικοινωνιακά μέσα (<http://www.dogtooth.gr/reviews.html>), καθώς ο σκηνοθέτης συστήνεται στο ελληνικό κοινό οπότε και απευθύνεται σε αυτό ξεχωριστά από το ξένο. Στη δεύτερή του ταινία όμως (*Άλπεις*), όπου έχει ήδη καταξιωθεί, η επίσημη ιστοσελίδα είναι πλέον στην αγγλική γλώσσα, αφού το κοινό του είναι πλέον διεθνές και δεν υπάρχει ανάγκη να απευθυνθεί ξεχωριστά στο εγχώριο κοινό, εξού και η παράθεση μόνο των ξενόγλωσσων κριτικών (<http://alpsarenear.com/reviews>). Στην τρίτη του ταινία, δε, εφόσον η εισπρακτική επιτυχία θεωρείται δεδομένη, η προτρεπτική δύναμη που θα ασκούσαν οι θετικές κριτικές είναι πλέον περιττή, γι' αυτό και παραλείπεται (<http://thelobster-movie.com/>).

Στις λοιπές εξεταζόμενες ταινίες, όπου παρατίθενται οι κριτικές στις επίσημες ιστοσελίδες, ο ρόλος τους είναι πολλαπλός. Εκτός από τον προφανή – την επιβεβαίωση της ποιότητας της προσφερόμενης εμπειρίας – λειτουργούν και πληροφοριακά, αναφέροντας όχι μόνο το απόσπασμα με την προσωπική άποψη του κριτικού αλλά και την υπόθεση και το είδος των ταινιών, προκειμένου να ενημερωθεί το κοινό «περί τίνος πρόκειται» ([strellamovie](http://strellamovie.com), [homelandfilm](http://homelandfilm.com)).

Η συνολική θεώρηση του προωθητικού υλικού και των επικοινωνιακών τακτικών φανέρωσε κάποια κοινά στοιχεία, τα οποία όλες οι ταινίες προέβαλαν στην επικοινωνιακή τους στρατηγική όπως ο σκηνοθέτης, η ένταξη των ταινιών στον art-house κινηματογράφο (συχνά κάνοντας συσχετισμούς με άλλες ταινίες του είδους), η αντισυμβατική πλοκή, η καινοτόμα σκηνοθεσία και οι διακρίσεις σε φεστιβάλ και βραβεία. Τα στοιχεία αυτά θεωρήθηκε ότι θα προσελκύσουν το κοινό στις κινηματογραφικές αίθουσες, προβάλλοντας την ταυτότητα ενός νέου είδους art-house ταινιών, αναγνωρισμένων διεθνώς. Στο κεφάλαιο 6 αποπειράται μια σύνδεση των στοιχείων αυτών με τη δημιουργία και την εξέλιξη του Νέου Κύματος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### Η ανάδειξη ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Όψεις και προοπτικές.

Από το τέλος της προηγούμενης δεκαετίας και μέχρι σήμερα, η σύγχρονη καλλιτεχνική δημιουργία στον ελληνικό κινηματογράφο κεντρίζει το ενδιαφέρον κριτικών και δημοσιογράφων, πανεπιστημιακών και ερευνητών, υπεύθυνων προγραμμάτων φεστιβάλ, υπεύθυνων επικοινωνίας και μάρκετινγκ και ασφαλώς όσων εμπλέκονται άμεσα με την παραγωγή και τη σκηνοθεσία κινηματογραφικών ταινιών. Η συζήτηση για το Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο ξεκινά ήδη από το 2009, κορυφώνεται στην πορεία χάρη στην παρουσία και τις διακρίσεις των ταινιών του σε διεθνή κινηματογραφικά φεστιβάλ, διευρύνεται και συντηρείται χάρη στην έντονη ενασχόληση του Τύπου και των ΜΜΕ, «μπολιάζει» με νέα πεδία ενασχόλησης τον «χώρο» των ελληνικών κινηματογραφικών σπουδών, τροφοδοτεί (και καταφέρνει να διατηρεί επί μακρόν) μια θετική εικόνα για την Ελλάδα τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Σκηνοθέτες και συντελεστές κινηματογραφικών ταινιών με κινηματογραφική παιδεία, μεράκι και πάθος, συγγενές ηλικιακό προφίλ και τόλμη, παράγουν τις ταινίες τους κάτω από αντίξοες συνθήκες. Πρόκειται για μια νέα γενιά σκηνοθετών που συχνά συνεργάζονται μεταξύ τους, συνομιλούν και επικοινωνούν όχι απαραίτητα με όρους καλλιτεχνικούς και όρους στρατεύσης προς την ανάπτυξη ενός νέου ρεύματος, αλλά με όρους συνεργασίας και συχνά δικτύωσης για την παραγωγή των ταινιών τους και έχοντας ως όραμα την εξυγίανση του κινηματογραφικού κλάδου. Είναι μια γενιά δημιουργών που αυτοβούλως συμμετείχε από κοινού με παλαιότερους στην ανάπτυξη ενός κινήματος κινηματογραφιστών (*Κινηματογραφιστές στην Ομίχλη*) αλλά και της πιο πρόσφατης κίνησης *Δώσε Λίγη Αγάπη στον Ελληνικό Κινηματογράφο* όπου συμμετέχουν πρόσωπα από την Ένωση Σκηνοθετών και Παραγωγών Ελληνικού Κινηματογράφου και συστήθηκε στο κοινό μόλις το Νοέμβρη του 2018, με σκοπό τη διεκδίκηση αλλαγών και τη χάραξη μιας συνολικής, συντονισμένης και σταθερής εθνικής κινηματογραφικής πολιτικής.

Ψήγματα του Νέου Κύματος εντοπίζονται από θεωρητικούς και κριτικούς ήδη από τη δεκαετία του 1990 (Chalkou, 2012· Lykidis, 2015), πολύ πριν την εξαιρετική πορεία της ταινίας *Κυνόδοντας*, που θεωρήθηκε η απαρχή ενός νέου κινηματογραφικού φαινομένου, και τις διακρίσεις των ταινιών *Attenberg* και *Στρέλλα*. Οι Πούπου και Νικολαΐδου (2019) υποστηρίζουν ότι οι σύγχρονες ταινίες του ελληνικού κινηματογράφου και ειδικότερα αυτές του Νέου Κύματος συνομιλούν και επικοινωνούν με τις παλιότερες ταινίες του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου (NEK), της περιόδου 1960-1990. Μάλιστα η πρωτοβουλία *Χαμένη Λεωφόρος του Ελληνικού Σινεμά* της Ένωσης Σκηνοθετών - Παραγωγών Ελλάδος, που έκανε την εμφάνισή της τον Δεκέμβριο του 2016, με προβολές ξεχασμένων, υποτιμημένων και άγνωστων ελληνικών ταινιών από τη δεκαετία του 1960

μέχρι και τη δεκαετία του 1990 καθώς και η έκδοση του ομώνυμου συλλογικού τόμου (Νικολαΐδου & Πούπου 2019), όπου σύγχρονοι δημιουργοί σχολιάζουν και αναλύουν μια ταινία του ΝΕΚ που είχε στοιχεία παραδοξότητας ή μοντερνισμού, είναι χαρακτηριστική ενός ανατροφοδοτούμενου λόγου που αφορά, τελικά, την ταυτότητα του ελληνικού κινηματογράφου.

Τί οδήγησε, ωστόσο, στη δημιουργία και την, ως φαίνεται, πρώτη μέχρι σήμερα ακμή του Νέου Κύματος τα τελευταία χρόνια; Στην περίπτωση του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου υπήρξε ένα πεδίο από εξωγενείς και ενδογενείς παράγοντες, που συνέβαλαν στη διαμόρφωση, τελικά, ενός χώρου ευκαιριών και λειτούργησαν καταλυτικά στην ανάπτυξη art-house ταινιών. Στη συνέχεια πλαισιώθηκαν από διάφορους λόγους και στρατηγικές που συντέλεσαν στην ανάδυση ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. Αναμφίβολα οι εξωτερικοί, εξω-φιλμικοί παράγοντες διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερο πλαίσιο εντός του οποίου καλείται να αναπτυχθεί η εγχώρια κινηματογραφία και ασφαλώς δεν περιορίζονται χρονικά αποκλειστικά στην περίοδο εμφάνισης των ταινιών ενός νέου κύματος. Ζυμώσεις στο κοινωνικό επίπεδο, αλλαγές ή ακόμα και απουσία αλλαγών και πρωτοβουλιών σε θεσμικό επίπεδο, εξελίξεις σε τεχνολογικό επίπεδο αρκετό καιρό πριν την ανάδυση του κινηματογραφικού φαινομένου διαμορφώνουν το ευρύτερο κάδρο. Αρκούν όμως οι εξω-φιλμικοί παράγοντες για να καθορίσουν την πιθανότητα μια τάση, ένα ρεύμα, ένας κόσμος της τέχνης να επιτύχει τελικά την ανάδυση και την καθιέρωσή του; Στις ενότητες που ακολουθούν επιχειρείται, σε συνέχεια των προηγούμενων κεφαλαίων και σε εναρμόνιση με την πολιτισμική θεωρία, να αποτυπωθεί ο τρόπος με τον οποίο επέδρασαν ορισμένοι από τους επιμέρους παράγοντες στην ανάδυση του Νέου Κύματος.

Δίνεται, μάλιστα, ιδιαίτερη έμφαση στην οικονομική κρίση. Το ενδιαφέρον στην περίπτωση του Νέου Κύματος είναι ότι ένας εξωτερικός παράγοντας όπως η οικονομική κρίση, που επηρέασε και επηρεάζει κάθε τομέα της κοινωνικής και πολιτικής ζωής μιας χώρας ή και ενός συνόλου χωρών (όπως π.χ. της Ευρωπαϊκής Ένωσης) αναγορεύτηκε σε μεγάλο βαθμό το κύριο πρίσμα υπό το οποίο προσεγγίζεται η σύγχρονη κινηματογραφική δημιουργία. Οι κοινωνικοπολιτικές προεκτάσεις της χρηματοπιστωτικής και οικονομικής κρίσης προκάλεσαν, εξάλλου, το ειδησεογραφικό ενδιαφέρον σε παγκόσμιο επίπεδο, τόσο ως προς τις συνέπειές τους στην Ελλάδα όσο και συνολικά στις χώρες που επλήγησαν και οδηγήθηκαν σε αναδιάρθρωση των οικονομικών μεγεθών και πολιτικών τους. Με άλλα λόγια, σε μια περίοδο που ο κυρίαρχος λόγος (discourse) στη δημόσια σφαίρα αφορά αφενός τις συνέπειες μιας οικονομικής κρίσης συνολικά για όλες τις χώρες που επηρεάζονται μετέχοντας στο παγκόσμιο χρηματοοικονομικό σύστημα, αφετέρου την Ελλάδα, ως χώρα που πλήττεται άμεσα τόσο από τις επιπτώσεις της κρίσης όσο και των ακολουθούμενων επί δεκαετίες πολιτικών της, δεν μοιάζει διόλου παράδοξο να επιχειρεί να ανιχνεύσει κανείς σχόλια και τοποθετήσεις των δημιουργών για τα κακώς κείμενα της χώρας που εκπροσωπούν ή να σχολιάζει τις συνθήκες

υπό τις οποίες οι τελευταίοι εργάστηκαν για την παραγωγή των έργων τους. Αυτό που πράγματι μοιάζει παράδοξο είναι το ενδεχόμενο να καταστεί αυτό το πρίσμα το μοναδικό μέσο προσέγγισης των ταινιών του Νέου Κύματος.

Το καταληκτικό κεφάλαιο τούτου του βιβλίου περιλαμβάνει μια συνδυαστική ανάγνωση των εξετασθέντων στο πλαίσιο της μελέτης κειμένων του δημοσιογραφικού λόγου και των επιστημονικών κειμένων, επιχειρώντας την καταγραφή συγκλίσεων και αποκλίσεων στους αναφερόμενους λόγους (discourses) και, εν τέλει, την αποτύπωση και σύνθεση της διαδρομής και των χαρακτηριστικών του Νέου Κύματος κατά τους συγγραφείς αυτών των κειμένων. Συνεισφέροντας στη μελέτη του φαινομένου σχολιάζονται κριτικά οι συνολικές και οι επιμέρους παραδοσιακές και σύγχρονες επικοινωνιακές στρατηγικές, προκειμένου να διακριβωθεί η συμβολή τους στην ανάδυση και την καθιέρωση του Νέου Κύματος.

Θα ήταν ίσως παράλειψη να μη «δοθεί» ο λόγος και να μην αναδειχθούν οι επιμέρους δημοσίως προβαλλόμενοι λόγοι (discourses) των ίδιων των πρωταγωνιστών αυτού του Κύματος, των σκηνοθετών του. Γι' αυτόν τον σκοπό επιχειρείται παράλληλα μια σύντομη καταγραφή των δηλώσεων των ίδιων των δημιουργών, κάνοντας χρήση αποκλειστικά δευτερογενών πηγών με την πεποίθηση ότι θα φωτιστούν επιμέρους πτυχές του φαινομένου. Τέλος, στην τελευταία ενότητα του κεφαλαίου αυτού επιχειρείται μια σύντομη περιγραφή της μέχρι σήμερα πορείας του Νέου Κύματος του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου και μια απόπειρα καταγραφής των προοπτικών του.

## 6.1 Το Νέο Κύμα συγκροτείται εξω-φιλμικά. Οι παράγοντες που συνέβαλαν ή/και ευνόησαν την ανάδυσή του

Ένα σύνολο εξωγενών παραγόντων και συνθηκών που εντοπίζονται στο ευρύτερο κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον αλλά και ενδογενών παραγόντων που αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον του κινηματογραφικού πεδίου, δύνανται να συμβάλουν στη διαμόρφωση ενός χώρου ευκαιριών, κάποιων συνθηκών, δηλαδή, που μπορούν να επιδράσουν ευνοϊκά στην ανάδυση νέων πολιτιστικών προϊόντων και τάσεων. Μια προσεκτική μελέτη στον τρόπο ανάδυσης των Νέων Κυμάτων ή των κινημάτων στις ευρωπαϊκές κινηματογραφίες καταδεικνύει ότι μεγαλύτερο ρόλο στη δημιουργία τους διαμόρφωσαν οι εξω-φιλμικές διαδικασίες (όπως οι συνθήκες παραγωγής, προώθησης και πρόσληψης αυτών των ταινιών) και οι επιτελεστικές ικανότητες των ίδιων των σκηνοθετών-δημιουργών, ενώ μικρότερος ήταν ο ρόλος που επιφυλάχθηκε στα κοινά μορφολογικά και θεματικά στοιχεία (Νικολαΐδου & Πούπου, 2017, σελ. 91).

Οι παρατηρήσεις θεωρητικών και κινηματογραφικών συντακτών, όπως εξετάστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό ως προς την προσέγγιση των παραγόντων εκείνων που ιδανικά δύνανται να λειτουργήσουν ενισχυτικά

για την ανάπτυξη της ελληνικής κινηματογραφίας και ασφαλώς για την ανάδυση και την εξέλιξη του Νέου Κύματος, αναδεικνύοντας παράλληλα το πολυδιάστατο και πολυσύνθετο πλέγμα γεγονότων, δρώντων και παραγόντων, που επιδρούν στον κόσμο του κινηματογράφου. Στοιχεία και τάσεις που αφορούν την οικονομική πλευρά της υλοποίησης αλλά και της προώθησης μιας ταινίας, αναμφίβολα κυριαρχούν έναντι παραγόντων που συνδέονται με την ανάπτυξη ποιοτικού χαρακτήρα στοιχείων, π.χ. αισθητικής, κινηματογραφικής παιδείας κ.λπ., ή ακόμα και με την εξέλιξη των τεχνολογιών επικοινωνίας και λήψης, επεξεργασίας και αναπαραγωγής ήχου και εικόνας, που σαφώς υπολείπονται στις σχετικές καταγραφές. Ενισχυμένη, από αυτή την άποψη, αναδεικνύεται η πτυχή του κινηματογραφικού έργου ως πολιτιστικού καταναλωτικού προϊόντος.

### 6.1.1 Σηματοδοτικοί παράγοντες

Στην περίπτωση του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, οι διεθνείς επιτυχίες τριών ταινιών (*Στρέλλα*, *Κυνόδοντας* και *Ακαδημία Πλάτωνος*) μόλις το 2009, σε συνδυασμό με τη δράση των *Κινηματογραφιστών στην Ομίχλη*, τη σύσταση της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου, την εκμετάλλευση των ευκαιριών και δυνατοτήτων των ευρωπαϊκών προγραμμάτων από έλληνες δημιουργούς λειτούργησαν ως ορισμένοι σηματοδοτικοί παράγοντες (signaling factors) των αλλαγών που θα επέρχονταν στον χώρο του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου. Αποτέλεσαν, δηλαδή, δράσεις και γεγονότα, στα οποία εκ των υστέρων μπορεί να αναγνωρίσει κανείς μια επίδραση σε συμβολικό και επικοινωνιακό επίπεδο στο εγχώριο κινηματογραφικό πεδίο. Αποτέλεσαν δράσεις και στοιχεία που κατέδειξαν, αν μη τι άλλο, μια «δημιουργική αναταραχή» στο ελληνικό κινηματογραφικό τοπίο.

### 6.1.2 Ενδογενείς παράγοντες του κινηματογραφικού πεδίου

Η αναταραχή κάθε άλλο παρά αδικαιολόγητη υπήρξε. Πυροδοτήθηκε και «θέριαψε» από την οικονομική και τη χρηματοπιστωτική κρίση που επηρέασε κάθε τομέα της κοινωνικής ζωής, και είχε ως συνέπεια τον αισθητό περιορισμό των κρατικών κονδυλίων για τον πολιτισμό, αλλά αναμφίβολα τροφοδοτήθηκε από τα χρόνια προβλήματα και τις ανεπάρκειες στο εγχώριο κινηματογραφικό πεδίο. Η ασυνέχεια στην ακολουθούμενη κινηματογραφική πολιτική επί δεκαετίες, ο τρόπος λειτουργίας των κρατικών θεσμικών φορέων, το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο που ελάχιστα διευκόλυνε την ενίσχυση και την ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης και παιδείας σε συνδυασμό με τον περιορισμό των κρατικών ενισχύσεων σε κρατικούς και μη πολιτιστικούς φορείς και οργανισμούς, αποτέλεσαν το δυσοίωνο και περιοριστικό καμβά πάνω στον οποίο κλήθηκαν σκηνοθέτες και επαγγελματίες του κλάδου να εργαστούν τις τελευταίες δεκαετίες. Προφανώς εδώ αναφερόμαστε σε παράγοντες για τους οποίους οι ίδιοι οι δημιουργοί είτε δεν γνωρίζουν τις διαδικασίες διαμόρφωσης καθενός από αυτούς είτε τους γνωρίζουν ανεπαρκώς

και, σε κάθε περίπτωση, ελάχιστα μπορούν να τους επηρεάσουν, παρά το γεγονός ότι οι ίδιοι και η εργασία τους επηρεάζονται άμεσα από αυτούς.

Στον αντίποδα, από την αρχή του τρέχοντος αιώνα το κινηματογραφικό πεδίο μοιάζει να ενισχύεται και να αλλάζει χάρη στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις, την ανάδειξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων και πλαισίων χρηματοδότησης κινηματογραφικών έργων, την εξάπλωση του διαδικτύου και τις σύγχρονες τάσεις στο πεδίο της κινηματογραφοφιλίας, τη ραγδαία ανάπτυξη της εμπορικής οπτικοακουστικής βιομηχανίας, τις αλλαγές στο πεδίο του μάρκετινγκ και της επικοινωνίας των πολιτιστικών (και όχι μόνο) προϊόντων. Ξεχωριστή θέση κατέχει και η ακολουθούμενη από την Ευρωπαϊκή Ένωση πολιτιστική πολιτική, η οποία διαδραματίζει αποφασιστικό ρόλο σε ζητήματα νομικής φύσεως (π.χ. θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας), διατήρησης κινηματογραφικής κληρονομιάς, θέσπισης κριτηρίων για τις εθνικές ενισχύσεις που χορηγούνται στον κινηματογράφο και τις τηλεοπτικές παραγωγές, δημιουργίας ευκαιριών κινηματογραφικής παιδείας, ανάπτυξης διμερών/διακρατικών συνεργασιών μεταξύ των κρατών-μελών καθώς και σε μια σειρά άλλων ζητημάτων που αφορούν τα κινηματογραφικά και εν γένει τα οπτικοακουστικά έργα.

Εξάλλου, ο σύγχρονος ελληνικός art-house κινηματογράφος ζυμώθηκε με την Ευρώπη, με τις αξίες αλλά και τις αστοχίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με τις ευκαιρίες και τα προγράμματα εκπαίδευσης που διαμόρφωσε η τελευταία, με τις πολλές φεστιβαλικές διοργανώσεις που λαμβάνουν χώρα στα εδάφη της (ενδεικτικά αναφέρονται πόλεις όπως οι Κάννες, Βερολίνο, Ρόττερταμ, Βενετία), με αρκετές από αυτές να έχουν έναν πιο διεθνοποιημένο χαρακτήρα.

### **6.1.3 Παράγοντες που επηρεάζουν την κινητοποίηση – αναγνώριση θεσμικών φορέων**

Σύμφωνα με τον Baumann (2007, σελ. 51), την ίδια στιγμή που οι καλλιτέχνες είναι απασχολημένοι με τη δημιουργία των έργων τους, μια σειρά άλλων παραγόντων δρουν ταυτόχρονα αποδίδοντας αξία στις πολιτιστικές δράσεις και προϊόντα και συμβάλλοντας τελικά στην ανάδειξη και την καθιέρωσή τους. Ανάμεσα σε αυτούς τους παράγοντες θα πρέπει να αναγνωρίσει κανείς ιδιαιτέρως τη συμβολή των θεσμικών συντελεστών του κόσμου της τέχνης και του θεάματος οι οποίοι, περιβάλλοντας με την απαραίτητη εμπιστοσύνη και πίστη τα καλλιτεχνικά δημιουργήματα και τους δημιουργούς τους, συμβάλλουν στην αναγνώριση της αξίας τους. Στην περίπτωση του κινηματογράφου οι σχετικοί φορείς που αλληλεπιδρούν για τη διαμόρφωση του πεδίου είναι ποικίλοι: ΜΜΕ, κριτικοί κινηματογράφου, κρατικοί και ιδιωτικοί θεσμοί απονομής βραβείων, κινηματογραφικά φεστιβάλ, διεθνή ευρωπαϊκά προγράμματα, χρηματοδοτικά funds, παραγωγοί, πανεπιστημιακοί και ερευνητές, επιστημονικά περιοδικά, κοινωφελή ιδρύματα της Ελλάδας, πολιτιστικοί οργανισμοί, επαγγελματικές οργανώσεις και σωματεία κ.λπ. Ο ρόλος και η δράση τους είχε καθοριστική σημασία στην παραγωγή, τη διανομή

και τον καθορισμό της συμβολικής και οικονομικής αξίας των ταινιών του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου, καθώς και στις διαδικασίες καλλιτεχνικής καταξίωσης. Ας μην ξεχνάμε ότι η επιτυχία στον κινηματογραφικό χώρο, και ιδιαίτερα στον ευρωπαϊκό art-house κινηματογράφο, μπορεί επίσης να εξομοιωθεί με την επίτευξη της καθιέρωσης των δημιουργών και των ειδών ή κινηματογραφικών σχολών.

Μεταξύ των παραγόντων που επηρέασαν τη διαμόρφωση του Νέου Κύματος θα πρέπει να σημειωθούν η πρόωγη δημόσια αναγνώριση της ταυτότητας, της δυναμικής και του «ονόματός» του από θεσμικούς φορείς στον κινηματογραφικό χώρο. Η *Ελληνική Ακαδημία Κινηματογράφου* αποτελεί το πρώτο επίσημο κινηματογραφικό όργανο που αναγνώρισε το όνομα «greek wave», καλώντας τους επαγγελματίες του χώρου σε δημόσιο διάλογο. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι κατά τα έτη 2012 και 2013 διοργάνωσε, σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Υποτρόφων του Ιδρύματος Ωνάση, διημερίδες υπό τον τίτλο «Riding the greek wave». Στόχος των δράσεων αυτών ήταν οι συναντήσεις και ανταλλαγές ιδεών και εμπειριών μεταξύ δημιουργών και επαγγελματιών του κλάδου από το εσωτερικό και το εξωτερικό, με θέμα την εξωστρέφεια της ελληνικής κινηματογραφικής ταινίας.

Σε ανάλογο μήκος κύματος κινήθηκε και η *Ταινιοθήκη της Ελλάδος*. Είναι ενδεικτικό ότι κατά το έτος 2014, στο πρώτο εξάμηνο του οποίου η Ελλάδα προήδρευε του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η *Ταινιοθήκη της Ελλάδας* συνέδραμε την πρωτοβουλία της *Βασιλικής Ταινιοθήκης των Βρυξελλών* (*Cinéma-thèque Royale de Belgique – CINEMATEK*) η οποία, την εν λόγω περίοδο, ήταν επικεφαλής της Ένωσης *Ευρωπαϊκών Κινηματογραφικών Αρχείων* (*Association of European Cinéma-thèques – ACE*) και, σε συνεργασία με το *Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου* και με την υποστήριξη των ελληνικών Υπουργείων Πολιτισμού και Αθλητισμού και Εξωτερικών, διοργάνωσαν σειρά εκδηλώσεων στη βελγική πρωτεύουσα, αφιερωμένων στον ελληνικό κινηματογράφο. Ανάμεσα στους θεματικούς άξονες αυτών περιλαμβάνονταν αφιερώματα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο «με ταινίες παραγωγής από το 2000 και μετά, μεταξύ των οποίων και τα αντιπροσωπευτικότερα δείγματα του αποκαλούμενου *Weird Greek Cinema* που ταξιδεύει και διακρίνεται στα διεθνή φεστιβάλ» (*Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου*, 2014).

Θεσμικοί φορείς στον χώρο της εγχώριας κινηματογραφίας και συλλογικά όργανα στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνώρισαν την ανάδυση ενός νέου κινηματογραφικού φαινομένου και υιοθέτησαν και αναπαρήγαγαν την έννοια του Νέου Κύματος. Ενδεικτική είναι η συζήτηση που πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο του 2016 στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με θέμα: «Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ευρώπη και η καλλιτεχνική δημιουργία – Διδάγματα από το νέο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου», ως συνέχεια ανάλογων πρωτοβουλιών ελλήνων ευρωβουλευτών.



#### 6.1.4 Ο ρόλος των κινηματογραφικών φεστιβάλ

Τα κινηματογραφικά φεστιβάλ λειτουργούν ως φορείς ελέγχου της ποιότητας, ως διαμορφωτές πολιτιστικού κεφαλαίου και συμβάλλουν ως ρυθμιστές (ή αλλιώς πυλωροί) στον εντοπισμό και την ταξινόμηση ενός τεράστιου αριθμού ταινιών που παράγονται ετησίως ανά τον κόσμο. Άπαξ και εμφανιστεί μια νέα τάση ή φαινόμενο σε αυτά, αναδεικνύεται σε παγκόσμιο επίπεδο. Τα προγράμματά τους, τα αφιερώματα και οι παράλληλες και παράπλευρες εκδηλώσεις και δρώμενα (*extra-cinematic / para-cinematic events*) που προετοιμάζουν για το κοινό και τους κριτικούς, σε συνδυασμό με το κύρος των διοργανωτών και με την προβολή που συνεπάγονται οι δράσεις των φεστιβαλικών οργανισμών, συμβάλλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση των τάσεων, την κατηγοριοποίηση και την παρουσίαση ταινιών και, εν τέλει, στην ανάδυση και καθιέρωση νέων πολιτιστικών προϊόντων. Τα φεστιβάλ των Καννών και της Βενετίας υπήρξαν ένας χώρος ανάδυσης νέων κυμάτων εθνικών κινηματογράφων (π.χ. γερμανικό Νέο Κύμα) και συνάμα χώρος ανάδειξης των σκηνοθετών ως *auteur* δημιουργών. Σκηνοθέτες όπως οι Ingmar Bergman, Michelangelo Antonioni, Federico Fellini, Lars von Trier, αν και καταξιωμένοι στις πατρίδες τους, αναγνωρίστηκαν ως δημιουργοί όταν κέρδισαν διακρίσεις στις Κάννες ή τη Βενετία.

Στην περίπτωση του Νέου Κύματος του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου τα κινηματογραφικά φεστιβάλ υπήρξαν ο πρώτος χώρος υποδοχής και παρουσίασης των ταινιών του νέου φαινομένου και ο κατ' εξοχήν χώρος ανάδειξης της αξίας τους που συνοδεύτηκε από διακρίσεις, παρα-φεστιβαλικές διοργανώσεις (π.χ. συνεντεύξεις, πάρτυ), κολακευτικές κριτικές στα προγράμματά τους και θετικά σχόλια των επικεφαλής τους στις δηλώσεις τους στον Τύπο. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Κάρλοβι Βάρι (*Karlovy Vary International Film Festival*), ένα από τα πιο σημαντικά και επιδραστικά φεστιβάλ της Ευρώπης, αποτελεί ίσως το πρώτο μεταξύ των σχετικών οργανισμών που σε αφιέρωμά του το 2011 αναφέρθηκε στους «Νέους Έλληνες Σκηνοθέτες» και επιβεβαίωσε ότι μια σειρά *art-house* ταινιών του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου αφορά και αγγίζει το διεθνές κοινό (Κρανάκης, 2011). Ο Κάρελ Οχ, Καλλιτεχνικός Διευθυντής του συγκεκριμένου φεστιβάλ, εξηγούσε σε συνέντευξή του το ίδιο έτος ότι οι υπεύθυνοι του φεστιβάλ αναγνώρισαν ως ταινίες υψηλής ποιότητας τις ταινίες των Ελλήνων δημιουργών (όπως οι *Ιστορία 52*, *Στρέλλα* και *Κυνόδοντας*), ως ταινίες που «αν και τελείως διαφορετικές μεταξύ τους, είναι αυθεντικές, όχι μόνο στη θεματική τους αλλά και στην κινηματογραφική τους γλώσσα» (στο ίδιο).

Υπό την «ταμπέλα» «greek weird wave» το Νέο Κύμα ταξίδεψε στη συνέχεια σε δεκάδες κινηματογραφικά φεστιβάλ, με τις ταινίες του να αξιολογούνται ως «must see» προϊόντα. Οι δε σκηνοθέτες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου αναγνωρίζονταν ως δημιουργοί κάθε φορά που κέρδιζαν κάποια διάκριση σε διεθνές φεστιβάλ, δημιουργώντας κατ' αυτόν τον τρόπο ένα νέο χώρο ευκαιριών για τις επερχόμενες υποψηφιότητες νέων Ελλήνων σκηνοθετών.

## 6.2 Η οικονομική κρίση και το «σινεμά της κρίσης»

*Is it just coincidence that the world's most messed-up country  
is making the world's most messed-up cinema?*

(Rose, 2011)<sup>80</sup>

Επιχειρώντας να εξετάσει κανείς μια σειρά ταινιών, αναμφίβολα λαμβάνει υπόψη του το χωροχρονικό πλαίσιο εντός του οποίου αναπτύχθηκαν, παρήχθησαν και κυκλοφόρησαν. Αν κάτι είναι πρόδηλο, σύμφωνα με τους κριτικούς και θεωρητικούς του κινηματογράφου, όπως προκύπτει μεταξύ άλλων και από τα εξεταζόμενα στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης κείμενα είναι ότι, στην περίπτωση των ταινιών του Νέου Κύματος του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου, η οικονομική κρίση εμφανίζεται ως γενικός επιδραστικός παράγοντας για την ανάδυσή του. Η σχέση της κρίσης με τις ταινίες του Νέου Κύματος αναγνωρίζεται άλλοτε ως αιτιώδης, άλλοτε ως ερμηνευτική, άλλοτε ως συγκυριακή ενώ, κατά ορισμένους κριτικούς κινηματογράφου, εγείρει παραδοξότητες. Το Νέο Κύμα συμπορεύτηκε με το κύμα της οικονομικής κρίσης, άλλοτε αντλώντας έμπνευση και υλικό, άλλοτε επιδιώκοντας να την ερμηνεύσει ή και να την αποδομήσει, άλλοτε «εκμεταλλεζόμενο» την ήδη διαμορφωμένη και ολοένα αναπτυσσόμενη δυναμική της στον διεθνή δημόσιο λόγο και τα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας.

### 6.2.1 Συγκυριακή σχέση: Κινηματογράφος στα χρόνια της κρίσης

Το «σινεμά της κρίσης» καταξιώθηκε διά των διακρίσεων του (και της «παραδοξότητας» του που ασφαλώς συνδέεται και με την οικονομική κρίση), συμβάλλοντας στην καθιέρωση ενός διαφορετικού θέματος στην ατζέντα του δημόσιου λόγου που σχετίζεται με την Ελλάδα. Οι αφορμές, μάλιστα, ενασχόλησης δημοσιογράφων και κριτικών με το Νέο Κύμα συνδέονται ευθέως με την φεστιβαλική παρουσία και την επιτυχία των ταινιών, σε αντίθεση με τους συγγραφείς επιστημονικών κειμένων που επιλέγουν να επικεντρωθούν σε συγκεκριμένα κάθε φορά χαρακτηριστικά των ταινιών, παρέχοντας και το ανάλογο θεωρητικό πλαίσιο ανάλυσής τους.

Σύμφωνα με τα εξεταζόμενα στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας, οι κριτικοί κινηματογράφου των ξένων μέσων ενημέρωσης χαρακτηρίζονται από μια τάση που ξεπερνά τη χρονική και γεωγραφική ταύτιση της ελληνικής κρίσης με το Νέο Κύμα, υπό την έννοια ότι οι συγκεκριμένες ταινίες παράγονται και προβάλλονται ταυτόχρονα με αυτήν. Η τάση αυτή προβάλλει εντόνως τη θέαση και αντιμετώπιση των ταινιών ως μια αλληγορία για την Ελλάδα της κρίσης. Η Papadimitriou (2014b, σελ. 2) αναφέρει χαρακτηριστικά ότι είναι αμφίβολο αν οι εκτός της χώρας θα είχαν παρατηρήσει την «αναγέννηση» του ελληνικού κινηματογράφου αν δεν υπήρχε το ερμηνευτικό πρίσμα

80. «Είναι άραγε σύμπτωση που η πιο μπερδεμένη χώρα του κόσμου φτιάχνει το πιο μπερδεμένο σινεμά του κόσμου;» (ιδία μετάφραση)

της κρίσης. Βέβαια, υπάρχει και μια άλλη διάσταση της κρίσης που, αν και δεν είναι άμεσα ορατή, έχει σημαντικές συνέπειες για την εγχώρια αγορά. Στην εξέταση των κινηματογραφικών αιθουσών ως πολιτιστικών οργανισμών στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης, η μελέτη της Τσακηρίδη (2016, σελ. 141) καταλήγει ότι από το 2006 έως το 2016 έκλεισαν 20 κινηματογραφικές επιχειρήσεις στον Δήμο Αθηναίων. Πέρα από τις καταστροφικές επιπτώσεις που αυτό είχε για τους ίδιους τους επιχειρηματίες και τις οικογένειές τους, η συρρίκνωση αυτή των αιθουσών στον αστικό ιστό προκαλεί ακόμη μεγαλύτερες δυσκολίες στη διανομή των ελληνικών ταινιών, ιδιαίτερα των art-house, που αποτελούν και τον αδύναμο κρίκο της διανομής.

### 6.2.2 Αιτιώδης σχέση: η οικονομική δυσπραγία υπεύθυνη για τη δημιουργικότητα;

Η οικονομική ένδεια, η κοινωνικοπολιτική κρίση, η ανέχεια επηρεάζουν την καλλιτεχνική παραγωγή τόσο ως προς την ποσότητα όσο και ως προς την ποιότητα. Επανέρχεται δε σε περιόδους κρίσης το επιχείρημα ότι οι δύσκολες καταστάσεις και οι αντίξοες συνθήκες αναγκάζουν τους καλλιτέχνες να είναι πιο δημιουργικοί και πιο ευρηματικοί, προκειμένου να καταφέρουν να ολοκληρώσουν με επάρκεια και επιτυχία τα πονήματά τους. Η αιτιώδης αυτή σχέση ανάμεσα στην οικονομία και την ανάδυση Νέων Κυμάτων στον κινηματογράφο, υποστηρίζεται ένθερμα από τον Tweedie (2013), ο οποίος οραματίζεται τη λογική των νέων κυμάτων ως την αναπαράσταση της παγκοσμιοποίησης.

*Κάθε ένας από αυτούς τους κινηματογράφους ανακαλύπτεται από ένα διεθνές κινηματογραφικό κύκλωμα, ενώ ταυτόχρονα μια εγχώρια οικονομική επανάσταση σηματοδοτεί τη δέσμευση της κοινωνίας σε ένα αναδυόμενο σύστημα παγκόσμιων αγορών. Ο καθένας από αυτούς τους κινηματογράφους αποτελεί μια απειλή και μια υπόσχεση των διεθνικών κινηματογραφικών κινημάτων να αντιμετωπίσουν την αδράνεια της εγχώριας βιομηχανίας τους και, ταυτόχρονα, ως προϊόν και ως απόρροια της παγκοσμιοποίησης, καθένας γίνεται ένα αρχείο της διαταραχής που ακολουθεί μετά από κοινωνικοοικονομικές αναταραχές (στο ίδιο, σελ. 4). [...] Με τις σχετικά περιορισμένες οικονομικές τους δυνατότητες και ως εκ τούτου τη διαφορά τους από τα αισθητικά ιδανικά του Χόλυγουντ, οι ταινίες αυτές φέρουν πάντα το στίγμα της τοπικότητας τους. Παραπέμπονται στο κύκλωμα των φεστιβάλ και στον τομέα του παγκόσμιου κινηματογράφου, όπου εξακολουθούν να κατοικούν ως αναχρονιστικά απομεινάρια των τοπικών [κινηματογραφιών]. Υπάρχουν σε μια φωτεινή θέση μεταξύ της βιωμένης ιστορίας και του προσδοκώμενου μέλλοντος, ανάμεσα στα όρια ενός υλικού περιβάλλοντος και των εικόνων που χρησιμεύουν ως προάγγελοι μιας παγκόσμιας κουλτούρας υπό κατασκευή. Τα νέα κύματα*

*κατοικούν στα χαοτικά περιθώρια αυτής της επανάστασης της αγοράς και μαρτυρούν μια εποχή που καθορίζεται από ιστορικές ανακατατάξεις καθώς ξετυλίγεται (στο ίδιο).*

Στην περίπτωση του Νέου Κύματος, ο λόγος (discourse) αυτός εκφέρεται κυρίως με τη μορφή υπαινιγμών στον Τύπο και το διαδίκτυο διά στόματος δημοσιογράφων και δημοσιολογούντων. Το παράδοξο και συνάμα επικίνδυνο είναι να θεωρηθεί «το ζόρι βοηθητικό στην δημιουργικότητα» και να καλλιεργηθεί η αίσθηση ότι «η ανέχεια λειτουργεί ευεργετικά για τον καλλιτέχνη», σχολιάζει σε συνέντευξή του, παραχωρημένη στο πλαίσιο επιστημονικής έρευνας ο σεναριογράφος Ευθύμης Φιλίππου (Αλευρά, 2018, σελ. 62). Για τους σκηνοθέτες και τους συντελεστές των ταινιών, η δημιουργική πράξη προκύπτει ως ανάγκη του δημιουργού, φέρει τη σφραγίδα του καλλιτέχνη και αποτελεί έκφραση της μοναδικής προσωπικότητάς του και της δικής του ματιάς.

Η ανάδειξη μιας προσέγγισης βάσει της οποίας ο κινηματογράφος αφορά σκληραγωγημένους και ανθεκτικούς στις δυσκολίες δημιουργούς, παραγωγούς και συντελεστές και, σχεδόν αυτόματα, σε καιρούς κρίσης αποδίδει μερικά έργα-σταθμούς στην ιστορία των εγχώριων κινηματογραφιών, είναι το δίχως άλλο μονόπλευρη και περιοριστική. Σύμφωνα με τους υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης, η ανασφάλεια και ο φόβος που μοιραία θεριεύουν σε περιόδους κρίσης γεννάνε με τη σειρά τους τη δημιουργία, την καινοτομία, ενδεχομένως τη διάθεση για πειραματισμό, αλλά σίγουρα και μια τάση να είναι κανείς παραγωγικός. Συχνά οδηγούν και σε μια τάση ενίσχυσης της ανάγκης για επικοινωνία και αλληλεπίδραση με το κοινό. Η εν λόγω διάσταση συνδέεται ευθέως ή τουλάχιστον αυτό προκρίνουν οι δημιουργοί (ενδεικτικά Ευθ. Φιλίππου και Ελίνα Ψύκου στο Αλευρά, 2018, σελ. 60-92) με την τάση να θεωρείται η εργασία του κινηματογραφιστή ως ερασιτεχνική ενασχόληση και όχι ως επάγγελμα. Υπό αυτό το πρίσμα, οι κινηματογραφιστές όφειλαν να στραφούν σε καινοτόμους δρόμους συνεργασίας και ανεύρεσης πηγών χρηματοδότησης, όταν οι κρατικές στρόφιγγες επιχορηγήσεων στέρεψαν και ο ιδιωτικός τομέας περιόρισε στο ελάχιστο τη συνδρομή του στην κινηματογραφική παραγωγή. Η εμμονή στην ανάδειξη του εν λόγω επιχειρήματος, προερχόμενη από συμπολιτευόμενο ή αντιπολιτευόμενο Τύπο, δημοσιολογούντες κινηματογράφους και μη, επανήλθε στις δημόσιες συζητήσεις με αφορμή τις πολλαπλές περικοπές στις χρηματοδοτήσεις προς τον τομέα του πολιτισμού στα χρόνια της δημοσιονομικής προσαρμογής. Μοιάζει δε να αποσύρει από το κάδρο της ανάλυσης του κινηματογραφικού πεδίου την παραδοχή ότι ο κινηματογράφος είναι μια τέχνη που αφορά μια σειρά επαγγελματικών κλάδων, που χρειάζεται χρήματα για να παραχθεί και που μπορεί να αποφέρει υλικές και άυλες απολαβές οι οποίες μάλιστα είναι απολύτως αναγκαίες σε μια χειμαζόμενη οικονομία, σε μια χώρα με καταρακωμένη φήμη, αστάθειες στις ακολουθούμενες πολιτικές, προβληματικά πεδία στην αναπτυξιακή της πορεία.

Οι κριτικοί είναι βασικοί παράγοντες που μπορούν να διαχειριστούν και να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο οι θεσμικές αλλαγές λειτουργούν ως οργανώσεις και, με τη σειρά τους, μπορεί να είναι οδηγοί στη συνεχιζόμενη αναδιάρθρωση των θεσμικών

λογικών και διαδικασιών (Glynn & Lounsbury, 2005, σελ. 1052). Η συνεχής, μαζική ή επί μακρόν προβολή μιας συγκεκριμένης προσέγγισης σε συνδυασμό με την απήχηση των μέσων και τη λειτουργία του Παγκόσμιου Ιστού διαμορφώνουν συγκεκριμένα πλαίσια πρόσληψης των ταινιών και προωθούν ένα συγκεκριμένο τρόπο παρακολούθησης και ερμηνείας των καλλιτεχνικών έργων. Η δε δυναμική των μέσων είναι τέτοια που επηρεάζει θεσμικούς δρώντες (διοργανωτές φεστιβάλ, κυβερνητικούς φορείς κ.λπ.) σε βαθμό ώστε να καλλιεργείται η αίσθηση μεταξύ των δημιουργών ότι ευπρόσδεκτες π.χ. προς φεστιβαλική συμμετοχή είναι οι ταινίες που μιλούν για την κρίση.

Η ανίχνευση μιας αιτιώδους σχέσης μεταξύ της οικονομικής κρίσης και της καλλιτεχνικής παραγωγής στα χρόνια της κρίσης, από κοινού με τις πράγματι εντυπωσιακές διακρίσεις και παρουσίες ταινιών σε κινηματογραφικά φεστιβάλ και τις διθυραμβικές κριτικές είναι αμφίβολο αν συνέβαλε στη διεύρυνση της δημόσιας συζήτησης για την ενίσχυση της κινηματογραφικής παιδείας στη χώρα, την καλλιέργεια των συνθηκών για τη διευκόλυνση της κινηματογραφικής παραγωγής καθώς και τις χρηματοδοτήσεις συλλήβδην στο πεδίο του πολιτισμού. Είναι αμφίβολο αν έδωσε την απαραίτητη ώθηση για την ενίσχυση του δημόσιου διαλόγου σχετικά με τη συνεισφορά της ελληνικής κινηματογραφικής παραγωγής στην πραγματική οικονομία της χώρας και την αύξηση της απασχόλησης. Ο λόγος που σημειώνεται μια τέτοια παρατήρηση είναι γιατί επί της ουσίας η ανάδυση του Νέου Κύματος συμπίπτει με τον λόγο (discourse) και τον συλλογικό προβληματισμό που άρθρωσαν οι *Κινηματογραφιστές στην Ομίχλη* αλλά και πιο πρόσφατες κινήσεις δημιουργών, παραγωγών και συντελεστών, μέλη των οποίων υπήρξαν πολλοί από τους εκπροσώπους του νέου κινηματογραφικού φαινομένου.

### **6.2.3 Ερμηνευτική σχέση: οι ταινίες σχολιάζουν την κρίση ή η κρίση είναι το πρίσμα για την ερμηνεία τους;**

Ο Sharpe (2016, σελ. 14) υποστηρίζει ότι το διακύβευμα στην περίπτωση των ταινιών του Νέου Κύματος και της συμπίπτουσας χρονικά οικονομικής κρίσης δεν είναι να αποδείξει κανείς μια αιτιώδη σχέση ανάμεσά τους, αλλά να επιχειρήσει μια ερμηνευτική διασύνδεση που θα συμβάλλει στην κατανόηση και την προσέγγιση ιδιαίτερων φαινομένων που λαμβάνουν χώρα τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Οι απόψεις ως προς το αν και κατά πόσο η οικονομική κρίση αναδεικνύεται στην πλοκή των ταινιών του Νέου Κύματος δίστανται, αφενός γιατί σημειώνονται διαφορετικές προσεγγίσεις μεταξύ των σκηνοθετών ως προς τη θεματολογία και την ερμηνεία που επιχειρούν οι ίδιοι να δώσουν, αφετέρου ως προς τον ίδιο τον βαθμό εμπλοκής της οικονομικής κρίσης όχι μόνο στην ταινία ως καταναλωτικό προϊόν (διασύνδεση με οικονομική διάσταση) αλλά και ως καλλιτεχνικό προϊόν (διασύνδεση με θεματολογικούς άξονες, αισθητική κ.λπ.).

Το ενδεχόμενο να αναχθεί η «κρίση» στη νέα μεγάλη αφήγηση για την τρέχουσα πολιτισμική παραγωγή επισημαίνει και ο Δημήτρης Τζιόβας, καθηγητής Νεοελληνικών Σπουδών στο Πανεπιστήμιο του Μπέρμιγχαμ (University of Birmingham) (Tziouvas, 2017)

σχολιάζοντας ότι «δεν είναι μόνο η κρίση που μπορεί να αφήσει το αποτύπώμά της στην τέχνη, αλλά και ο λόγος περί κρίσης» (Πιμπλής, 2017). Πράγματι, στην περίπτωση της σύγχρονης κινηματογραφικής δημιουργίας, καταρχάς κριτικοί κινηματογράφου και στη συνέχεια επιστήμονες του χώρου αξιοποίησαν κατά κύριο λόγο το πρίσμα της ελληνικής κρίσης προκειμένου να προσεγγίσουν και να ερμηνεύσουν το Νέο Κύμα. Είναι χαρακτηριστικό ότι ακόμα και στις περιπτώσεις που η οικονομική κρίση δεν αποτελεί το κύριο πλαίσιο για την ερμηνεία μιας καλλιτεχνικής ταινίας του Νέου Κύματος, συχνά αναφέρεται ως μια βασική πτυχή για την προσέγγιση των νοημάτων και του περιεχομένου της.

Δεν θα πρέπει να παραγνωρίζει κανείς σε αυτό το σημείο ούτε τη δύναμη των κυρίων λόγων και εικόνων στον δημόσιο λόγο και ειδικότερα στα ΜΜΕ, καθώς δύνανται να επηρεάσουν καταλυτικά τον τρόπο προσέγγισης, πρόσληψης και ερμηνείας ενός πολιτιστικού προϊόντος. Σε μια περίοδο που ο δημόσιος (και κυρίως ο ειδησεογραφικός) λόγος κατακλύζεται από εικόνες και λόγους περί της οικονομικής κρίσης και των συνεπειών αυτής σε κοινωνικο-πολιτικό επίπεδο (ενδεικτικά ανάδυση κοινωνικών κινημάτων, πολιτική αστάθεια, οικονομική δυσπραγία, αύξηση φτώχειας και ανεργίας, περιορισμός του κράτους πρόνοιας κ.ά.), σε μια περίοδο κατά την οποία όλοι αναζητούν τα αίτια της και παράλληλα επιχειρούν την εξεύρεση λύσεων, δεν θα πρέπει να φαντάζει παράδοξο γιατί καταρχάς οι κριτικοί κινηματογράφου έσπευσαν να αναζητήσουν συνδέσεις, συνάφεια ή ακόμα και σχόλια επί των «κακώς κειμένων» της ελληνικής πραγματικότητας. Ο Δημήτρης Παπανικολάου, σχολιάζοντας την εικόνα των αθηναϊκών διαδηλώσεων, σημειώνει χαρακτηριστικά ότι αυτή έχει τόσο πολύ διακινηθεί παγκοσμίως από το 2009 και στα χρόνια που ακολούθησαν που, τελικά, πλαισιώνει τον τρόπο πρόσληψης ακόμα και των ταινιών στις οποίες απουσιάζει. Έτσι, η προσεκτική απόληψη των εμφανιστικών δεικτών της Αθήνας προσλαμβάνεται ως μια αφηγηματική και σκηνοθετική στρατηγική που εντέλει τονίζει περισσότερο την «πόλη που βρίσκεται σε μπελάδες» (*city in trouble*) (Ραπανικόλαου, 2014, σελ. 28-29).

Το πλαίσιο παραγωγής μιας σειράς ταινιών ή της καλλιτεχνικής παραγωγής μιας χρονικής περιόδου αλλά και οι ίδιες οι θεματικές και αισθητικές επιλογές των ταινιών, ανεξάρτητα από το περιεχόμενο της πλοκής, λειτουργούν ως ενδείκτες της εποχής και της περιοχής στα πλαίσια των οποίων παρήχθησαν. Ανεξάρτητα από την πρόθεση ενός σκηνοθέτη του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, ένα καλλιτεχνικό προϊόν όπως μια ταινία είναι αποκαλυπτικό για την τρέχουσα κοινωνικοοικονομική συγκυρία στην Ελλάδα και τον κόσμο. Εξάλλου, όπως καταδεικνύει και η εκπαιδευτική διάσταση του κινηματογράφου, οι ταινίες αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο και πρίσμα για την ερμηνεία της σύγχρονης πραγματικότητας. Ως τέτοιες, οι ταινίες του Νέου Κύματος ανεξαρτήτως του αν και κατά πόσο επηρεάστηκαν από την οικονομική κρίση, ανεξαρτήτως του αν και κατά πόσο απεικονίζουν ή αποτυπώνουν πτυχές αυτής, δύνανται να αποτελέσουν οι ίδιες ένα ερμηνευτικό πρίσμα για την ανάγνωση της τρέχουσας ελληνικής (και όχι μόνο) πραγματικότητας και κυρίως των συνεπειών της πολιτικοοικονομικής

κρίσης. Υπό αυτήν την έννοια, αντί η κρίση θεσμών και αξιών και η οικονομική δυσπραγία να αποτελούν ένα πρίσμα για την ερμηνεία του Νέου Κύματος, δύνανται ορισμένες, αν μη τι άλλο, ταινίες του πρόσφατου κινηματογραφικού φαινομένου να θεωρηθούν ο μεγεθυντικός φακός ή/και το πρίσμα για την ανάγνωση και ερμηνεία των κοινωνικών και πολιτισμικών φαινομένων των τελευταίων ετών.

Η συνάφεια και η σχέση του Νέου Κύματος με την οικονομική και όχι μόνο κρίση είναι αυτή που οδήγησε στην αναφορά περί της «παραδοξότητας» στις ταινίες του νέου κινηματογραφικού φαινομένου. Η ταμπέλα «Weird Wave» που αποδόθηκε από τους κριτικούς στο Νέο Κύμα και την οποία, άμεσα ή έμμεσα, κλήθηκαν συγγραφείς επιστημονικών κειμένων και δημοσιογράφοι με έναν τρόπο να σχολιάσουν, αποδεχτούν ή απορρίψουν, συνδέθηκε επί της ουσίας, σύμφωνα και με τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, όπως αναπτύχθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, με τρεις διαφορετικές πτυχές: α) κατά κύριο λόγο με το «παράδοξο» της αισθητικής αυτών των ταινιών και το «παράδοξο» του περιεχομένου και της φόρμας τους που αποκαλύπτει μια τάση ρήξης με παλαιότερες στερεοτυπικές νόρμες (έμφαση στην ελληνική οικογένεια, ιδιαίτερες ερμηνείες των ηθοποιών, ειρωνεία και κυνισμός, εγκλεισμός (κυριολεκτικός και μεταφορικός), αλληγορία), β) με τις «παραδοξότητες» που σχετίζονται με τον χαμηλό προϋπολογισμό της παραγωγής τους και την αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίων για αυτές και γ) το «παράδοξο» της χωροχρονικής συγκυρίας, που ταυτίζεται με τις τρέχουσες κοινωνικο-πολιτικο-οικονομικές συνθήκες.

#### **6.2.4 Πλαίσιο παραγωγής: Συνεργατικά σχήματα και χρηματοδότηση**

Είναι ενδεικτικό ότι, στα κείμενα των πανεπιστημιακών και των ερευνητών, που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης, γίνεται συχνή, παρότι όχι πάντοτε εκτενής αναφορά σε παράγοντες που, κατά τους συγγραφείς, συνέβαλαν στη διαμόρφωση ή επέδρασαν στον τρόπο ανάπτυξης και εξέλιξης του Νέου Κύματος. Σημείο σύγκλισής τους αποτελεί το γεγονός ότι, παρά τις γενικότερες αντίξοες συνθήκες που σε ορισμένες περιπτώσεις επέβαλαν ακόμα και τη διακοπή της παραγωγής, οι Έλληνες σκηνοθέτες, παραγωγοί και συντελεστές ταινιών κατάφεραν να ολοκληρώσουν το έργο τους, αναγκαζόμενοι βεβαίως να αναζητήσουν εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης ή τρόπου εργασίας. Το πλαίσιο παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών στην περίοδο της οικονομικής κρίσης μοιάζει να έγινε ακόμα πιο περίπλοκο και δύσκολο διαχειρίσιμο, ωθώντας δημιουργούς και παραγωγούς σε εναλλακτικά και πιο ευρηματικά μονοπάτια, ενίοτε όμως, και σε γνώριμα, δύσβατα σοκάκια! Αποτελεί σχεδόν κοινό μυστικό το γεγονός ότι οι δημιουργοί του ανεξάρτητου κινηματογράφου στην Ελλάδα έχουν κατά καιρούς στηριχθεί ο ένας στην αμισθί εργασία του άλλου, ειδικά στις πρώτες τους ταινίες. Σε ορισμένες δε περιπτώσεις οι δημιουργοί αναγκάστηκαν να παίξουν και ρόλο παραγωγού.

Η συνεργατική διάσταση μεταξύ σκηνοθετών και συντελεστών ενισχύθηκε την τελευταία δεκαετία, προσδιορίζοντας ένα άτυπο σύστημα ανταλλακτικής εργασίας.

Στην εξέλιξη αυτή συνέβαλε το συγγενές ηλικιακό, εκπαιδευτικό ίσως και αξιακό προφίλ των δημιουργών και των συντελεστών του Νέου Κύματος. Σε ορισμένες περιπτώσεις κάποιοι από τους αναδειχθέντες ως μετόχους του Νέου Κύματος γνωρίζονται, επικοινωνούν, συνομιλούν και συνεργάζονται για την υλοποίηση των ταινιών τους, όπως αναφέρουν και οι ίδιοι (π.χ. Γ. Λάνθιμος, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, Ελ. Ψύκου). Ενδεικτικά και μόνο παρατίθενται σε επόμενη ενότητα του κεφαλαίου αυτού οι σκέψεις τους, μεταξύ άλλων και επ' αυτού. Οι συνεργασίες τους όμως, όταν και όπως προέκυψαν και υλοποιήθηκαν ή και συνεχίζονται μέχρι σήμερα, δεν θα πρέπει να θεωρηθούν, σύμφωνα με την άποψή τους, ανάλογες της ώσμωσης και της επικοινωνίας των συμμετεχόντων στο Γαλλικό Νέο Κύμα ή το Νέο Γερμανικό Εξπρεσιονισμό.

Αξίζει δε να υπογραμμιστεί ότι το πνεύμα συνεργασίας και αλληλεγγύης που διαπνέει την ομάδα κινηματογραφιστών και συντελεστών που εμπίπτει στο Νέο Κύμα, έδωσε την αφορμή σε θεωρητικούς και κριτικούς να αναζητήσουν συγγένειες και κοινά στοιχεία ανάμεσα στις ταινίες του Νέου Κύματος. Σύμφωνα με τον Ντελλή (2013), οι ταινίες του Νέου Κύματος και ειδικότερα αυτές των δύο βασικών εκφραστών του, Γιώργου Λάνθιμου και Αθηνάς-Ραχήλ Τσαγγάρη, μοιάζει να συνομιλούν μεταξύ τους, συνεχίζοντας και προεκτείνοντας κοινούς προβληματισμούς και διεκδικήσεις. Υπό αυτή την έννοια, η ύπαρξη σταθερών συνεργατών συμβάλλει ακούσια ή εκούσια στη διαμόρφωση ενός βαθμού κινηματογραφικής συνοχής μεταξύ των ταινιών του Νέου Κύματος, χωρίς αυτό βέβαια να σημαίνει ότι η συνεργατική χροιά στις ταινίες του Νέου Κύματος προσδίδει απαραίτητα και χαρακτηριστικά κοινότητας στο νέο κινηματογραφικό φαινόμενο.

### **6.3 Κριτικός και επιστημονικός λόγος για το Νέο Κύμα: συγκλίσεις και αποκλίσεις**

Ένα μηνιακό γεγονός αποκτά υπόσταση όταν ονοματοποιείται από τα μέσα. Ο τρόπος δε με τον οποίο ονοματίζεται είναι δηλωτικός των προθέσεων του ομιλητή και ιδεολογικά σημασιοδοτημένος (Λέανδρος κ.ά, 2011, σελ. 249) καθώς όχι μόνο κωδικοποιεί την πραγματικότητα αλλά επηρεάζει εμμέσως την πρόσληψη του δέκτη ως προς την κωδικοποίηση αυτή. Συχνά μάλιστα μια στοχευμένη πλαισίωση των γεγονότων μετατρέπει τον ανατροφοδοτούμενο λόγο σε ιδεολογία, επηρεάζοντας καθοριστικά τις διαδικασίες καθιέρωσης.

Ο Shrum (1991, σελ. 643), υποστηρίζει ότι στον ρόλο του «πυλωρού» ο κριτικός που λειτουργεί μέσα από τα ΜΜΕ αποτελεί πρωταρχικό «θεσμικό ρυθμιστή της καινοτομίας», νομιμοποιώντας τις υφιστάμενες συμφωνημένες συμβάσεις ως αυθεντικές και ακυρώνοντας/απορρίπτοντας (delegitimizing) τις ριζικές αποκλίσεις από τις συμβάσεις ως μη αυθεντικές. Ως εκ τούτου, ο κριτικός και επιστημονικός λόγος αποτελεί



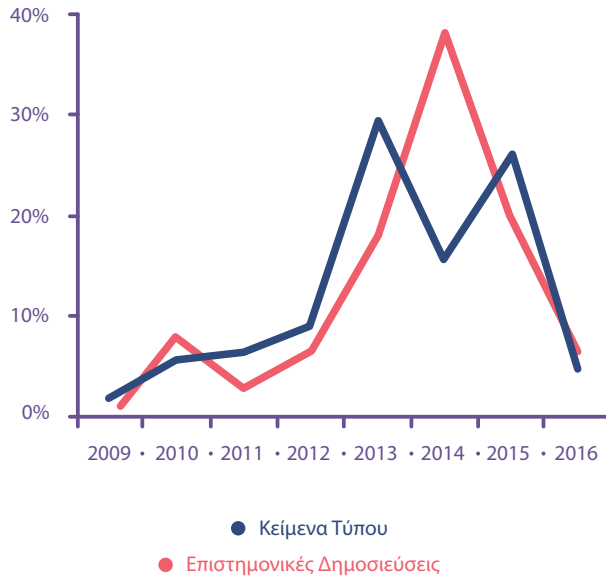
καθοριστικό παράγοντα που βοηθά στη διατήρηση ή στην αλλαγή αυτού που θεωρείται αυθεντικό σε ένα συγκεκριμένο πολιτισμικό είδος (DiMaggio, 1987).

Το Νέο Κύμα έτυχε ευρείας προσοχής στον δημόσιο διάλογο ή, ορθότερα, ευρύτερης προσοχής από το 2011 μέχρι σήμερα, εξαιτίας της ίδιας της επιλογής της λέξης «weird», που απέδωσε την υφή της παραδοξότητας σε ένα συγκεκριμένο, περιορισμένο αριθμό ταινιών μιας ομάδας σκηνοθετών του σύγχρονου κινηματογράφου. Πρόκειται για μια έννοια που επιδέχεται πολλών διαφορετικών ερμηνειών, ανάλογα με την προσέγγιση που επιχειρεί κάποιος συμπυκνώνοντας, κατά συνέπεια, μια σειρά από διαφορετικούς λόγους (discourses) που αρθρώνονται με διαφορετικές εντάσεις, σε διαφορετικά πλαίσια.

Αναμφίβολα το κύμα «σηκώθηκε» σε μια εποχή κατά την οποία η ηλεκτρονική, ειδικότερα, δημοσιογραφία, αλλά και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιστρατεύουν τίτλους και «συνταιριάζουν» λέξεις που, σε άλλα πλαίσια ή παλαιότερες εποχές, θα έμοιαζαν πράγματι «αλλόκοτα». Το ενδιαφέρον μάλιστα σε αυτή την περίπτωση είναι ότι η απόδοση του χαρακτηρισμού έρχεται από ένα μέσο γενικού ειδησεογραφικού ενδιαφέροντος και όχι αποκλειστικά κινηματογραφικού. Το σχόλιο του Steve Rose, κριτικού της εφημερίδας *The Guardian*, το οποίο αναπαρήχθη στα περισσότερα μέσα ενημέρωσης και, βέβαια, οι ίδιες οι επιτυχίες των συντελεστών του Νέου Κύματος, ανέδειξαν και συντήρησαν το τελευταίο ως θέμα συζήτησης και σχολιασμού στον δημόσιο διάλογο.

Το Νέο Κύμα τροφοδοτεί και τροφοδοτείται από τα μέσα ενημέρωσης (media), η διασύνδεση των οποίων σε ένα παγκόσμιο δίκτυο του προσδίδει αμέσως διεθνή χαρακτηριστικά (Nikolaïdou, 2013). Όπως παρατηρήθηκε από το corpus των κειμένων που συγκροτήθηκε, ειδικά τα τελευταία χρόνια, αναδύεται μια προοδευτική τάση μεγαλύτερης ενασχόλησης με τους δημιουργούς και τα έργα τους παρά με συνολικές, γενικές θεωρήσεις του Νέου Κύματος. Στην αντίπερα όχθη, ο επιστημονικός λόγος, εκ της φύσεώς του, σπανιότερα ταυτόχρονα και συνηθέστερα υστερόχρονα, έρχεται να προτείνει νέες προσεγγίσεις, να ανιχνεύσει και να ερμηνεύσει τα στοιχεία εκείνα που θα οριοθετήσουν και θα προσδιορίσουν το Νέο Κύμα τόσο σε σχέση με τη σύγχρονη ελληνική όσο και σε σχέση με την παγκόσμια κινηματογραφική ιστορία.

Διάγραμμα 6: Επιστημονικές δημοσιεύσεις και κείμενα Τύπου



Όπως γίνεται φανερό και από το Διάγραμμα 6 παρατηρείται, αρχικά περιορισμένη (το 2009), και σταδιακά αυξανόμενη μέχρι το 2013, ενασχόληση με τους εκπροσώπους του φαινομένου στα κείμενα του Τύπου. Την ίδια περίοδο οι ερευνητές και οι μελετητές του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου εμφανίζουν αρχικά μηδενικές (το 2009) και στη συνέχεια περιορισμένες (μέχρι το 2012) σχετικές δημοσιεύσεις. Από το 2012 και έπειτα, οι συγγραφείς και οι συντάκτες του συνολικού δείγματος που αξιοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης (κείμενα επιστημόνων και κείμενα Τύπου) καταπίνουνται ολοένα και περισσότερο με το Νέο Κύμα. Το 2013 είναι η χρονιά που στον χώρο του Τύπου σημειώνονται οι περισσότερες αναφορές ενώ, έναν χρόνο αργότερα οι επιστημονικές δημοσιεύσεις εμφανίζουν μια εξαιρετική άνοδο για να ακολουθήσουν στη συνέχεια μια πτωτική πορεία μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2016. Παρά το γεγονός ότι δεν συμπεριελήφθηκαν στο corpus της συγκεκριμένης έρευνας, στην πορεία της ίδιας χρονιάς και μέχρι σήμερα παρατηρούνται ενδιαφέρουσες πρωτοβουλίες, που καταδεικνύουν την περαιτέρω ενίσχυση του επιστημονικού πεδίου με νέες μελέτες και έρευνες. Ενδεικτικά αναφέρονται το αφιέρωμα «Contemporary Greek Film Cultures: Weird Wave and Beyond» του περιοδικού *Journal of Greek Media and Culture*, και η κυκλοφορία του βιβλίου του σκηνοθέτη και διδάκτορα Μάριου Ψαρά, με τίτλο «The Queer Greek Weird Wave-Ethics, Politics and the Crisis of Meaning».

Τα δεδομένα της ανά χείρας μελέτης καταδεικνύουν ότι το έτος 2013 αποτελεί μια χρονιά στη διάρκεια της οποίας κορυφώνεται το ενδιαφέρον για το νέο φαινόμενο. Υπενθυμίζεται ότι ήδη έχουν κυκλοφορήσει τα προηγούμενα χρόνια οι ταινίες των Γ. Λάνθιμου και Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, που «άνοιξαν» τη συζήτηση περί Νέου Κύματος. Το 2013 το ενδιαφέρον για αυτό πυροδοτείται από την κυκλοφορία της ταινίας του Αλέξανδρου Αβρανά *Miss Violence*, που έλαβε μέρος στο διαγωνιστικό τμήμα του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Βενετίας αποσπώντας τον Αργυρό Λέοντα (Βραβείο Καλύτερης Σκηνοθεσίας) καθώς και το πρώτο Βραβείο Ανδρικής Ερμηνείας Volpi Cup για την ερμηνεία του πρωταγωνιστή Θέμη Πάνου. Ασφαλώς θα πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά την ίδια περίοδο, προφανώς ερευνούν το φαινόμενο και οι μελετητές, το ρεκόρ δημοσιεύσεων όμως καταχωρείται στην επόμενη χρονιά, λόγω της αραιής περιοδικότητας έκδοσης των επιστημονικών περιοδικών ή/και της χρονοβόρας διαδικασίας μελέτης ενός φαινομένου όπως επίσης και συγγραφής και δημοσίευσης/κυκλοφορίας μιας έρευνας ή ενός βιβλίου.

### 6.3.1 Κύριοι εκπρόσωποι και ταινίες του Νέου Κύματος

Μελετώντας από κοινού τα ευρήματα του δείγματος των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα και αυτών του Τύπου διαπιστώνεται ότι οι ταινίες των Γ. Λάνθιμου και Αθ. Ρ. Τσαγγάρη σχολιάζονται εντονότερα και συχνότερα από αυτές των υπόλοιπων δημιουργών. Στους σκηνοθέτες αυτούς αναγνωρίζεται ένα είδος «πρωτεργάτη» ή έστω σημαίνοντος προσώπου για το Νέο Κύμα. Περίπου δύο στις τρεις αναφορές σε ταινίες ή σκηνοθέτες σχετίζονται κατά βάση με τα έργα των συγκεκριμένων, όπως φάνηκε και από τα παρατιθέμενα στα προηγούμενα Κεφάλαια αριθμητικά δεδομένα. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η συχνότητα αναφοράς στον Γ. Λάνθιμο στα κείμενα των δύο κατηγοριών (επιστημονικών δημοσιεύσεων και Τύπου) είναι ανάλογη, ενώ στην περίπτωση της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη εμφανίζεται μικρή απόκλιση υπέρ του Τύπου. Περιορισμένες διαφοροποιήσεις παρατηρούνται στην ενασχόληση με τους σκηνοθέτες που κατά βάση συνδέονται άμεσα από τους συγγραφείς και τους συντάκτες με το Νέο Κύμα, όπως αποτυπώνονται και στον πίνακα 37.

Πίνακας 37: Σκηνοθέτες Νέου Κύματος

Επιστημονικές Δημοσιεύσεις		Κείμενα Τύπου	
Σκηνοθέτες	Ποσοστό αναφορών	Σκηνοθέτες	Ποσοστό Αναφορών
Γιώργος Λάνθιμος	26,5%	Γιώργος Λάνθιμος	26,0%
Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	12,6%	Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	16,0%
Γιάννης Οικονομίδης	11,0%	Αλέξανδρος Αβρανάς	8,0%
Πάνος Κούτρας	9,1%	Πάνος Κούτρας	7,0%

Επιστημονικές Δημοσιεύσεις		Κείμενα Τύπου	
Σκηνοθέτες	Ποσοστό αναφορών	Σκηνοθέτες	Ποσοστό Αναφορών
Φίλιππος Τσίτος	6,3%	Σύλλας Τζουμέρκας	5,0%
Αλέξανδρος Αβρανάς	5,7%	Φίλιππος Τσίτος	5,0%
Σύλλας Τζουμέρκας	5,2%	Ελίνα Ψύκου	4,0%
Ελίνα Ψύκου	4,6%	Γιάννης Οικονομίδης	4,0%
Εκτορας Λυγίζος	4,0%	Μπάμπης Μακρίδης	4,0%
Αργύρης Παπαδημητρίου, Jan Vogel	3,4%	Εκτορας Λυγίζος	4,0%

Όσον αφορά στις ταινίες που αναδύονται μέσα από το υλικό, ο *Κυνόδοντας*, η ταινία για την οποία ο Γ. Λάνθιμος κέρδισε το βραβείο της επιτροπής του «Un Certain Regard» («Ένα κάποιο βλέμμα») στο 62ο Φεστιβάλ των Καννών αλλά και διεθνή αναγνωρισιμότητα, αποτελεί ταυτόχρονα κατά τους συγγραφείς επιστημονικών δημοσιεύσεων και τους δημοσιογράφους τη βασικότερη ίσως ταινία του Νέου Κύματος. Βάσει αυτής το Νέο Κύμα οριοθετείται χρονικά, συντελώντας στην αποδοτικότερη περιοδολόγηση της πρόσφατης κινηματογραφικής ιστορίας.

Η ταινία-ορόσημο ή ακόμα και «σήμα κατατεθέν» για τη ριζοσπαστική ματιά της νέας γενιάς σκηνοθετών σήμανε ταυτόχρονα την αρχή μιας σειράς ελληνικών κινηματογραφικών βραβεύσεων στο εξωτερικό. Την ίδια χρονιά, το 2009, η *Στρέλλα* του Πάνου Κούτρα και η *Ακαδημία Πλάτωνος* του Φίλιππου Τσίτου σημείωσαν εξίσου επιτυχημένη παρουσία στα κινηματογραφικά φεστιβάλ του Βερολίνου και του Λοκάρνο αντίστοιχα. Τη δυναμική αρχή ακολούθησαν και άλλες ταινίες των ίδιων καθώς και άλλων σκηνοθετών, στους οποίους αναφέρθηκαν οι κριτικοί κινηματογράφου και οι συγγραφείς κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα.

Ο πίνακας που ακολουθεί (πίνακας 38) περιλαμβάνει συγκεντρωτικά στοιχεία σχετικά με τις κυριότερες αναφορές των συγγραφέων των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα και των κειμένων του Τύπου. Πρόκειται, επί της ουσίας, για τις ταινίες οι οποίες, κατά κανόνα, παρουσιάζονται από επιστήμονες και κινηματογραφικούς συντάκτες ως εμπόμπουτες στο Νέο Κύμα. Μια προσεκτική ανάγνωση των παραπάνω στηλών, έχοντας κατά νου τους συνολικούς αριθμούς των κειμένων κάθε δεξαμενής ανάλυσης, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι, κατ' αναλογία, οι αποκλίσεις μεταξύ των ταινιών που εμπόμπουν στο Νέο Κύμα είναι ελάχιστες, γεγονός που καταδεικνύει μια σύμπνοια μεταξύ μελετητών και δημοσιογράφων.

Πίνακας 38: Ταινίες Νέου Κύματος

Επιστημονικές Δημοσιεύσεις		Κείμενα Τύπου	
Αναφερόμενες Ταινίες	Αριθμός Αναφορών	Αναφερόμενες Ταινίες	Αριθμός Αναφορών
<i>Κυνόδοντας (Dogtooth)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	29	<i>Κυνόδοντας (Dogtooth)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	56
<i>Attenberg</i> / Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	21	<i>Attenberg</i> / Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	44
<i>Άλπεις (Alps)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	13	<i>Miss Violence</i> / Αλέξανδρος Αβρανάς	37
<i>Στρέλλα (A Woman's Way)</i> / Πάνος Κούτρας	11	<i>Ο Αστακός (Lobster)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	32
<i>Miss Violence</i> / Αλέξανδρος Αβρανάς	10	<i>Άλπεις (Alps)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	25
<i>Μαχαιροβγάλτης (Knifer)</i> / Γιάννης Οικονομίδης	10	<i>Chevalier</i> / Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη	23
<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά (The eternal return of Antonis Paraskevas)</i> / Ελίνα Ψύκου	8	<i>Στρέλλα (A Woman's Way)</i> / Πάνος Κούτρας	19
<i>Χώρα προέλευσης (Homeland)</i> / Σύλλας Τζουμέρκας	7	<i>Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά (The eternal return of Antonis Paraskevas)</i> / Ελίνα Ψύκου	18
<i>Ακαδημία Πλάτωνος (Plato's Academy)</i> / Φίλιππος Τσίτος	7	<i>L / Μπάμπης Μακρίδης</i>	17
<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού (Boy eating the bird's food)</i> / Έκτορας Λυγίζος	7	<i>Χώρα προέλευσης (Homeland)</i> / Σύλλας Τζουμέρκας	17
<i>Wasted Youth</i> / Αργύρης Παπαδημητρόπουλος, Jan Vogel	6	<i>Το αγόρι τρώει το φαγητό του πουλιού (Boy eating the bird's food)</i> / Έκτορας Λυγίζος	16
<i>Ξενία (Xenia)</i> / Πάνος Κούτρας	5	<i>Ακαδημία Πλάτωνος (Plato's Academy)</i> / Φίλιππος Τσίτος	15
<i>Άδικος κόσμος (Unfair World)</i> / Φίλιππος Τσίτος	4	<i>Ξενία (Xenia)</i> / Πάνος Κούτρας	12
<i>Νορβηγία (Norway)</i> / Γιάννης Βελσεμές	4	<i>Το μικρό ψάρι (Stratos)</i> / Γιάννης Οικονομίδης	12
<i>Wild Duck</i> / Γιάννης Σακαριδής	3	<i>Να κάθεται και να κοιτάς (Na kathesai kai na koitas/ Standing aside watching)</i> / Γιώργος Σερβετάς	9
<i>Σεπτέμβριος (September)</i> / Πένυ Παναγιωτοπούλου	3	<i>Luton / Μιχάλης Κωνσταντάτος</i>	8
<i>Η Κόρη (The Daughter)</i> / Θάνος Αναστόπουλος	3	<i>Wasted youth</i> / Αργύρης Παπαδημητρόπουλος, Jan Vogel	8
<i>Τετάρτη 04:45 (Wednesday 04:45)</i> / Αλέξης Αλεξίου	3	<i>Wild duck</i> / Γιάννης Σακαριδής	7
<i>Ο Αστακός (Lobster)</i> / Γιώργος Λάνθιμος	3	<i>Έκρηξη (A blast)</i> / Σύλλας Τζουμέρκας	7
<i>Το μικρό ψάρι (Stratos)</i> / Γιάννης Οικονομίδης	2	<i>Σεπτέμβριος (September)</i> / Πένυ Παναγιωτοπούλου	7
<i>L / Μπάμπης Μακρίδης</i>	2	<i>Άδικος κόσμος (Unfair world)</i> / Φίλιππος Τσίτος	6
<i>Έκρηξη (A blast)</i> / Σύλλας Τζουμέρκας	2	<i>Μαχαιροβγάλτης (Knifer)</i> / Γιάννης Οικονομίδης	6
<i>Ο εχθρός μου (The enemy within)</i> / Γιώργος Τσεμπερόπουλος	1	<i>Νορβηγία (Norway)</i> / Γιάννης Βελσεμές	6

### 6.3.2 Ταυτότητα, θεματολογία και αισθητική του Νέου Κύματος

Ο βρετανός κριτικός κινηματογράφου Steve Rose, θέλοντας να περιγράψει τις ταινίες του Γ. Λάνθιμου και της Αθ. Ρ. Τσαγγάρη τις χαρακτήρισε ως ένα «παράξενο ελληνικό κύμα», προσδιορίζοντας τες μάλιστα γεωγραφικά στην πιο «μπερδεμένη χώρα», υποδεικνύοντας σαφώς την οικονομική της κατάσταση (Rose, 2011). Το ιδιότυπο του

χαρακτηρισμού σε συνδυασμό με την ισχύ, το κύρος και την υψηλή κυκλοφορία/επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της εφημερίδας *The Guardian*, που φιλοξένησε το σχετικό κείμενο, ήταν, ως φαίνεται, αρκετά για να χαράξουν τη δυναμική πορεία του χαρακτηρισμού και να χαρίσουν στον συντάκτη πλήθος άμεσων ή έμμεσων αναφορών στο πρόσωπό του. Παράλληλα, ήταν η αφορμή να ξεκινήσει ένα νέο θέμα στο πλαίσιο του δημόσιου (δια)λόγου, αναφορικά με τον προσδιορισμό του φαινομένου αλλά και την αποσαφήνιση της έννοιας της παραδοξότητας.

Από την ανάλυση των δεδομένων προέκυψε ότι οι συγγραφείς των επιστημονικών κειμένων είναι επιφυλακτικοί απέναντι στη χρήση του όρου «greek weird wave», επιλέγοντας συνήθως όρους καθιερωμένους στις κινηματογραφικές σπουδές (όπως «contemporary greek cinema»). Η επιφυλακτικότητά τους στην υιοθέτηση του όρου σχετίζεται κατά βάση με το περιεχόμενο της λέξης «weird» που, όπως φάνηκε, δεν γίνεται αντιληπτό με τους ίδιους όρους για όλους. Γι' αυτό άλλωστε και οποτεδήποτε επιθυμούν να την αναφέρουν κάνουν χρήση εισαγωγικών. Η επιφυλακτική στάση ως προς την ονοματοθεσία και τον χαρακτηρισμό του φαινομένου αυτού θα μπορούσε, πάντως, να δικαιολογηθεί αν λάβει κανείς υπόψη του ότι πρόκειται για ένα φαινόμενο εν εξελίξει. Επιπλέον, μια τεκμηριωμένη και επιστημονική ανάλυση του όρου αυτού θα έπρεπε να ενταχθεί στη συνέχεια στο πλαίσιο της κινηματογραφικής θεωρίας και ιστοριογραφίας, σε συνδυασμό με την ανάλυση ενός συνόλου ταινιών αλλά και άλλων εξωγενών παραγόντων.

Αντιθέτως, ο όρος «greek weird wave» χρησιμοποιήθηκε κατά κόρον στον Τύπο, για να περιγράψει το νέο κινηματογραφικό φαινόμενο από την ημέρα δημοσίευσης του άρθρου του Rose και έπειτα. Οι συντάκτες του έντυπου και ηλεκτρονικού Τύπου, πάντως, χρησιμοποιούν εντός των άρθρων τους και δεκάδες εναλλακτικές φράσεις για την απόδοση του Νέου Κύματος. Οι φράσεις ποικίλουν από το «καινούργιο αίμα στον ελληνικό κινηματογράφο» στο «νέο ελληνικό κύμα», και από τη «νέα εθνική σχολή» στην έννοια της «μόδας» και της «ταμπέλας». Οι διακυμάνσεις στις αποδόσεις του φαινομένου αφορούν ως επί το πλείστον τα ελληνόγλωσσα κείμενα, καθώς τα αγγλόγλωσσα υιοθετούν κατά βάση τον τίτλο του Steve Rose.

Είναι σκόπιμο, τέλος, να σημειωθεί ότι η ποικιλομορφία των χαρακτηρισμών που απαντάται τόσο στα κείμενα επιστημονικού χαρακτήρα, όσο και σε αυτά του Τύπου, αναμφίβολα συνδέεται με τον τρόπο προσέγγισης του Νέου Κύματος. Η επεξεργασία των δεδομένων κατέδειξε ότι ανεξαρτήτως του είδους κειμένου, όταν ο συγγραφέας/συντάκτης αναφέρεται εμμέσως στο πρόσφατο κινηματογραφικό φαινόμενο (το τελευταίο δεν αποτελεί, δηλαδή, το βασικό θέμα του κειμένου), ο χαρακτηρισμός «Ελληνικό Κύμα» τείνει να θεωρείται δεδομένος. Το γεγονός αυτό μπορεί να θεωρηθεί μια απόδειξη της ταχείας εξάπλωσης των δικτύων και ειδικότερα του Παγκόσμιου Ιστού και της γρήγορης μετάδοσης της πληροφορίας. Η ολοένα δε συχνότερη χρήση του όρου συνέβαλε καθοριστικά στην «επιβολή»/καθιέρωσή του και, στη συνέχεια, στην «αξιοποίησή»

του π.χ. σε αφιερώματα ή προβολές κινηματογραφικών φεστιβάλ με ελληνικές συμμετοχές, στην επικοινωνία παραγωγών με sales agents κ.λπ.

Οι συγγραφείς των κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα εντοπίζουν κοινά χαρακτηριστικά που σχετίζονται κατά βάση με τη θεματολογία και την αισθητική, καθώς και με τον τρόπο παραγωγής ή/ και προώθησης των ταινιών. Σύμφωνα με τις θεωρήσεις τους, τόσο οι ταινίες του Νέου Κύματος όσο και οι δημιουργοί τους χαρακτηρίζονται από διαφορετικές προσεγγίσεις όσον αφορά το κινηματογραφικό είδος αλλά και τις επιρροές που έχουν δεχτεί από άλλα ρεύματα ή κινηματογραφιστές. Ως κοινός παρονομαστής των κρίσεών τους για τους δημιουργούς του Νέου Κύματος εμφανίζεται η άποψη ότι αυτό που μοιάζει αν μη τι άλλο να ενώνει τους τελευταίους είναι ένα ιδιαίτερο βλέμμα μακριά από τα σύγχρονα πρότυπα του εμπορικού κινηματογράφου, που επενδύει στις ιστορικές αναφορές, τη νοσταλγία, το χιούμορ ή τα συνηθισμένα πρότυπα/εικόνες που έχουν οι ξένοι στο μυαλό τους για την Ελλάδα.

Εκκινώντας, έτσι, από διαφορετικές αφητηρίες, με στόχους που μπορεί να συγκλίνουν, σε κάθε περίπτωση, όμως, διαφέρουν ως προς το βάθος της ανάλυσης και τον τρόπο της έρευνας, συγγραφείς κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα και συντάκτες ειδησεογραφικών μέσων και πληροφοριακών portal συντελούν σε διαφορετικά επίπεδα στην ανάγνωση/ερμηνεία και κατασκευή του Νέου Κύματος. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, κριτικοί και θεωρητικοί αντιμετωπίζουν τις ταινίες του Κύματος ως καλλιτεχνικά προϊόντα που εμφανίζουν κοινές θεματολογικές, αισθητικές και ιδεολογικές ανησυχίες, διατηρούν στυλιστικές συγγένειες (cinematic styles), υιοθετούν ρεαλιστικές απεικονίσεις. Τα δε καινοτόμα στοιχεία που εντοπίζουν στη γλώσσα και την αφήγηση, αφομοιώνουν και αντικατοπτρίζουν, κατά τις θεωρήσεις τους, τους παραλογισμούς και τις παραδοξότητες της σημερινής κοινωνίας και μιας εποχής κρίσης.

Αποτυπώνοντας τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά στα οποία συγκλίνουν συγγραφείς και συντάκτες, διακρίνουμε κατ' αρχήν δύο βασικούς άξονες για τα γνωρίσματα του «weird wave»: α) νέους τρόπους αφήγησης και αποτύπωσης της ελληνικής (δυσλειτουργικής) οικογένειας και β) νέες, εναλλακτικές νόρμες για την κινηματογραφική γλώσσα. Τολμηρές ιστορίες, περίεργοι διάλογοι, γκροτέσκα ατμόσφαιρα, αποξενωμένοι πρωταγωνιστές, μη δραματοποιημένες ερμηνείες, αίσθημα θλίψης και παρακμής συνθέτουν τον ιδιαίτερο καμβά αυτών των ταινιών, σύμφωνα με την πλειονότητα των εξετασθέντων κειμένων.

Σε αντίθεση με τον επιστημονικό λόγο που εστιάζει στην καλλιτεχνική και την αισθητική αξία των ταινιών και του Νέου Κύματος, ο δημοσιογραφικός λόγος επιλέγει, παράλληλα με τις γενικές θεωρήσεις και κριτικές, και ορισμένες πιο προσωποκεντρικές αφηγήσεις, τροφοδοτώντας τους αποδέκτες του με μια σειρά πληροφοριών που δεν αφορούν ευθέως ούτε συγκεκριμένες ταινίες, ούτε συνολικά το Κύμα, αλλά εστιάζουν στα κυρίαρχα πρόσωπα αυτού και στην επαγγελματική ή προσωπική τους ζωή (Γ. Λάνθιμος, Χρ. Κωνσταντακόπουλος, Αθ. Ρ. Τσαγγάρη, Ευθ. Φιλίππου). Το δε ύφος, ο σκοπός και

το βάθος της παρεχόμενης πληροφόρησης ποικίλλουν ανάλογα με το μέσο που φιλοξενεί το κείμενο και το κοινό στο οποίο απευθύνεται (audience oriented approach).

Την ίδια περίοδο που, όπως φάνηκε στο κεφάλαιο 3, τα μέλη της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας τηρούν μια στάση αναμονής απέναντι στο Νέο Κύμα, επιλέγοντας την (ανα)πραγμάτευση πεδίων και θεμάτων της ελληνικής κινηματογραφίας παρελθόντων ετών, αναδύεται ταυτόχρονα μια προσπάθεια παρουσίασης, προσέγγισης και ερμηνείας του Νέου Κύματος από κινηματογραφικούς συντάκτες αλλά και από τους ίδιους τους δημιουργούς. Η προσπάθεια αυτή, μάλιστα, συνδέεται και με τη διοργάνωση γεγονότων ευρείας απήχησης (big events), τα οποία φιλοξενούνται σε δημοφιλείς χώρους πολιτισμού και τυγχάνουν χρηματοδότησης από Κοινωνικά Ιδρύματα της Ελλάδας, που τα τελευταία χρόνια στηρίζουν σταθερά τη σύγχρονη δημιουργία.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιας διοργάνωσης είναι το συμπόσιο που διοργανώθηκε, 2013, στο Μέγαρο Μουσικής Αθηνών με τίτλο «Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα;». Όπως προκύπτει από τα ευρήματα στα δημοσιεύματα του Τύπου που αξιοποιήθηκαν στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, πρόκειται για μια εκδήλωση η οποία έτυχε ευρείας δημοσιότητας πριν την πραγματοποίησή της. Πιο συγκεκριμένα, η σχετική ανακοίνωση αναπαράχθηκε ευρύτατα στο διαδίκτυο, σε αντίθεση με τις αναφορές/το ρεπορτάζ μετά το πέρας της, που υπήρξαν περιορισμένες. Το ενδιαφέρον concert της<sup>81</sup>, πάντως, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι προβλήθηκε σε απευθείας μετάδοση στο διαδίκτυο, το πλήθος κόσμου (που σύμφωνα με τα δημοσιεύματα την παρακολούθησε) αλλά και τον ικανοποιητικό αριθμό θεάσεων που εμφανίζει το βίντεο της εκδήλωσης (όπως μαγνητοσκοπήθηκε και αναρτήθηκε στην πλατφόρμα [blod.gr](http://blod.gr))<sup>82</sup> είναι ενδεικτικά του ενδιαφέροντος που παρουσιάζει το Νέο Κύμα. Στόχος, άλλωστε, της εκδήλωσης ήταν «όχι απλώς να προσελκύσει τους «συνήθεις υπόπλους», τους εξοικειωμένους με τα κινηματογραφικά μας πράγματα αλλά, κυρίως, ένα κοινό φιλόμουσο και φιλότεχνο, που δεν έχει μνηθεί ακόμη στο ελληνικό σινεμά» ([ΤΟ ΒΗΜΑ], 2013).

Την ίδια στιγμή που οι καλλιτέχνες και, στη συνέχεια, οι δημοσιογράφοι ενισχύουν με τις ενέργειές τους τις τάσεις εξωστρέφειας του ελληνικού κινηματογράφου, η εγχώρια επιστημονική κοινότητα δεν επιχειρεί επί της ουσίας να τοποθετηθεί απέναντι στο

81. Το ιδιαίτερο concert, η ξεχωριστή δομή σε αυτή την εκδήλωση σχετίζεται με την επιλογή των διοργανωτών (Γιάννη Ζουμπουλάκη και Ευάννας Βενάρδου, κινηματογραφικών συντακτών των εφημερίδων *Το Βήμα* και *Ελευθεροτυπία* αντίστοιχα) οι οκτώ ομιλητές-σκηνοθέτες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου «εκπρόσωποι μιας νέας γενιάς κινηματογραφιστών που διακρίθηκαν σε διεθνή φεστιβάλ (Βενετία, Λοκάρνο, Δράμας, κ.α.)», όπως χαρακτηριστικά αναφέρονται, να μιλήσουν για «το σινεμά με έναυσμα όχι τις δικές τους ταινίες αλλά το έργο ενός συναδέλφου τους, αναδεικνύοντας με έναν πρωτότυπο τρόπο, τη θεματική και αισθητική ποικιλομορφία του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου» [MEGARON PLUS, 2013· [The Press Project], 2013).

82. Το βίντεο της εκδήλωσης έχει αναρτηθεί στον ιστότοπο [Blod.gr](http://Blod.gr), που αναπτύχθηκε από το Ίδρυμα Μποδοσάκη και παρουσιάζει περισσότερες από 1.300 θεάσεις. Βλ. σχετικά <http://www.blod.gr/lectures/Pages/viewlecture.aspx?LectureID=742> (12/11/2016).



φαινόμενο σε αυτή τη φάση εξέλιξής του, σε αντίθεση με νέους επιστήμονες που ζουν και εργάζονται στο εξωτερικό ή ακόμα και με τακτικούς καθηγητές πανεπιστημίων της Ευρώπης ή της Αμερικής (αν και σαφώς λιγότερους από τους πρώτους), που επιχειρούν μια ταυτόχρονη με την εξέλιξη του φαινομένου μελέτη. Χαρακτηριστική, μάλιστα, είναι η απόπειρα του Μάριου Ψαρά, διδάκτορα σε πανεπιστήμιο του Ηνωμένου Βασιλείου, που αφιέρωσε τη διατριβή του στο Νέο Κύμα. Η διατριβή του δημοσιεύτηκε στα μέσα Νοεμβρίου του 2016 και αποτελεί την πρώτη ανάλογου μεγέθους προσπάθεια που δημοσιεύεται διεθνώς για τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο και το Νέο Κύμα.

#### **6.4 Η συμβολή της στρατηγικής μάρκετινγκ και επικοινωνίας στην πλαισίωση και προώθηση του Νέου Κύματος**

Το Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, όπως προαναφέρθηκε, αναδείχθηκε μέσα σε συνθήκες οικονομικής, πολιτικής και κοινωνικής κρίσης, διαμορφώνοντας τα χαρακτηριστικά του και επηρεαζόμενο από αυτή. Η στροφή στη διεθνή κινηματογραφική αγορά συνδέεται με την ανάδυση μιας νέας γενιάς σκηνοθετών και παραγωγών οι οποίοι, εκμεταλλεζόμενοι τις ευκαιρίες εκπαίδευσης και κινητικότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μπόρεσαν να παράγουν νέες αισθητικές τάσεις από οικονομική αναγκαιότητα. Όπως αναλύθηκε επίσης διεξοδικά στο κεφάλαιο 1, τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις καθώς και τα εργαστήρια που σχετίζονται με αυτά λειτούργησαν ασφαλώς θετικά και στο στάδιο της παραγωγής, σε συνδυασμό πάντοτε με τις πολιτιστικές πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη του οπτικοακουστικού τομέα. Ο ρόλος που διαδραματίζουν οι αγορές των φεστιβάλ (*festival markets*), τα συστήματα συμπαραγωγής αλλά και οι *sales agents* στην περαιτέρω προώθηση και την εμπορική εκμετάλλευση αυτών των ταινιών, είναι παράγοντες που έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη και καθιέρωση του φαινομένου αυτού.

Εφαρμόζοντας επί της ουσίας αρχές του βιομηχανικού μάρκετινγκ, οι σκηνοθέτες και οι δημιουργικοί παραγωγοί στράφηκαν σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης με πολλούς διαφορετικούς παραγωγούς και διανομείς, αλλά και με ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα (*MEDIA, Eurimages*). Η δημιουργία αξίας στο κινηματογραφικό προϊόν ήταν αποτέλεσμα της ευρύτερης προσοχής που έτυχαν ορισμένες ταινίες στα ΜΜΕ, συντελώντας στην εφαρμογή ενός ανταγωνιστικού στρατηγικού μάρκετινγκ σε διεθνές επίπεδο. Η στρατηγική αυτή δημιούργησε στη συνέχεια προστιθέμενη αξία, διευρύνοντας τις δυνατότητες χρηματοδότησης και αναγνωρισιμότητας εντός και εκτός συνόρων. Με θεματικές βασιζόμενες μεν στην «προβληματική» ελληνική κοινωνία και στις διαπροσωπικές δυσλειτουργικές σχέσεις, γυρισμένες όμως με τέτοιο τρόπο ώστε να απευθύνονται σε πιο διεθνοποιημένο κοινό, επέλεξαν να ακολουθήσουν μια στρατηγική προώθησης με αφετηρία τη συμμετοχή τους σε διεθνή φεστιβάλ. Με πρώτο τον

*Κυνόδοκτα* του Γ. Λάνθιμου, το 2009 στο Φεστιβάλ των Καννών και την αντίστοιχη υποψηφιότητά του για τα Όσκαρ, ακολουθεί μια σειρά «παράξενων» ταινιών, με πολυάριθμες συμμετοχές και διακρίσεις σε διεθνή φεστιβάλ και βραβεία. Η εισαγωγή αυτών των ταινιών στο διεθνές κύκλωμα art-house και η χρήση της αισθητικής μοντερνικότητας, της οποίας ο πειραματισμός και η περισσήτητα της οπτικής αφήγησης προσφέρεται επίσης για το μάρκετινγκ και την προώθησή τους, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην αναγνώριση και καθιέρωσή τους.

Οι ταινίες αυτές, με κάποιες εξ αυτών στο στάδιο της προ-παραγωγής ακόμη, διαμόρφωσαν το επικοινωνιακό τους προφίλ αφομοιώνοντας όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν και πλαισιώνουν τις φεστιβαλικές οργανώσεις: πολυφωνία, ανταλλαγή απόψεων και προοπτική για διεθνείς συνεργασίες. Επιπρόσθετα, οι ταινίες αξιοποίησαν την τεράστια προβολή που συγκεντρώνουν τέτοιου είδους διοργανώσεις με τα blockbusters και τους χολυγουντιανούς αστέρες να συνοδεύουν τις υποψήφιες art-house ταινίες, αφενός επιτυγχάνοντας μεγάλη προβολή σε διεθνή επικοινωνιακά μέσα, αφετέρου διευρύνοντας το κοινό τους δίπλα σε πιο mainstream ταινίες. Τόσο οι ταινίες όσο και οι σκηνοθέτες αποκόμισαν τεράστια προβολή. Οι δεύτεροι, μάλιστα, στήριξαν τις καριέρες τους και έχτισαν το επικοινωνιακό τους προφίλ μέσα από τέτοιου είδους διοργανώσεις.

Οι ταινίες του Νέου Κύματος ταξίδεψαν στο εξωτερικό ως το «σινεμά της κρίσης», το οποίο κάθε άλλο παρά φτωχό ήταν σε παραγωγή ταινιών και σε διεθνή αναγνώριση, ενώ στην ελληνική αγορά εισήλθαν ως «must see» κινηματογραφικά προϊόντα υψηλής καλλιτεχνικής αξίας και πολυάριθμων διακρίσεων. Ωστόσο, η επικοινωνιακή αυτή προσέγγιση δεν έτυχε της προσδοκώμενης ανταπόκρισης από το ελληνικό κοινό, τουλάχιστον ως προς την εισπρακτική επιτυχία των ταινιών.

Κατόπιν μιας συνολικής προσέγγισης του μάρκετινγκ των ταινιών του Νέου Κύματος, κυρίως όσων ταξίδεψαν, διακρίθηκαν και διαμόρφωσαν την μηντιακή τους εικόνα ως ανήκουσες στο «Παράξενο Κύμα», διαπιστώθηκαν βασικές παραλείψεις, κυρίως λόγω της δυσκολίας ανεύρεσης χρηματοδοτικών πόρων καθ' όλο τον κύκλο ζωής του κινηματογραφικού προϊόντος, αλλά κυρίως κατά τον σχεδιασμό και την εφαρμογή των επικοινωνιακών στρατηγικών, με αποτέλεσμα την απουσία ενός συνολικού στρατηγικού σχεδιασμού εντός και εκτός συνόρων. Επίσης, η απουσία της έρευνας κοινού σε κάθε στάδιο του μάρκετινγκ (πάλι λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων), κατέστησε αδύνατη την προσέγγιση και τη διεύρυνση του κοινού-στόχου μέσα από το προωθητικό υλικό που αξιοποιήθηκε (αφίσες, συνόψεις, press-kits) αλλά και τις δυνατότητες για «viral και transmedia marketing» που προσέφεραν οι σύγχρονες επικοινωνιακές πλατφόρμες. Ωστόσο, διαφαίνονται κοινά προβαλλόμενα στοιχεία στο προωθητικό υλικό που ανευρέθηκε μέσα από πηγές του διαδικτύου. Αρχικά, τόσο στα πιο παραδοσιακά προωθητικά μέσα (όπως αφίσες και press-kits), όσο και στις δράσεις μέσα από τις σύγχρονες επικοινωνιακές πλατφόρμες και υπηρεσίες (πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης,

ιστοσελίδες, youtube) αναδεικνύονται στοιχεία όπως ο σκηνοθέτης, ο οποίος θεωρείται ο «σταρ» της ταινίας και οι διακρίσεις σε διεθνή φεστιβάλ. Επίσης, προκειμένου να προσελκυσθεί το art-house κοινό στο οποίο απευθύνονται οι ταινίες αυτές, αξιοποιούνται κριτικές από διεθνή επικοινωνιακά μέσα και κριτικούς κινηματογράφου. Τέλος, η αισθητική και ο στρατηγικός σχεδιασμός των προωθητικών δράσεων συνάδει με το είδος των ταινιών, καθώς και με την ιδιαίτερη, «παράξενη» σκηνοθετική προσέγγισή τους.

Μέσα από την ανεύρεση και μελέτη των αφισών των ταινιών, των press-kits, των τρέιλερ στο youtube, των ατακών (taglines), των επικοινωνιακών πλατφορμών και των συνόψεων των ταινιών διαπιστώθηκε, όπως μόλις προαναφέρθηκε, σύγκλιση στην επιλογή προβολής συγκεκριμένων στοιχείων των κινηματογραφικών έργων του Νέου Κύματος. Ξεκινώντας από την έρευνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαπιστώνεται ότι η προώθηση των ταινιών τα αξιοποίησε υποτυπώδως, χωρίς καμία προσπάθεια διασύνδεσής τους και δημιουργίας μιας συνολικής αφήγησης μέσα από διαφορετικές επικοινωνιακές πλατφόρμες. Εκτός από την περίπτωση τεσσάρων ταινιών (*Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά*, *Chevalier*, *Attenberg*, *Ο Αστακός*), οι οποίες δημιούργησαν και προώθησαν διαδικτυακές δράσεις με σκοπό την ενεργή συμμετοχή του κοινού στην προώθηση της ταινίας, οι υπόλοιπες αρκέστηκαν απλά στην αξιοποίηση κυρίως του facebook, ως μέσου ενημέρωσης του κοινού για την πορεία της ταινίας στα φεστιβάλ και των επίσημων πρεμιέρων της. Το ίδιο ισχύει και για την πλατφόρμα του youtube, η οποία δεν αξιοποιήθηκε ούτε σε σχέση με άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ούτε ως πηγή συλλογής στοιχείων για έρευνα κοινού και, συνεπώς, ως πιο στοχευμένο μάρκετινγκ.

Όσον αφορά στα τρέιλερ, αυτά λειτούργησαν περισσότερο πληροφοριακά, στοχεύοντας στη δημιουργία ρεαλιστικών προσδοκιών στο κοινό αναφορικά με το γνωστικό υπόβαθρο του θεατή, το είδος της ταινίας, την υπόθεση και τον δημιουργό. Επίσης, όπως και στις αφίσες των ταινιών, προβάλλονται ως κύρια στοιχεία οι διακρίσεις των ταινιών σε φεστιβάλ και οι δημιουργοί, προσθέτοντας στην καλλιτεχνική αξία των ταινιών στην αγορά. Τέλος, οι συνόψεις και οι ατάκες (taglines) αποκαλύπτουν την ταυτότητα που επιθυμούσε ο πομπός να προσδώσει στις ταινίες, δημιουργώντας μια νέα επωνυμία (brand) για αυτές, ως ταινίες κοινωνικού δράματος με «παράξενη» πλοκή και «καινοτόμα» σκηνοθεσία, που δίνουν τροφή για προβληματισμό στον θεατή.

Αξιολογώντας συνολικά τη στρατηγική προώθησης που ακολουθήθηκε από τις ταινίες του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, διαμορφώθηκαν συμπεράσματα σχετικά με το αν και κατά πόσο στηρίχθηκε η στρατηγική αυτή στην έννοια του «παράξενου νέου κύματος» για να προωθήσει τις ταινίες ή συνέβαλε αντίστοιχα στην καθιέρωσή του. Το προωθητικό υλικό στο σύνολό του αναδεικνύει την «παράξενη» και καινοτόμα σκηνοθεσία μιας γενιάς κινηματογραφιστών οι οποίοι, βιώνοντας την ελληνική οικονομική κρίση, δημιούργησαν «ιδιαιτέρως» ταινίες που απευθύνονται κυρίως σ' ένα σινεφίλ κοινό. Με την προώθηση των ταινιών να ξεκινά από το προ-παραγωγικό

κιάλας στάδιο, την επιλογή της θεματικής τους, βασιζόμενη στην ελληνική πραγματικότητα, στοχεύοντας, ωστόσο, σε ένα πιο διεθνοποιημένο κοινό, και την επιλογή της πρεμιέρας των ταινιών σε διεθνή φεστιβάλ, οι ταινίες αυτές διαμόρφωσαν την επικοινωνιακή τους ταυτότητα και κατηγοριοποιήθηκαν έμμεσα ως ανήκουσες σε ένα πολύ συγκεκριμένο, χρονικά και αισθητικά, είδος. Κατόπιν εισήλθαν στην ελληνική αγορά ως «εισαγόμενα» διεθνώς αναγνωρισμένα κινηματογραφικά προϊόντα, ανήκοντα σε ένα είδος ταινιών το οποίο πρωτοξεκίνησε με τον Γ. Λάνθιμο και συνεχίστηκε με ένα πλήθος καινοτόμων σκηνοθετών, ξεφεύγοντας από το ύφος των ταινιών που είχε συνηθίσει έως τότε το ελληνικό κοινό.

Αν και οι ίδιοι οι σκηνοθέτες δεν παραδέχονται την ύπαρξη του Νέου Κύματος, όχι μόνον εκμεταλλεύτηκαν επικοινωνιακά τη μεγάλη προβολή και τον αντίστοιχα πλούσιο δημοσιογραφικό λόγο που αυτό προκάλεσε σε κάθε στάδιο της επικοινωνιακής στρατηγικής τους, αλλά και το ενίσχυσαν υιοθετώντας αντίστοιχες πρακτικές για την παραγωγή, διανομή και προώθησή τους. Οι κυρίαρχες τακτικές που ακολουθήθηκαν, όπως η πρεμιέρα σε διεθνή φεστιβάλ, η προσέγγιση της ελληνικής αγοράς «από έξω προς τα μέσα» και η αξιοποίηση των κριτικών που εστιάζουν στο «παράξενο» στοιχείο που τις διακρίνει, επιβεβαιώνουν την υιοθέτηση επικοινωνιακών στρατηγικών που προβάλλουν κινηματογραφικά προϊόντα ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, πολύ διαφορετικού από ό,τι είχαμε παρατηρήσει μέχρι σήμερα.

## 6.5 Η στάση των δημιουργών για την κατασκευή ενός Νέου Κύματος

Ποια γνώμη εκφράζουν στον δημόσιο λόγο τους για το Νέο Κύμα οι ίδιοι οι δημιουργοί και οι συντελεστές του; Αποδέχονται ή όχι την ύπαρξή του; Θεωρούν ότι οι ταινίες τους εντάσσονται σε αυτό; Υπάρχουν και, αν ναι, ποια είναι, κατά τους σκηνοθέτες, τα κοινά χαρακτηριστικά που απαντώνται στις περισσότερες εκ των ταινιών που κριτικοί και θεωρητικοί του κινηματογράφου εντάσσουν σε αυτό το φαινόμενο που πρόσφατα εμφανίστηκε και έγινε αντικείμενο παρατήρησης;

Παρά το γεγονός ότι ο δημόσιος λόγος των σκηνοθετών, όπως εκφέρεται σε συνεντεύξεις, δημοσιευμένα βίντεο, ομιλίες σε εκδηλώσεις και συνέδρια κ.λπ. δεν αποτελεί αντικείμενο της παρούσας έρευνας, θα είχε πράγματι ενδιαφέρον να στρέψει κανείς την προσοχή του σε όσα οι ίδιοι οι δημιουργοί ισχυρίζονται, θεωρούν και εκφράζουν. Με δεδομένο ότι πάρα πολλές φορές κριτικοί και θεωρητικοί κινηματογράφου έχουν επισημάνει ότι οι ίδιοι οι σκηνοθέτες αρνούνται ότι συμμετέχουν σε ένα Νέο Κύμα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, φωνή και αισθητική, κρίθηκε σκόπιμο στο σημείο αυτό να καταγραφούν έστω και επιγραμματικά ορισμένες από τις τοποθετήσεις τους ως ενδεικτικές και παράλληλα επιβεβαιωτικές της ως άνω παρατήρησης.

Μια πρόχειρη ματιά σε ορισμένες εξ αυτών, που δημοσιεύτηκαν ως επί το πλείστον στα ίδια μέσα ενημέρωσης όπου δημοσιεύτηκαν τα κείμενα του corpus, καταδεικνύει τη διάθεση των δημοσιογράφων να ζητήσουν από τους συνομιλητές τους και σκηνοθέτες ή συντελεστές του Νέου Κύματος να τοποθετηθούν διά των απαντήσεών τους αναφορικά με το αν το αποδέχονται ή όχι (Κατσουνάκη, 2009· Παπασπύρου, 2013), καλώντας τους συγχρόνως να το σχολιάζουν συνολικά και να κρίνουν ή/και προβλέψουν την πορεία του.

Στο πλαίσιο αυτό, οι σκηνοθέτες που κατά τους κριτικούς και θεωρητικούς του κινηματογράφου εντάσσονται στον στενό ή ευρύτερο πυρήνα αυτού του Νέου Κύματος, συζητώντας για το «σήμερα» του ελληνικού κινηματογράφου στις συνεντεύξεις τους, φαίνεται πράγματι να αναγνωρίζουν την ύπαρξη μιας νέας γενιάς ταλαντούχων δημιουργών στην εγχώρια κινηματογραφία και να σημειώνουν ότι, όντως, παρατηρείται μια έντονη δημιουργικότητα και κινητικότητα στην παραγωγή ταινιών στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία. Οι σκηνοθέτες μιλούν περί μιας πλειάδας ατόμων που έρχονται αντιμέτωποι με τις ίδιες ευρύτερες κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες και, τελικά, αντιμετωπίζουν τους ίδιους εξωγενείς/εξω-φιλμικούς παράγοντες. Οι δημιουργοί καλούνται να συνθέσουν τα καλλιτεχνικά τους προϊόντα αντιμετωπίζοντας κοινές αντίξοες συνθήκες (παραγωγής, χρηματοδότησης κ.λπ.), καλούμενοι παράλληλα να αξιοποιήσουν ίδιες ευκαιρίες (πρόσβαση στην εκπαίδευση, συμμετοχή σε φεστιβάλ, καλλιέργεια συμπαραγωγών κ.λπ.). Η τρέχουσα πολιτικο-κοινωνικο-οικονομική συγκυρία και η ανάγκη για έκφραση και δημιουργία μοιάζει να ενώνει μια σειρά νέων σκηνοθετών, δίχως, ωστόσο, οι ίδιοι να παραδέχονται κάποια προσυνεννόηση για τις καλλιτεχνικές τους τάσεις και ανησυχίες ή να αναπτύσσουν κάποιου είδους στρατηγική για ένα κοινό καλλιτεχνικό ρεύμα.

Για τον Γιώργο Λάνθιμο, ο οποίος σύμφωνα με τους κριτικούς και επιστήμονες-ερευνητές του κινηματογράφου αναγνωρίζεται ως ηγετική φιγούρα του Νέου Κύματος, η ομαδοποίηση κάποιων ταινιών υπό την ομπρέλα ενός «κύματος» και πολύ περισσότερο ενός «παράξενου κύματος» (weird wave) έρχεται «απ' έξω». Έρχεται, δηλαδή, από όσους βρίσκονται έξω από την καλλιτεχνική δημιουργία και έχουν ανάγκη να περιγράψουν, ομαδοποιήσουν και τελικά συστήσουν μια σειρά ταινιών στο κοινό και όχι από τους ίδιους τους σκηνοθέτες, όπως δηλώνει στο αμερικανικό περιοδικό και blog *Movie maker*<sup>83</sup> (Aguilar, 2016). Ο ίδιος δεν αναγνωρίζει την ύπαρξη ενός ρεύματος ή κάποια πρωτοπορία στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο. «Υπάρχει μόνο μια νέα γενιά κινηματογραφιστών που κάνουν ταινίες χωρίς μέσα/πόρους, κάτι το οποίο είναι σπουδαίο και εντυπωσιακό, ειδικά δεδομένων των συνθηκών που αντιμετωπίζει η χώρα. Δείχνει ότι αυτή η νεότερη γενιά είναι αποφασισμένη να δημιουργεί ταινίες με κάθε τρόπο, αλλά αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι υπάρχει μια κοινή φιλοσοφία ή αισθητική», σχολίαζε

83. Ιδία μετάφραση.

ο σκηνοθέτης το 2012, στο αμερικανικό περιοδικό *Filmmaker* (Nordine, 2012). Σε συνέντευξή του στο περιοδικό *BHmagazino*, το 2015, επεσήμανε ότι «είτε λόγω των ιδίων των ταινιών είτε λόγω της κατάστασης στην Ελλάδα, που συχνά φέρνει τη χώρα στο επίκεντρο [της προσοχής] υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για το σύγχρονο ελληνικό σινεμά. Επομένως, τουλάχιστον οι Έλληνες σκηνοθέτες έχουν την ευκαιρία να τους προσέξουν, κάτι που άνοιξε και τον δρόμο για διεθνείς συμπαραγωγές» (Λάδη, 2015).

Για το στενό συνεργάτη του Γ. Λάνθιμου, σεναριογράφου Ευθύμη Φιλίππου, οι όποιες ομοιότητες μεταξύ των ταινιών του Νέου Κύματος «εξαντλούνται στο ότι μιλάνε την ελληνική γλώσσα και έχουν μάλλον αντιμετωπίσει κάποιες ίδιες δυσκολίες στο να κάνουν μια ταινία» (Κατσουνάκη, 2015). Στις συνεντεύξεις που παραχώρησε ο ίδιος στις εφημερίδες *Athens Voice* και *Η Καθημερινή*, το 2014 και 2015 αντίστοιχα, σημειώνει χαρακτηριστικά: «Το αντιλαμβάνομαι πιο πολύ σαν αυτόνομες και μεμονωμένες αιματηρά κοπιαστικές δουλειές διαφορετικών ανθρώπων που απλά τυχαίνει να γεννηθούν στην Ελλάδα και να έχουν ζήσει λαμβάνοντας μερικά κοινά ερεθίσματα. Υπάρχει δηλαδή, μια κοινή διάλεκτος αλλά δεν υπάρχει μια κοινή φωνή» (Δημητρακόπουλος, 2014). «Από εκεί και πέρα νομίζω ότι δεν υπάρχει κάτι άλλο να τους ενοποιεί. Ευτυχώς δηλαδή. Άρα καμία γενιά δεν υπάρχει, αλλά μεμονωμένοι περίπου συνομήλικοι που παλεύουν να κάνουν αυτό που θέλουν» (Κατσουνάκη, 2015).

Στο ίδιο μήκος κύματος είναι και οι σκέψεις του σκηνοθέτη Μπάμπη Μακρίδη. Ο τελευταίος επαναφέρει συχνά στις συνεντεύξεις του το ζήτημα της στενής συνεργασίας μεταξύ των σκηνοθετών και συντελεστών αυτής της γενιάς, που εύλογα έδωσε ένα επιπλέον επιχείρημα σε κριτικούς και θεωρητικούς να την κατηγοριοποιήσουν ως «Κύμα». «Ανταλλάσσουμε ιδέες και σκέψεις και βοηθάμε ο ένας τον άλλο. Βλέπουμε ο ένας τις ταινίες του άλλου και συζητάμε. Αν αυτό μπορεί να θεωρηθεί «Κύμα, τότε ναι, είμαστε «Κύμα». Αλλά δεν θεωρώ ότι υπάρχει ένα «Κύμα», ανέφερε στο *Movie Maker*<sup>84</sup> (Aguilar, 2018). «Ένα είναι το κύμα του κινηματογράφου στην Ελλάδα σήμερα: αυτό που έκανε το low budget αισθητική. Και είναι πολλές και καλές οι ταινίες που γυρίζονται με αυτό τον τρόπο. Πάντα σκέφτομαι ότι, αν η χώρα ευημερούσε, ίσως πολλοί από εμάς να μην έκαναν ποτέ ταινία. Λες η κρίση να έσωσε τον ελληνικό κινηματογράφο;», αναρωτιόταν ο ίδιος μερικά χρόνια νωρίτερα, όταν πρωτοκυκλοφορούσε η ταινία του *Lifo*, παραχωρώντας μια συνέντευξη στην εφημερίδα *Lifo* (Βαλάτος, 2012).

Ανάλογη είναι και η άποψη του σκηνοθέτη Γιάννη Βεσλεμέ ο οποίος σχολίαζε, το 2014, στην ενημερωτική ιστοσελίδα *POPAGANDA*: «Τους τωρινούς δημιουργούς του ελληνικού σινεμά τους ενώνει σίγουρα μια νέα συντροφικότητα και μια ανοχή στη διαφορετικότητα του σινεμά του καθενός. Αν αυτό είναι κύμα δε με ενδιαφέρει και πολύ» (Παπαζαχαρίου, 2014).

84. Ιδία μετάφραση.

Ακόμα κι αν δεχτεί κανείς ότι οι απόψεις των σκηνοθετών ή και των συντελεστών των ταινιών του Νέου Κύματος συγκλίνουν στην ύπαρξη μιας ταλαντούχας γενιάς, έστω κι αν αυτή μπορεί να ονομαστεί «Νέο Κύμα», σίγουρα δεν αποδέχονται την έννοια της παραδοξότητας που συνοδεύει την αναφορά στο «Νέο Κύμα» στον Τύπο ή στις επιστημονικές θεωρήσεις που αφορούν την εγχώρια κινηματογραφία. «Το “weird” κολλά σαν ρετσίνα πάνω στο φιλμ και λέει ο θεατής «σιγά μην πάω να δω μια παράξενη ταινία»... Νομίζω ότι το “weird” σαν χαρακτηρισμός μόνο κακό κάνει», δήλωνε το 2016 ο σκηνοθέτης Αργύρης Παπαδημητρόπουλος στο περιοδικό *Αθηνόραμα* (Αντίοχος, 2016).

«Το “new weird greek cinema” είναι ένα γέννημα των θεωρητικών του κινηματογράφου. Δεν υπήρξε κάποια οργανωμένη κίνηση σκηνοθετών που το γέννησαν, όπως έγινε με το δανέζικο δόγμα που είχε συγκεκριμένους κανόνες και συγκεκριμένους σκηνοθέτες που έθεσαν αυτούς τους κανόνες και έπειτα τους υπηρέτησαν σε κάποιες ταινίες τους. Νομίζω πως το νέο ελληνικό σινεμά είναι κάτι πιο ελεύθερο, έχει μέσα του πολλές τάσεις (κάποιες weird, κάποιες λιγότερο weird και κάποιες καθόλου weird) και δεν χωράει σε ταμπέλες. Άρα ναι, υπάρχει, αλλά κατά την γνώμη μου χωρίς τη λέξη “weird” που νομίζω το περιορίζει και αποκλείει αρκετούς σκηνοθέτες» ανέφερε χαρακτηριστικά η σκηνοθέτης Ελίνα Ψύκου το 2014 ([Tnxs], 2014). Η ίδια, τρία χρόνια αργότερα, σχολιάζει «την τάση των ανθρώπων να κατηγοριοποιούν το σινεμά», όπως χαρακτηριστικά την καλούν να πράξει οι δημοσιογράφοι και κριτικοί κινηματογράφου του περιοδικού *Αθηνόραμα*, ως εξής: «Θεωρώ πως αυτή η έννοια είναι ένα κατασκευάσμα των κριτικών του εξωτερικού, οι οποίοι όταν βλέπουν τόσες πολλές ταινίες αντιλαμβάνομαι την ανάγκη τους ορισμένες να τις ομαδοποιούν και να τις εντάσσουν σε ένα είδος. Επομένως, η κατηγοριοποίηση είναι ένα εργαλείο δουλειάς και ως τέτοιο το σέβομαι. Από εκεί και πέρα, ο κάθε δημιουργός έχει τη δική του γραφή. Οι δικές μου ταινίες έχουν κάποια weird στοιχεία αλλά δεν πιστεύω πως είναι μόνο αυτό στην ολότητά τους. Κάποια στοιχεία του χαρακτήρα μου που μπορεί σήμερα να θεωρηθούν weird ήταν έτσι προτού βγει ο *Κυνόδοντας*» (Καντέας-Παπαδόπουλος & Μήτσης, 2017).

Η Πέννη Παναγιωτοπούλου, σκηνοθέτης της ταινίας *September*, την οποία οι κριτικοί κινηματογράφου έχουν εντάξει στον ευρύτερο κύκλο του Νέου Κύματος, διευκρινίζει ότι οι Έλληνες δημιουργοί δεν έχουν «την τάση να κάνουν ένα κοινωνικό σινεμά όπως οι Ρουμάνοι. Η κοινωνία όμως, σήμερα είναι πιο έτοιμη να δεχτεί ακόμη και την εστέτ αναζήτηση» (Κατσουνάκη, 2013).

Η Αθηνά-Ραχήλ Τσαγγάρη δεν αποδέχεται ότι εκείνη από κοινού με τον Πώργο Λάνθιμο αποτελούν τους κύριους εκφραστές μιας νέας γενιάς σκηνοθετών, αναγνωρίζοντας προγενέστερα δείγματα γραφής μιας σειράς σκηνοθετών. Η ίδια αρνείται ότι η «εξωστρέφεια του ελληνικού σινεμά ή το νέο ρεύμα του ελληνικού σινεμά» ξεκίνησε με τις ταινίες *Κυνόδοντας* και *Attenberg* (Δασκαρόλη, 2015). «Έγινε ένα μεγάλο μπαμ διότι και οι δύο ταινίες είχαν μια πολύ πετυχημένη φεστιβαλική ζωή και επίσης διανομή παντού, αλλά αυτό που λέμε “Νέο Ρεύμα” και η πρώτη εξωστρέφεια της νέας γενιάς,

του νέου διαφορετικού σινεμά από αυτό που συνέβαινε τα τελευταία 30 χρόνια ήταν ασ πούμε οι ταινίες του Κωνσταντίνου Γιάνναρη, το *Σπιρτόκουτο*, δηλαδή ο Οικονομίδης, ο Άγγελος ο Φραντζής, ο Αλέξανδρος ο Βούλγαρης, ο Κούτρας... είχανε κάνει ταινίες οι οποίες (...) ήτανε ταινιάρες και η κάθε μία εντελώς διαφορετική μεταξύ τους. Και αυτή η ανομοιογένεια, δεν νομίζω ότι μπορεί το ελληνικό σινεμά και δεν θέλει το ελληνικό σινεμά να γκρουπαριστεί κάτω από έναν τίτλο σε στυλ "weird", και κυρίως κάτι το οποίο είναι τόσο περιοριστικό... ξέρεις, "το αλλόκοτο σινεμά", ενώ έχει μία τεράστια γκάμα», σχολίαζε σε συνέντευξή της στην ιστοσελίδα *Εξώστης*, το 2015 (στο ίδιο).

Ο σκηνοθέτης Αλέξανδρος Αβρανάς όχι μόνο δεν αισθάνεται εκπρόσωπος του Νέου Κύματος, αλλά δεν το αναγνωρίζει καν ως τέτοιο και διαφωνεί με τον όρο «παράξενο» (weird) που έχει επικρατήσει για τον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο στο εξωτερικό. «Εγώ δεν το αναγνωρίζω καν σαν κίνημα (...) Είναι η ανάγκη των δημοσιογράφων και των κριτικών να βάζουν ταμπέλες. Δεν ανήκω πουθενά», δήλωνε, το 2014, στην εφημερίδα *Ελευθεροτυπία* (Κλεφτογιάννη, 2014). Λίγους μήνες νωρίτερα, την περίοδο που κυκλοφόρησε η ταινία *Miss Violence*, ανέφερε: «Εγώ τέτοιες ταμπέλες με επιτυχίες από 2,5 ταινίες δεν [τις] δέχομαι. Φτάνει πια με τις ταμπέλες, αρκετά», ενώ εξηγούσε ότι «μέσα από τις ταινίες τους οι Έλληνες σκηνοθέτες αναζητούν απαντήσεις για μια κοινωνία που βρίσκεται σε συνεχιζόμενη παρακμή» (εφημερίδα *Το Βήμα*, στο Ζουμπουλάκης, 2013), «εμάς τους Έλληνες σκηνοθέτες, μας ενώνει η κρίση που ζούμε, η κρίση αξιών. Η προσπάθειά μας να αντιληφθούμε αυτή την κρίση, μας φέρνει κοντά στον κόσμο» (*Η Καθημερινή*, 2013).

Ανάλογη ήταν και η στάση του σκηνοθέτη Γιάννη Οικονομίδη. Ο τελευταίος, σε συνέντευξή του στο ενημερωτικό portal *Tnxs* το 2014, με αφορμή την κυκλοφορία της τέταρτης μεγάλου μήκους ταινίας του *Το μικρό ψάρι*, ανέφερε χαρακτηριστικά για το «new weird greek cinema», όπως το αποκάλεσε στην ερώτησή του ο δημοσιογράφος: «Αυτό είναι μια "ταμπέλα" που χρησιμοποιήθηκε και από εκεί και πέρα την αναπαρήγαγαν. Αλλά όπου ακούς "ταμπέλες" να φοβάσαι...» (Ρούσσος, 2014).

Αν κάτι ενώνει επί τους ουσίας τους σκηνοθέτες που εντάχθηκαν από κριτικούς και θεωρητικούς στο Νέο Κύμα του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου είναι, κατά τον σκηνοθέτη Σύλλα Τζουμέρκα, περισσότερο η γεωγραφία και ο χρόνος (σύμφωνα με την εκφρασθείσα άποψή του σε συνέντευξη στο blog του περιοδικού *Filmicon* (Marzec, 2015) και του πολωνικού περιοδικού *Czas Kultury*, το 2015). Η χώρα καταγωγής, οι κοινές ρίζες και τα βιώματα και η ενασχόληση, μεταξύ άλλων, με ζητήματα της ελληνικής πραγματικότητας ή με θέματα που επιδέχονται ερμηνειών με αναφορά στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα και συνάμα η χρονική συγκυρία δημιουργίας αυτών των ταινιών αναδεικνύονται κατά τον Σ. Τζουμέρκα ως κύριοι συνδετικοί κρίκοι μεταξύ των δημιουργών. Συμπληρωματικά, στην ίδια συνέντευξη, ο σκηνοθέτης των ταινιών *Χώρα προέλευσης* και *Έκρηξη* σχολιάζει ότι οι πρόσφατες ταινίες του σύγχρονου ελληνικού κινηματογράφου δημιουργήθηκαν από μια γενιά νέων σκηνοθετών, ηθοποιών, παραγωγών κ.λπ. οι



οποίοι, αν και μεγάλωσαν με την ιδέα ότι ο ελληνικός κινηματογράφος απευθύνεται μόνο στο ελληνικό κοινό και αφορά μόνο τοπικά ζητήματα, «προσπάθησαν πολύ συνειδητά να συνδέσουν τις ταινίες τους, σε επίπεδο θεματολογίας και αισθητικής (στυλ), με ό,τι ήταν σχετικό και γόνιμο στον παγκόσμιο κινηματογράφο, με ένα πολύ μεγάλο εύρος αναφορών»<sup>85</sup> (Marzec, 2015).

«Το 2008 όταν με ρωτούσαν έλεγα ότι υπάρχει πολύ ταλέντο στο ελληνικό σινεμά αλλά κάνεις δεν ενδιαφέρεται να του δώσει μια ευκαιρία. Συνέβη αυτό που μοιραία θα συνέβαινε. Η νέα γενιά δημιούργησε από μόνη της τις ευκαιρίες και βγήκε στο προσκήνιο. Σήμερα είναι εμφανές ότι δεν αρκεί απλά αυτό», σχολίαζε σε συνέντευξή του στο ενημερωτικό portal [www.tospirto.net](http://www.tospirto.net) ο σκηνοθέτης Αλέξης Αλεξίου, το 2016, απαντώντας σε ερώτηση του δημοσιογράφου αναφορικά με την εξέλιξη του ελληνικού κινηματογράφου ([[www.tospirto.net](http://www.tospirto.net)], 2016). «Πλέον χρειάζεται σύστημα, μεθοδικότητα και ένα σοβαρό θεσμικό πλαίσιο για να μπορέσει η δημιουργικότητα και ο ενθουσιασμός που υπάρχει να κρατηθεί και να μετουσιωθεί σε κάτι ακόμα πιο μαζικό και δυναμικό. Η οικονομική και πολιτική συγκυρία, ωστόσο, δεν βοηθά. Από την άλλη, όσο τα πράγματα εξελίσσονται «σκατά» τόσο θα μεγαλώνει και η ανάγκη να ειπωθούν και να ακουστούν απόψεις και μαζί αφηγήσεις για όσα μας «κάνει» και μας αφορούν», συμπλήρωνε χαρακτηριστικά. Εξίσου αποπλιστική είναι η απάντηση του δημιουργού των ταινιών *Ιστορία 52* και *Τετάρτη 04:45*, σε ερώτηση δημοσιογράφου του ενημερωτικού portal *Το Κουτί της Πανδώρας*, την ίδια χρονιά, αναφορικά με το αν είναι ή όχι «weird» ο σύγχρονος ελληνικός κινηματογράφος: «Το να κάνεις σινεμά σε αυτή τη χώρα είναι από μόνο του weird» (Newsroom, 2015).

«Είναι κοινωνικά λυπηρό άλλα όσοι Έλληνες σκηνοθέτες να βγούνε και να πούνε σε συνεντεύξεις ότι “δεν υπάρχει greek weird wave”, δεν θα αλλάξει κάτι. Η ιστορία αποφάσισε ότι στα τέλη των '00ς στην Ελλάδα γεννήθηκε το greek weird wave με τον *Κυνόδοντα* του Γιώργου Λάνθιμου. Αυτό συνέβη, έτσι γράφτηκε και έτσι θα διδάσκεται σε είκοσι χρόνια όπως τώρα μας διδάσκουν για το γαλλικό νέο κύμα που αποτελείται από καμιά δεκαριά σκηνοθέτες που δεν έχουν απολύτως κανένα κοινό μεταξύ τους πέραν του ότι είναι Γάλλοι, δημιούργησαν την ίδια περίοδο και μοιράζονταν μια κοινή προσδοκία για ένα καινούργιο σινεμά», σχολίαζε χαρακτηριστικά, σε αντίθεση με τους προαναφερθέντες δημιουργούς, ο σκηνοθέτης και μουσικός Αλέξανδρος Βούλγαρης (*The Boy*), σε ένα εκτενές κείμενό του που δημοσιεύτηκε στον ιστότοπο *Hit & Run* (και αναπαρήχθη στα μέσα ενημέρωσης),<sup>86</sup> υπό τον τίτλο «Για τον Λάνθιμο, το ελληνικό παράξενο κύμα,

85. Ιδία μετάφραση.

86. Ενδεικτικές αναδημοσιεύσεις του κειμένου του Αλέξανδρου Βούλγαρη εντοπίζονται στα εξής μέσα ενημέρωσης: α) *Lifo*, αναδημοσίευση με πρόλογο του Άρη Δημοκίδη, στη στήλη «Μικροπράγματα» που διατηρεί ο ίδιος στη συγκεκριμένη εφημερίδα (Δημοκίδης, Α. (2015). Η πιο εύστοχη ανάλυση για το «φαινόμενο Λάνθιμος» έγινε, περιέργως, από Έλληνα συνάδελφό του. *Lifo*. 29 Οκτωβρίου. Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στις 20/3/2017), β) *Popaganda*, αναδημοσίευση με τον τίτλο του αρχικού κειμένου ([POPAGANDA],

και τους Nexus 6 θεατές του μελλοντικού μέλλοντος» (The Boy, 2015). Στο κείμενό του αυτό ο Αλ. Βούλγαρης επιχειρεί να αποκωδικοποιήσει τους παράγοντες που οδήγησαν στη δημιουργία ενός Νέου Κύματος, να προσδιορίσει τις απαρχές και τα χαρακτηριστικά του και να προβλέψει την πορεία του. Ο σκηνοθέτης τοποθετεί την πρώιμη έκφραση του Νέου Κύματος ήδη δώδεκα χρόνια πριν την κυκλοφορία της ταινίας *Κυνόδοντα*, στην προβολή της ταινίας *No budget story* του Ρένου Χαραλαμπίδη. «Αυτή η ταινία ήταν η πρώτη καλή ταινία νέου ανθρώπου φτιαγμένη με τα νέα τότε βιντεομέσα, με άμεση επικοινωνία με το τι συνέβαινε τότε στο παγκόσμιο σινεμά που ήταν ο αμερικάνικος ανεξάρτητος κινηματογράφος. Μέχρι και το έτος βάφτισης, δηλαδή το 2009, κάθε χρόνο υπήρχαν μια με δύο ελληνικές ταινίες που προσέγγιζαν κάτι καινούργιο και σπρώχνανε την κατάσταση. Νέοι δημιουργοί, νέοι κινηματογραφιστές, νέοι ηθοποιοί, ταινίες πολλές φορές αυτοχρηματοδοτούμενες, ανεξάρτητος κινηματογράφος», σημειώνει στο ίδιο κείμενο. Ο Αλ. Βούλγαρης αναγνωρίζει στον *Κυνόδοντα* και στην ταινία *Στρέλλα* του Πάνου Κούτρα, «δύο ταινίες φαινομενικά εκ διαμέτρου αντίθετες, αν και με παρόμοια θεματική» που δείχνουν «λίγο αλληγορικά τους δύο δρόμους που θα μπορούσε να πάρει το ελληνικό σινεμά. Ο πιο περιεργός δρόμος ενός δύσκολου κινηματογράφου με λίγα εθνικά χαρακτηριστικά και σε διαρκή πόλεμο με τη θετική ενέργεια του κάθε θεατή ή ο δρόμος της πανανθρώπινης ελληνικής ταινίας, που προσπαθεί να αγκαλιάσει το κοινό της. Οι Έλληνες σκηνοθέτες φυσικά διάλεξαν τον πρώτο δρόμο που όχι τυχαία... οδηγεί και στα Όσκαρ».

Σύμφωνα με τις σκέψεις του συγκεκριμένου σκηνοθέτη, οι ταινίες αυτές ήταν μόνο η αρχή. Στην πορεία που ξεκινά από το 2009 και μέχρι το 2015, οπότε και δημοσιεύτηκε το εν λόγω εκτενές κείμενο, κατά τον Αλ. Βούλγαρη υπάρχουν τουλάχιστον τρία βασικά χαρακτηριστικά του ελληνικού κινηματογράφου που δύσκολα μπορούν να περάσουν απαρατήρητα: α) «Οι σκηνοθέτες πάσχισαν να επαναλάβουν την μεγάλη επιτυχία του Λάνθιμου και έφτασαν σε σημείο να απογοητεύονται που η ταινία τους δεν επιλέχθηκε για το διαγωνιστικό των Καννών (...), β) Οι παραγωγοί έψαχναν τον νέο *Κυνόδοντα* και άρχισαν να συζητάνε για το αν το σενάριο έχει “προοπτική για ένα διεθνές κοινό” (...) και γ) Τα φεστιβάλ έγιναν ο νέος δέκτης του ελληνικού κινηματογράφου». Στην τοποθέτησή του για το Νέο Κύμα στον ελληνικό κινηματογράφο, ο Αλ. Βούλγαρης καταλήγει ως εξής: «Μέσα σε αυτά τα 5 χρόνια στον ελληνικό κινηματογράφο είδαμε καλές ταινίες, κακές ταινίες, ταινίες με δική τους προσωπικότητα που όλοι πάσχιζαν να βρουν στοιχεία να τις εμπλέξουν με το weird wave, ταινίες που εκμεταλλεύτηκαν το ενδιαφέρον για το weird wave για να κάνουν όνομα χωρίς να διαθέτουν κάτι πρωτότυπο. Ό,τι θα συνέβαινε δηλαδή έτσι κι αλλιώς και ό,τι συνέβη και στο παρελθόν στα περισσότερα

(2015). Ο Λάνθιμος, το ελληνικό παράξενο κύμα και οι nexus 6 θεατές του μελλοντικού μέλλοντος. Τα επτά κεφάλαια της αποκάλυψης του νέου ελληνικού σινεμά όπως τα συνέταξε ο Αλέξανδρος Βούλγαρης στον λογαριασμό του στο Facebook. *Popaganda*. 29 Οκτωβρίου. Ανακτήθηκε από [εδώ](#) στις 20/3/2017.

κινηματογραφικά κινήματα που ήταν γεννήματα της δυσλειτουργικής φαντασίας των κριτικών και όχι των ίδιων των κινηματογραφιστών».

Αυτό που ευθέως προκύπτει από τις τοποθετήσεις των σκηνοθετών είναι ότι δεν έγιναν «μέλη» αυτού του Νέου Κύματος ακούσια, ούτε ενέταξαν εαυτούς σε ένα αναγνωρισμένο καλλιτεχνικό ρεύμα. Στον αντίποδα, για κάποιους μοιάζει αδιάφορη η ένταξή τους σε ένα τέτοιο σχήμα και για άλλους μοιάζει μάλλον ενοχλητική και περιοριστική η συσχέτιση των ταινιών τους με την οικονομική κρίση και η θέαση και η ερμηνεία τους υπό το αποκλειστικό πρίσμα αυτής. Από τα παραπάνω ενδεικτικά αποσπάσματα συνεντεύξεων σκηνοθετών μοιάζει να γίνεται κατανοητή εκ μέρους των δημιουργών η ανάγκη που εμμέσως εκφράζεται από κριτικούς και θεωρητικούς για μια, έστω και συμβατική, ομαδοποίηση των πρόσφατων ταινιών του ελληνικού κινηματογράφου. Η έλλειψη ενός καθαρού ορισμού περί του Νέου Κύματος και των επιμέρους χαρακτηριστικών του και ειδικότερα ο προβληματικός προσδιορισμός της παραδοξότητας (weirdness) που συνόδευσε τα πρόσφατα κινηματογραφικά έργα μετά την εισαγωγή του όρου στον δημόσιο διάλογο από τον κριτικό κινηματογράφου Steve Rose (στην εφημερίδα *The Guardian*), εγείρει προβληματισμούς στους δημιουργούς, οι οποίοι σπεύδουν να προσδιορίσουν με τον δικό τους τρόπο το περιεχόμενο του Νέου Κύματος είτε διά της αμφισβήτησης είτε, κυρίως, διά της άρνησής του.

## 6.6 Προοπτικές και εξέλιξη του Νέου Κύματος

Η μελέτη συνολικά του ιστορικού πλαισίου που αφορά την ανάδυση των νέων κυμάτων και του θεωρητικού πλαισίου που σχετίζεται με τις διαδικασίες ανάδειξης και νομιμοποίησης των καλλιτεχνικών προϊόντων, πιστοποιούν την ύπαρξη μιας σειράς παραγόντων (σηματοδοτικών, δομικών, υλικών και ιδεολογικών) που επέτρεψαν την ανάδυση ενός Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο.

Μια νέα γενιά ταλαντούχων σκηνοθετών και κινηματογραφικών συντελεστών, με διαφορετικές εμπειρίες και ενδεχομένως προσλαμβάνουσες, έρχεται αντιμέτωπη με μια πρωτοφανή οικονομική κρίση, που πυροδοτεί μεταβολές στο πλαίσιο του κόσμου του κινηματογράφου (ως προς τις διαδικασίες χρηματοδότησης, δημιουργίας και προβολής). Ο κριτικός και δημοσιογραφικός (μηντιακός) λόγος πρώτος αναγνωρίζει στις ταινίες τους κοινά χαρακτηριστικά, τις ομαδοποιεί και, επιχειρώντας να τις συστήσει στο κινηματογραφόφιλο κοινό, τις «ονοματοδοτεί». Παράλληλα, η διαφαινόμενη νέα τάση στο εγχώριο κινηματογραφικό πεδίο αναγνωρίζεται από διεθνή φεστιβάλ και στη συνέχεια από θεσμικούς φορείς, πλαισιώνεται από δράσεις, εκδηλώσεις, αλλά και άλλους λόγους (discourses) και ενισχύεται η ταυτότητά του μέσα από τις στρατηγικές μάρκετινγκ και επικοινωνίας. Σε αντίθεση με τις διαδικασίες σχηματισμού και ανάδυσης άλλων κυμάτων στις εθνικές κινηματογραφίες άλλων χωρών, οι δημιουργοί του ελληνικού Νέου

Κύματος δεν ενισχύουν τον λόγο περί ύπαρξης ενός νέου κινήματος. Οι λόγοι για τη στάση τους παρότι δεν μελετήθηκαν στην παρούσα έρευνα αποτελούν ένα ενδιαφέρον πεδίο για μελλοντική ενασχόληση από ερευνητές και πανεπιστημιακούς. Από τα αποσπάσματα των συνεντεύξεων δημιουργών και κύριων συντελεστών απορρέει, πάντως, η αίσθηση ότι ο καθένας από αυτούς πιστεύει με σθένος στη μοναδικότητα του έργου του και κατά βάση ασχολείται με αυτό. Υπάρχουν, βέβαια, κάποιες συνεργασίες μεταξύ των σκηνοθετών, αλλά δεν υπάρχει μια καλλιτεχνική σύμπνοια ή τάση να θέλουν να αφηγηθούν κάτι κοινό ή με κοινό κώδικα. Βέβαια ιστορικά, εκτός από πολύ συγκεκριμένες περιπτώσεις ρευμάτων (π.χ. την εφήμερη πορεία του Δόγματος 95), αυτό σπάνια επιτεύχθηκε με καλλιτεχνικούς όρους και με διάρκεια στον παγκόσμιο κινηματογράφο.

Συμπληρωματικά στα παραπάνω, σημειώνεται ότι δεν υπάρχει ένας «στρατευμένος» κριτικός λόγος σε εξειδικευμένα κινηματογραφικά περιοδικά (τα οποία τελούν υπό εξαφάνιση τα τελευταία χρόνια) που να ενισχύει την καθιέρωση ενός Νέου Κύματος. Οι κριτικές παραμένουν εν πολλοίς σ' ένα επιδερμικό επίπεδο ανάλυσης και ανακυκλώνουν τους ίδιους λόγους, ενώ ο επιστημονικός λόγος, ειδικά κατά την περίοδο 2009-2016 κυρίως είτε εξετάζει μεμονωμένες ταινίες και δημιουργούς είτε θεματικά και αισθητικά ζητήματα μιας ομάδας ταινιών, επιχειρώντας διεπιστημονικές προσεγγίσεις που αφορούν πολύ συγκεκριμένα αισθητικά κατά βάση ζητήματα. Σπανιότερα, στα επόμενα χρόνια απαντώνται στον επιστημονικό λόγο απόπειρες ομαδοποίησης των ταινιών του Νέου Κύματος σε επιμέρους κατηγορίες. Η Maria Komninos εντοπίζει το «Weird Wave», τον κοινωνικό ρεαλισμό και τις γυναίκες ως μοντέρνους πλάνητες (Komninos 2014, σελ. 2), ενώ οι Νικολαΐδου και Πούπου (2017) εντοπίζουν τρεις τάσεις στο πλαίσιο της κινηματογραφικής γενιάς ταινιών τέχνης: η πρώτη και πιο διακριτή συνιστά το «weird» του ελληνικού Νέου Κύματος, που δίνει έμφαση στον μιμητισμό, την αλληγορική γλώσσα, το μαύρο χιούμορ και την αισθητική του παραλόγου (στο ίδιο, σελ. 96), η δεύτερη, λειτουργεί ως «αυτοεθνογραφική», με τις ταινίες να αναφέρονται στην κρίση και τις κοινωνικο-πολιτικο-πολιτισμικές συνέπειές της, κατά τρόπο λιγότερο ή περισσότερο πρόδηλο (στο ίδιο, σελ. 97) και η τρίτη αφορά την επαναδιαπραγμάτευση του σινεμά είδους (στο ίδιο, σελ. 99).

Ποια θα είναι όμως η συνέχεια του Νέου Κύματος; Οι περισσότεροι συγγραφείς κειμένων επιστημονικού χαρακτήρα και κριτικοί κινηματογράφου, όπως αποτυπώνεται στα κείμενα που αποτέλεσαν το corpus της παρούσας μελέτης, τηρούν στάση αναμονής παρακολουθώντας τον δημιουργικό αναβρασμό και περιμένοντας να καταγράψουν την εξέλιξη του φαινομένου, τις τυχόν νέες τάσεις πειραματισμού και την προσπάθεια των σημερινών και των μεταγενέστερων εκφραστών του να εξελιχθούν γρήγορα ώστε να αποφύγουν την ταμπέλα (που οδηγεί σε μια «αυτοπαγίδευση στη λογική της μόδας» (Πουλάκος, 2013, σελ. 92) καθώς και την αποδυνάμωση της ορμής του κύματος και την υποβάθμισή του σε μια συγκυριακή, προσωρινή τάση. Υπάρχουν, ωστόσο, και φωνές που υπαινίσσονται ήδη το τέλος του (Αντίοχος, 2015· Durden, 2015· Γουδέλης, 2016·

Uhler, 2015· Westlake, 2014). Ένας από τους κυρίαρχους λόγους περί πρόωρου τέλους του Νέου Κύματος, σύμφωνα με κριτικούς και δημοσιογράφους, αφορά τη γλώσσα της ταινίας *Ο Αστακός* του Γιώργου Λάνθιμου (η πρώτη του αγγλόφωνη ταινία), γεγονός που συνοδεύτηκε από τη μετοίκισή του στο εξωτερικό. Άραγε αρκεί η γλώσσα μιας ταινίας και ο τόπος κατοικίας του δημιουργού της για να την εντάξει σε μια κινηματογραφική κατηγορία; Άραγε μένει «ακέφαλο» ένα καλλιτεχνικό κύμα όταν εγκαταλείπει την Ελλάδα ως τόπο κατοικίας και την ελληνική γλώσσα ως κύρια γλώσσα των ταινιών του μια από τις ηγετικές φυσιογνωμίες που έχουν συνδεθεί μ' αυτό; Γεγονός είναι ότι οι υποψηφίοι για Όσκαρ της ταινίας *The Favourite* (*Η ευνοούμενη*) έδωσαν αφορμή στην ομάδα του κινήματος *Δώσε Λίγη Αγάπη στον Ελληνικό Κινηματογράφο* να εκφράσουν τη στήριξη τους με ένα «Γράμμα στο Γιώργο Λάνθιμο», διεκδικώντας ξανά την προσοχή της Πολιτείας για την κατάσταση του ελληνικού κινηματογράφου.

Αλλάζει όμως, η εθνικότητα μιας ταινίας όταν έχει πολλούς συμπαραγωγούς και συντελεστές από διαφορετικές χώρες; Ή μήπως ο κύκλος του Νέου Κύματος στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο ή του συχνά αποκαλούμενου στον ξένο Τύπο «greek weird wave» αρχίζει πλέον να εδραιώνεται, ακριβώς χάρη στην απήχηση των σκηνοθετών του παγκοσμίως και τις ιδιόρρυθμες, σουρεαλιστικές κοινωνικές θεματικές των ταινιών τους που «ακουμπούν» τις ιδιαιτερότητες της ανθρώπινης ύπαρξης; Μήπως ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας των ταινιών του Νέου Κύματος καθιστά τη σύγχρονη ελληνική κινηματογραφική παραγωγή οικουμενική; Είναι βέβαιο ότι όταν τα απόνερα του κύματος θα έχουν πλέον τελειώσει, οι μελλοντικές μελέτες, έχοντας μια δεδομένη απόσταση χρόνου για την παρατήρηση του φαινομένου στην ολότητά του, θα μπορούν να εκφέρουν μια πιο συγκροτημένη άποψη.

Οι σκηνοθέτες του Νέου Κύματος στον ελληνικό κινηματογράφο, με τη σύγχρονη ματιά τους και την ιδιαίτερη κινηματογράφησή τους διεκδίκησαν με σθένος και κόπο και τελικά κατάφεραν να κερδίσουν την αναγνώριση της διεθνούς κριτικής. Τα εγκωμιαστικά σχόλια που συνόδευσαν τις παρουσιάσεις και κριτικές των ταινιών του Νέου Κύματος στον διεθνή Τύπο αποδεικνύουν, αν μη τι άλλο, ότι τα θέματα που θίγουν «αγγίζουν» και ένα κινηματογραφόφιλο κοινό εκτός συνόρων. Οι περισσότερες από τις παραγωγές αυτού του Κύματος δύσκολα θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν εσωστρεφείς και ελληνοκεντρικές (ειδικά ως προς τη θεματολογία και την αισθητική τους). Η καλλιτεχνική τους δημιουργία σε συνδυασμό με τη δυναμική του Νέου Κύματος καλλιέργησε τις ευκαιρίες για να ανοίξουν τα φτερά τους σε μια διεθνή καριέρα.

Η ίδια η μέχρι σήμερα πορεία των κινηματογραφιστών του Νέου Κύματος και η αξία της θετικής μακροπρόθεσμης φήμης του, η αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας του (brand name) συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου για τους μελλοντικούς δημιουργούς και τα πονήματά τους. Στη δημιουργία και τη συντήρηση αυτής της φήμης μέχρι σήμερα συνέβαλαν κριτικοί και δημοσιογράφοι, θεωρητικοί και συγγραφείς, υπεύθυνοι προγραμμάτων φεστιβαλικών διοργανώσεων, sales agents, παραγωγοί κ.ά. που δύνανται

να επηρεάζουν την κοινή γνώμη και να συντελέσουν στον καθορισμό της φήμης που συνοδεύει ένα πρόσωπο, έναν οργανισμό, μια σειρά δημιουργημάτων κ.λπ. Συμμετοχή στη διατήρηση του λόγου περί Νέου Κύματος έχει και η ίδια η επικοινωνία των ανθρώπων και η από στόμα σε στόμα διακίνηση πληροφοριών ειδικά μέσω του διαδικτύου. Υπό αυτή την έννοια, το ίδιο το Νέο Κύμα, με την πάροδο των ετών λειτουργεί ως ένας χώρος ευκαιρίας (opportunity space) για τους νέους δημιουργούς.

Ανεξάρτητα από την καθιέρωση ενός κοινά αποδεκτού ονόματος για το Νέο Κύμα στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο, αυτό που δύσκολα μπορεί να διαψεύσει κανείς είναι ότι κατά τη δεύτερη δεκαετία του τρέχοντος αιώνας η σύγχρονη, ελληνική κινηματογραφική δημιουργία και παραγωγή χαρακτηρίστηκε από μια κρίσιμη δυναμική και αποτέλεσε ένα δυνατό φεστιβαλικό προϊόν με το βλέμμα στραμμένο στη διεθνή κοινότητα. Η διαδικασία της καθιέρωσής του βρίσκεται αναμφισβήτητα ακόμα σε εξέλιξη και είναι δύσκολο, όταν κανείς παρακολουθεί αυτή την πορεία, να προβλέψει με ακρίβεια την εξέλιξή της. Καταληκτικά όμως, όπως προκύπτει από όσα μελετήθηκαν στο πλαίσιο των κεφαλαίων του βιβλίου τούτου, για να μπορέσει να επιτευχθεί η καθιέρωση μακροπρόθεσμα είναι απαραίτητο οι διάφοροι εμπλεκόμενοι παράγοντες και φορείς του κόσμου του κινηματογράφου να συγκροτήσουν μια κοινή στρατηγική και ένα κοινό αφήγημα, κάτι που δε διαφαίνεται εφικτό στην ελληνική πραγματικότητα.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσση

- Αγγελίδης, Α., Αλέτρας, Ν., Βαλντέν, Ρ., Καλαμπάκας, Β. & Μουζάκη, Δ. (2016). «Στρατηγικοί Άξονες για την Εισαγωγή της Οπτικοακουστικής Εκπαίδευσης στο Σχολικό Σύστημα». [Υποβληθείσα πρόταση]. *Εθνικός Διάλογος για την Παιδεία*. Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018 από [https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/protaseis/protasi\\_aggelidietal\\_20160527.pdf](https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/protaseis/protasi_aggelidietal_20160527.pdf)
- Αθανασάτου, Ι., Καλαμπάκας, Β., & Παραδείση, Μ. (2011). *Η Αξιοποίηση του Κινηματογράφου στην Εκπαίδευση. Βασικό Επιμορφωτικό Υλικό, (Τόμος Γ')*, «Αξιοποίηση των Τεχνών στην Εκπαίδευση». Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο. Διαθέσιμο στο <https://www.demopaideia.gr/wp-content/uploads/2016/08/paidagogiko-institouto-2011.pdf> (τελευταία πρόσβαση 12/12/2018)
- Αλευρά, Φ. (2018). *Τάσεις στον σύγχρονο ελληνικό κινηματογράφο*. Διπλωματική εργασία. Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Αντίοχος, Γ. (2013, 11 Νοεμβρίου). Ελληνικό σινεμά τώρα: το weird wave, οι πρόγονοι του, πού ποντάρουμε φέτος. *Αθηνόραμα*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016 από [http://www.athinorama.gr/cinema/article/elliniko\\_sinema\\_tora\\_to\\_weird\\_wave\\_oi\\_progonoi\\_tou\\_pou\\_pontaroume\\_fetos\\_-1001149.html](http://www.athinorama.gr/cinema/article/elliniko_sinema_tora_to_weird_wave_oi_progonoi_tou_pou_pontaroume_fetos_-1001149.html)
- Αντίοχος, Γ. (2015, 22 Οκτωβρίου). Ο «Αστακός» και το τέλος του Greek Weird Wave. *Αθηνόραμα*. Ανακτήθηκε 11 Οκτωβρίου 2016, από [http://www.athinorama.gr/cinema/article/o\\_astakos\\_kai\\_to\\_telos\\_tou\\_greek\\_weird\\_wave-2509839.html](http://www.athinorama.gr/cinema/article/o_astakos_kai_to_telos_tou_greek_weird_wave-2509839.html)
- Αντίοχος, Γ. (2016, 30 Μαρτίου). Αργύρης Παπαδημητρόπουλος: «Κάνω πανκ ταινίες». Συνέντευξη. *Αθηνόραμα*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από [http://www.athinorama.gr/cinema/article/arguris\\_papadimitropoulos\\_kano\\_pank\\_tainies\\_-2513226.html](http://www.athinorama.gr/cinema/article/arguris_papadimitropoulos_kano_pank_tainies_-2513226.html)
- Αργυράκη, Δ. & Χαριτίδου, Φ. (2012). *Η αναπαράσταση του εγκλεισμού: DOGville Vs DOGtooth*. Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο. Ανακτήθηκε 12 Νοεμβρίου 2016, από <http://dspace.lib.ntua.gr/handle/123456789/7737>
- Βαλάτος, Φ. (2012, 22 Φεβρουαρίου). Συνέντευξη: Μπάμπης Μακρίδης: The L world. Ο σκηνοθέτης της πιο ιδιοσυγκρασιακής ταινίας της χρονιάς (που συμμετείχε στο Sundance) μιλάει στη Lifo. *Lifo*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <https://www.lifo.gr/mag/features/3090>
- Βενάρδου, Ευ. (2014, 10 Σεπτεμβρίου). Στο δρόμο για τα «Όσκαρ η «Μικρά Αγγλία»». *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 8 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=446738>

- Γαλανού, Α. (2013, Μάιος 25). Τι Έκαναν οι Έλληνες Παραγωγοί στις Κάννες; Μια Συζήτηση για το Veni Vidi Vici... υπό Συνθήκες. *FLIX*. Ανακτήθηκε 15 Αυγούστου, 2018 από <http://flix.gr/news/ti-ekanan-oi-ellhnes-paragogoi-stis-kannes-mia-syz.html>
- Γεωργακοπούλου, Β. (2011, 8 Δεκεμβρίου). Και στον «Economist». *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 15 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=330462>
- Γεωργακοπούλου, Β. (2015, 17 Ιουλίου). Το «Chevalier» της Τσαγγάρη πάει Λοκάρνο. *Εφημερίδα των Συντακτών*. Ανακτήθηκε 15 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.efsyn.gr/arthro/chevalier-tis-tsaggari-paei-lokarno>
- Γεωργίου, Α. (2014, 27 Μαρτίου). Σχεδιάζοντας την Αφίσα για το «Μικρό Ψάρι» του Γιάννη Οικονομίδη. *Lifo*. Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.lifo.gr/team/u12124/47228>
- Γουδέλης, Β. (2016, 4 Απριλίου). Greek Weird Cinema. *Amagi*. Ανακτήθηκε 09 Οκτωβρίου 2016, από <http://amagi.gr/content/greek-weird-cinema>
- Δανίκας, Δ. (2010, 8 Σεπτεμβρίου). Σεξουαλικές ανησυχίες και οικογενειακή διάλυση – Δυο Ελληνικές ταινίες στη Μόστρα. *Τα Νέα*. Ανακτήθηκε 14 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tanea.gr/news/nsin/article/4593145/?iid=2>
- Δανίκας, Δ. (2015, 24 Μαΐου). Κάννες 2015: Το Ειδικό Βραβείο στον Γιώργο Λάνθιμο για τον «Αστακό» - Το βραβείο της «παρηγοριάς» στον Έλληνα σκηνοθέτη. *Πρώτο Θέμα*. Ανακτήθηκε 14 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.protothema.gr/culture/cinema/article/478656/adistrofi-metrisi-gia-ton-hruso-foinika/>
- Δασκαρόλη, Ι. (2015, 15 Νοεμβρίου). Η Αθηνά Ραχήλ Τσαγγάρη μιλάει στον Εξώστη. *Εξώστης*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <http://www.exostispress.gr/Article/i-athina-raxil-tsaggari-milaei-ston-exosti#ixzz5eIA3pyVN>
- Δεμερτζής, Ν, & Σταυρακάκης, Γ. (2008). *Νεολαία: Ο αστάθμητος παράγοντας*. Αθήνα: Πολύτροπον.
- Δερμεντζόγλου, Αλ. (2013). Δημιουργώντας μέσα στην κρίση. *Το Δέντρο*, Αθήνα: Τεύχ. 191-192, σσ. 41-44.
- Δημητρακόπουλος, Γ. (2014, 24 Σεπτεμβρίου). Ευθύμης Φιλίππου. *Athens Voice*. Τεύχος 497. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από [https://www.athensvoice.gr/culture/theater/77184\\_eythymis-filippoy](https://www.athensvoice.gr/culture/theater/77184_eythymis-filippoy)
- Δημοκίδης, Α. (2015, 29 Οκτωβρίου). Η πιο εύστοχη ανάλυση για το «φαινόμενο Λάνθιμος» έγινε, περιέργως, από Έλληνα συνάδελφό του. *Lifo*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από <http://m.lifo.gr/articles/mikropragmata/79255>
- Εθνικός και Κοινωνικός Διάλογος για την παιδεία – Πορίσματα (2016). Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018 από [https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/2016/04/PORISMATA\\_DIALOGOU\\_2016.pdf](https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/2016/04/PORISMATA_DIALOGOU_2016.pdf)



- Εθνικός και Κοινωνικός Διάλογος για την παιδεία – Προτάσεις (2016). Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018 από <https://dialogos.minedu.gov.gr/category/protaseis/optikoakoustikos-eggrammatismos/>
- [Eirinika.gr]. (2014, 30 Δεκεμβρίου). Made in Greece ο Γιώργος Λάνθιμος: «Δεν έχω ξαναδιαβάσει τέτοιο σενάριο» αναφώνησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή & τον χρηματοδότησε!. *Eirinika.gr*. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.eirinika.gr/article/103034/made-greece-o-giorgos-lanthimos-den-ehoxanadiavasei-tetoio-senario-anafonise-i>
- Ζαφειριάδης, Χ. (2016, 8 Απριλίου). Νορβηγία. *Cinedogs*. Ανακτήθηκε 16 Ιουνίου 2020, από <http://cinedogs.gr/reviews/%CE%BD%CE%BF%CF%81%CE%B2%CE%B7%CE%B3%CE%AF%CE%B1/#sthash.hf0zJcnj.dpbs>
- Ζήκος, Σ. (χ.χ). Η κριτική του κινηματογράφου - Μέρος Α'. *Σινεφιλία*. Ανακτήθηκε 11 Δεκεμβρίου 2018, από <http://www.cinephilia.gr/index.php/keimena/apopsi/5636-i-kritiki-tou-kinimatografou-tou-sotiri-zikou>
- Ζήκος, Σ. (2013, 10 Σεπτεμβρίου). Το «αλλόκοτο κύμα»: ένα σχόλιο. *Σινεφιλία*. Ανακτήθηκε 17 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.cinephilia.gr/index.php/keimena/apopsi/3735-to-allokoto-kyma>
- Ζουμπουλάκης, Γ. (2013, 4 Νοεμβρίου). Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης: Το σινεμά δεν είναι ταμπέλες. *Το Βήμα*, Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=537880&h1=true#commentForm>
- Ζουμπουλάκης, Γ. (2014, 28 Δεκεμβρίου). Γιώργος Λάνθιμος: «Αστακός» στις επάλξεις. *Το Βήμα*, Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=662635>
- Θεοδωρίδης, Μ. (2012). Οπτικοακουστική παιδεία... αδιέξοδα και διαδρομές: πρόγραμμα σπουδών για την οπτικοακουστική έκφραση. Στο: Ν.Γκόβας (Επιμ.) Βιντεομουσειά: αποτυπώνοντας ίχνη της προσωπικής μας Κουλτούρας / Μια πρόταση οπτικοακουστικής παιδείας για νέους (σσ. 103-112). Αθήνα: Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Ανατολικής Αττικής.
- Ιορδανίδου, Σ. (2013, Σεπτέμβριος), (επιμ.). *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Επικοινωνία*, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου, σσ. 45-72. Ανακτήθηκε 1 Οκτωβρίου 2016, από [http://valiakaimaki.gr/wpcontent/uploads/2016/08/Social\\_media\\_communication\\_fn\\_r.pdf](http://valiakaimaki.gr/wpcontent/uploads/2016/08/Social_media_communication_fn_r.pdf)
- Καίσαρ, Μ. (2015, 15 Μαΐου). Η αρχιτεκτονική ματιά στο new weird Greek cinema [B]. Τα άσπρα σπίτια του Attenberg. *GreekArchitects.gr*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου 2016, από [https://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αρχιτεκτονική-ματιά-στο-new-weird-greek-cinema-\[b\]-id10072](https://www.greekarchitects.gr/gr/αρχιτεκτονικες-ματιες/η-αρχιτεκτονική-ματιά-στο-new-weird-greek-cinema-[b]-id10072)
- Καντέας-Παπαδόπουλος, Γ. & Μήτσης, Χρ. (2017). Ελίνα Ψύκου, πόσο weird είσαι τελικά; *Αθηνόραμα*. 30 Νοεμβρίου. Ανακτήθηκε 29 Νοεμβρίου 2018, από

[https://www.athinorama.gr/cinema/article/elina\\_psukou\\_poso\\_weird\\_eisai\\_telika-2525261.html](https://www.athinorama.gr/cinema/article/elina_psukou_poso_weird_eisai_telika-2525261.html)

- Καπράνος, Α. (2013, 5 Νοεμβρίου). Ο Καλός, Ο Κακός και ο Παράξενος. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από [http://akiskapranos.blogspot.gr/2013/11/blog-post\\_5.html](http://akiskapranos.blogspot.gr/2013/11/blog-post_5.html)
- Καρνής, Λ. (2017, Νοέμβριος 13). Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης: Τα Βραβεία της Αγοράς Γεννούν το Σινεμά του Αύριο. *CNN Greece*. Ανακτήθηκε 13 Αυγούστου 2018 από <https://www.cnn.gr/style/psychagogia/story/105343/festival-kinimatografou-thessalonikis-ta-vraveia-tis-agoras-gennoyn-to-sinema-toy-ayrio>
- Καρπούζος, Α. (2010). *Οι γλώσσες του κόσμου - οι κόσμοι της γλώσσας: κείμενα φιλοσοφίας και ψυχολογίας της γλώσσας*. Αθήνα: Εργαστήριο σκέψης.
- Κατσουνάκη, Μ., (2009, 26 Ιουνίου). Κινηματογραφιστές στην ομίχλη, *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 2 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/362278/article/politismos/arxeio-politismoy/kinhmatografistes-sthn-omixlh>
- Κατσουνάκη, Μ. (2009, 2 Αυγούστου). Η ώρα του ελληνικού κινηματογράφου. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 2 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/365654/article/politismos/arxeio-politismoy/h-wra-toy-ellhnikoy-kinhmatografou>
- Κατσουνάκη, Μ. (2013, 10 Σεπτεμβρίου). Ματιές ελληνικού σινεμά στο Τορόντο. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 2 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/498173/article/politismos/arxeio-politismoy/maties-ellhnikoy-sinema-sto-toronto>
- Κατσουνάκη, Μ. (2013, 22 Δεκεμβρίου) Κινηματογράφος – Το «αλλόκοτο κύμα» ξεπερνά τα όρια. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 2 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/506985/article/epikairothta/ellada/kinhmatografos---to-allokoto-kyma-3eperna-ta-oria>
- Κατσουνάκη, Μ. (2015, 18 Οκτωβρίου). Η ζωή που θα ήθελα οι άλλοι να ζουν... *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <http://www.kathimerini.gr/834967/article/proswpa/syntey3eis/h-zwh-poy-8a-h8ela-oi-alloi-na-zoyn>
- Κλεφτογιάννη, Ι. (2014, 14 Ιανουαρίου). Η τρομοκρατία στην Ελλάδα έγινε σε μια νύχτα μισητή. *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 26 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=409533>
- Κολοβός, Ν. (2001). «Η κριτική πριν από τους κριτικούς, όχι μετά». Στο Σούμας, Θ. Σωτηροπούλου, Χρ. και Νεγκοπούλου, Β. (επιμ.). *Κριτική κινηματογράφου: Από την οθόνη στο κείμενο: Αναλύσεις, συνεντεύξεις, ιστορική διαδρομή στην Ελλάδα*. 1η έκδ., Αθήνα: Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου (ΠΕΚΚ).

- Κρασσακόπουλος, Γ. (2014, 30 Ιουλίου). Το ελληνικό σινεμά δεν πάει διακοπές. *Athens Voice*. Ανακτήθηκε 10 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.athensvoice.gr/politismos/cinema/elliniko-sinema-den-paei-diakopes>
- Λάδη, Δ. (2015, 18 Οκτωβρίου). Γιώργος Λάνθιμος: «Έπρεπε να φύγω από την Ελλάδα». *BHMAgazino*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <https://www.tovima.gr/2015/10/16/vimagazino/giurgos-lanthimos-eprepe-na-fygw-apo-tin-ellada/#commentForm>
- Λεάνδρος Ν., Παπαδοπούλου Δ. & Ψύλλα Μ. (2011). Η «κρίση» στον τύπο. Μια θεματική και γλωσσολογική ανάλυση. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, ΕΚΚΕ, Τευχ. 134, σσ. 237-255.
- Λυβιάκης, Γ. (2013, 14 Μαΐου). Λονδίνο καλεί ελληνικό σινεμά – Συνέδριο στις 5 και 6 Ιουλίου για το Νέο Κινηματογραφικό Κύμα στη Χώρα μας. *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=363465>
- Μακ Κουέλ Ντ. & Βιντάλ Σβ. (2001). *Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας*, Αθήνα: Εκδ. Καστανιώτη.
- Μανδηλαρά, Τ. (2016, 8 Σεπτεμβρίου). Ο Λάνθιμος ξαναχτυπά με Νικόλ Κίντμαν και δύο ταινίες – Απογειώνεται στο Χόλιγουντ. *Πρώτο Θέμα*. Ανακτήθηκε 03 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.protothema.gr/stories/article/608756/o-lanthimos-xanahtupa-/#commentslist>
- [Megaron Plus]. (2013, 7 Μαρτίου). Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφήμερη μόδα; – Συμπόσιο. *Μέγαρο Μουσικής Αθηνών*. Ανακτήθηκε 06 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.megaron.gr/default.asp?pid=5&la= 1&evID=1166>
- Μήτσης, Χρ. (2013, 4 Νοεμβρίου). Πρώτες εντυπώσεις από το 54<sup>ο</sup> Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης. *Αθηνόραμα*. Ανακτήθηκε 02 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.athinorama.gr/cinema/article/protos-entuposeis-apo-to-54o-festibal-kinimatografou-thessalonikis-1001082.html>
- Μήτσης, Χρ. (2015, 26 Νοεμβρίου). Chevalier. *Αθηνόραμα*. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.athinorama.gr/cinema/movie/chevalier-10049884.html>
- Μικελίδης, Ν.Φ. (2013, 10 Οκτωβρίου). Οι δύσκολοι δρόμοι μιας οικογενειακής επικοινωνίας. *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 11 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=391151>
- Μόσχος, Γ. (2015, 26 Νοεμβρίου). Η ταινία της εβδομάδας: «Chevalier». *Clickatlife*. Ανακτήθηκε 17 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.clickatlife.gr/cinema/story/67168/i-tainia-tis-ebdomadas-chevalier>
- Μπάμπας, Δ. (2014, 22 Απριλίου). Δημήτρης Κερκινός: Τα φεστιβάλ και ο κόσμος τους. *Σινεφιλία*. Ανακτήθηκε 5 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.cinephilia.gr/index.php/prosopa/hellas/4599-dimitros-kerkinos#>

- Μπούρας, Δ. (2009, 4 Οκτωβρίου). Ευρωπαϊκό σινεμά made in Greece. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <https://www.kathimerini.gr/371818/article/politismos/arxeio-politismoy/eyrwpaiko-sinema-made-in-greece>
- Μπούρας, Δ. (2010, 17 Οκτωβρίου). Η οικογένεια, μια σπασμένη κορβίτσα. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/408107/article/politismos/arxeio-politismoy/h-oikogeneia-mia-spasmenh-korniza>
- Μπουρούσης, Κ. (2015, 11 Αυγούστου). Η Ραχήλ Τσαγγάρη έκανε τον Σάκη Ρουβά chevalier. *Πρώτο Θέμα*. Ανακτήθηκε 15 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.protothema.gr/culture/article/499812/i-rahil-ekane-ton-saki-chevalier/>
- Μυλωνάκη, Λ. (2013, 11 Σεπτεμβρίου). Ένα περιοδικό για το ελληνικό σινεμά. *Parallax View*. Ανακτήθηκε 31, Οκτωβρίου 2016, από <http://parallaximag.gr/parallax-view/ena-periodiko-gia-to-elliniko-sinema>
- Newsroom (2015, 13 Μαρτίου). Ο σκηνοθέτης Αλέξης Αλεξίου για τη νέα ταινία του «Τετάρτη 04:45». *Το Κουτί της Πανδώρας*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <http://dev.koutipandoras.gr/article/o-skinothetis-alexis-alexioy-milaei-gia-ti-nea-tainia-toy-tetarti-0445>
- Νικολαΐδης, Η. (2012, 26 Φεβρουαρίου). Πώς να γυρίσεις μια ελληνική ταινία σήμερα. *BHMAgazino*. Ανακτήθηκε 28 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/vimagazino/views/article/?aid=448441>
- Νικολαΐδου, Α. (2014). Προώθηση και Επικοινωνία Της Ελληνικής Ταινίας: λίγες σκέψεις με αφορμή την ταινία Η αιώνια επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά. *Journal of Greek Film Studies / BLOG*. Ανακτήθηκε 9 Οκτωβρίου 2016, από <http://filmiconjournal.com/blog/post/12/proothisi-kai-epikoinonia-tis-ellinikis-tainias>
- Νικολαΐδου, Α. & Πούπου, Ά. (2017). Κάποιες post-weird σκέψεις για το νέο κύμα του ελληνικού κινηματογράφου. *Θεσσαλονίκη, Α-Κατάλογος 58ου Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης*, σσ. 88-105.
- Νικολαΐδου, Α. & Πούπου, Ά. (2019). *Η Χαμένη Λεωφόρος του Ελληνικού Σινεμά*. Αθήνα: Νεφέλη.
- Νικολάου, Γ. (2012, 11 Μαρτίου). Πώς είναι να ζεις στο Attenberg. *BHMAgazino*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/vimagazino/views/article/?aid=449870>.
- Ντελλής, Α. (2013, 13 Σεπτεμβρίου). Ο επιθανάτιος ρόγχος της Παλαιάς Ελλάδας 2. *Φρέαρ*. Ανακτήθηκε 8 Οκτωβρίου 2016, από <http://frear.gr/?p=1891>
- Ο Αστακός. (2015). *Athinorama*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2016, από [http://www.athinorama.gr/cinema/movie/o\\_astakos-10049281.html](http://www.athinorama.gr/cinema/movie/o_astakos-10049281.html)

- [Lifo]. Οι ήρωες του Chevalier είναι οι καλύτεροι. Εσύ; (2015, 19 Νοεμβρίου). *Lifo*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.lifo.gr/market/marketnews/81238>
- Παναγή, Λ. (2015, 31 Μαΐου). Το ελληνικό παράξενο κύμα του κινηματογράφου. *Ηδύφωνο*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από [www.signalive.com/files/download/28482](http://www.signalive.com/files/download/28482)
- Παναγιωτόπουλος, Ν. (2003). *Πολιτισμός και αγορά: Για την αυτονομία της πολιτισμικής παραγωγής*. Αθήνα: Πατάκης.
- Παναγόπουλος, Π. (2012, 24 Μαρτίου). Το παράξενο ελληνικό σινεμά κάνει σχολή. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 4 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/453923/article/politismos/arxeio-politismoy/to-para3eno-ellhniko-sinema-kanei-sxolh>
- Παπαδημητρίου, Σ. (2016). Εγγραμματισμός στα Μέσα (Media Literacy): Εισαγωγή του πεδίου «Μέσα Επικοινωνίας» στο Σχολείο του 21ου Αιώνα» [Υποβληθείσα πρόταση]. *Εθνικός Διάλογος για την Παιδεία*. Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018 από [https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/2016/01/protasi-papadimitriou\\_01\\_10.pdf](https://dialogos.minedu.gov.gr/wp-content/uploads/2016/01/protasi-papadimitriou_01_10.pdf)
- Παπαζαχαρίου, Έ. (2014, 4 Νοεμβρίου). Νορβηγία & Forget Me Not: Οι ταινίες που όλοι θέλουν να δουν στο Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης. *Popaganda*. Ανακτήθηκε 16 Οκτωβρίου 2016, από <http://popaganda.gr/norvigia-forget-tenies-pou-oli-theloun-na-doun-sto-festival-thessalonikis/>
- Παπανικολάου, Δ. (2008, 15 Νοεμβρίου), Η κοινωνική ιστορία της ελληνικής νεολαίας, από το ροκ εν ρολ και τους γιεγιέδες, έως την ψυχεδελική Αριστερά του '70 και τη σημερινή «αστάθμητη νεολαία». Από τους επαναστατημένους, στους μπερδεμένους, *Τα Νέα, Βιβλιοδρόμιο*, σσ. 8-9.
- Παπανικολάου, Δ. (2010α). Στρέλλα: Μια ταινία για όλη την οικογένεια. Στο Π. Κούτρας & Π. Ευαγγελίδης (επιμ.), *Στρέλλα* (1η, σσ. 9-24). Αθήνα: Πολύχρωμος Πλανήτης.
- Παπανικολάου, Δ. (2010b). Κάτι τρέχει με την οικογένεια. *The Book's Journal*. Τεύχ. 1, σσ. 96-98.
- Παπασπύρου, Στ. (2013, 20 Ιουλίου). «Αν οι κυβερνώντες δρουν παντού όπως με την ΕΡΤ, δεν υπάρχει σωτηρία» - Η Πέννυ Παναγιωτοπούλου γύρισε από το Κάρλοβι Βάρι, όπου θριάμβευσε. *Ελευθεροτυπία*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=375697>
- Παρίδης, Χρ. (2013, 11 Σεπτεμβρίου). Η επόμενη μέρα του weird wave. *LIFO*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.lifo.gr/mag/features/3960>
- Πιμπλής, Μ. (2017, 5 Οκτωβρίου). Δημήτρης Τζιόβας: Η κρίση στον πολιτισμό είναι σαν την κλιματική αλλαγή. *Τα Νέα*. Ανακτήθηκε

- 20 Νοεμβρίου 2018 από <https://www.tanea.gr/2017/10/05/interviews/i-krisi-ston-politismo-einai-san-tin-klimatiki-allagi/>
- Πουλάκος, Ν. (2013), Σύγχρονος Ελληνικός Κινηματογράφος: Μόδα είναι. Θα περάσει; *Το Δέντρο*, Αθήνα: Τεύχ. 191- 192, σσ. 90- 92.
- Πρωιμάκης, Ι. (2013, 26 Δεκεμβρίου). POP13: Το ελληνικό σινεμά στην άμπωτη του Weird Wave. *Popaganda*. Ανακτήθηκε 6 Οκτωβρίου 2016, από <http://popaganda.gr/pop-13-elliniko-sinema-stin-ampoti-tou-weird-wave/>
- Ρακόπουλος, Θ. (2013, 29 Ιανουαρίου). Μια Απόπειρα Κριτικής στον Στόχο της Κριτικής: Οικογένεια, Κρίση και η Νέα Γενιά των Ελλήνων Κινηματογραφιστών – Όταν το σινεμά κάνει κοινωνική κριτική (σε περίοδο γενικευμένης κρίσης). *RedNotebook (RNB)*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://rnbnet.gr/details.php?id=8607>
- Ρέντζιος, Τ. (2013, Οκτώβριος - Νοέμβριος). New Weird Greek cinema. Τί τρέχει; *SOUL*. Ανακτήθηκε 16 Οκτωβρίου 2016, από [http://www.athensvoice.gr/files/soul/pdf/soul\\_75.pdf](http://www.athensvoice.gr/files/soul/pdf/soul_75.pdf)
- Ρούσσοσ, Γ. (2014, 27 Ιανουαρίου). Η Αιώνια Επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά και η υπαρξιακή κρίση ενός δημοσιογράφου. *TVXS*. Ανακτήθηκε 6 Οκτωβρίου 2016, από <http://tvxs.gr/news/sinema/%C2%ABi-aionia-epistrofi-toy-antoni-paraskeya%C2%BB-kai-i-yparksiaki-krisi-enos-dimosiografoy>
- Ρούσσοσ, Γ. (2014, 23 Μαρτίου) Γ. Οικονομίδης : Το «Μικρό Ψάρι» καταφάσκει υπέρ του ανθρώπου. *TVXS*. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <https://tvxs.gr/news/sinema/o-giannis-oikonomidis-sto-tvxs-%C2%ABto-%C2%ABmikro-psari%C2%BB-katafaskei-yper-toy-anthropoy%C2%BB>
- Σούμας, Θ. (χ.χ). Κριτική στην κινηματογραφική κριτική (II). *Σινεφιλία*. Ανακτήθηκε 16 Οκτωβρίου 2017, από <http://www.cinephilia.gr/index.php/keimena/apopsi/5023-kritiki-stin-kritiki-2>
- Σηφάκη Ε. (2010). Τηλεόραση και κινηματογράφος: σύγχρονες οικονομικές, παραγωγικές και πολιτισμικές πρακτικές στο Βωβού Ι. (επιμ.), *Ο κόσμος της τηλεόρασης. Θεωρητικές προσεγγίσεις, ανάλυση προγραμμάτων και ελληνική πραγματικότητα*, (σσ. 537-579). Αθήνα: Ηρόδοτος.
- Σηφάκη, Ε. (2015). Οπτική επικοινωνία και τέχνες: ένα παράδειγμα ανάλυσης οπτικού σχεδιασμού, στο Μ. Πουρκός (επιμ.), *Βίωμα και βασιμμένες στην τέχνη ποιοτικές μέθοδοι έρευνας*, (σσ. 228-244). Αθήνα: Νησίδες.
- Σηφάκη, Ε. (2016). Πορτραίτα και διαδρομές μιας «χαμένης γενιάς» στην Αθήνα. Νέες αφηγήσεις για την πόλη και τις νεανικές κουλτούρες, στο Τ. Καραβία & Η. Πάσχου (επιμ.), *Η εικόνα της πόλης. Οπτικές και θέσεις με φόντο την Αθήνα*, (σσ. 151-165). Αθήνα: Ποταμός.

- Σιαπέρα, Ευ. & Δημητρακοπούλου, Δ. (2012). Διαδίκτυο και δημοσιογραφία: Παραδοσιακές και εναλλακτικές μορφές. *Ζητήματα επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδ. Καστανιώτη, Τεύχ. 14<sup>ο</sup> – 15<sup>ο</sup>, σσ. 30- 46.
- Σούμας, Θ. (2001). Η Κριτική της Κριτικής. Στο Σούμας, Θ. Σωτηροπούλου, Χρ. και Νεγκοπούλου, Β. (επιμ.). *Κριτική κινηματογράφου: Από την οθόνη στο κείμενο: Αναλύσεις, συνεντεύξεις, ιστορική διαδρομή στην Ελλάδα*. 1η έκδ., Αθήνα: Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου (ΠΕΚΚ).
- Τερζής, Κ. (2015, 1 Μαρτίου). Το ελληνικό σινεμά αναζητεί μια θέση στον παγκόσμιο χάρτη. *Η Αυγή*. Ανακτήθηκε 14 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.avgi.gr/article/10972/5350919/to-elleniko-sinema-anazetei-mia-these-ston-pankosmio-charti>
- Τερζής, Κ. (2015, 25 Μαρτίου). Βραβεία Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου: Το ελληνικό σινεμά αντιστέκεται και γιορτάζει. *Η Αυγή*. Ανακτήθηκε 14 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.avgi.gr/article/10972/5424224/brabeia-ellenikes-akademias-kinematographou-to-elleniko-sinema-antisteketa>
- Τερζής, Κ. (2015, 6 Δεκεμβρίου). Ελληνικός κινηματογράφος: Πολλά διεθνή βραβεία, διστακτικοί θεατές κι ένας φόρος που χάθηκε μέσα στην κάψα του καλοκαιριού. *Η Αυγή*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από [http://www.avgi.gr/article/10972/6084032/ellenikos-kinematographos-polla-diethne-brabeia-distaktikoi-theates-ki-enas-](http://www.avgi.gr/article/10972/6084032/ellenikos-kinematographos-polla-diethne-brabeia-distaktikoi-theates-ki-enas-foros-pou-chathike)
- Τζαμιώτης Κ. (2006). *Παραβολή*. Αθήνα: Εκδ. Καστανιώτη.
- The Boy (Βούλγαρης, Αλ.). (2015, Οκτώβριος). Πια τον Λάνθιμο, το ελληνικό παράξενο κύμα, και τους Nexus 6 θεατές του μελλοντικού μέλλοντος. *Hit & Run*. Ανακτήθηκε 3 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.hitandrunk.gr/gia-ton-lanthino-to-elliniko-paraxeno-kima-ke-tous-nexus-6-theates-tou-mellontikou-mellontos/>
- [The Press Project]. (2013, 26 Φεβρουαρίου.). Ελληνικό σινεμά: ρεύμα με ορίζοντα ή εφημερη μόδα; *The Press Project*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <https://www.thepressproject.gr/article/39260/Elliniko-sinema-reuma-me-orizonta-i-efimeri-moda>
- Thomson, Kr, & Bordwell, D. (2011). *Ιστορία του Κινηματογράφου*. Αθήνα: εκδ. Πατάκης.
- [Το Βήμα]. (2011, 18 Σεπτεμβρίου). Η Ευρώπη (παρα)μιλάει για το νέο ελληνικό σινεμά. *Το Βήμα*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=420260>
- [Το Βήμα]. (2013, 27 Φεβρουαρίου). Υπάρχει ελληνικός κινηματογράφος; – Οκτώ νέοι Έλληνες σκηνοθέτες αναζητούν τα πραγματικά ίχνη του στο Μέγαρο Μουσικής. *Το Βήμα*. Ανακτήθηκε 13 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=500238&h1=true#commentForm>



- Το MEDIA διέθεσε παραπάνω από 1.5 εκ. ευρώ στον κινηματογραφικό χώρο της Ελλάδας το 2011 (χ.χ). *Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου*. Ανακτήθηκε 17 Νοεμβρίου 2016, από [http://www.gfc.gr/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1386&Itemid=118](http://www.gfc.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=1386&Itemid=118)
- Τσακνιδή Ο. (2016). Κινηματογραφικές επιχειρήσεις της Αθήνας: μεταμορφώσεις την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Στο Μ. Θανοπούλου, Α. Μουρίκη & Ι. Τσίγκανου, (επιμ.). *Απασχόληση και κοινωνική πολιτική στον δήμο της Αθήνας. Ερευνητικές σκιαγραφήσεις*, (σσ. 129-151). Αθήνα: ΕΚΚΕ.
- Τύρος, Αν. (2011). Editorial. Λίγη Σκέψη, λίγο νόμο. Στο Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου. *Κινηματογράφος 2010. Ετήσιος Οδηγός (Κινηματογράφος - Dvd - Βιβλία)*, (σσ. 4-5). Αθήνα: Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου.
- Τύρος, Αν. (2012). Editorial. Στάση πληρωμών, παύση... ταινιών. Στο Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου. *Κινηματογράφος 2011. Ετήσιος Οδηγός (Κινηματογράφος - Βιβλία)*, (σσ. 4-5). Αθήνα: Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου.
- [TVXS], (2014, 19 Ιανουαρίου). Η Ελίνα Ψύκου μιλάει στο Tvxs για την «Αιώνια Επιστροφή του Αντώνη Παρασκευά». TVXS. Ανακτήθηκε 20 Οκτωβρίου 2017, από <https://tvxs.gr/news/sinema/i-elina-psykoy-milaei-sto-tvxs-gia-tin-%C2%ABaionia-epistrofi-toy-antoni-paraskeya%C2%BB>
- Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης (2018). «Επίσκεψη του Υπουργού ΨΗΠΤΕ, Ν. Παππά στη Δράμα. Υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ του Υπουργείου ΨΗΠΤΕ, του Δήμου Δράμας και του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου» [Δελτίο Τύπου]. 4 Ιουνίου. Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018 από <http://www.mindigital.gr/index.php/press-office-gr/%CE%B4%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/2339-o>
- Φερρό, Μ. (2002). *Κινηματογράφος και Ιστορία*. Αθήνα: Μεταίχιμο.
- Fiske, J. (1992). *Εισαγωγή στην επικοινωνία*. Αθήνα: Αιγόκερως.
- Φραγκουδάκη, Άν. (1987). *Γλώσσα και ιδεολογία. Κοινωνιογλωσσολογική προσέγγιση της ελληνικής γλώσσας*. Αθήνα: Οδυσσέας.
- Flix Team. (2012, 30 Σεπτεμβρίου). Riding the Greek Wave: Από τη θεωρία στην πράξη, Μέρος Ι. *Flix*. Ανακτήθηκε 6 Οκτωβρίου 2016, από <http://flix.gr/news/riding-the-greek-wave-apo-th-theoria-sthn-praksh-m.html>
- [www.tospirto.net], (2016, 11 Απριλίου.). Συνέντευξη: Ο Αλέξης Αλεξίου μιλά στο www.tospirto.net. *Tospirto.net*. Ανακτήθηκε 20 Νοεμβρίου 2018, από [https://tospirto.net/cinema/people/26105?fbclid=IwAR1WkWy0OoTDI4VN9ihOAatxXDssUik0tpPi8gFjfTSRu\\_9kH7pooOCC-ZM](https://tospirto.net/cinema/people/26105?fbclid=IwAR1WkWy0OoTDI4VN9ihOAatxXDssUik0tpPi8gFjfTSRu_9kH7pooOCC-ZM)



- Χαρμπίς, Αι. (2015, 27 Οκτωβρίου). Ο «Αστακός» ξεκίνησε δυναμικά. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/836425/article/politismos/kinhmatografos/o-astakos-3ekinhse-dynamika>
- Χαρμπίς, Αι. (2016, 06 Μαρτίου). Η τιμή του ελληνικού σινεμά. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/851782/article/politismos/kinhmatografos/h-timh-toy-ellhnikoy-sinema>
- Χαρμπίλα, Έ. (2010, 14 Αυγούστου). Το μεγάλο πρόβλημα του ελληνικού σινεμά είναι η γλώσσα του. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2016, από <http://www.kathimerini.gr/401961/article/politismos/arxeio-politismoy/to-megalo-provhlma-toy-ellhnikoy-sinema-einai-h-glwsa-toy>

## Ξενόγλωσση

- Abrams, N., Bell, I. & Urdis, J. (2001). *Studying Film*. Oxford University Press: New York.
- Aguilar, C. (2016, May 12). Idiomatic Idiosyncrasy: Yorgos Lanthimos Talks The Lobster, Greek Cinema and Musical Subtlety. *Movie Maker*. Retrieved 12 March, 2018 from <http://www.moviemaker.com/archives/interviews/idiomatic-idiosyncrasy-yorgos-lanthimos-the-lobster>
- Aguilar, C. (2018, February 16). Stay Sad: Babis Makridis on Writing Pity With Oscar-Nominated Efthymis Filippou. Why There's No «Greek Wave». *Movie Maker*. Retrieved 12 March, 2018 from <https://www.moviemaker.com/archives/moviemaking/directing/pity-babis-makridis-interview>
- Aitaki, G. (2014). English-Language Bibliography on Greek Cinema (2013-2014). *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, No 2, pp. 235-248. Retrieved October 10, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2014/2/17>
- Akdeniz, C. (2015). *Viral Marketing Explained*. Can Akdeniz.
- Alloway, L. (1984). *Network: Art and the complex present*. UMI Research Press.
- Almeida, P. (2003). Opportunity organizations and threat-induced contention: protest waves in authoritarian settings. *American Journal of Sociology*, 109, pp. 345-400.
- Andrews, D. (2010). Art Cinema as Institution, Redux: Art Houses, Film Festivals, and Film Studies. *Scope: An Online Journal of Film and Television Studies*, 18, pp. 1-21.
- Annachino, M. (2003). *New Product Development: From Initial Idea to Product Management*. USA: Elsevier.
- Ansen, D., Carr, J., Cheshire, G., Clark, M., Dargis, M., Denby, D., ... & Hoberman, J. (2000). Film Criticism in America Today: A Critical Symposium. *Cineaste*, 26(1), pp. 27-45.

- Ardery, J. S. (1997). «Loser wins»: outsider art and salvaging of disinterestedness. *Poetics*, 24, pp. 329-346.
- Aronson, J. (1994). A pragmatic view of thematic analysis. *The Qualitative Report*, 2 (1).
- Austin, B. (1983). A Longitudinal Test of the Taste Culture and Elitist Hypotheses. *Journal of Popular Film and Television*, 11, pp. 157-167.
- Austin, B. A. (1984). Portrait of an Art Film Audience. *Journal of Communication*, 34(1), pp. 74-87.
- Basea, E. (2016). The «Greek Crisis» through the Cinematic and Photographic Lens: From «Weirdness» and Decay to Social Protest and Civic Responsibility. *Visual Anthropology Review*, 32(1), pp. 61-72.
- Basuroy, S., Chatterjee, S. & Ravid, A. (2003). How Critical Are Critical Reviews? The Box Office Effects of Film Critics, Star Power, and Budgets. *Journal of Marketing*, 67 (4), pp. 103-117.
- Baumann, Sh. (2001). Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. *American Sociological Review*, 66(3), pp. 404-426.
- Baumann, Sh. (2002). Marketing, cultural hierarchy, and the relevance of critics: Film in the United States, 1935-1980. *Poetics*, 30(4), pp. 243-262.
- Baumann, Sh. (2007). A general theory of artistic legitimation: How art worlds are like social movements. *Poetics*, 35, pp. 47-65.
- Bazalgette, C., & Bevort, E. (1992). *New directions: Media education worldwide*. London: British Film Institute.
- Bazin, A. (1998). *Le cinéma français de la Libération à la Nouvelle Vague (1945-1958)*. Paris: Petite bibliothèque des Cahiers du cinéma.
- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Becker, H. S. (1995). The power of inertia. *Qualitative sociology*, 18(3), pp. 301-309.
- Benford, R. D. & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: an overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, pp. 611-639.
- Benyahia, S. C., Gaffney, F. & White, J. (2006). *AS Film Studies: The Essential Introduction*. Taylor & Francis e-Library. [eLibrary Reader version]. Retrieved November 20, 2016 from [https://books.google.gr/books?id=-pyveRuwHzsC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?id=-pyveRuwHzsC&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in communication research*. New York: Hafner Publishing Company.
- Berlinale Talents (χ.χ.). Retrieved August 13, 2018 from <https://www.berlinale-talents.de/channel/4.html#ProjectLabs>
- Bignell, J. (2002). *Media semiotics: an introduction* (2nd ed.). USA: Manchester University Press.

- Bosko, S. M. (2003). *The Complete Independent Marketing Movie Handbook*. US: Michael Wiese Productions.
- Bourdaa, M. (2014, April 4). This is not Marketing. This is HBO: Branding HBO with Transmedia Storytelling. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, Vol. 7, No. 1, pp. 18-25.
- Bourdieu, P. (1986). The production of belief. In R. Collins, et al. (eds), *Media, Culture and Society: A Critical Reader* (pp. 131-163). London: Sage.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. New York: Columbia University Press.
- Bowler, A. (1997). Asylum art: the social construction of an aesthetic category. In Zolberg, V. L., Cherbo, J. M. (Eds.), *Outsider Art : Contesting Boundaries in Contemporary Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 11-36.
- Bradshaw, P. (2015, January 05). Peter Bradshaw's top 50 films of the demi-decade. *The Guardian*. Retrieved 8 October, 2016 from <https://www.theguardian.com/film/2015/jan/05/top-50-films-of-the-demi-decade-peter-bradshaw>
- Bradshaw, P., Shoard, C., Pulver, An. & Lee, B. (2015, September 7). The films to watch in autumn 2015: from Everest to Star Wars. *The Guardian*. Retrieved 10 October, 2016 from <https://www.theguardian.com/film/2015/sep/07/film-autumn-arts-preview-2015>
- Brinkema, E. (2012). e.g., Dogtooth. *World Picture*, 7, pp. 1-26.
- Brody, R. (2014). The Film Critic in the Internet Era. *The New Yorker*. January 17, Retrieved 18 August, 2018, from <https://www.newyorker.com/culture/richard-brody/the-film-critic-in-the-internet-era>
- Brooks, X. (2012, November 11). Why is Greece's finest young director making London his home?. *The Guardian*. Retrieved 12 October, 2016 from <http://www.theguardian.com/film/2012/nov/11/greek-director-yorgos-lanthimos>
- Caldwell T. J. (2008). *Production Culture: Industrial Reflexivity and Critical Practice in Film and Television*. USA: Duke University Press.
- Calotychos, V., Papadimitriou, L. & Tzioumakis, Y. (2016) (eds.). Contemporary Greek Film Cultures: Weird Wave and Beyond. *Journal of Greek Media and Culture*, 2 (2).
- Cameron, S. (1995). On the Role of Critics in the Culture Industry. *Journal of Cultural Economics*, 19, pp. 321-331.
- Campbell, Z., Cashill, R., D'Angelo, M., Erickson, S., Grant, A., Hoberman, J., ... & Longworth, K. (2008). Film criticism in the age of the Internet: a critical symposium. *Cineaste*, 33(4), pp. 30-45.
- Celik, Ip. (2013). Family as Internal Border in *Dogtooth*, in R. Merivirta, K. Ahonen, H. Mulari and R. Mähkä (eds), *Frontiers of Screen History: Imagining European Borders in Cinema, 1945-2010* (pp. 217- 233). Bristol: Intellect.

- Chakravarty, A., Liu, Y. & Mazumdar, T. (2010). The Differential Effects of Online Word-of-Mouth and Critics' Reviews on Pre-release Movie Evaluation, *Journal of Interactive Marketing*, 24(3), pp. 185-197. Retrieved 18 August, 2018, from <http://www.sciencedirect.com.libproxy.unh.edu/science/article/pii/S1094996810000241>
- Chalkou, M. (2012). A new cinema of “emancipation”: Tendencies of independence in Greek cinema of the 2000s. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 3(2), pp. 243- 261.
- Chalkou, M. (2013). Creating an Open-access, Cross- cultural Home for Greek Film Studies. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (1), pp. 1-3. Retrieved October 9, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2013/1/1>.
- Chansel, D. (2001). *Europe on screen-cinema and the teaching of history*. Strasburg: Council of Europe Publishing, pp. 12-13.
- Cherbo, J. M. (1997). Pop art: ugly duckling to swan. In Zolberg, V. L., Cherbo, J. M. (eds), *Outsider Art: Contesting Boundaries in Contemporary Culture*. New York: Cambridge University Press, pp. 85-97.
- Cieply, M. (2009). Everybody's a Movie Critic: New Web Sites and Online Readers Chime In. *New York Times*, 13 June 2009: 1. Print.
- CineMart (n.d.). Retrieved August 13, 2018 from <https://iffr.com/en/cinemart>
- Cinemart History (n.d.). IFFR. Retrieved February 27, 2019 from <https://iffr.com/en/cinemart-history>
- Cone, S. (2008). *Powerlines: Words That Sell Brands, Grip Fans, and Sometimes Change History*. New York: Bloomberg Press.
- Crossroads Co-Production Forum (n.d.). Retrieved August 13, 2018 from <http://www.filmfestival.gr/el/professionals/agora-gr/26570-crossroads-co-production-forum>
- Czach, L. (2010). Cinephilia, Stars, and Film Festivals, *Cinema Journal*, 49 (2), pp. 139-145.
- Dalton, S. (2013, September 8). The Eternal Return of Antonis Paraskevas: Toronto Review. *The Hollywood Reporter*. Retrieved October 20, 2016 from <http://www.hollywoodreporter.com/review/eternal-return-antonis-paraskevas-toronto-623714>
- Davies, P. A. (2005). *UK Film Finance Handbook 2005/06: How To Fund Your Film*. UK: Netribution Limited.
- D'Astous, A. & Colbert, Fr. (2002). Moviegoers' Consultation of Critical Reviews: Psychological Antecedents and Consequences, *International Journal of Arts Management*, 5, pp. 24-35.
- De Baecque, A. (1991). *Les Cahiers du cinéma, Histoire d'une revue, t.1: A l'assaut du cinéma, 1951-1959*. Paris : Cahiers du cinéma.

- Ilona K.E.de Jong, Burgers C. (2013). Do consumer critics write differently from professional critics? A genre analysis of online film reviews, *Discourse, Context & Media*, 2 (2), June 2013, pp. 75-83. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2013.03.001>
- De Nora, T. (1991). Musical patronage and social change in Beethoven's Vienna. *American Journal of Sociology*, 97, pp. 310-346.
- Desai, K. K. & Basuroy, S. (2005). Interactive influence of genre familiarity, star power, and critics' reviews in the cultural goods industry: The case of motion pictures. *Psychology & Marketing*, 22(3), pp. 203-223.
- De Valck, M. (2007). *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- DiMaggio, P. (1982). Cultural entrepreneurship in nineteenth-century Boston; the creation of an organizational base for high culture in America. *Media, Culture and Society*, 4, pp. 33-50.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in art. *American Sociological Review*, 52, 440-455.
- DiMaggio, P. (1992). Cultural boundaries and structural change: the extension of the high culture model to theater, opera, and the dance, 1900-1940. In Lamont, Michele, Fournier, Marcel (eds.), *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 21-57.
- Douchet, J. (1998). *La Nouvelle Vague*. Paris: Cinématèque française/Hazan.
- Doyle, R. (2014, February 19). Why Greek Cinema Is Invading Ireland. *Indiewire*. Retrieved 10 October, 2016 from <http://www.indiewire.com/2014/02/why-greek-cinema-is-invading-ireland-29832/>
- Durden, T. (2015, October 26). Editorial: Goodbye Greek weird cinema. *Cinepivates*. Retrieved 12 October, 2016 from <http://cinepivates.com/editorial-goodbye-greek-weird-wave/>
- Dyer, G. (2009). *Advertising as Communication* [E reader Version]. UK: Taylor & Francis e-Library.
- Eliashberg, J. & Shugan M. St. (1997). Film Critics: Influencers or Predictors?, *Journal of Marketing*, 61, pp. 68-78.
- Esquénazi, J. P. (2002). *Lauteur, un cri de révolte. Politique des auteurs et theories du cinema*. Paris: L'Harmattan.
- Eurimages Lab Project Awards (χ.χ.). *Eurimages*. Retrieved August 13, 2018 from [https://www.coe.int/en/web/eurimages/lab-project-awards/-/asset\\_publisher/QivurNLvvSNK/content/the-first-lab-project-award-karlovy-vary-festival](https://www.coe.int/en/web/eurimages/lab-project-awards/-/asset_publisher/QivurNLvvSNK/content/the-first-lab-project-award-karlovy-vary-festival)
- Eurimages: What We Do (χ.χ.). *Council of Europe*. Retrieved January 16, 2019 from <https://www.coe.int/en/web/eurimages/what-we-do>
- Fairfax, D. (2012, March). The Cinema Leads Me There: the 41st International Film Festival Rotterdam. *Senses of Cinema*. Retrieved 6 October,

- 2016 from <http://sensesofcinema.com/2012/festival-reports/the-cinema-leads-me-there-the-41st-international-film-festival-rotterdam/>
- Farmer, R. (2009). Marker, Resnais, Varda: Remembering the Left Bank Group. *Senses of Cinema*, 52. Retrieved January 16, 2019 from <http://sensesofcinema.com/2009/feature-articles/marker-resnais-var-da-remembering-the-left-bank-group/>
- Fisher, M. (2011). Dogtooth: The Family Syndrome. *Film Quarterly*, 64(4), pp. 22-27.
- Finsterwalder, J., Kuppelwieser, V. G. & de Villiers, M. (2012). The Effects of Film Trailers on Shaping Consumer Expectations in the Entertainment Industry – A Qualitative Analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*. [Pre-Edited Version]. Retrieved November 30, 2016 from [https://www.academia.edu/1830682/The\\_Effects\\_of\\_Film\\_Trailers\\_on\\_Shaping\\_Consumer\\_Expectations\\_in\\_the\\_Entertainment\\_Industry\\_A\\_Qualitative\\_Analysis](https://www.academia.edu/1830682/The_Effects_of_Film_Trailers_on_Shaping_Consumer_Expectations_in_the_Entertainment_Industry_A_Qualitative_Analysis)
- Fotiadi, E. (2014). The biennale as a device: 4th Athens Biennale. *NECSUS - European Journal of Media Studies*, 3(1), 391-398. Retrieved October 10, 2016 from [http://www.necsus-ejms.org/biennale-device-4th-athens-biennale/#\\_ednref1](http://www.necsus-ejms.org/biennale-device-4th-athens-biennale/#_ednref1)
- Galt, R., & Schoonover, K. (eds.). (2010). *Global art cinema: New theories and histories*. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Gemser, G., Van Oostrum M. & Leenders, M. (2007). The impact of film reviews on the box office performance of art house versus mainstream motion pictures, *Journal of Cultural Economics*, 31(1), pp. 43-63.
- Gettl, R. (2010). *Film Tags*. [E reader Version]. Retrieved November 20, 2016 from [https://books.google.gr/books?id=XZmgYNa6z6UC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=Film+Tags.+Wider+Screenings+TM&source=bl&ots=SfM3iaqpt\\_&sig=2UH4o1S8Ua188zQ80G9xbAow9v4&hl=el&sa=X&ved=2ahUKewiG45vrsHdAhVEDiwKHRV9AZkQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=Film%20Tags.%20Wider%20Screenings%20TM&f=false](https://books.google.gr/books?id=XZmgYNa6z6UC&pg=PA2&lpg=PA2&dq=Film+Tags.+Wider+Screenings+TM&source=bl&ots=SfM3iaqpt_&sig=2UH4o1S8Ua188zQ80G9xbAow9v4&hl=el&sa=X&ved=2ahUKewiG45vrsHdAhVEDiwKHRV9AZkQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=Film%20Tags.%20Wider%20Screenings%20TM&f=false)
- Giannouri, E. (2014). Matchbox, Knifer and the “Oikographic” Hypothesis. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (2), pp. 156-175. Retrieved October 11, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/page/27/2014/2/9>
- Giroud, F. (1958). *La nouvelle vague: portraits de la jeunesse*. Paris: Gallimard.
- Glynn, M. A., & Lounsbury, M. (2005). From the critics’ corner: Logic blending, discursive change and authenticity in a cultural production system. *Journal of Management Studies*, 42(5), pp. 1031-1055.
- Godes, D. & Dina, M. (2004). Using Online Conversations to Study Word-of-Mouth Communication. *Marketing Science*, 23 (4) pp. 545-560. Retrieved November 20, 2016 from [https://msbfile03.usc.edu/digitalmeasures/mayzlin/intellcont/godes\\_mayzlin04-1.pdf](https://msbfile03.usc.edu/digitalmeasures/mayzlin/intellcont/godes_mayzlin04-1.pdf)

- Gourgoulianni, S. (2014). Greek European Film Co-Productions in the Three Major European Film Festivals from 2001 to 2013. *Journal of Arts & Humanities*, 4 (5), pp. 22-30. Retrieved October 14, 2016 from <http://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/709/378>
- Greg, J. (2009). *You Tube and Video Marketing: An Hour a Day*. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- Griswold, W. (1987). The fabrication of meaning: literary interpretation in the United States, Great Britain, and the West Indies. *American Journal of Sociology*, 92, pp. 1077-1117.
- Hall, E. T. (1990). *The hidden dimension*. USA: Anchor Books Editions.
- History & Results (n.d.). Thessaloniki Film Festival. Retrieved August 13, 2018 from <http://www2.filmfestival.gr/en/professionals-b2b/agora/26581-history-results>
- Hirsch, P. M. (1972). Processing fads and fashions: an organization-set analysis of cultural industry systems. *American Journal of Sociology*, 77, pp. 639-659.
- Hobbs, S. (2014). *Extreme Art Film: Text, Paratext and DVD Culture (Thesis)*. University of Portsmouth, Portsmouth. Retrieved October 14, 2016 from [http://eprints.port.ac.uk/18096/1/Extreme\\_Art\\_Cinema\\_Text\\_Paratext\\_and\\_DVD\\_Culture\\_-\\_Simon\\_Hobbs.pdf](http://eprints.port.ac.uk/18096/1/Extreme_Art_Cinema_Text_Paratext_and_DVD_Culture_-_Simon_Hobbs.pdf)
- Hobbs, S. (2015). Reconceptualising extreme art film as transnational cinema. *Transnational Cinemas*, 6(1), pp. 33- 48.
- Van Hoeij, B. (2012, February 3). L, a Greek enigma, in Rotterdam. *Cineuropa*. Retrieved 12 October, 2016 from [http://cineuropa.org/nw.aspx?t=news\\_detail&l=en&did=215671](http://cineuropa.org/nw.aspx?t=news_detail&l=en&did=215671)
- Van Hoeij, B. (2013). The Greek Weird Wave. *Eastwest*. Retrieved 10 October, 2016 from [http://www.eastonline.eu/attachments/article/12/east%2047\\_The%20Greek%20Weird%20Wave.pdf](http://www.eastonline.eu/attachments/article/12/east%2047_The%20Greek%20Weird%20Wave.pdf)
- Holbrook, M. B. (1999). Popular appeal versus expert judgments of motion pictures, *Journal of Consumer Research*, 26(2), pp. 144-155.
- Hsu, Gr. (2006). Evaluative schemas and the attention of critics, *Industrial and Corporate Change*, 15(3), pp. 467-496.
- Ilott, T. (1996). *Budgets and Markets, a Study of the Budgeting of European Film*. London: Routledge.
- Janssen, S. (1997). Reviewing as social practice: institutional constraints on critics' attention for contemporary fiction. *Poetics*, 24 (5), pp. 275-297.
- Janssen, S., Kuipers, G. & Verboord, M. (2008). Cultural globalization and arts journalism: The international orientation of arts and culture coverage in Dutch, French, German, and U.S. newspapers, 1955 to 2005. *American Sociological Review*, 73 (5), pp. 719-740.



- Jarboe, G. (2012). *You tube and video Marketing: An Hour a Day* (2<sup>nd</sup> ed.). Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.
- Jenkins, J. C., Jacobs, D., Agnone, J. (2003). Political opportunities and African-American protest, 1948–1997. *American Journal of Sociology*, 109, pp. 277-303.
- Kandinsky, V. (1946). *On the spiritual in art* (2nd ed.). New York: Solomon R. Guggenheim Foundation.
- Kaplan, S. (2005). Visual metaphors in print advertising for fashion products. In K. L. Smith, S. Moriarty, K. Kenney, G. Barbatsis, (eds). *Handbook of visual communication research : theory, methods, and media* (pp. 167-177). USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Karahalios, H. (2013). Greek Cinema: Texts, Histories, Identities. *Journal of Modern Greek Studies*, 31(1), pp. 168-170.
- Karalis, V. (2014, May 20). Pantelis Voulgaris' Little England / Mikra Anglia (2013) and the power of emotional excess. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies / BLOG*. Retrieved October 14, 2016 from <http://filmiconjournal.com/blog/post/21/pantelis-voulgaris-mikra-agglia>
- Karkani, I. (2014, November 9). Framing the weird body in contemporary european cinema: Dogtooth, Attenberg and Alps. *The Funambulist Magazine*. Retrieved October 14, 2016, from <http://thefunambulist.net/2014/11/09/the-funambulist-papers-56-framing-the-weird-body-in-contemporary-european-cinema-by-ina-karkani>
- Katsarova, I. (2014, December). An overview of Europe's film industry. *European Parliamentary Research Service*. Retrieved October 15 2016, from [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS\\_BRI\(2014\)545705\\_REV1\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2014/545705/EPRS_BRI(2014)545705_REV1_EN.pdf)
- Kaufman, An. (2012, March 8). The New Greek Wave? “Dogtooth,” “Attenberg,” “Alps” Reflect National Unease. *Indiewire*. Retrieved 08 October, 2016 from <http://www.indiewire.com/2012/03/the-new-greek-wave-dogtooth-attenberg-alps-reflect-national-unease-134336/>
- Kerrigan, F. (2004). Marketing in the film industry. In Kerrigan, F, Özbilgin, M. and Fraser, P. (eds), *Arts Marketing*, pp. 26-41. Oxford: Elsevier.
- Kerrigan, F. & Yalkin, C. (2009). Revisiting the role of critical reviews in film marketing. In E. Wirtén and M. Ryman (eds), *Mashing-Up Culture: The Rise of User generated Content* (pp. 169–86) *Proceedings from the COUNTER Workshop Mashing-Up Culture Uppsala University, May 13-14, 2009*, Uppsala: Uppsala University.
- Kerrigan, F. (2010). *Film Marketing*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Kerrigan, F. & Özbilgin, M. (2004). Film marketing in Europe: Bridging the Gap between policy and Practice. *International Journal of Nonprofit*



- and *Voluntary Sector Marketing*, 9(3), pp. 229-237. Retrieved November 29, 2016 from [http://www.academia.edu/166165/Film\\_marketing\\_in\\_Europe\\_bridging\\_the\\_gap\\_between\\_policy\\_and\\_practice](http://www.academia.edu/166165/Film_marketing_in_Europe_bridging_the_gap_between_policy_and_practice)
- Kersten, A. & Bielby, D. (2012). Film discourse on the praised and acclaimed: Reviewing criteria in the United States and United Kingdom, *Popular Communication*, 10 (3), pp. 183-200.
- Kleinhans, Ch. (1998). Independent features: hopes and dreams. In J. Lewis (ed) *The new American cinema*, (pp. 308-327). Durham, NC: Duke University Press.
- Komentaru, B. (2012, December 30). Interview with Syllas Tzoumerkas. *Fantom Film Magazine*. Retrieved February 27, 2019 from <http://www.fantomfilm.cz/?p=1953>
- Komninos, M. (2014). *Theo Angelopoulos and contemporary Greek cinema: Patricide or respect?* Brussels. Retrieved October 15, 2016 from [https://www.academia.edu/13446523/Theo\\_Angelopoulos\\_patricide\\_or\\_respect](https://www.academia.edu/13446523/Theo_Angelopoulos_patricide_or_respect)
- Kosmidou, E.-R. (2015). The Invention of Place: Nostalgia and Memory in the Film – A Touch of Spice by Christos Dermentzopoulos Patra: Opportuna, 2015. Book Review. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (3), pp. 113-117. Retrieved October 15, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/pdf/2015/3/9>
- Kourelou, O. (2013). English-Language Bibliography on Greek Cinema (2010 – 2013). *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (1), pp. 1-12. Retrieved October 08, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2013/1/13>
- Kourelou, O., Liz, M., & Vidal, B. (2014). Crisis and creativity: The new cinemas of Portugal, Greece and Spain. *New Cinemas: Journal of Contemporary Film*, 12(1&2), pp. 133-151.
- Koutsourakis, A. (2012). Cinema of the body: the politics of performativity in Lars Von Trier's *Dogville* and Yorgos Lanthimos' *Dogtooth*. *Cinema: Journal of Philosophy and the Moving Image*, 3, pp. 84-108. Retrieved October 18, 2016 from [http://cjpmp.iifl.pt/storage/3/3\\_Koutsourakis.pdf](http://cjpmp.iifl.pt/storage/3/3_Koutsourakis.pdf)
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2002). Colour as a semiotic mode: notes for a grammar of colour. *Visual Communication*, 1(3), pp. 343-368.
- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.) [E reader Version]. Oxford: Taylor and Francis e-Library.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Lavik, E. (2012). The Video Essay: The future of academic film and television criticism?, *Frames Cinema Journal*, Issue 1, July. Retrieved 18 August, 2018, from <http://framescinemajournal.com/article/the-video-essay-the-future/#a19>

- Levine, L. (1988). *Lowbrow/highbrow: the emergence of cultural hierarchy in America*. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press.
- Link, Br. (2015, April 22). Greek cinema: The inconspicuous hope for recovery. *Euroviews*. Retrieved 09 October, 2016 from <http://euroviews.eu/2015/?p=1361>
- Lopes, P. (2002). *The Rise of a Jazz Art World*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lutas, L. (2015). Weirdness, Feel-Bad and New Extremity in Contemporary European Film: the Examples of Greece, Austria, France and Romania. *Ekphrasis*, 2, pp. 88-102.
- Lykidis, A. (2015). Crisis of sovereignty in recent Greek cinema. *Journal of Greek Media & Culture*, 1 (1), pp. 9-28.
- Lynch, M. (2007). Cultural Dopes. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 1-2.
- Mademli, G. (χ.χ.). From the Crisis of Cinema to the Cinema of Crisis: A “Weird” Label for Contemporary Greek Cinema. *Frames Cine Journal*. Retrieved October 16, 2016 from <http://framescinemajournal.com/article/from-the-crisis-of-cinema-to-the-cinema-of-crisis-a-weird-label-for-contemporary-greek-cinema/>
- Mary, P. (2006). *La nouvelle vague et le cinéma d'auteur: socio-analyse d'une révolution artistique*. Paris: Seuil.
- Marzec, A. (2015, September 22). In Limbo, Radically: an interview with Syllas Tzoumerkas. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies / BLOG*. Retrieved 22 March, 2017 from <http://filmiconjournal.com/blog/post/44/in-limbo-radically>
- Maza, G. (2008). ¿Para qué sirven los festivales de cine?, *la Fuga*, 7. Retrieved 8 January, 2019, from <http://2016.lafuga.cl/para-que-sirven-los-festivales-de-cine/304>
- Marich, R. (2005). *Marketing to Moviegoers: A Handbook of Strategies Used by Major Studios and Independents* (3<sup>rd</sup> ed.). UK: Elsevier.
- McAdam, D., Tarrow, S. & Tilly, Ch. (2001). *Dynamics of Contention*. New York: Cambridge University Press.
- McCahill, M. (2014, June 19). Miss Violence: A grim end for the Greek New Wave. *MovieMail*. Retrieved 8 October, 2016 from <http://www.moviemail.com/blog/cinema-reviews/2111-Miss-Violence-A-grim-end-for-the-Greek-New-Wave>
- McWhirter, An. (2013). Film criticism, film theory, and the middle range, *International Journal of Jungian Studies*, 5(2), pp. 177-180.
- Mei, Y., Jakubowicz, P. & Cao, C. (2014). *Internet Mercenaries and Viral Marketing: The Case of Chinese Social Media: The Case of Chinese Social Media*. USA: IGI Global.

- Menger, P.-M. (1983). *Le Paradoxe du musicien: le compositeur, le mélomane et l'Etat dans la société contemporaine*. Paris: Flammarion.
- MEDIA Overview (χ.χ.). *European Commission*. Retrieved November 20, 2016 from [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media_en)
- MEDIA Programme (2007-2013). *European Commission*. Retrieved November 20, 2016 from: [http://ec.europa.eu/culture/tools/media-programme\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/tools/media-programme_en.htm)
- MEDIA Programme of the European Union (n.d.). *European Commission*. Retrieved November 17, 2016 from: [http://eacea.ec.europa.eu/media/index\\_en.php](http://eacea.ec.europa.eu/media/index_en.php)
- Metzidakis, S. (2014). No Bones to pick with Lanthimos' Film Dogtooth. *Journal of Modern Greek Studies*, 32(2), pp. 367-392.
- Meyer, D. S. & Minkoff, D. C. (2004). Conceptualizing political opportunity. *Social Forces*, 82, pp. 1457-1492.
- Meyer, D. S. (2004). Protest and political opportunities. *Annual Review of Sociology*, 30, pp. 125-145.
- Milonaki, A. (2013). Wasted Youth by Argyris Papadimitropoulos and Yan Vogel (2011). *FILMICON: Journal of Greek Film Studies*, (1), pp. 167-174. Retrieved October 20, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2013/1/10>
- Mingant, L., Tirtaine, C. & Augros, J. (2015). *Film Marketing Into the Twenty First Century*. UK: British Film Institute.
- Missions & Objectives: Promote the European Film Industry (χ.χ.). *Council of Europe*. Retrieved November 17, 2016 from: [http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/About/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/About/default_en.asp)
- Molnar, V. (2005). Cultural politics and modernist architecture: the tulip debate in postwar Hungary. *American Sociological Review*, 70(1), pp. 111-135.
- Morgenstern, H. (2012, June 27). Greek Cinema's «New Wave» Washes Over the Miami Beach Cinematheque. *Miami New Times*. Retrieved 10 October, 2016 from <http://www.miaminewtimes.com/arts/greek-cinemas-new-wave-washes-over-the-miami-beach-cinematheque-6484740>
- Neale, S. (1981). Art Cinema as Institution. *Screen* 22(1), spring, pp. 11-39.
- Needham, G. (2011). Greek Cinema Without Greece: Investigating Alternative Formations. In L. Papadimitriou & Y. Tzioumakis (Eds.), *Greek cinema: texts, histories, identities*. Bristol, United Kingdom: Intellect.
- Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Newland, C. (2018, January 23). 10 great Films: From Angelopoulos to the New Weird Wave, Here Are Some of the Finest Cinematic Exports from Greece. *BFI*. Retrieved August 19, 2018 from: <https://www.bfi.org.uk/news-opinion/news-bfi/lists/10-great-greek-films>

- Nick James (critic) (n.d.). *Wikipedia*. Retrieved November 28, 2016 from: [https://en.wikipedia.org/wiki/Nick\\_James\\_\(critic\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Nick_James_(critic))
- Nikolaidou, A. (2013). Journal of the Hellenic Diaspora vol. 37 1 & 2 Edited by Stratos E. Constantinidis and Dan Georgakas, 2011. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (1), pp. 1-8. Retrieved October 20, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2013/1/8>
- Nikolaidou, A. (2014). The Performative Aesthetics of the Greek New Wave. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (2), pp. 20-44. Retrieved October 20, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2014/2/3>
- Nordine, M. (2012, July 11). Five Questions with Alps Director Yorgos Lanthimos. *Filmmaker*. Retrieved 12 March, 2018 from [https://filmmakermagazine.com/47946-five-questions-for-alps-director-yorgos-lanthimos/#.XFRm3LUzY\\_5](https://filmmakermagazine.com/47946-five-questions-for-alps-director-yorgos-lanthimos/#.XFRm3LUzY_5)
- Papadimitriou, L. (2009). Greek Film Studies today: in search of identity. *Κάμπος: Cambridge Papers In Modern Greek*, (17).
- Papadimitriou, L. (2014a, June 13). Celebrating independence: 54th Thessaloniki International. *NECSUS – European Journal of Media Studies*. Retrieved October 10, 2016 from <http://www.necsus-ejms.org/celebrating-independence-54th-thessaloniki-international-film-festival-1-10-november-2013>
- Papadimitriou, L. (2014b, August 11). Checkpoint Karlovy Vary 2014. *BFI*. Retrieved October 10, 2016, from <http://www.bfi.org.uk/news-opinion/sight-sound-magazine/comment/festivals/checkpoint-karlovy-vary-2014>
- Papadimitriou, L. (2014c). Locating Contemporary Greek Film Cultures: Past, Present, Future and the Crisis. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (2), 1-19. Retrieved October 20, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2014/2/2>
- Papadimitriou, L. (2015). Editorial Greek media and culture at a new juncture. *Journal of Greek Media & Culture*, 1(1), pp. 3-7.
- Papadimitriou, L. & Tzioumakis, Y. (2012). Introduction in L. Papadimitriou & Y. Tzioumakis (eds), *Greek Cinema: Texts, Histories, Identities*, (pp. 9-14) Bristol: Intellect.
- Papanikolaou, D. (2011). Archive Trouble: Cultural Responses to the Greek Crisis. In P. Papailias (eds), *Beyond the Greek Crisis: Histories, Rhetorics, Politics*. Web Hotspot published by the journal Cultural Anthropology. Retrieved October 20, 2016 from <https://culanth.org/fieldsights/247-archive-trouble>
- Parks, S. (2007). *The Insider's Guide to Independent Film Distribution*. Oxford: Focal Press.
- Petrie, D. J. & Cabras, I. (1991). *Creativity and Constrain in the British Film Industry*. [E Reader Version]. Retrieved November 26, 2016 from <https://books.google>.

[gr/books?id=3GKxCwAAQBAJ&pg=PA122&dq=poster+design+film&hl=el&sa=X&ved=0ahUKewiX-M3ZgsbQAhXINhoKHZjODw84ChDoAQgwMAA#v=onepage&q=poster%20&f=false](http://books?id=3GKxCwAAQBAJ&pg=PA122&dq=poster+design+film&hl=el&sa=X&ved=0ahUKewiX-M3ZgsbQAhXINhoKHZjODw84ChDoAQgwMAA#v=onepage&q=poster%20&f=false)

- Peterson, R. A. (1972). A process model of the folk, pop and fine art phases of Jazz. In: N. Charles, (ed.), *American Music*. Transaction Books. New Jersey: New Brunswick, pp. 135-151.
- Peranson, M. (2008). First you get the power, then you get the money: Two models of film festivals. *Cineaste*, 33(3), pp. 23-37.
- Pfeifer, M. (2016). Cinema in the Age of Austerity: On the Representation of Debt in Greek Cinema. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies / BLOG*. Retrieved October 10, 2016 from <http://filmiconjournal.com/blog/post/53/cinema-in-the-age-of-austerity>
- Poupou, A. (2014). Going Backwards, Moving Forwards: The Return of Modernism in the Work of Athina Rachel Tsangari. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (2), pp. 45-70. Retrieved October 06, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2014/2/4>
- Psaras, M. (2015). Miss Violence (2013) by Alexandros Avranas. *Filmicon: Journal of Greek Film Studies*, (3), pp. 87-95. Retrieved October 16, 2016 from <http://filmiconjournal.com/journal/article/2015/3/5>.
- Psaras, M. (2016). *The Queer Greek Weird Wave: Ethics, Politics and the Crisis of Meaning*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Ranchhod, A. & Marandi, E. (2005). *Strategic Marketing in Practice*. UK: Elsevier.
- Ravid, S. A. (1999). Information, blockbusters, and stars: a study of the film industry. *Journal of Business*, 72, pp. 463-492.
- Rawlings, C. M. (2001). 'Making Names': the Cutting Edge Renewal of African Art in New York City, 1985-1996. *Poetics*, 29, pp. 25-54.
- Quandt, J. (2004). Flesh & Blood: Sex and Violence in Recent French Cinema. *ArtForum International* 42(6), pp. 1-4.
- Reardon, K. (2013, July 25). Housekeeping and Other Feudalisms: An Interview with Athina Rachel Tsangari. *Cléo: A journal for film and feminism*. Retrieved 12 October, 2016 from <http://cleojournal.com/2013/07/25/housekeeping-and-other-feudalisms-an-interview-with-athina-rachel-tsangari/>
- Reid, M. (2018). Film education in Europe: National cultures or European identity? *Film Education Journal*, 1(1), pp. 5-15.
- Reinstein, D. A., & Snyder, C. M. (2005). The influence of expert reviews on consumer demand for experience goods: A case study of movie critics. *The Journal of Industrial Economics*, 53(1), pp. 27-51.

- Rose, S. (2011, August 27). Attenberg, Dogtooth and the weird wave of Greek cinema, *The Guardian*, Saturday 27 August. Retrieved 01 October, 2016, from <http://www.guardian.co.uk/film/2011/aug/27/attenberg-dogtooth-greece-cinema>
- Rüling, C. & Pedersen, S. J. (2010). Film Festival Research from an Organizational Studies Perspective. *Scandinavian Journal of Management*, (26), pp. 318-323. Retrieved November 20, 2016 from [https://www.researchgate.net/profile/Charles-Clemens\\_Rueling/publication/227422190\\_Film\\_festival\\_research\\_from\\_an\\_organizational\\_studies\\_perspective/links/00463514b148e868cb000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Charles-Clemens_Rueling/publication/227422190_Film_festival_research_from_an_organizational_studies_perspective/links/00463514b148e868cb000000.pdf)
- Sampanikou, E. (2012). Generation X in Greek Comics. In C. Henseler (ed). *Generation X Goes Global* (pp. 154-180). London: Routledge.
- Schrader, P. (2006). Canon Fodder. As the sun finally sets on the century of cinema, by what criteria do we determine its masterworks?, *Film Comment*, September-October, pp. 33-49.
- Scott, L. M. (1990). Images in advertising: the need for a theory of visual rhetoric. *Journal of Consumer Research*, 21(2), pp. 252-273.
- Sellier, G. (2005). *La Nouvelle Vague: Un cinéma au masculin singulier*. Paris: CNRS.
- Sfetcu, N. (2014). *The Art of Movies*. [ebrary Reader version]. Retrieved October 28, 2016, from [https://books.google.gr/books?id=OUCDAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?id=OUCDAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Shail, R. (2007). *British Film Directors: A Critical Guide*. UK: Edinburgh University Press.
- Sharpe, K. B. (2016). The Lobster: Debt , Referenda , and False Choices. *Blind Field – a Journal of Cultural Inquiry*. Retrieved October 21, 2016 from <https://blindfieldjournal.com/2016/07/01/the-lobster-debt-referenda-and-false-choices/>
- Shields, R. V. (2013). *Measuring up: how advertising affects self-image*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Shrum, W. (1991). Critics and publics: cultural mediation in highbrow and popular performing arts' *American Journal of Sociology*, 97(2), pp. 347-375.
- Sifaki, E. & Papadopoulou, M. (2015). Advertising modern art: a semiotic analysis of posters used to communicate about the Turner Prize award. *Visual Communication*, 14(4), pp. 457-484.
- Sifaki, E. & Papadopoulou, M. (2020). Exploring film marketing in the new age digital era. Four cases of marketing European art house film productions, *International Journal of Cultural Management*. doi: 10.1504/IJCULTM.2019.10026127

- Sifaki, E. & Stamou, A. (2020). Film criticism and the legitimization of a New Wave in Contemporary Greek Cinema, *Journal of Greek Media and Culture.*, 6(1), pp. 29-49. [https://doi.org/10.1386/jgmc.6\\_00002\\_1](https://doi.org/10.1386/jgmc.6_00002_1)
- Sinclair, M. (2015, May 15). Consider the Lobster: Great Posters from Vasilis Marmatakis. *Creative Review*. Retrieved October 20, 2016 from <https://www.creativereview.co.uk/consider-the-lobster-great-posters-from-vasilis-marmatakis/>
- Smith, H., (2015, 19 January). Young, gifted and Greek: Generation G – the world’s biggest brain drain. *The Guardian*. Retrieved October 21, 2016 from <https://www.theguardian.com/world/2015/jan/19/young-talented-greek-generation-g-worlds-biggest-brain-drain>
- Sussman, L. (1997). Colleges and companies: early modern dance in the United States. In V. L. Zolberg and J. M. Cherbo, (eds), *Outsider Art: Contesting Boundaries in Contemporary Culture*. (pp. 175-193). New York: Cambridge University Press.
- Syllas Tzoumerkas (χ.χ.). *Homemade Films*. Retrieved February 27, 2019 from <http://homemadefilms.gr/syllas-tzoumerkas/>
- Symeou, P., Bantimaroudis, Ph. & Zyglidopoulos, St. (2015). Cultural Agenda Setting and the Role of Critics: An Empirical Examination in the Market for Art-House Films. *Communication Research*, 42(5), pp. 732-754.
- Thanouli, E. (2009). Art Cinema Narration: Breaking Down a Wayward Paradigm. *Scope*, 14, pp. 1-14.
- The Slow Business of Going Awards (χ.χ.). *IMDb*. Retrieved February 27, 2019 from [https://www.imdb.com/title/tt0269876/awards?ref=tt\\_ql\\_op\\_1](https://www.imdb.com/title/tt0269876/awards?ref=tt_ql_op_1)
- TorinoFilmLab Participants 2010 (χ.χ.). *TFL*. Retrieved February 27, 2019 from <http://www.torinofilmlab.it/events/meeting-events/people-list/15-meeting-event-2010?type=participant>
- Truffaut, F. (1954). Une certaine tendance du cinéma français. *Cahiers du cinéma*, 31(1), pp. 15-28.
- Twa, G. (2016, August 11). Chevalier – Greek cinema has become one of the most exciting in the world and something authentic and distinct is emerging. *PURE MOVIES*. Retrieved 27 October, 2016 from <http://www.puremovies.co.uk/reviews/chevalier/>
- Tweedie, J. (2013). *The Age of New Waves: Art Cinema and the Staging of Globalization*. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Tzioumakis, Y. (2006). *American independent cinema: An introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.



- Tzioumakis, Y. (2011), Academic discourses and American independent cinema: in search of a field of studies. Part 2: from the 1990s to date. *New Review of Film and Television Studies*, 9(3), pp. 311-340.
- Tziouvas, D. (2017). *Greece in Crisis - The Cultural Politics of Austerity*. London: IB Tauris.
- Uhler, R. (2015, October 19). "The Lobster", "Chevalier", and the Importance of New Greek Cinema. *Indiewire*. Retrieved 14 October, 2016 from <http://www.indiewire.com/2015/10/the-lobster-chevalier-and-the-importance-of-new-greek-cinema-129248/>
- Valdez, M. (2016). Del abuso de las palabras. La crisis de la crítica cinematográfica en Argentina. *Kamchatka. Revista de análisis cultural*, 7 (Junio): pp. 363-387.
- Van Rees, K., & Dorleijn, G. J. (2001). The eighteenth-century literary field in Western Europe: the interdependence of material and symbolic production and consumption. *Poetics*, 28 (5), pp. 331-348.
- Van Straten, R. (2012). *An introduction to iconography: symbols, allusions and meaning in the visual arts*. UK: Routledge.
- V.B. (2011, December 6). Greek cinema – Dark, haunting and wonderfully weird. *The Economist blogs: Prospero. Books, Arts, and Culture*. Retrieved 1 October, 2016, from <http://www.economist.com/blogs/prospero/2011/12/greek-cinema>
- Venice Film Festival: History: 1932-2017 (n.d.). *La Biennale di Venezia*. Retrieved August 19, 2018 from <http://www.labiennale.org/en/history-venice-film-festival>
- Verboord, M. (2011). Cultural products go online: Comparing the internet and print media on distributions of gender, genre and commercial success. *Communications*. (36), pp. 441-462.
- Verboord, M. (2014). The impact of peer-produced criticism on cultural evaluation: A multilevel analysis of discourse employment in online and offline film reviews. *New Media & Society*. 16(6), pp. 921-940.
- Vincendeau, G. (eds). (1996). *The companion to French cinema*. London: Weidenfeld & Nicolson.
- Vourlias, Chr. (2015, December 12). Greek cinema fights to rise from ruins. *Al Jazeera America*. Retrieved 14 October, 2016 from <http://america.aljazeera.com/articles/2015/12/12/greek-cinema-rises-from-the-ruins.html>
- Watt, I. (2001). *The Rise of the Novel*. University of California Press. Berkeley, CA.
- Welsh, S. (2016, July 22). Chevalier. *Conversations about cinema*. Retrieved 12 October, 2016 from <http://www.conversationsaboutcinema.co.uk/nrs/chevalier/1322/chevalier-setting-the-scene/>
- Westlake, O. (2014). Short guide to the Greek weird wave. *Mapping contemporary cinema*, 28 August, Film Studies Department, London: Queen Mary,



- University of London. Retrieved August 9, 2016, from <http://www.mcc.sllf.qmul.ac.uk/?p=1280>.
- White, H. C. & White, C. A. (1965). *Canvases and careers: Institutional change in the French Painting World*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wijnberg, N. M., & Gemser, G. (2000). Adding value to innovation: Impressionism and the transformation of the selection system in visual arts. *Organization Science*, 11 (3), pp. 323-329.
- Wilson, R. F. (2018, 5 May). The Six Simple Principals of Viral Marketing. *Practical Ecommerce*. Retrieved September 21, 2018, from <https://www.practicalecommerce.com/viral-principles>
- Wong, H. C. (2011). *Film Festivals: Culture, People and Power on the Global Screen*. UK: Rutgers University Press
- Wyatt, R. & Badger, D. (1990). Effects of Information and Evaluation in Film Criticism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 67 (2), pp. 359-368.
- Yang, B. & Zisiadis, M. (2014). *Transmedia Marketing: Strengthening Multiplatform User Participation Through Storytelling*. (Master Thesis). UMEA University. Retrieved November 30, 2016, from <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:727294/FULLTEXT03.pdf>
- Yeung, P. (2015). Greece may be broke, but its film scene is rich. *Dazed Magazine*. Retrieved 14 October, 2016 from <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/25454/1/the-new-names-in-greek-cinema>
- Zaichkowsky, L. J., Chuu, L. H. S., & Chang, C. J. (2009). Exploring Art Film Audiences: A Marketing Analysis. *Journal of Promotion Management* 15(1), pp. 212-228.
- Zeiser, A. (2015). *Transmedia Marketing: From Film and TV to Games and Digital Media*. Focal Press. [eLibrary Reader version]. Retrieved October 28, 2016, from [https://books.google.gr/books?id=kJDwCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.gr/books?id=kJDwCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=el&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Zolberg, V. L. (1997). African legacies, American Realities: art and artists on the edge. In V. L. Zolberg and J. M. Cherbo, (eds), *Outsider Art: Contesting Boundaries in Contemporary Culture*. (pp. 53-70). New York: Cambridge University Press.



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Δεδομένα αναφορικά με το μάρκετινγκ των ταινιών του Νέου Κύματος

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ	Boo Productions Greek Film Center (συμπαράγωγή) Horsefly Productions (συμπαράγωγή)	Aye Pro (2012) (Ιαπωνία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Filmfreak Distributie (2010) (Ολλανδία) (κινηματογραφικές αίθουσες) (Μπενελούξ) Filmswelike (2011) (Καναδάς) (κινηματογραφικές αίθουσες) Kino International (2010) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) (με υπότιτλους) MK2 Diffusion (2009) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Njutfilms (2011) (Σουηδία) (κινηματογραφικές αίθουσες) P&I Films (2010) (Ρωσία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Tour de Force (2009) (Νορβηγία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Against Gravity (2011) (Πολωνία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Avalon Productions (2009) (Ισπανία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Clap - Produce de Filmes (2010) (Πορτογαλία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Feelgood Entertainment (2009) (Ελλάδα) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Film1 (2011) (Ολλανδία) (TV) I-On New Media (2011) (Γερμανία) (DVD) Kino International (2009) (ΗΠΑ) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Madman Entertainment (2009) (Αυστραλία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Madman Entertainment (2011) (Αυστραλία) (DVD) Misteriya Zvuka (2011) (Ρωσία) (DVD) Verve Pictures (2009) (UK) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)
ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΠΛΑΤΩΝΟΣ	ARTE (σε συνεργασία) Bad Movies Das Kleine Fernsehspiel (ZDF) (συμπαράγωγή) E.R.T. Eurimages Council of Europe (με τη στήριξη του) Gaal Digital Creations Gaal (σε συνεργασία) Greek Film Center (συμπαράγωγή) Hellenic Radio & Television (ERT) (σε συνεργασία) MEDIA Programme of the European Union (με τη στήριξη του) Medienboard Berlin-Brandenburg (με τη στήριξη του) Pan Entertainment SA Twenty Twenty Vision Filmproduktion GmbH	Cinémathèque Suisse (2012) (Ελβετία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Nutopia Entertainment (2009) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Neue Visionen Filmverleih (2010) (Γερμανία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
ΣΤΡΕΛΛΑ	100% Synthetic Films Greek Film Center (συμπαραγωγή)	FilmCenter (2009) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Greek Film Center (2009) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Memento Films (2009) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Films Distribution (2009) (Στήριξη) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Outplay (2011) (Γαλλία) (DVD)
ATTENBERG	Haos Film Faliro House Productions Boo Productions Stefi S.A. Greek Film Center (στήριξη) MEDIA Programme of the European Union (στήριξη)	Match Factory, The (2010) (Στήριξη) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Feelgood Entertainment (2010) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Artificial Eye (2011) (UK) (κινηματογραφικές αίθουσες) Bodega Films (2011) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Eye Film Institute (2011) (Ολλανδία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Filmswelike (2011) (Καναδάς) (κινηματογραφικές αίθουσες) Lumière Productie (2011) (Βέλγιο) (κινηματογραφικές αίθουσες) Magyarhangya (2010) (Ουγγαρία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Rapid Eye Movies (2012) (Γερμανία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Stadtkino Verleih (2011) (Αυστρία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Strand Releasing (2012) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) (με υπότιτλους) Alive Vertrieb und Marketing (2012) (Γερμανία) (DVD) Gryphon Entertainment (2012) (Αυστραλία) (DVD) Lumière Home Entertainment (2011) (Ολλανδία) (DVD) NDMantarraya (2011) (Μεξικό) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) trigon-film (2012) (Ελβετία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)
WASTED YOUTH	Oxymoron Films Stefi Films	Temperclayfilm (2013) (Γερμανία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Nutopia Entertainment (2011) (Ελλάδα) (Κινηματογραφικές αίθουσες)
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	GreekDANZA Projekt Fantasia Optikoakoustiki Productions Greek Film Center Hellenic Radio & Television (ERT) Homemade Films Pan Entertainment	Nutopia Entertainment (2010) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Audiovisual (2011) (Ελλάδα) (DVD)

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
<i>ΑΛΠΕΙΣ</i>	<p>Haos Film  Hellenic Radio &amp; Television (ERT)  Faliro House Productions  Feelgood Entertainment  Marni Film  Avion Films  Cactus Three  Bousis Film Company, The  Nova  Queen Street Partners  MEDIA Programme of the European Union (με τη στήριξη του)</p>	<p>A3 Distribution (2013) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Feelgood Entertainment (2011) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Filmfreak Distributie (2012) (Ολλανδία) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Films We Like (2011) (Καναδάς) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Kino Lorber (2012) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) (με υπότιτλους)  Rapid Eye Movies (2012) (Γερμανία) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Vertigo Média Kft. (2012) (Ουγγαρία) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Øst for Paradis (2012) (Δανία) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Against Gravity (2012) (Πολωνία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)  Filmfreak Distributie (2013) (Ολλανδία) (DVD)  Interior13 Cine (2012) (Μεξικό) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) (σε συνεργασία με NDMantarraya)  NDMantarraya (2012) (Μεξικό) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)</p>
<i>ΜΑΧΑΙΡΟΒΙΛΛΗΣ</i>	<p>Argonauts Productions S.A.  Cyprus Film Advisory Board  Graal (post-production)  Greek Film Center  Hellenic Radio &amp; Television (ERT)</p>	<p>Umedia (2010) (Στήριξη) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Feelgood Entertainment (2010) (Ελλάδα) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)</p>
<i>MISS VIOLENCE</i>	<p>DramaFaliro House Productions  Plays2place Productions  Greek Film Center (στήριξη)  Elle Driver</p>	<p>Feelgood Entertainment (2013) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες)  Metrodome Distribution (2014) (UK) (κινηματογραφικές αίθουσες)  30 Holding srl (2013) (Ιταλία) (video)</p>
<i>ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΤΡΩΕΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟΥ ΠΟΥΛΙΟΥ</i>	<p>2/35 (συμπαγωγή)  Fantasia Ορτικοακουστική  Productions (συμπαγωγή)  Greek Film Center (στήριξη)  Guanaco  Oxymoron Films (συμπαγωγή)  Stefi Films</p>	<p>Premium Films</p>
<i>L</i>	<p>Warp Films  Beben Films  Faliro House Productions  Graal (post-production)  M. Modianos Productions  Modiano Inc.  Top cut  Eurimages Council of Europe (με τη στήριξη του)</p>	<p>Indie Rights (2014) (Στήριξη) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)  Feelgood Entertainment (2012) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες)  BrinkVision (2014) (Καναδάς) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)  BrinkVision (2014) (ΗΠΑ) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)</p>

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
<i>Η ΑΙΩΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ</i>	2/35 (συμπαραγωγή) Barrandov Studios (συμπαραγωγή) Greek Film Center (με τη στήριξη του) Guanaco Hellenic Radio & Television (ERT) (συμπαραγωγή) OPAP (στήριξη) Stefi Films (συμπαραγωγή)	Feelgood Entertainment (2013) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) BrinkVision (2013) (ΗΠΑ) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) M-Appal (2013) (Στήριξη) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)
<i>ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΨΑΡΙ</i>	Faliro House Productions Argonauts Productions S.A. Match Factory, The Yannis Economides Films (as Y.E. Films LTD) Feelgood Entertainment (συμπαραγωγή) Nerit (συμπαραγωγή) (as DT-Nerit) Ministry of Education and Culture (MOEC) (συμπαραγωγή) Eurimages Council of Europe (στήριξη) Greek Film Center (συμπαραγωγή) Film- und Medienstiftung NRW (στήριξη)	Feelgood Entertainment (2014) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) MCF Mega Com Film (2014) (Serbia) (κινηματογραφικές αίθουσες) New Wave Films (2014) (Ireland) (κινηματογραφικές αίθουσες) New Wave Films (2014) (UK) (κινηματογραφικές αίθουσες) Øst for Paradis (2014) (Δανία) (κινηματογραφικές αίθουσες)
<i>ΞΕΝΙΑ</i>	100% Synthetic Films (produced by) Wrong Men (produced by) Movie Partners In Motion Film (συμπαραγωγή) Entre Chien et Loup (συμπαραγωγή) Arte Γαλλία Cinéma (στήριξη) CNC (στήριξη) Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles (στήριξη) Eurimages (στήριξη) Greek Film Center (στήριξη) L'Aide aux Cinémas du Monde (στήριξη) Media (στήριξη)	PRO-FUN media Filmverleih (2015) (Γερμανία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Feelgood Entertainment (2014) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Karma Films (2015) (Ισπανία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Pyramide Distribution (2014) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Strand Releasing (2015) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) (με υπότιτλους) NDMantarraya (2015) (Μεξικό) (όλα τα Μ.Μ.Ε.) Officine UBU (2014) (Ιταλία) (όλα τα Μ.Μ.Ε.)
<i>ΝΟΡΒΗΓΙΑ</i>	2/35 (συμπαραγωγή) Deep Green Sea Productions (συμπαραγωγή) Faliro House Productions (συμπαραγωγή) Greek Film Center (στήριξη) Horsefly Productions Logline Studios (συμπαραγωγή) Marni Films (συμπαραγωγή) New Hellenic Radio, Internet and Television (NERIT) (συμπαραγωγή) Tugo Tugo Productions (συμπαραγωγή)	Feelgood Entertainment (2015) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Accent Film Entertainment (2015) (Αυστραλία) (DVD)

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ
<i>Ο ΑΣΤΑΚΟΣ</i>	Film4 Irish Film Board Eurimages Nederlands Fonds voor de Film (as the Ολλανδία Film Fund) Greek Film Center British Film Institute (BFI) Canal+ (με τη συμμετοχή του) Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC) (με τη συμμετοχή του) Ciné+ (με τη συμμετοχή του) Element Pictures (συμπαγωγή) Faliro House Productions (συμπαγωγή) (as Faliro House) Haut et Court (συμπαγωγή) Institut Français (με τη συμμετοχή του) L'Aide aux Cinémas du Monde (με τη συμμετοχή του) Lemming Film (συμπαγωγή) Limp Films (σε συνεργασία) (as Limp) Ministère des Affaires étrangères et du Développement International (με τη συμμετοχή του) Protagonist Pictures (σε συνεργασία) Scarlet Films (συμπαγωγή) MEDIA Programme of the European Union (με τη στήριξη του)	A24 (2016) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) Avalon Distribución Audiovisual (2015) (Ισπανία) (κινηματογραφικές αίθουσες) CoolConnections (2015) (Ρωσία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Double Edge Entertainment (2015) (Taiwan) (κινηματογραφικές αίθουσες) Element Pictures Distribution (2015) (Ireland) (κινηματογραφικές αίθουσες) Feelgood Entertainment (2015) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Fine Films (2016) (Japan) (κινηματογραφικές αίθουσες) Good Films (2015) (Ιταλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Haut et Court (2015) (Γαλλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) NOS Audiovisuais (2015) (Πορτογαλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Picturehouse Entertainment (2015) (UK) (κινηματογραφικές αίθουσες) Sony Pictures Releasing (2015) (Αυστραλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Calinos Films (2015) (Τουρκία) (όλα τα M.M.E.) Feelgood Entertainment (2015) (Ελλάδα) (Blu-ray) (DVD) Front Row Filmed Entertainment (2015) (United Arab Emirates) (όλα τα M.M.E.) (Middle East, North Africa & Iran) Mongkol Major (2015) (Ταϊλάνδη) (όλα τα M.M.E.) Sony Pictures Home Entertainment (2016) (Γερμανία) (DVD)
<i>CHEVALIER</i>	Faliro House Productions Greek Film Center (σε συνεργασία) Haos Film MEDIA Programme of the European Union (με τη στήριξη του)	Alambique Destilaria de Ideias (2016) (Πορτογαλία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Feelgood Entertainment (2014) (Ελλάδα) (κινηματογραφικές αίθουσες) Rapid Eye Movies (2016) (Γερμανία) (κινηματογραφικές αίθουσες) Strand Releasing (2015) (ΗΠΑ) (κινηματογραφικές αίθουσες) (με υπότιτλους) Kurmaca Film (2015) (Τουρκία) (όλα τα M.M.E.) Vendetta Films (2016) (Αυστραλία) (DVD)

## ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΕΣ

<b>ΤΑΙΝΙΕΣ</b>	<b>ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ</b>	<b>ΥΠΟΨΗΦΙΟΤΗΤΕΣ</b>
<i>ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ</i>	Un Certain regard, Award of the Youth (Cannes Film Festival) (2009) Youth Audience Award (Montpellier Mediterranean Film Festival) (2009) Best Film Award (Lisbon & Estoril Film Festival) (2009) Feature Film Award (Montreal festival of New Cinema) (2009) Heart of Sarajevo, Special Jury Prize (Sarajevo Film Festival) (2009) Carnet Jove Jury Award, Citizen Kane Award for Best Directorial Revelation (Sitges - Catalan International Film Festival) (2009) Bronze Horse (Stockholm Film Festival) (2009) Dublin Film Critics Award (Dublin International Film Festival) (2010) Best Film, Best Director, best Screenplay, Best Supporting Actor, Best Editing (Hellenic Film Academy Awards) (2010) Chlotrudis Award (Chlotrudis Awards) (2011)	Best Film (Sitges - Catalan International Film Festival) (2009) Best Film (Mar del Plata Film Festival) (2009) Jaeger - LeCoultre Best Film Award (Lisbon & Estoril Film Festival) (2009) Best Foreign Language Film (Awards Circuit Community Awards) (2010) British Independent Film Award (British Independent Film Awards) (2010) Politiken's Audience Award (CPH PIX) (2010) Best Actor, Best Actress, (Hellenic Film Academy Awards) (2010) ICP Award (Indiewire Critics' Poll) (2010) VVFP Award (Village Voice Film Poll) (2010) Best Foreign Language Film of the Year (Academy Awards, USA) (2011) Gold Derby Award (Gold Derby Awards) (2011) ICS Award (International Cinephile Society Awards) (2011) ALFS Award (London Critics Circle Film Awards) (2011) OFTA Film Award (Online Film & Television Association) (2011) OFCS Award (Online Film Critics Society Awards) (2011) Guldbagge (Guldbagge Awards) (2012)
<i>ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΠΛΑΤΩΝΟΣ</i>	Jury Award (Tirana International Film Festival) (2009) Prize of the Ecumenical Jury, Silver Leopard (Locarno International Film Festival) (2009) Best Actor (Hellenic Film Academy Award) (2010)	Crystal Arrow (Les Arcs European Film Festival) (2009) Best Director (Hellenic Film Academy Award) (2010) Golden Leopard (Locarno International Film Festival) (2009) Lux Prize (Lux Prize) (2010)
<i>ΣΤΡΕΛΛΑ</i>	Best Actress, Best Costume Design, Best Production Design, Best make up, Best Director (Hellenic Film Academy Awards) (2010)	Best Actor, Best Supporting Actress (Hellenic Film Academy Awards) (2010)
<i>ATTENBERG</i>	Silver Alexander (Thessaloniki Film Festival) (2010) Lina Mangiacarpe Award, Volpi Cup (Venice Film Festival) (2010) Phillip Borsos Award (Whistler Film Festival) (2010) Grand Jury Prize-Special Mention (AFI Fest) (2011) Best Director (Buenos Aires International Festival of Independent Cinema) (2011) Mademoiselle Ladubay Award (Angers European First Film Festival) (2011) Best Director (Angers European First Film Festival) (2011) Best Actress, Best Film (Hellenic Film Academy Awards) (2011) Grand Prix (T-Mobile New Horizons International Film Festival, Poland) (2011)	Golden Lion (Venice Film Festival) (2010) Golden Alexander (Thessaloniki Film Festival) (2010) Best Film (Buenos Aires International Festival of Independent Cinema) (2011) Best Directorial Debut (Camerimage) (2011) Best Director, Best Screenplay (Hellenic Film Academy Awards) (2011) Golden lady Harimaguada (Las Palmas Film Festival) (2011) Lux Prize (Lux Prize) (2011) Best Film (Sydney Film Festival) (2011) Best Balkan Film (Sofia International Film Festival) (2012) TFCA Award (Toronto Film Critics Association Awards) (2012) Best Actress (Village Voice Film Poll) (2012)



<i>WASTED YOUTH</i>	Best Editing (Hellenic Film Academy Awards) (2013)	Best Film (Buenos Aires International Festival of Independent Cinema) (2011) Tiger Award (Rotterdam International Film Festival) (2011) Best Director, Best Supporting Actor (Hellenic Film Academy Awards) (2013)
<i>ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ</i>	Best First Film Director, Best Supporting Actress, Best Editing, Best Music, Best Make up (Hellenic Film Academy Awards) (2011)	Best Film, Best Director, Best Actor, Best Screenplay, Best Supporting Actor, Best Sound (Hellenic Film Academy Awards) (2010) Grand Prix (T-Mobile New Horizons International Film Festival, Poland) (2011) International Critics' Award, Luigi De Laurentiis Award (Venice Film festival) (2010)
<i>ΑΛΠΕΙΣ</i>	Golden Osella (Venice Film Festival) (2011) ICS (International Cinephile Society Awards) (2012) Special Jury Prize (Sarasota Film Festival) (2012) Special Mention (Sofia International Film Festival) (2012) Sydney Film Prize (Sydney Film Festival) (2012)	Golden Lion (Venice Film Festival) (2011) Jury Prize (Sarasota Film Festival) (2012) Critics Prize (Black Movie Film Festival) (2012) Chlotrudis Award (Chlotrudis Awards) (2013) ICS (International Cinephile Society Awards) (2013)
<i>ΜΑΧΑΙΡΟΒΓΑΛΤΗΣ</i>	Best Film Director, Best Director, Best Editing, Best Screenplay (Hellenic Film Academy Awards) (2011)	Best Actress (Hellenic Film Academy Awards) (2011)
<i>MISS VIOLENCE</i>	Innovation Award (Montreal Festival of New Cinema) (2013) Aluminum Horse (Stockholm Film Festival) (2013) Fedeora Award, Silver Lion, Volpi Cup, Young Cinema Award (Venice Film Festival) (2013) Best Supporting Actress, Best Actor (Hellenic Film Academy Awards) (2014)	Louve d'Or (Montreal Festival of New Cinema) (2013) Bronze Horse (Stockholm Film Festival) (2013) International Jury Award (Sao Paolo International Film Festival) (2013) Golden Lion (Venice Film Festival) (2013) Best Film, Best Director, Best Screenplay, Best Cinematography, Best Editing, Best Costume Design, Best Make up (Hellenic Film Academy Awards) (2014) Young Talent Award (Hamburg Film Festival) (2014) In Spirit for Freedom Award (Jerusalem Film Festival) (2014)
<i>ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΤΡΩΕΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟΥ ΠΟΥΛΙΟΥ</i>	Special Mention (Karlovy Vary Film Festival) (2012) Best Actor, Silver Giraldilho (Seville European Film Festival) (2012) Best Actor, Fipresci Prize (Thessaloniki Film Festival) (2012) AQCC Award (FNC de Montréal) (2012) Audience Award (Galway Film Fleadh) (2013) Best Director, Best Actor (Athens International Film Festival) (2013) Best Actor (Hellenic Film Academy Awards) (2013)	Crystal Globe (Karlovy Vary Film Festival) (2012) Crystal Arrow (Les Arcs European Film Festival) (2012) Grand Prize (Tallinn Black Nights Film Festival) (2012) Discovery Award (Toronto International Film Festival) (2012) Best Director (Hellenic Film Academy Awards) (2013) German Independence Award - Audience Award (Oldenburg Film Festival) (2013) Best Actor - International Competition, Best Actor-International Competition (CineEuphoria) (2014)

L		<p>Critics Prize (Black Movie Film Festival) (2013)  Golden Gateway (Bombay International Film Festival) (2012)  New Talent Grand Pix (Cph PIX) (2012)  Best Actor, Best Supporting Actor (Hellenic Film Academy Awards) (2013)  Tiger Award (Rotterdam International Film Festival) (2012)  New Director's Showcase Award (Seattle International Film Festival) (2012)  Grand Jury Prize (Sundance Film Festival) (2012)</p>
<p>Η ΑΙΩΝΙΑ  ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ  ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ</p>	<p>Best Actor, Fipresci Prize, Hellenic Association Film Critics Award (Thessaloniki Film Festival) (2013)  Best First Film Director (Hellenic Film Academy Awards) (2014)</p>	<p>Best Film (Mar de Plata Film Festival) (2013)  Noves Visions Experimenta Award Sitges-Catalonian International Film Festival (2013)  Directors' Week Award (Fantasporto) (2014)  Best Actor, Best Scenography (Hellenic Film Academy Awards) (2014)</p>
ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΨΑΡΙ	<p>Hellenic Association Film Critics A) (2014)  Best Actor, Best Sound, Best Music, Best Supporting Actress (Hellenic Film Academy Awards) (2015)</p>	<p>Best Special Effects and Cinematic Innovation, Best Make up, Best Costume Design, Best Production Design, Best Editing, Best Cinematography, Best Director, Best Supporting Actor, Best Screenplay, Best Film (Hellenic Film Academy Awards) (2014)  Golden Berlin Bear (Berlin International Film Festival) (Berlin International Film Festival) (2014)  Grand Prix (Ghent International Film Festival) (2014)</p>
ΞΕΝΙΑ	<p>Q Hugo Award (Chicago International Film Festival) (2014)  Special Jury Award (Gijon International Film Festival) (2014) Best Film (Milan International Lesbian and Gay Film Festival) (2014)  Felix Award: Premio Felix (Rio de Janeiro International Film Festival) (2014)  Best Costume Design, Best Editing, Best Director, Best Supporting Actor, Best Screenplay, Best Film (Hellenic Film Academy Awards) (2015)</p>	<p>Queer Palm, In Certain Regard Award (Cannes Film Festival) (2014)  Political Film Award (Hamburg Film Festival) (2014)  Best Sound, Best Music, Best Make up, Best Supporting Actor, Best Actor Kostas Nikoullis, Best Actor (Nikos Gelias), Best Supporting Actress, Best Production Design, Best Special Effects and Cinematic Innovation (Hellenic Film Academy Awards) (2015)</p>
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	<p>Fipresci Prize (Thessaloniki Film Festival) (2014)  Best Production, Best First Film Director, Best Make up, Best Special Effects and Cinematic Innovation (Hellenic Film Academy Awards) (2015)</p>	<p>East of West Award (Karlovy International Film Festival) (2014)  Directors' Week Award (Fantasporto) (2015)  New Talent Grand Prix (CPH PIX) (2015)  Best Actor, Best Cinematography, Best Music, Best Costume Design (Hellenic Film Academy Awards) (2015)</p>

ΟΑΣΤΑΚΟΣ

Best Supporting Actress (Best Independent Film Awards) (2015)  
 Most Anticipated of 2016 (second place) (Indiewire Critics' Poll) (2015)  
 ICS Cannes Award (International Cinephile Society Awards) (2015)  
 Jury Prize, Palm Dog-Jury Prize, Queer Palm-Special Mention (Cannes Film Festival) (2015)  
 European Costume Designer, European Screenwriter (European Film Awards) (2015)  
 Georges Delerue Prize (Ghent International Film Festival) (2015)  
 Best Foreign Film (Hellenic Film Academy Awards) (2016)  
 ICS Award (International Cinephile Society Awards) (2016)  
 Grand Jury Prize (Miami Film festival) (2016)  
 Best Story (Film Club's the Lost Weekend) (2016)

Best British Independent Film, Best Actor, Best Director, Best Screenplay, Best Supporting Actor, Producer of the Year (Best Independent Film Awards) (2015)  
 Palme d'Or (Cannes Film Festival) (2015)  
 Grand Prix (Ghent International Film Festival) (2015)  
 European Film, European Director, European Actor (European Film Awards) (2015)  
 Best Comedy (Collin Farell), Best Comedy (Olivia Colman) Evening Standard British Film Awards (2016)  
 IFTA Award (Irish Film and Television Awards) (2016)  
 British/Irish Film of the Year, Supporting Actress of the Year, British/Irish Actor of the Year (London Critics Circle Film Awards) (2016)  
 Knight Competition Grand Jury Prize (Miami Film Festival) (2016)  
 Alexander Korda Award for Best British Film (BAFTA Awards) (2016)  
 AFCA Award (Australian Film Critics Association Awards) (2016)

CHEVALIER

Best Screenplay (Hellenic Film Academy Awards) (2016)  
 Gemas Award (Cartagena Film Festival) (2016)  
 ICP Award (Indiewire Critics' Poll) (2015)  
 Best Film (London film Festival) (2015)  
 Heart of Sarajevo, Special Jury Mention) (2015)  
 Audience Award (Thessaloniki Film Festival) (2015)  
 VVFP Award (Village Voice Film Poll) (2015)

Heart of Sarajevo (Sarajevo Film Festival) (2015)  
 Crystal Arrow (Les Arcs European Film Festival) (2015)  
 Golden Leopard (Locarno International Film Festival) (2015)  
 ReelWomenDirect Award for Excellence in Directing by a Woman (Cleveland international Film Festival) (2016)  
 Best Film, Best Director, Best Editing, Best Make up, Best Sound (Hellenic Film Academy Awards) (2016)  
 Grand Prize City of Lisbon (IndieLisboa International Film Festival) (2016)  
 Audentia Award (Istanbul International Film Festival) (2016)  
 Narrative Feature Competition (Montclair Film Festival) (2016)

## ΠΙΝΑΚΑΣ 3

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΆΛΛΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ
ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ	7 Stars (ευχαριστίες) Accelere (telecine) Athens (επιλογή ηθοποιών) Cinefilm Athens Lab (παροχή εγκαταστάσεων) Cinegram (παροχή εξοπλισμού για τα γυρίσματα) Cinegram (ειδικές ευχαριστίες) Frame by Frame (παροχή εξοπλισμού για τα γυρίσματα) Fujifilm Hellas (παροχή αποθέματος film) Fx Box (camera & lenses) Imagina Computer Graphics Team (ευχαριστίες) Κίνο (φωτισμός) Κίνο (ειδικές ευχαριστίες) Κίνο (φορτηγά) Kodak Cinelabs Greece (ευχαριστίες) Kraft Hill (ευχαριστίες) Lexicon Factory (μοντάζ) M. Modianos Productions (ειδικές ευχαριστίες) MNP (σχεδιασμός αφίσας) MNP (σχεδιασμός τίτλου) Pinewood Studios (οπτικός ήχος) Studio DNA (ήχος μετά τη διαδικασία παραγωγής)
ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΠΛΑΤΩΝΟΣ	Δεν αναφέρεται
ΣΤΡΕΛΛΑ	Δεν αναφέρεται
ATTENBERG	Δεν αναφέρεται
WASTED YOUTH	Δεν αναφέρεται
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Δεν αναφέρεται
ΑΛΠΕΙΣ	Δεν αναφέρεται
ΜΑΧΑΙΡΟΒΓΑΛΤΗΣ	Δεν αναφέρεται
MISS VIOLENCE	Δεν αναφέρεται
ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΤΡΩΕΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟΥ ΠΟΥΛΙΟΥ	Δεν αναφέρεται
L	Δεν αναφέρεται
Η ΑΙΩΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ	Δεν αναφέρεται
ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΨΑΡΙ	Δεν αναφέρεται
ΞΕΝΙΑ	ACE Image Factory (ειδικά εφέ) ACE Image Factory (παροχή εγκαταστάσεων) DNA Lab (ηχογράφηση μουσικής) Titra Film Paris (υποτιτλισμός) What If (κοσμήματα)
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	Δεν αναφέρεται

## ΤΑΙΝΙΕΣ

## ΑΛΛΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ

## Ο ΑΣΤΑΚΟΣ

BUF (οπτικά εφέ)  
 Storm Post Production (επιπρόσθετα οπτικά εφέ)  
 Aegean Baltic Bank (λιανική τραπεζική)  
 Aerfast Couriers (μεταφορική)  
 Am Pm Hire (οπτικά βοηθήματα/σκηνικά)  
 BUF (λογισμικό)  
 Cine Electric Ltd. (εξοπλισμός φωτισμού)  
 Circus Gerbola (ευχαριστίες)  
 Codex (ψηφιακός εξοπλισμός καταγραφής)  
 Cofiloisirs (production finance)  
 Community of Sneem, County Kerry (ειδικές ευχαριστίες)  
 Corsewood Aviaries (επιβλεψη των ζώων)  
 Cyclone Couriers (μεταφορείς)  
 Davidoff of Geneva (ευχαριστίες)  
 Deluxe (υπηρεσίες πρόσβασης)  
 Element Pictures Distribution (ειδικές ευχαριστίες)  
 Emergency Services Training Institute (ESTI) (ιατρική υποστήριξη)  
 Estate of Attik (ευχαριστίες)  
 Estate of Tonis Maroudas (ειδικές ευχαριστίες)  
 Fashion Hothouse (παραγωγή ρούχων)  
 Film Finances (εγγυητής ολοκλήρωσης έργου)  
 Film Solutions (υπηρεσίες έγκρισης φωτογραφιών από την ταινία)  
 Flair Travel (ταξιδιωτικός πράκτορας)  
 Freeway CAM B.V. (λογιστική διαχείριση)  
 Green Shield Elite (υπηρεσίες ασφαλείας)  
 Historic Interiors (οπτικά βοηθήματα/σκηνικά)  
 Irish National Sailing School (θαλάσσια βοήθεια)  
 Kerry Coaches (ενοίκιαση λεωφορείων)  
 Kerry County Council (ειδικά ευχαριστίες)  
 Kerry Experience Tours (additional transportation)  
 Killarney National Park (ευχαριστίες)  
 Lakeshore Records (μουσική ταινίας)  
 Law Offices of Dennis Angel (αναφορά τίτλου και γνώμης)  
 Locator (παροχή φαγητού)  
 MB Access Solutions (genie booms)  
 MNP (ευχαριστίες)  
 Mac Cosmetics (καλλυντικά)  
 Media Insurance Brokers (ασφάλεια)  
 Moonfleet (δημοσιότητα: Γαλλία)  
 MovieExtras (επιπλέον επιλογή ηθοποιών)  
 Movies On The Move (εγκαταστάσεις)  
 Optica By Donal MacNally Jnr (γυαλιά για τον Colin Farrell's)  
 Panavision Ireland (εξοπλισμός και συσκευές κινηματογράφησης)  
 Parknasilla Resort & Spa (ειδικές ευχαριστίες)  
 Philip Lee Solicitors (νομικές υπηρεσίες)  
 Premier PR (δημοσιότητα)  
 Sapex Scripts (σενάριο μετά τη διαδικασία παραγωγής)  
 Section 481 (χρηματοδότηση παραγωγής)  
 Simon's Rodents (ευχαριστίες)  
 Sneem Hotel (ευχαριστίες)  
 Soundtrack New York (ADR Facility)  
 Sovereign Sailing (παροχή σκαφών)  
 Storm Post Production (ψηφιακός διαμεσολαβητής)  
 Thompson CompuMark (αναφορά πνευματικών δικαιωμάτων)  
 Titra Film Paris (υποτιλισμός)  
 Travelers (ασφάλιση)  
 Tyrell (επιπλέον ενοίκιαση εξοπλισμού)  
 Warnier Posta (επανηχογράφηση)  
 Wave Studios Amsterdam (ήχος)

## CHEVALIER

Δεν αναφέρεται

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

<b>ΤΑΙΝΙΕΣ</b>	<b>ΕΙΔΟΣ</b>
ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ	ΔΡΑΜΑ, ΘΡΙΛΕΡ
ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΠΛΑΤΩΝΟΣ	ΔΡΑΜΑ, ΚΩΜΩΔΙΑ
ΣΤΡΕΜΜΑ	ΔΡΑΜΑ
ΑΤΤΕΝΒΕΡΓ	ΔΡΑΜΑ
WASTED YOUTH	ΔΡΑΜΑ
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΔΡΑΜΑ, ΘΡΙΛΕΡ
ALPS	ΔΡΑΜΑ
ΜΑΧΑΙΡΟΒΓΑΛΤΗΣ	ΔΡΑΜΑ
MISS VIOLENCE	ΔΡΑΜΑ
ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΤΡΩΕΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟΥ ΠΟΥΛΙΟΥ	ΔΡΑΜΑ
L	ΔΡΑΜΑ, ΚΩΜΩΔΙΑ
Η ΛΙΩΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ	ΔΡΑΜΑ
ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΨΑΡΙ	ΔΡΑΜΑ, ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΟ ΘΡΙΛΕΡ
ΞΕΝΙΑ	ΔΡΑΜΑ
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	ΔΡΑΜΑ, ΚΩΜΩΔΙΑ, ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ, ΤΡΟΜΟΥ
Ο ΑΣΤΑΚΟΣ	ΔΡΑΜΑ, ΚΩΜΩΔΙΑ, ΡΟΜΑΝΤΙΚΗ, ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΦΑΝΤΑΣΙΑΣ
CHEVALIER	ΚΩΜΩΔΙΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΧΩΡΕΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

ΤΑΙΝΙΕΣ	ΓΛΩΣΣΑ	ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (ΣΥΜΠΑΡΑΓΩΓΗ)
ΚΥΝΟΔΟΝΤΑΣ	Ελληνικά	Ελλάδα
ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΠΛΑΤΩΝΟΣ	Ελληνικά, Αλβανικά, Γερμανικά	Ελλάδα, Γερμανία
ΣΤΡΕΛΜΑ	Ελληνικά	Ελλάδα
ΑΤΤΕΝΒΕΡΓ	Ελληνικά, Αγγλικά, Γαλλικά	Ελλάδα
WASTED YOUTH	Ελληνικά	Ελλάδα
ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Ελληνικά	Ελλάδα
ALPS	Ελληνικά, Αγγλικά	Ελλάδα, Γαλλία, Καναδάς, ΗΠΑ
ΜΑΧΑΙΡΟΒΓΑΛΤΗΣ	Ελληνικά	Ελλάδα, Κύπρος
MISS VIOLENCE	Ελληνικά	Ελλάδα
ΤΟ ΑΓΟΡΙ ΤΡΩΕΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟΥ ΠΟΥΛΙΟΥ	Ελληνικά	Ελλάδα
L	Ελληνικά	Ελλάδα
Η ΑΙΩΝΙΑ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΗ ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ	Ελληνικά	Ελλάδα, Τσεχία
ΤΟ ΜΙΚΡΟ ΨΑΡΙ	Ελληνικά	Ελλάδα, Γερμανία, Κύπρος
ΞΕΝΙΑ	Ελληνικά, Αλβανικά, Ιταλικά	Ελλάδα, Γαλλία, Βέλγιο
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	Ελληνικά	Ελλάδα
Ο ΑΣΤΑΚΟΣ	Αγγλικά, Γαλλικά	Ελλάδα, Ιρλανδία, Ολλανδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία
CHEVALIER	Ελληνικά	Ελλάδα

Τα δεδομένα για τους Πίνακες 2,3,4, έχουν συλλεχθεί από το IMDb ([www.imdb.com](http://www.imdb.com)). Τα δεδομένα του Πίνακα 1 έχουν συμπληρωθεί από τις επίσημες ιστοσελίδες του MEDIA Film Database ([www.mfdb.eu/](http://www.mfdb.eu/)) και του Eurimages ([http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Distribution/default\\_en.asp](http://www.coe.int/t/dg4/eurimages/History/Distribution/default_en.asp)).