

## 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 μπουν 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.

