



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΜΠΣ «ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ: ΔΟΜΕΣ & ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ιστορία και η χρηματοδότηση του ευρωπαϊκού
κινηματογράφου: η ελληνική περίπτωση

Βαρβάρα Κοντονή
ΑΜ: 33014

Επόπτης: Καθηγήτρια Μαρία Κομνηνού

ΑΘΗΝΑ 2015

Ευχαριστίες

Για την υλοποίηση της παρούσας εργασίας, τεράστια υπήρξε η συμβολή μιας πληθώρας ανθρώπων με γνώση για την ευρωπαϊκή κινηματογραφική πραγματικότητα, χωρίς την βοήθεια των οποίων δεν θα ήταν δυνατή η πραγμάτωσή της.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου και ιδιαίτερα τις Σταυρούλα Γερωνυμάκη και Άννα Κασιμάτη για την πολύτιμη συμβολή τους, καθώς και τις παραγωγούς Βένια Βέργου, Αμάντα Λιβανού και Μαρία Δρανδάκη, για τις συνεντεύξεις που μου παραχώρησαν, εμπλουτίζοντας με την γνώση και την εμπειρία τους το παρόν υλικό.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτρια κ. Μαρία Κομνηνού για την σημαντικότετη παρουσία και βοήθειά της, καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της διπλωματικής εργασίας, την ακούραστη συμβολή της και την ενθάρρυνσή της να συνεχίσω την προσπάθεια ενδελεχούς ανάλυσης και ολοκλήρωσης της παρούσας εργασίας.

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική έχει ως στόχο να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο χρηματοδοτείται ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος, καθώς και την σημαντικότητά του ως μέσο οικονομικής επιρροής στην οπτικοακουστική αγορά της Ε.Ε.

Ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος αποτελεί το βασικό ερευνητικό αντικείμενο της εργασίας, σε συνάρτηση πάντα με το ευρύτερο κοινωνικοπολιτικό και οικονομικό γίνεσθαι της ευρωπαϊκής ηπείρου.

Η ανάδειξη της διττής φύσης του κινηματογραφικού μέσου, αποτελεί παράλληλα βασική επιδίωξη της διπλωματικής, μέσω της οποίας θα επιχειρηθεί να καταστεί σαφής η τεράστια επίδραση του κινηματογράφου, τόσο στον πολιτιστικό, όσο και στον οικονομικό τομέα μιας χώρας.

Η μεθοδολογία έρευνας που ακολουθήθηκε για την πραγμάτωση της εργασίας, είναι αυτή της πολιτικής οικονομίας των ΜΜΕ και ιδιαίτερα του κινηματογράφου σε Ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.

Κατά την διάρκεια διεξαγωγής της διπλωματικής πραγματοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις με επαγγελματίες του χώρου, όπως παραγωγούς, διανομείς, μέλη της Ελληνικής Ακαδημίας Κινηματογράφου, καθώς και εκπροσώπους ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών, όπως τον εκπρόσωπο της Ελλάδας στο Eurimage.

Σημαντική πηγή πληροφοριών αποτέλεσε και το διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα οι επίσημες διαδικτυακές σελίδες των ευρωπαϊκών οργάνων, των μεγάλων κινηματογραφικών φεστιβάλ, αλλά και του επίσημου κοινοτικού προγράμματος.

Η εργασία δεν θα μπορούσε να ολοκληρωθεί δίχως την συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών, από την προσωπική μου βιβλιογραφία, το εξαιρετικά χρήσιμο υλικό του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου και του MEDIA Desk Hellas, καθώς και των εγχώριων κινηματογραφικών περιοδικών παλαιότερης και νεότερης κυκλοφορίας.

Τα βασικά συμπεράσματα της διπλωματικής επιβεβαιώνουν την διττή φύση του κινηματογραφικού μέσου, την τεράστια συμβολή της ευρωπαϊκής χρηματοδότησης και την συμμετοχή των εθνικών πολιτικών στην ενθάρρυνση της ευρωπαϊκής κινηματογραφίας, άμεσα εξαρτώμενη από την χώρα και την παράδοση αυτής.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	1
Περίληψη.....	2
Περιεχόμενα.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ.....	9
2.1 Η εδραίωση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου και ο χολιγουντιανός αντίπαλος.....	10
2.2 Ο κινηματογράφος της μεταπολεμικής Ευρώπης.....	15
2.3 Η κρίση του 1960 και τα κατοπινά χρόνια.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ.....	24
3.1 Επιδιώξεις και προβλήματα.....	24
3.2 Ευρωπαϊκή Ακαδημία Κινηματογράφου.....	28
3.3 Eurimages.....	28
3.4 MEDIA I (1991-1995).....	30
3.5 MEDIA II (1996-2000).....	33
3.6 MEDIA Plus (2001-2006).....	36
3.7 Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου.....	39
3.8 MEDIA 2007 (2007-2013).....	40
3.9 MEDIA Mundus (2011-2013).....	41
3.10 Δημιουργική Ευρώπη (2014-2020).....	42
3.11 Τραπεζική χρηματοδότηση.....	44
3.12 Φεστιβάλ.....	46
3.13 Πρώτα συμπεράσματα.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΓΑΛΛΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ-ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	51
4.1 Η απαρχή της γαλλική κυριαρχίας.....	51
4.2 Από το '90 μέχρι σήμερα.....	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ.....	66
5.1 Οι ιστορικές συνθήκες και η κατάσταση του πορτογαλικού κινηματογράφου.....	66
5.2 Ο πορτογαλικός κινηματογράφος του σήμερα.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ.....	79
6.1 Η εξοικείωση με το κινηματογραφικό μέσο: Τα πρώιμα χρόνια.....	80
6.2 Η «χρυσή εποχή».....	87
6.3 Τα χρόνια της παρακμής.....	92
6.4 Κάτι αλλάζει.....	97

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ-ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΙ ΕΓΧΩΡΙΑ ΜΕΡΙΜΝΑ.....	102
7.1 Η ευρωπαϊκή μέριμνα: Το πρόγραμμα MEDIA, το Eurimages και ο ρόλος των φεστιβάλ.....	103
7.2 Η εθνική μέριμνα: Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, η ιδιωτική πρωτοβουλία και τα εγχώρια φεστιβάλ.....	109
7.3 IOBE: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα – Επιδράσεις στην Οικονομία.....	113
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MEDIA.....	118
8.1 MEDIA II: Διακρατική διανομή ευρωπαϊκών έργων και μέριμνα για μικρότερες χώρες.....	119
8.2 MEDIA Plus: Αύξηση της ανταγωνιστικότητας και μετάβαση στις νέες τεχνολογίες.....	123
8.3 MEDIA 2007: Κινηματογραφική ψηφιοποίηση και νέα καταναλωτικά πρότυπα.....	127
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	130
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	137
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	147

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κινηματογράφος είναι η τέχνη της οφθαλμαπάτης, μια τέχνη που δεν γεννήθηκε από το μηδέν, αλλά αποτέλεσε την τεχνολογική μετεξέλιξη μιας σειράς θαυμαστών εφευρέσεων που κυριάρχησαν καθ' όλη τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα, με πρωταρχικό στόχο την οικονομική τους εκμετάλλευση.

Θα έλεγε κανείς πως ο κινηματογράφος αποτελεί συγχρόνως τεχνολογική εφεύρεση και εμπόρευμα, χαιρετιζόμενος τόσο ως «*σπουδαία ανακάλυψη που ικανοποιούσε την ανάγκη του ανθρώπου για εντυπωσιακό θέαμα*» (Βαλούκος, 2003: 41), όσο και ως αποτέλεσμα των κοινωνικοοικονομικών ζυμώσεων της εποχής, υπό το πρίσμα των οποίων ο κινηματογράφος έλαβε το βάπτισμα του πυρός ως νέο-αναδυόμενο Μέσο Μαζικής Επικοινωνίας (Κολοβός, 2000).

Η επιβολή του κινηματογράφου ως 7^{ης} Τέχνης δεν υπήρξε εύκολη, καθώς μπορεί τα πρώτα χρόνια της ζωής του να επηρεάστηκε από το θέατρο βαριετέ, τους περιπλανώμενους θιάσους και τα «πανηγύρια», ως σύλληψη όμως και ως εφαρμογή, ο κινηματογράφος έπρεπε να διανύσει μεγάλη απόσταση μέχρι την καθολική του αποδοχή από το κοινό.

Το θέμα της οικονομικής εκμετάλλευσης ταυτίστηκε από νωρίς με το σινεμά, με την πολιτιστική χροιά του νέου μέσου να έπεται, ιδιαίτερα στην περίπτωση της Αμερικής, η οποία κυριάρχησε στον τομέα από τα πρώτα κιόλας χρόνια γέννησής του.

Μέσω της χολιγουντιανής υπεροχής αναδύθηκε και η πραγματική δυναμική του κινηματογράφου, προσαρμοσμένος καθώς ήταν στην μεγάλη αγορά της υπερδύναμης Αμερικής, η οποία έμελλε να αποτελέσει το «αιώνιο», αντίπαλο δέος της Ευρώπης.

Τα ταραχώδη χρόνια της ευρωπαϊκής ιστορίας και η εικόνα των κατακερματισμένων κρατών δυσχέραναν τις πρώτες προσπάθειες εκμετάλλευσης της θαυμαστής κινούμενης εικόνας. Την ίδια στιγμή, η προοδευτική αύξηση του ανταγωνισμού από την άλλη πλευρά του Ατλαντικού και η σταδιακή διείσδυση των αμερικανικών έργων στην ευρωπαϊκή ήπειρο, άρχισαν να δημιουργούν ακόμη μεγαλύτερα προβλήματα στην κινηματογραφική αγορά της Ευρώπης.

Η βελτίωση και η ενθάρρυνση του κινηματογραφικού τομέα έγιναν γρήγορα έννοιες σύμφυτες της εμπορικής ανάπτυξης της Ευρώπης, η οποία όμως συνέχιζε να

βιώνει καταστροφικούς πολέμους και κοινωνικούς αλληλοσπαραγμούς, γεγονός που οδηγούσε διαρκώς τους οικονομικούς της δείκτες στο μηδέν. Έτσι κι αλλιώς, η γεωγραφικά διασπασμένη μορφολογία της ηπείρου, δεν συνιστούσε από μόνη της κατάλληλο έδαφος για την ανάπτυξη μιας εν δυνάμει κερδοφόρας βιομηχανίας, όπως αυτή του κινηματογράφου.

Ένα από τα ενδιαφέροντα στοιχεία τα οποία και επιχειρεί να εξετάσει η παρούσα εργασία, είναι ο τρόπος με τον οποίο η Ευρώπη κατάφερε τελικά να θέσει τις βάσεις για την δημιουργία μιας ανταγωνιστικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας, ικανής να προάγει την πολιτιστική κληρονομιά, αποφέροντας παράλληλα κέρδη για την ισχυροποίηση των ευρωπαϊκών και εθνικών δομών των κρατών.

Υπό το πρίσμα της Ε.Ε πια, η παροχή βοήθειας στον πάσχοντα κινηματογράφο οργανώθηκε αποτελεσματικότερα, με την υιοθέτηση κοινοτικών πολιτικών και την θέσπιση χρηματοδοτικών ταμείων που είχαν ως άμεσο στόχο την ενθάρρυνση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και την αποδοχή του ευρωπαϊκού κινηματογράφου ως έναν από τους σημαντικότερους πρωταγωνιστές της διεθνούς σκηνής.

Η χρηματοδότηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου αποτελεί κεντρικό πυλώνα της διπλωματικής, καθώς μέσω της σκιαγράφησης της εικόνας των ευρωπαϊκών δομών, αλλά και της στάσης των θεσμών και των οργάνων, γίνεται αντιληπτή η σημαντικότητα του κινηματογράφου ως μέσο διττής φύσης, οικονομικής και πολιτιστικής.

Η έρευνα ακολουθεί επί της ουσίας τρεις διαφορετικές κατευθύνσεις: μια που εξερευνά το ευρύτερο πλαίσιο της ιστορίας του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, μια που καταγράφει τον τρόπο επιρροής του κινηματογράφου στις οικονομικές και πολιτιστικές δομές τριών κρατών μελών (Γαλλία-Πορτογαλία-Ελλάδα) και μια που αφορά την εις βάθος ανάλυση της κινηματογραφικής πραγματικότητας στην Ελλάδα.

Ο τρόπος με τον οποίο ο κινηματογράφος υποστηρίζεται από την Ε.Ε καταδεικνύει και τον βαθμό σημαντικότητάς του, όχι μόνο για την Ένωση ως σύνολο, αλλά και για την κάθε χώρα ξεχωριστά, καθώς με αφορμή την παράθεση του χρηματοδοτικού πλάνου του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, γίνεται κατανοητή η σημασία που αποδίδεται από τις εγχώριες κυβερνήσεις, στον κινηματογράφο και τον οπτικοακουστικό χώρο εν γένει.

Η φροντίδα για τον ευρωπαϊκό κινηματογράφο υπήρξε διαρκής, με αφετηρία την δεκαετία του '90 όταν και υιοθετήθηκε για πρώτη φορά η σημαντικότερη

πολιτική για την οικονομική ενίσχυση του κινηματογράφου, το πρόγραμμα MEDIA.

Παρά την διαρκή προσπάθεια της Ε.Ε για την δημιουργία μιας ενιαίας, κινηματογραφικής βιομηχανίας, δεν ήταν λίγες οι περιπτώσεις χωρών οι οποίες αδυνατούσαν να ακολουθήσουν τους γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης άλλων μεγαλύτερων, όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Μεγάλη Βρετανία, οι οποίες χαρακτηρίζονται από μακρόχρονη, κινηματογραφική παράδοση.

Χώρες όπως οι, υπό εξέταση, Πορτογαλία και Ελλάδα, δίνουν εύστοχα το στίγμα της ανάγκης για ταυτόχρονη εθνική στήριξη του κινηματογράφου, φέρνοντας στο προσκήνιο την αδυναμία των εγχώριων πρακτικών λόγω έλλειψης κατάλληλων δομών.

Ο ρόλος του κινηματογράφου, καθώς και του γενικότερου οπτικοακουστικού πλαισίου στο οποίο εντάσσεται, μπορεί να διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα, δε συμβαίνει όμως το ίδιο, όταν τα αποτελέσματα της κινηματογραφικής πολιτικής γίνονται αντιληπτά από την προοπτική της ενιαίας, οπτικοακουστικής αγοράς.

Η επιβεβλημένη αύξηση της κινηματογραφικής ανταγωνιστικότητας, η αναγνώριση του ευρωπαϊκού σινεμά σε παγκόσμιο επίπεδο και η ουσιαστική και αδιάλειπτη χρηματοδότησή του από την Ένωση, κρίνονται ως επιτακτικές ενέργειες από την στιγμή που η Ε.Ε φιλοδοξεί να ενισχύσει την κερδοφορία της οπτικοακουστικής της βιομηχανίας, διατηρώντας παράλληλα την πολιτιστική ετερότητα των κρατών, που σε πολλές περιπτώσεις λειτούργησε αποτρεπτικά στην προσπάθεια ανάδειξης μιας κοινής κινηματογραφικής ταυτότητας.

Για την εξαγωγή καίριων συμπερασμάτων σχετικά με την επιτυχημένη ή μη, χρηματοδότηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, είναι απαραίτητη η καταγραφή των επιμέρους θεματικών οι οποίες θα ερευνηθούν σε σχέση πάντα με την οικονομική προσφορά της Ένωσης σε ευρωπαϊκό επίπεδο, αλλά και των χωρών από την εθνική σκοπιά.

Μετά την παράθεση της ιστορίας του κινηματογράφου, από τις απαρχές της γέννησής του μέχρι και σήμερα, τα πρώιμα χρόνια και την καταγραφή των πρώτων επιχειρηματιών του νέου μέσου, θα επιχειρηθεί μια προσπάθεια καταγραφής της ιστορίας του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, με αναφορές σε κομβικές ιστορικές περιόδους, όπως η εδραίωση του ευρωπαϊκού σινεμά τα πρώτα χρόνια και ο κινηματογράφος της μεταπολεμικής Ευρώπης. Παράλληλα θα γίνει αναφορά και στην σύγχρονη εικόνα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, όπως καταγράφεται από την κρίσιμη δεκαετία του '60 και μετά.

Στην συνέχεια θα παρουσιαστεί όλο το πλαίσιο της χρηματοδότησης του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, το οποίο αποτελεί και τον βασικό στόχο της εργασίας, δίνοντας έμφαση και στα επιμέρους υποπρογράμματα και δράσεις της Ε.Ε.

Με στόχο την αποκόμιση συγκριτικών αποτελεσμάτων από την χρηματοδότηση των επιμέρους χωρών, θα ακολουθήσει η παρουσίαση του χρηματοδοτικού πλαισίου του κινηματογράφου της Γαλλίας, της Πορτογαλίας και της Ελλάδας. Να τονιστεί εδώ πως η επιλογή των παραπάνω χωρών δεν έγινε τυχαία, καθώς η Γαλλία αποτελεί την ευρωπαϊκή υπερδύναμη στον χώρο του κινηματογράφου, ενώ η Πορτογαλία και η Ελλάδα δυο, σαφώς, μικρότερες χώρες που ομοιάζουν όμως ως προς τις περιορισμένες οπτικοακουστικές τους δομές, όντας κράτη που πασχίζουν να ακολουθήσουν τους ρυθμούς ανάπτυξης των μεγάλων χωρών.

Μεγαλύτερη έμφαση θα δοθεί στις συνθήκες που επικρατούν στην Ελλάδα, καθώς θα επιδιωχθεί μια πλήρης καταγραφή της ιστορίας του ελληνικού κινηματογράφου, καθώς και της χρηματοδότησής του, τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και σε εθνικό επίπεδο.

Τέλος, θα επιχειρηθεί η αποτίμηση του επίσημου χρηματοδοτικού προγράμματος της Ε.Ε και θα εξαχθούν τα συμπεράσματα σχετικά με το κατά πόσο η εφαρμογή του υπήρξε αποτελεσματική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Η επίδραση του κινηματογράφου κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα υπήρξε καταλυτική σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς ο εμπορικός αυτοσκοπός των πρώτων φιλικών προϊόντων, έδωσε το πράσινο φως για την δημιουργία μιας νέας βιομηχανίας ισχύος, επιβλητικής και εν δυνάμει κερδοφόρας, βασισμένης εξ' ολοκλήρου στο αγοραστικό τρίπτυχο που συναντάμε και σήμερα: παραγωγή, διανομή, εκμετάλλευση.

Αυτή ακριβώς η χρηματική δυναμική της κινηματογραφικής βιομηχανίας διαδραμάτισε μείζονα ρόλο, στον τρόπο με τον οποίο υιοθετήθηκε και αφομοιώθηκε η νεοσύστατη, μαζική τέχνη, όχι μόνο υπό το στενό εθνικό πρίσμα των χωρών, αλλά κυρίως-υπό το ευρύτερο φάσμα των ηπείρων.

Παρά τον εμπορικό του προσανατολισμό, ο κινηματογράφος έγινε γρήγορα αντιληπτός και ως ένα μέσο έκφρασης των πολιτιστικών και εθμικών στοιχείων της εκάστοτε χώρας, η οποία θεωρούσε, πως μπορούσε να αποτυπώσει στο σελιλόιντ την κοινωνική της ταυτότητα και την ξεχωριστή της κουλτούρα.

Απέναντι στο ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον των κρατών για τον κινηματογράφο, τόσο η Ευρώπη, όσο και η Αμερική διεκδίκησαν με σθένος τα ηνία της παγκόσμιας αυτής, 7^{ης} τέχνης, επιδιώκοντας έναν συνδυασμό οικονομικής και της καλλιτεχνικής φύσης. Ας μην ξεχνάμε εξάλλου πως *«το σινεμά είναι τόσο μια εφεύρεση των Λυμιέρ, όσο και του Έντισον»* (Elsaesser, 2005: 36).

Η οικονομική και καλλιτεχνική υπόσταση του κινηματογράφου δημιούργησαν εντούτοις, ένα βαθύ χάσμα μεταξύ Ευρώπης και Αμερικής, το οποίο συναντά κανείς, μέχρι και στις μέρες μας.

Από την μια πλευρά, η Γηραιά Ήπειρος έχει να επιδείξει μια πλούσια κινηματογραφική κουλτούρα, βαθιά επηρεασμένη και εμποτισμένη από μια πληθώρα φιλικών ρευμάτων και επιρροών, στον πυρήνα των οποίων συμπυκνώνεται όλη η παραχώδης ιστορία μιας Ευρώπης σπαραγμένης από τις συγκρούσεις και την κοινωνικοπολιτική αβεβαιότητα. Ποιος όμως μπορεί να μιλήσει για μια κοινή, ισχυρή και κυρίως, επικερδή κινηματογραφική βιομηχανία στην Ευρώπη εν έτει 2015;

Στον αντίποδα, η Αμερική έχει καταφέρει να αναδειχτεί στον σημαντικότερο πρωταγωνιστή της παγκόσμιας βιομηχανίας του θεάματος, χάρη στην τεράστια αγορά, τις διαρκείς τεχνολογικές καινοτομίες, καθώς και τα μεγάλα κεφάλαια των παραγωγών που ευνοούν μια ασταμάτητη, ετήσια παραγωγή ταινιών. Στο βωμό όμως ενός οικουμενικού κέρδους, μπορεί κανείς να εγγυηθεί την ύπαρξη ενός αμερικάνικου κινηματογράφου ποιότητας που να αποτελεί τον κανόνα και όχι την εξαίρεση;

Με αφορμή τα δυο αυτά βασικά ερωτήματα, θα επιχειρήσουμε να δώσουμε απαντήσεις αναφορικά με την ιστορία και την πορεία του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, έχοντας παράλληλα ως αφετηρία την καταλυτική παρουσία, στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, του «εμπορικού» Χόλυγουντ.

2.1 Η εδραίωση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου και ο χολιγουντιανός αντίπαλος

Τα πρώτα χρόνια του 20^{ου} αιώνα βρήκαν την Ευρώπη να ανθίζει κινηματογραφικά. Οι αδελφοί Λυμιέρ έχοντας πλέον εγκαταλείψει την δημιουργία ταινιών, επέστρεψαν στην πρότερη επιχειρηματική τους δράση, μολονότι παρέμειναν άμεσα συνδεδεμένοι με την βιομηχανία, εξακολουθώντας να εμπορεύονται τον τελειοποιημένο, κινηματογραφικό τους εξοπλισμό. Την ίδια στιγμή ο Ζωρζ Μελιές συνέχισε να ωθεί τα καλλιτεχνικά όρια του σινεμά ακόμη παραπέρα, καθιερώνοντας πια και επίσημα το μοντέλο του αφηγηματικού κινηματογράφου.

Σε μια τόσο πλούσια σε αρχαία κληρονομιά, ήπειρο, οι Λυμιέρ, ο Μελιές και οι υπόλοιποι πιονέροι της εποχής, βρήκαν στον κινηματογράφο την κατάλληλη ευκαιρία προκειμένου να διηγηθούν την ιστορία της Ευρώπης και να καταγράψουν, αυτό που χαρακτηριστικά αναφέρει ο Mikael Colville-Andersen, ως «Ευρωπαϊκή εμπειρία» (Andersen, 1999).

Οι υπαρκτές πολιτιστικές διαφορές Ευρώπης-Αμερικής έγιναν ακόμη πιο εμφανείς με την έλευση του κινηματογράφου, καθώς τέθηκε από νωρίς το δυϊκό ζήτημα, «τέχνη-κέρδος», που φάνηκε να βρίσκει τους εκπροσώπους του στα πρόσωπα των Λυμιέρ και Έντισον αντίστοιχα.

Την ίδια στιγμή που η Ευρώπη προσανατολιζόταν υφολογικά σε έναν κινηματογράφο της αφήγησης, αναζητώντας την έκφραση της πολιτιστικής της

ταυτότητας, η Αμερική γνώριζε ήδη τεράστια επιτυχία, μετρώντας το 1908 περί τους 10.000 κινηματογράφους.

Παρά τις όποιες υφολογικές αποκλίσεις που χαρακτήριζαν έντονα την φιλμογραφία των δυο ηπείρων, η Αμερική και η Ευρώπη άρχισαν να μοιράζονται σε μεγάλο βαθμό, την ιδέα της εμπορικής εκμετάλλευσης του κινηματογράφου, με τον Έντισον να γίνεται μάλιστα, ένας από τους πιο επιτυχημένους επιχειρηματίες της εποχής.

Αν και η χρηματική πλευρά του νέου μέσου απασχόλησε ιδιαίτερα και τις δυο πλευρές του Ατλαντικού, εντούτοις και εξαιτίας ενός συνόλου παραγόντων, τους οποίους θα παρουσιάσουμε αναλυτικότερα στην συνέχεια, ο κινηματογράφος στην Αμερική ταυτίστηκε από νωρίς και σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα, με την εμπορική πλευρά, ενώ ο ευρωπαϊκός με την καλλιτεχνική διάσταση, χάρη-σε έναν βαθμό-στην ετερόκλητη κουλτούρα της ηπείρου (Anderson, 1999). Η ανάγκη ύπαρξης εξάλλου, μιας ομοιογενούς πολιτιστικής ταυτότητας στην Ευρώπη, δεν είναι κάτι νέο, παρά το γεγονός πως αποτελεί πια, έναν από τους βασικότερους στόχους της Ένωσης (Tsaliki, 2007).

Οι προσπάθειες της Ευρώπης να αποτελέσει από τις αρχές του 1900 μια ενοποιημένη, κινηματογραφική αγορά κατά τα εμπορικά πρότυπα του Χόλυγουντ, δεν στέφθηκαν εντούτοις με επιτυχία, καθώς εκτός από την καλλιτεχνική διάθεση των δημιουργών και την ύπαρξη ενός στιβαρού, ποικιλόμορφου παρελθόντος, το περιορισμένο μέγεθος της ευρωπαϊκής αγοράς, καθώς και ο εθνικός κατακερματισμός της, δεν ευνόησε την ανάπτυξη μιας στερεής, βιομηχανικής, κινηματογραφικής βάσης.

Όσο η Ευρώπη πάσχιζε να καταστεί ανταγωνιστική σε διεθνές επίπεδο, η Αμερική εδραιωνόταν ως κυρίαρχη δύναμη του χώρου, διαθέτοντας σαφώς *«μεγαλύτερη οικονομική δύναμη σε σχέση με τους Ευρωπαίους ανταγωνιστές»* (Sorlin, 2004: 12).

Επιδεικνύοντας στο σύνολό του οικονομική και αισθητική υπεροχή, το Χόλυγουντ επικράτησε γρήγορα έναντι του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, με το μεγάλο μέγεθος της αμερικάνικης αγοράς να διαδραματίζει έναν από τους σημαντικότερους ρόλους. Χωρίς την ύπαρξη μιας ισχυρής, κινηματογραφικής πολιτικής, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος βρέθηκε γρήγορα στα όρια της κατάρρευσης, καταφέροντας τελικά να επιζήσει, αν και μέσα σε δύσκολες συνθήκες, με το κοινό να του έχει ήδη γυρίσει την πλάτη και τον Α' Παγκόσμιο Πόλεμο να

περιορίζει αισθητά την διακίνηση ταινιών μεταξύ των χωρών.

Από τα πρώτα κιόλας χρόνια ύπαρξής του, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος ανέπτυξε μια σειρά από «παθογένειες» που λειτούργησαν ανασταλτικά στην προσπάθεια ανάπτυξής του, ιδιαίτερα κατά την μεταπολεμική περίοδο (από το 1945 και μετά), όταν το τέλος του καταστροφικού ΄Β Παγκοσμίου εμφανίστηκε, αν μη τι άλλο, ως ευκαιρία για την ανασύνταξη της ευρωπαϊκής ηπείρου, υπό την σκέπη μιας κοινωνικοπολιτικής ένωσης. Μπορεί το πρώτο βήμα της ενιαίας Ευρώπης να πραγματοποιήθηκε το 1951, με την υπογραφή της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Άνθρακα και Χάλυβα, η ουσιαστική όμως, πολιτιστική απόσταση μεταξύ των χωρών θα παρέμενε για πολλές ακόμη δεκαετίες.

Οι διαφορετικοί τρόποι ψυχαγωγίας των κρατών, η πολυμορφία ηθών και εθίμων, η εμμονή των Ευρωπαίων με τον τοπικισμό (Sorlin, 2004) και κυρίως, η απουσία μιας ενιαίας γλώσσας (βλέπε Χόλυγουντ), δημιούργησαν ένα αρνητικό κλίμα στον ευρωπαϊκό χώρο, παρά τις προσπάθειες για εντατικοποίηση των συμπαραγωγών με έξω-ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και την ίδρυση μεγάλων εταιρειών ικανών να αναλάβουν τον έλεγχο μιας κινηματογραφικής βιομηχανίας, που βρισκόταν ακόμη σε αναζήτηση της ταυτότητάς της.

Όσο το ευρωπαϊκό σινεμά πάσχιζε να βγει μπροστά, η κινηματογραφική υπεροχή της Αμερικής αντιμετώπιστηκε με περιρρέουσα εχθρότητα από τους κόλπους της Δυτικής Ευρώπης, που έβλεπε το Χόλυγουντ ως μαζικό παραγωγό ταινιών, με στόχο την αποκλειστική εμπορική χρήση και κατανάλωσή τους. Στον αντίποδα, η Ευρώπη κρατούσε την θέση του κλειδοκράτορα της πολιτιστικής και εθιμικής κληρονομιάς, όπως αυτή εκφράζεται μέσα από τις εθνικές, κινηματογραφικές σχολές, το “art cinema” και τη «θεωρία του δημιουργού» (ιδιαίτερα την περίοδο ’60 -’70). Αυτό που δεν έγινε αντιληπτό, ήταν το πως ακριβώς η υιοθέτηση ενός εθνικού, κινηματογραφικού προφίλ θα ενθάρρυνε την ανάδυση μιας ολοκληρωμένης, ευρωπαϊκής κινηματογραφίας, ικανής να ανταγωνιστεί επί ίσοις όροις το αμερικάνικο μοντέλο (Elsaesser, 2005). Εξάλλου η καταφανής δαιμονοποίηση του Χόλυγουντ και η δεδομένα ανταγωνιστική αντίληψη της ευρωπαϊκής πλευράς, ήταν αυτές που οδήγησαν στην επικράτηση μιας καθόλα διττής αντίληψης περί της κινηματογραφικής κυριαρχίας, η οποία δεν αντιμετώπιστηκε με τον ίδιο τρόπο από την πλευρά των Η.Π.Α.

Πιο συγκεκριμένα και σύμφωνα με τον συγγραφέα του “European Cinema: Face to Face with Hollywood”, Thomas Elsaesser (2005), η παραπάνω άποψη μοιάζει

να εκπορεύεται από τους Ευρωπαίους, καθότι αν ερευνήσει κανείς το συγκεκριμένο θέμα μέσω της χολιγουντιανής προοπτικής, θα διαπιστώσει πως ο ευρωπαϊκός χώρος είναι μάλλον ικανοποιημένος από την κυκλοφορία των αμερικάνικων ταινιών στις αγορές των κρατών, μιας που αυτού του είδους η εμπορική «εισβολή», έχει δημιουργήσει νέες αγορές και ευκαιρίες για πολλούς Ευρωπαίους δημιουργούς.

Η παραπάνω άποψη είναι ιδιαιτέρως ενδιαφέρουσα, κυρίως επειδή καταδεικνύει αποτελεσματικά την βαθύτερη τομή που χαρακτηρίζει το εσωτερικό της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής βιομηχανίας (ή καλύτερα, πολλών εθνικών, κινηματογραφικών βιομηχανιών), εγείροντας έτσι το ουσιαστικό πρόβλημα της συγκεκριμένης θεματικής: αυτό της έλλειψης ενός σαφούς, συνολικού προσανατολισμού των ευρωπαϊκών δυνάμεων.

Απέναντι σε μια εύρωστη, βιομηχανική δύναμη όπως η Αμερική, η ευρωπαϊκή φιλμική κουλτούρα μπορεί να χαιρετίζεται για την καλλιτεχνική της αξία, η φιλμική της βιομηχανία όμως αξιολογείται σκληρά και χαρακτηρίζεται συχνά ως «ασθμαίνουσα» (Fowler, 2002: 7), για ποικίλους λόγους. Η διεκδίκηση, για παράδειγμα, διαφορετικών συμφερόντων μεταξύ των παραγωγικών δυνάμεων, αποτελούσε διαρκή τροχοπέδη στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής βιομηχανίας. Από την μια πλευρά οι αιθουσάρχες ενθάρρυναν σε μεγάλο βαθμό την εισροή αμερικάνικων, αγγλόφωνων ταινιών, λόγω του συγκριτικά μεγαλύτερου κέρδους που απέφεραν σε σχέση με την εθνική παραγωγή, με τους παραγωγούς από την άλλη, να εναντιώνονται σε τέτοιου είδους τακτικές, φοβούμενοι την ολοκληρωτική επικράτηση ενός εισαγόμενου, κινηματογραφικού ιμπεριαλισμού.

Μετά το τέλος του 'Α Παγκοσμίου Πολέμου, το Χόλυγουντ εξακολουθούσε να κυριαρχεί στον παγκόσμιο χάρτη, με την καχυποψία των Ευρωπαίων απέναντι σε κάθε τι αμερικάνικο να φτάνει στο ζενίθ. Παρόλα αυτά το παράδοξο της υπόθεσης έγκειται στο γεγονός, πως τα ευρωπαϊκά κράτη συνέχισαν να σκέφτονται εθνικά, αναζητώντας την επόμενη ιστορική έμπνευση που θα ενίσχυε την εσωτερική, κινηματογραφική παραγωγή, απομακρυνόμενα παράλληλα από οποιαδήποτε μεταξύ τους συνεργασία.

Σαφέστατα η ιστορική διαδρομή της ευρωπαϊκής ηπείρου, δεν ευνόησε την εμφάνιση μιας εναρμονισμένης βιομηχανίας, όπως έγινε στην Αμερική, καθώς οι εθνικές σχολές των χωρών, βαθιά επηρεασμένες από το εκάστοτε ιστορικό τους παρελθόν, ακολούθησαν ξεχωριστούς δρόμους, δίχως ουσιαστική συνοχή.

Οι προσπάθειες υποστήριξης της εσωτερικής κινηματογραφίας, αλλά και η

διαρκής αναζήτηση του «επόμενου *New Wave*» (Fowler, 2002: 8), στέρησε κατά πολύ, από τα ευρωπαϊκά κράτη, την δημιουργία μιας ενιαίας κινηματογραφικής πολιτικής, αφού στην προσπάθειά τους να περιορίσουν την αμερικάνικη εισβολή-άλλα περισσότερο και άλλα λιγότερο-, κατέληξαν τελικά εγκλωβισμένα στα περιορισμένα-υφολογικά και παραγωγικά-σύνορά τους.

Σε αντίθεση με την ακμάζουσα οικονομία κλίμακας της Αμερικής, η αγορά της Ευρώπης κλήθηκε να αντιμετωπίσει μερικά καίρια προβλήματα, αναφορικά με την διαμόρφωση μιας αποδοτικής και ανταγωνιστικής κοινής αγοράς. Ο αυξανόμενος επαναπροσδιορισμός της εθνικής (όχι της ευρωπαϊκής) ταυτότητας, οι διαφορετικές ιστορικές καταβολές των κρατών, αλλά και η εσωτερικοποίηση της κινηματογραφικής παραγωγής, δημιούργησαν συχνά ένα φαινόμενο πολλαπλών ταχυτήτων ανάπτυξης μέσα στην Ευρώπη, γεγονός που δημιουργούσε εμπόδια στην όποια επιδίωξη για μια ολοκληρωμένη, κινηματογραφική αγορά.

Οι προσπάθειες για την δημιουργία συγκροτημένων εθνικών, κινηματογραφικών πλαισίων, έγιναν εντονότερες κατά την διάρκεια των δεκαετιών 1920-1930, γεγονός που «*απέτρεψε τις επιδιώξεις των βιομηχάνων για την διεθνοποίηση του κινηματογράφου*» (Fowler, 2002: 242).

Η πάλη μεταξύ αμερικάνικου και ευρωπαϊκού φιλμ ήταν κυρίως «*ένας βιομηχανικός διαγωνισμός*» (Fowler, 2002: 180), ο οποίος ποτέ δεν πραγματοποιήθηκε πάνω σε μια όμοια, οικονομική και καλλιτεχνική βάση, καθώς τόσο τα διαφορετικά αγοραστικά μεγέθη, όσο και το πολιτιστικό φόντο των δυο ηπείρων, κατέστησαν σαφή μια ολότελα διαφορετική προσέγγιση της κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Παρά τις όποιες διαφορές όμως, η Ευρώπη δεν δίσταζε να χρησιμοποιεί συχνά την διαβρωτική επίδραση του Χόλυγουντ, στοχεύοντας στην ενδυνάμωση της συνολικής αξίας της εγχώριας παραγωγής, η οποία διαδραμάτιζε περιορισμένο ρόλο στην εκάστοτε εθνική οικονομία (Fowler, 2002), υπερτονίζοντας παράλληλα την αμερικανοποίηση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, από την άποψη πως το Χόλυγουντ δεν αντιμετωπίστηκε ποτέ ως εθνική παραγωγή, αλλά ως επικρατούσα δύναμη του παγκόσμιου σινεμά.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα εντατικοποίησης της εθνικής παραγωγής ήταν η Ιταλία, η οποία επί εποχής Μουσολίνι, έλαβε πολλά από τα απαραίτητα μέτρα για την ενίσχυση της εγχώριας κινηματογραφίας της. Μερικά από τα σημαντικότερα ήταν η δημιουργία της Κινηματογραφικής Εκπαιδευτικής Ένωσης (*L'Unione per la*

Cinematografica Educativa-LUCE), η υιοθέτηση ποσοτώσεων σύμφωνα με τις οποίες, ένα-τουλάχιστον-10% των ταινιών που προβάλλονταν στις αίθουσες, όφειλε να είναι ιταλικής παραγωγής, η δημιουργία της εθνικής, κρατικής σχολής Centro Sperimentale della Cinematografia το 1935, καθώς και η ίδρυση των περιφέρειων στούντιο της Cinecitta δυο χρόνια αργότερα. Όλα αυτά είχαν σαν αποτέλεσμα την αύξηση της ιταλικής παραγωγής, ακόμη και κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, με τις ταινίες να ανέρχονται σε 30 το 1933 και σε 119 το 1942 (Fowler, 2002:).

Γίνεται έτσι κατανοητό, πως ενώ η αμερικανική παρουσία στην Ευρώπη εντατικοποιήθηκε μετά το πέρας του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, τα κράτη επιδίωξαν να περιορίσουν την χολιγουντιανή ηγεμονία, δίχως να στραφούν σε μια κοινή προσπάθεια, αλλά συσπειρώνοντας και επανεκτιμώντας τις δυνάμεις στο εσωτερικό τους. Εν τέλει, αυτή η αντιμετώπιση δεν εμβάθυνε μόνο το πρόβλημα της γλωσσικής ποικιλομορφίας, αλλά επέτρεψε την ακόμα μεγαλύτερη διείσδυση των χολιγουντιανών φιλικών προϊόντων στις αγορές, πάνω στα οποία η εργατική τάξη της Ευρώπης, αντικατόπτριζε τις ελπίδες για την ύπαρξη ενός φανταστικού Χόλυγουντ, δίχως ταξικές διακρίσεις και ανισότητες.

2.2 Ο κινηματογράφος της μεταπολεμικής Ευρώπης

Με το ξέσπασμα του Β' Παγκοσμίου στα τέλη της δεκαετίας του '30, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος αντιμετώπιστηκε ως αντίδοτο στις εχθροπραξίες και συνέχισε να ανθεί εθνικά, με τους θεατές να συρρέουν στις πολυκαιρισμένες και κακοδιατηρημένες αίθουσες, σε μια προσπάθεια να ξεφύγουν από την ζοφερή πραγματικότητα του πολέμου (Sorlin, 2004).

Η ανάπτυξη των εθνικών κινηματογραφιών και ρευμάτων, όπως αυτό του γερμανικού εξπρεσιονισμού που μεσουράνησε καθ' όλη την διάρκεια του 1920, αλλά κυρίως ο τρομακτικός αντίκτυπος του πολέμου, έδωσα το έναυσμα για μια από τις πρώτες συνειδητές απόπειρες ενοποίησης της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής βιομηχανίας, υπό το πρίσμα μιας επιβεβλημένης κοινωνικοοικονομικής και πολιτιστικής ανοικοδόμησης.

Ο Pierre Sorlin αναφέρει στο βιβλίο του «Ευρωπαϊκός κινηματογράφος,

ευρωπαϊκές κοινωνίες 1939-1990» (2004), πως η μεταπολεμική δεκαετία αποτέλεσε τη «χρυσή εποχή» για τους Ευρωπαίους αιθουσάρχες, που είδαν το 1955 την προσέλευση του κοινού να αυξάνει αλματωδώς, κόβοντας περί τα 3.000.000 εισιτήρια, με την Ευρώπη να αποτελεί πλέον μια σημαντική και αξιοποιήσιμη αγορά, έτοιμη να απορροφήσει ένα μεγάλο ποσό των κινηματογραφικών παραγωγών.

Από το 1945 και μετά, οι εθνικές παραγωγές ενδυναμώνονται, με αυτή της Γερμανίας (μια παραγωγή που ισχυροποιήθηκε ιδιαίτερα κατά την περίοδο του Α' Παγκοσμίου) να ξεχωρίζει, με τη δεκαετία του '50 να αποτελεί συνολικά μια από τις καλύτερες περιόδους του ευρωπαϊκού κινηματογράφου.

Με τις ταινίες να χαρακτηρίζονται πλέον ως λαϊκή μορφή τέχνης και ψυχαγωγίας (Sorlin, 2004), η μεταπολεμική πραγματικότητα κυριάρχησε θεματικά, γεννώντας επιδραστικές κινηματογραφικές σχολές, όπως αυτή του Ιταλικού Νεορεαλισμού.

Αν και οι χώρες της Ευρώπης άρχισαν να κατανοούν την ανάγκη ύπαρξης ενός κοινού, μεταπολεμικού προσανατολισμού, εντούτοις η διείδυση των αμερικανικών ταινιών συνεχιζόταν αμείωτη, με τα κράτη να εξακολουθούν να σκέφτονται εθνικά. Ο διαχωρισμός του εμπορικού κινηματογράφου και του κινηματογράφου τέχνης, αποτελούσε τον κανόνα στην ευρωπαϊκή ήπειρο, όπου τα εθνικά σύνορα ισχυροποιήθηκαν, ακριβώς όπως και οι προσπάθειες περιορισμού του αμερικάνικου φιλμικού αντίκτυπου.

Η Γαλλία αποτέλεσε μια από τις πιο δραστήριες, κινηματογραφικά, αγορές της περιόδου, παράγοντας υψηλούς κόστους ταινίες και «*διεκδικώντας τα ηνία της τεχνολογικής υπεροχής από τις Η.Π.Α*» (Aitken, 2001: 205). Η εμφάνιση, παράλληλα, ενός αριθμού κινηματογραφικών βιβλίων και περιοδικών, όπως τα *Cahiers du Cinéma* το 1953, καθώς και η καλλιτεχνική επίδραση των πολυάριθμων κινηματογραφικών λεσχών και ακαδημαϊκών του χώρου, οδήγησε στην διεύρυνση του κινηματογραφικού ενδιαφέροντος στην Ευρώπη, καθώς και στην εγχώρια αύξηση των μέτρων υποστήριξης παραγωγής, διανομής και εκμετάλλευσης ταινιών.

Αν και η προσέλευση του κοινού στις αίθουσες αυξήθηκε χάρη στην μείωση της τιμής του εισιτηρίου, εντούτοις το κοινωνικό χάσμα μεταξύ «κινηματογραφοφίλων» και εργατικής τάξης, διευρύνθηκε ακόμη περισσότερο, παρά το γεγονός πως το σινεμά αποτελούσε από τις αρχές ήδη του '50, υπόθεση λαϊκή. Η υιοθέτηση εξάλλου, μιας ακαδημαϊζουσας ιδεολογίας στους κόλπους του ευρωπαϊκού σινεμά, φρόντισε όχι μόνο για την διατήρηση του χάσματος αυτού, αλλά και για την

περαιτέρω ενοχοποίηση του «εμπορικού» κινηματογράφου.

Κατά την διάρκεια της δεκαετίας του '50, τα κράτη ανέπτυξαν την πρακτική των συστημάτων κρατικής ενίσχυσης *«υπό την μορφή δανείων και επιδοτήσεων με φορολογικές ελαφρύνσεις»* (Fowler, 2002: 111), σε μια προσπάθεια απεγκλωβισμού της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής παραγωγής και διανομής, χωρίς όμως ιδιαίτερα αποτελέσματα. Χαρακτηριστικό είναι πως το 1955 οι εισαγόμενες, αμερικάνικες ταινίες, συνέχιζαν να μονοπωλούν σε μεγάλο βαθμό το ενδιαφέρον του κοινού, καταλαμβάνοντας ένα ποσοστό της τάξεως του 30-40%, με τις αίθουσες να εξαρτώνται άμεσα από αυτές, για την οργάνωση του προγράμματός τους.

Με τις ταινίες να εμφανίζονται ως κοινή ανάγκη, ως κοινός τρόπος ψυχαγωγίας, ο αμοιβαίος πολιτιστικός προσανατολισμός δεν ευόδωσε και η έντονη κριτική κατά του αμερικανικού μοντερνισμού εντάθηκε, με τον κινηματογράφο να μετατρέπεται εν τέλει σε *«πολιτικό ζήτημα επικράτησης»* (Sorlin, 2004: 149), μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών.

Παρά το γεγονός πως καθ' όλη της δεκαετία του 1950, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος επιδίωξε να επαναπροσδιορίσει την εικόνα του μέσω των κρατικών ενισχύσεων και της γενικότερης θεσμικής οχύρωσης-*«η Συνθήκη της Ρώμης που υπεγράφει το 1957, προέβλεπε μεταξύ άλλων, την ενίσχυση του ανταγωνισμού με χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, την ενδυνάμωση των κρατών στο πλαίσιο διακρατικών εταιρειών και διεθνών, οικονομικών αγορών και κυρίως, την εσωτερική ένωση της Ευρώπης, μετά τους καταστροφικούς πολέμους»* (Wayne, 2002: 19)- κλήθηκε εντούτοις να αντιμετωπίσει νέα προβλήματα που περιόρισαν την δυνατότητα ανέλιξής του: η αύξηση της διείσδυσης των αμερικάνικων εταιρειών διανομής, η γέννηση της τηλεόρασης, το υψηλό κόστος των ομιλούντων ταινιών, η περιορισμένη εγχώρια αγορά, *«η νομοθεσία περί ποσοτώσεων, επιδοτήσεων και βραβείων ικανή να εφαρμοστεί μόνο στα πλαίσια ενός εθνικού, κρατικού μηχανισμού»* (Fowler, 2002: 117), καθώς και οι νωπές μνήμες από τον κινηματογράφο προπαγάνδας της Ναζιστικής Γερμανίας (Holmes & Smith, 2000), ενέτειναν το αδιέξοδο του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, ιδιαίτερα ως προς την αγοραστική σύγκλιση των κρατών μελών.

Για ακόμη μια φορά, νικητής της μεταπολεμικής περιόδου αναδείχθηκε το Χόλυγουντ, όχι όμως μόνο του, καθώς εκτός από την μεγάλη αύξηση του κοινού, εξίσου σημαντική υπήρξε και η ανάπτυξη των εθνικών κινηματογραφιών των χωρών.

2.3 Η κρίση του 1960 και τα κατοπινά χρόνια

Οι δεκαετίες 1960 και 1970, ήταν καθοριστικές για την εν δυνάμει επανοργάνωση της κινηματογραφικής παραγωγής, καθώς παρά την απουσία νέων, τεχνολογικών καινοτομιών, έγιναν ορισμένα σοβαρά βήματα προς την ενίσχυση της παραγωγής, τόσο μέσω της δημιουργίας μεγάλων εταιρειών διεθνούς επιρροής στην Ευρώπη, όσο και με την υποστήριξη της ανεξάρτητης παραγωγής από αμερικάνικες εταιρείες (Sorlin, 2004).

Με τη χρηματοδότηση και τη διανομή να εξακολουθούν να αποτελούν ακανθώδη ζητήματα για τις εγχώριες αγορές, τα εδραιωμένα, αμερικανικά δίκτυα αποτέλεσαν μια καλή ευκαιρία για την ενδυνάμωση του κινηματογραφικού χώρου, ο οποίος όμως βρέθηκε προ εκπλήξεως, μπροστά στην κατάρρευση του συστήματος των στούντιο και την σταδιακή, εκ νέου απομάκρυνση του κοινού από τις αίθουσες.

Αυτή η κρίση του κινηματογράφου δεν επηρέασε μόνο τον ευρωπαϊκό χώρο, αλλά και την βιομηχανία του Χόλυγουντ, καθώς αμφότεροι, είδαν την προσέλευση των θεατών στις αίθουσες να μειώνεται, με τις μεγάλες εταιρείες να στρέφουν την προσοχή και τα κεφάλαιά τους στη νέα μορφή ψυχαγωγίας, την τηλεόραση.

Παρά τις αρχικές εκτιμήσεις που ήθελαν τον κινηματογράφο «να οδεύει προς μια μόνιμη παρακμή» (Sorlin, 2004: 233), αυτός επιβίωσε-αν και με πολύ μικρότερους αριθμούς κοινού-χάρη στην οικονομική ενίσχυση των ΗΠΑ που συνέχισαν να παρέχουν το ¼ του προϋπολογισμού, καθώς και στην οργάνωση των συμπαραγωγών μεταξύ δυο και περισσότερων χωρών, που εξασφάλιζε ικανοποιητική χρηματοδότηση μέσω διαφορετικών οργάνων. Σημαντική πάντως υπήρξε και η ιδιωτική πρωτοβουλία, σε ότι αφορούσε στις προσπάθειες για την χρηματική υποστήριξη του κινηματογράφου.

Παράλληλα με την εμφάνιση των νέων ρευμάτων που εξερευνούσαν κατά τρόπο πρωτότυπο τα μονοπάτια της κινηματογραφικής αφήγησης (όπως η Nouvelle Vague από τα τέλη του '50), πολλοί Αμερικανοί και Ευρωπαίοι δημιουργοί ενδιαφέρθηκαν τόσο για την εμπορική, όσο και για την καλλιτεχνική φύση της ταινίας. Στοχεύοντας επιτέλους στην σύμπτυξη των δυο διαφορετικών αυτών προσεγγίσεων, η επιδίωξη αυτή αποτέλεσε καίριο βήμα ως προς τον τρόπο με τον οποίο θα αντιμετωπιζόταν από εκεί και πέρα ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος.

Αν έπρεπε παρόλα αυτά να παραθέσουμε το σημαντικότερο γεγονός της περιόδου, αυτό σίγουρα θα ήταν η κατά Sorlin «κοινωνική εξέλιξη» (Sorlin, 2004:

264) που αποτέλεσε το εφαλτήριο για την τροποποίηση της συμπεριφοράς του κοινού της Ευρώπης, με τους πολίτες να αναζητούν εναλλακτικούς τρόπους ψυχαγωγίας από αυτόν του κινηματογράφου, όπως την τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

Μπορεί οι υφολογικές καινοτομίες της εποχής να μη στάθηκαν ικανές να επαναφέρουν το κοινό στις αίθουσες, ο κινηματογράφος όμως επέζησε παρά την περιορισμένη προσέλευση των θεατών, η οποία συνεχίστηκε και κατά τα επόμενα χρόνια. Αξίζει εδώ να θυμίσουμε, πως σε αυτή την δοκιμασία δεν υποβλήθηκε μόνο ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος, αλλά και ο αμερικάνικος, που είδε την χολιγουντιανή του ισχύ να περιορίζεται αισθητά, αφήνοντας πίσω την αίγλη και την σαρωτική επίδραση των περασμένων δεκαετιών.

Στα χρόνια που ακολούθησαν ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος συνέχισε να αναπτύσσεται αφηγηματικά, με τις εδραιωμένες πλέον, εθνικές κινηματογραφίες να ξεχωρίζουν για τα “art house” δημιουργήματά τους, που συνέχιζαν να απευθύνονται σε ένα πιο σινεφίλ κοινό.

Αν και το θέμα του εμπορικού, πολιτιστικού απεγκλωβισμού, αποτελεί μέχρι και σήμερα την βάση της οπτικοακουστικής πολιτικής της Ένωσης, εντούτοις η κατάσταση μοιάζει να έχει εξομαλυνθεί αρκετά, καθώς τόσο η ανάγκη προστασίας της ευρωπαϊκής κουλτούρας, όσο και η ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας της οπτικοακουστικής βιομηχανίας, βρέθηκαν στις πρώτες θέσεις της πολιτικής ατζέντας της Ένωσης, όπως θα δούμε αναλυτικά και στο επόμενο κεφάλαιο.

Ο κινηματογράφος της δεκαετίας του '80 αποτέλεσε μια ιδιαίτερη περίπτωση καθώς υπήρξε άμεσα συνυφασμένος με την τηλεόραση, η οποία είχε αρχίσει να κερδίζει έδαφος, ήδη από τις προηγούμενες δεκαετίες (Sorlin, 2004).

Το κινηματογραφικό μοντέλο που ήθελε τις παραγόμενες ταινίες-εγχώριες και εισαγόμενες-να προβάλλονται κατ' αποκλειστικότητα στις σκοτεινές αίθουσες, βρέθηκε στο περιθώριο, με τις ταινίες να πωλούνται σε τηλεοπτικά δίκτυα και εμπόρους βιντεοκασετών, την ίδια στιγμή που η ζυγαριά άρχισε να γέρνει προς την πλευρά της τηλεοπτικής οθόνης, που σταδιακά κυριάρχησε έναντι της κινηματογραφικής.

Αναζητώντας εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, όπως τα τηλεοπτικά δίκτυα, ο κινηματογράφος ακολούθησε τις εξελίξεις της εποχής του, επαναπροσδιορίζοντας τον εαυτό του διαρκώς, με αφορμή τις εκάστοτε κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες. Το σινεμά έπαψε να αποτελεί έτσι το ψυχαγωγικό καταφύγιο των λαών (ιδιαίτερα επιτυχημένο κατά την περίοδο του

πολέμου) και έγινε μια νόμιμη μορφή τέχνης, ένα «προστατευμένο είδος» (Sorlin, 2004: 318) το οποίο επιβίωνε, χάρη στην χρηματοδότηση του κράτους, των χορηγών και των τηλεοπτικών δικτύων.

Πίνακας 1: Τάσεις στον αριθμό των κινηματογραφικών εισιτηρίων που πουλήθηκαν στην Ευρώπη σε εκατομμύρια (1980-1986)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Austria	17.7	na	18.1	17.9	16.1	17.0	17.7
Belgium	21.6	20.1	19.7	21.4	19.0	17.9	17.7
Cyprus	na	na	na	na	na	0.2	na
Denmark	15.7	16.2	14.3	13.7	12.2	11.2	11.3
Finland	9.1	na	9.0	9.0	7.6	6.7	6.3
France	174.8	189.0	201.9	198.8	190.8	172.2	163.4
FRG	144.0	141.3	125.0	112.4	112.1	104.2	105.2
Greece	42.9	40.5	35.3	35.0	22.0	23.0	22.0
Ireland	na	na	na	na	14.0	11.6	11.0
Iceland	na	na	na	2.0	na	1.4	1.2
Italy	241.0	215.0	195.0	162.0	131.6	123.0	124.8
Luxembourg	na	na	na	1.0	0.6	na	0.7
Netherlands	28.0	26.7	22.0	21.6	17.4	15.3	14.9
Norway	17.5	na	na	14.8	12.8	na	11.1
Portugal	30.7	30.5	27.3	24.3	18.8	18.9	18.5
Spain	176.0	173.0	156.0	141.0	118.6	101.0	87.0
Sweden	24.0	22.1	na	18.8	17.2	14.0	14.7
Switzerland	20.9	20.4	20.1	19.7	17.9	16.4	16.3
U.K.	101.0	86.0	64.0	65.7	58.4	70.2	72.6
Total EC	994*	953*	876*	811*	715.5	675.1	649.6
USA	1 021	na	1 170	1 173	1 199	1 060	1 017
Japan	164	na	155	170	149	155	150

Πηγή: *The Future of the European Audiovisual Industry, 1989* (αναδημοσίευση)

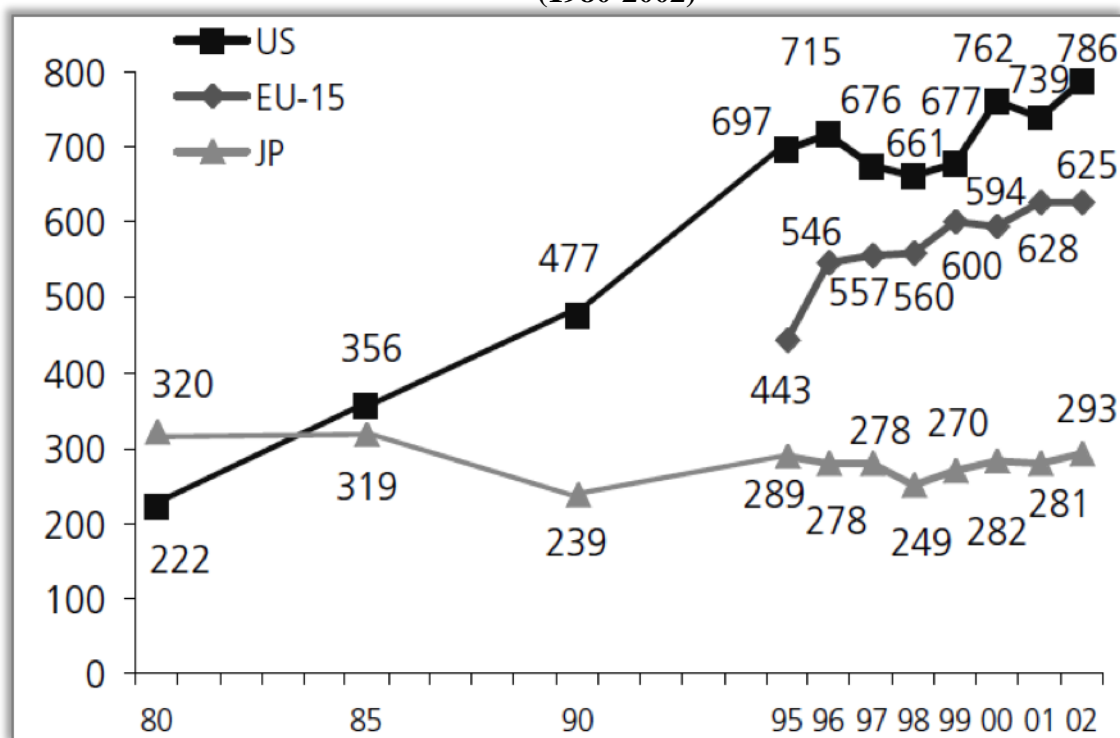
Παρά την μεγάλη μείωση του κοινού, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος επρόκειτο να γνωρίσει εκ νέου άνθηση από τις αρχές της δεκαετίας του '90, με την θέσπιση του προγράμματος MEDIA για την υποστήριξη του ευρωπαϊκού κινηματογράφου και του ευρωπαϊκού, οπτικοακουστικού χώρου εν γένει.

Συνοψίζοντας, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος πέρασε από πολλά και διαφορετικά στάδια μέχρι να αποκτήσει την σημερινή του μορφή, μια μορφή που ακόμα και τώρα, δύσκολα χαρακτηρίζεται ως κοινή.

Ο έντονος ανταγωνισμός του Χόλυγουντ, καθώς και η ακμάζουσα

αμερικανική αγορά, ενέτειναν τις εξισορροπητικές προσπάθειες της Ευρώπης για περιορισμό της πολιτιστικής και κεφαλαιακής εισβολής των ΗΠΑ, διακρινόμενες έτσι την εμπορική/πολιτιστική «αντιπαράθεση» των δυο ηπείρων.

Σχήμα 1: Κινηματογραφική παραγωγή μεγάλου μήκους ταινιών (1980-2002)



Πηγή: Cinema, TV and radio in the EU, Statistics on audiovisual services, 2003

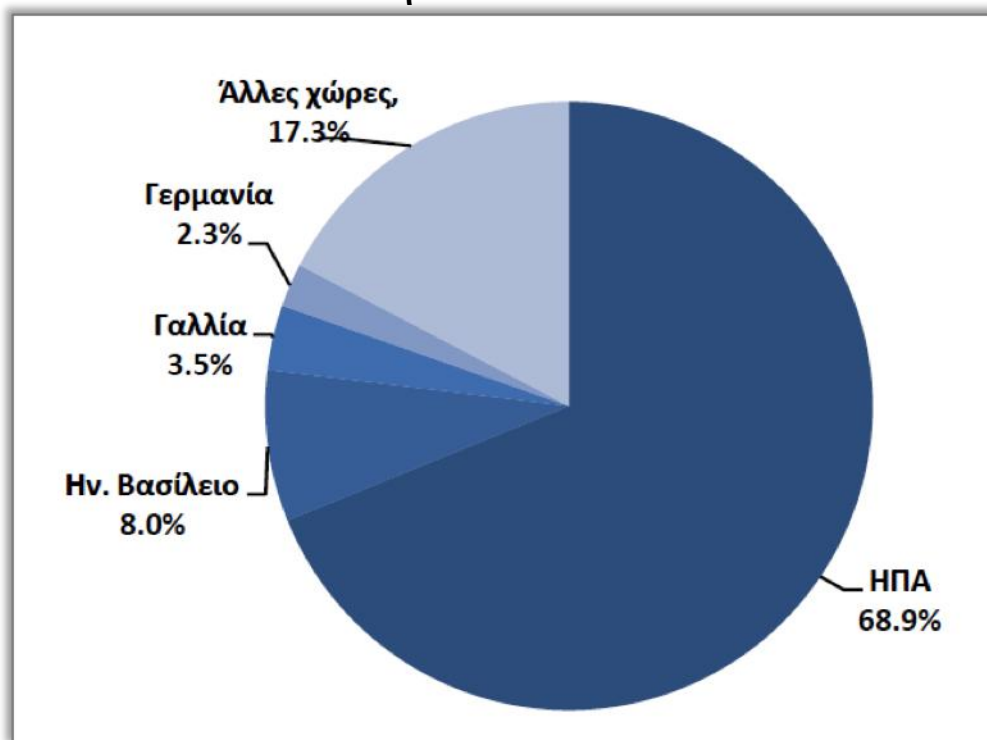
«Με την πολιτιστική ένωση να είναι σήμερα πιο σημαντική από ποτέ» (Tsaliki, 2007: 157) και η οπτικοακουστική βιομηχανία υψίστης σημασίας για την αφύπνιση των πολιτών περί του κοινού τους παρόντος (και μέλλοντος), γίνεται κατανοητός ο λόγος για τον οποίο μια ενίσχυση της οπτικοακουστικής πολιτικής κρίνεται επιτακτική: προκειμένου η Ευρωπαϊκή Ένωση να καταστεί επιτέλους, πραγματικά ανταγωνιστική, σε κάθε της έκφανση.

Ο σπουδαίος Σέρβος δημιουργός, Ντούσαν Μακαβέγιεφ είχε πει πως, «το να ζει κανείς στον 20^ο αιώνα, σημαίνει το να μάθει να είναι Αμερικάνος» (Elsaesser, 2005: 43), κάτι που δεν απέχει και πολύ από την πραγματικότητα, μιας που η ευρωπαϊκή ήπειρος ανέκαθεν πάσχιζε να ακολουθήσει τα αλματώδη βήματα της χολιγουντιανής βιομηχανίας.

Ο αντίκτυπος της ευρωπαϊκής κινηματογραφίας στο Χόλυγουντ είναι δηλωτικός της αδυναμίας του ευρωπαϊκού χώρου να συσπειρώσει τις κινηματογραφικές του δυνάμεις.

Στον ετήσιο απολογισμό του αμερικάνικου box office, για παράδειγμα, οι ευρωπαϊκές παραγωγές φαίνεται πως αντιστοιχούν σε ποσοστό λιγότερο του 2% (Elsaesser, 2005), με τις ενδοκρατικές έριδες και τα εγχώρια μέτρα προστατευτισμού που συνήθιζαν να υιοθετούν τα ευρωπαϊκά κράτη, να μην επιτρέπουν τη δημιουργία ενός κοινού, κερδοφόρου συστήματος. Αργότερα, η σταδιακή ανάπτυξη του ασιατικού κινηματογράφου, η αναβίωση των χολιγουντιανών μπλοκμπάστερ, καθώς και η διακρίση των προβλημάτων διανομής και προβολής ευρωπαϊκών έργων, αποτέλεσαν επιπλέον λόγους για τους οποίους ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος αντιμετωπίστηκε ως «ο μεγάλος χαμένος».

Σχημα 2: Προέλευση των ταινιών μεγάλου μήκους βάσει εισιτηρίων στην ΕΕ-27 το 2012



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη IOBE, (2014) (αναδημοσίευση)

Γιατί όμως στον αντίποδα, το Χόλυγουντ αναδύθηκε ως ο απόλυτος νικητής; Σύμφωνα με τον Mike Wayne τα πράγματα είναι μάλλον απλά. Η Αμερική αποτελεί την ισχυρότερη κεφαλαιοποιημένη βιομηχανία διεθνώς, απαρτίζοντας το 74% της παγκόσμιας παραγωγής. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως έχει την δύναμη να ανεβάζει το κόστος παραγωγής των ταινιών, περιορίζοντας έτσι δραματικά την όποια προσπάθεια μικρότερων παικτών να διεκδικήσουν ένα κομμάτι από την κινηματογραφική πίτα. Παράλληλα, η προώθηση των ταινιών μέσω ενός εντυπωσιακού μάρκετινγκ, ο δανεισμός υπό ευνοϊκούς όρους, το τεράστιο μέγεθος της αγοράς, αλλά και το επιτυχημένο σύστημα διανομής, εγγυάται την αδιαφιλονίκητη κυριαρχία της χολιγουντιανής βιομηχανίας (Wayne, 2002).

Το ευρύτερο κινηματογραφικό πλαίσιο των δυο πλευρών δεν παρουσιάζει τυχαία τόσο ακραίες διαφορές, ούτε βέβαια αυτές βασίζονται αποκλειστικά και μόνο στα οικονομικά μεγέθη. Η πληθώρα αφηγηματικών ταινιών, για παράδειγμα, που παράγει το Χόλυγουντ, μοιάζουν να έχουν έναν συνολικό αντίκτυπο σε ένα παγκοσμιοποιημένο κοινό, το οποίο αντιλαμβάνεται και «καταναλώνει» τις ταινίες αυτές, ως αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης κουλτούρας. Σε πολλές περιπτώσεις, αυτό δεν ισχύει με το ευρωπαϊκό σινεμά, το οποίο παραμένει μεν φυτώριο καλλιτεχνικής έκφρασης, περιορισμένης δε, σε ότι αφορά την αποδοχή του θεατή.

Εκ των υστέρων γίνεται αντιληπτό ότι η ευρωπαϊκή κινηματογραφία όφειλε να συμβιβάσει τις πολυάριθμες, συγκρουόμενες κινηματογραφίες της προκειμένου να αναδυθεί ως ενιαία, φιλική δύναμη, διατηρώντας όμως όλα εκείνα τα ξεχωριστά στοιχεία που την έκαναν ένα τόσο ενδιαφέρον «όλον».

Ο Πορτογάλος δημιουργός Manoel de Oliveira συνόψισε ιδανικά τις προσπάθειες της Ευρώπης να καταστεί κινηματογραφικά ανταγωνιστική σε διεθνές επίπεδο: *«Γοητευμένη από την ιδέα του κέρδους, η Ευρώπη επιδιώκει συχνά να μιμηθεί το Χόλυγουντ με λιγότερο ανεπτυγμένες τεχνικές και δίχως κοινή γλώσσα, δημιουργώντας έτσι πρόβλημα στην διαδικασία της κινηματογραφικής παγκοσμιοποίησης»* (Cowie & Edelmann, 2007: 23).

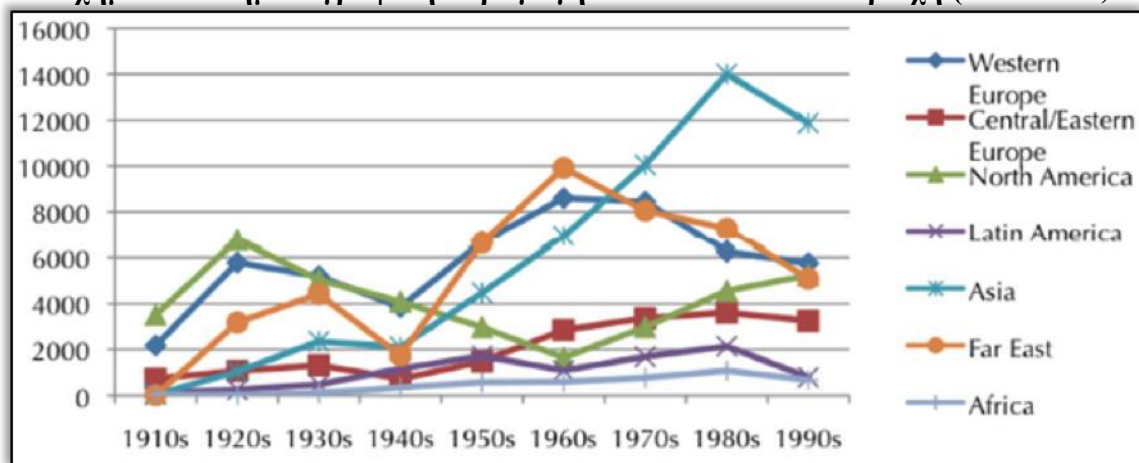
Η ώρα για την αντιμετώπιση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου ως κομμάτι της παγκόσμιας κινηματογραφίας, είχε πλέον φτάσει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

3.1 Επιδιώξεις και προβλήματα

Η μείωση της προσέλευσης του κοινού στις αίθουσες κατά περίπου 35%, μεταξύ 1980-1986, δημιούργησε περαιτέρω τριγμούς στις προσπάθειες της Ε.Ε για την ενίσχυση και την ανάδειξη του οπτικοακουστικού της πεδίου, από τις αρχές ήδη της ίδιας δεκαετίας. Παρόλα αυτά, η αύξηση του αριθμού των τηλεοπτικών προγραμμάτων, η σταδιακή πτώση των διαθέσιμων ταινιών-ιδιαίτερα εκείνων που παράγονταν εντός της Ευρώπης-η παρακμή των κινηματογράφων λόγω κακής συντήρησης, καθώς και μια σχετική αύξηση που παρατηρήθηκε στην τιμή του εισιτηρίου (Lange et al., 1989), ενήργησαν μάλλον καταλυτικά, ενθαρρύνοντας τελικά την Ευρώπη να ανατρέψει το δυσχερές κλίμα, υπό το όραμα ενός κοινού, ευρωπαϊκού εγχειρήματος που ήθελε την οπτικοακουστική πολιτική της Ένωσης να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της διεθνούς, οικονομικής-και όχι μόνο-σκακιέρας.

Σχήμα 3: Κινηματογραφική παραγωγή ανά δεκαετία και περιοχή (1910-1990)



Πηγή: *Statistical Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector 2012* (αναδημοσίευση)

Με τις τρεις μεγάλες «ατμομηχανές» της κινηματογραφικής βιομηχανίας-παραγωγή, διανομή, διάθεση (προβολή)-να μπαίνουν στο μικροσκόπιο της Ε.Ε, η

προβληματική κατάσταση της αγοράς έγινε αντιληπτή μέσα από ένα ευρύτερο φάσμα. Εντούτοις, παρά την ανάγκη ύπαρξης μιας αποτελεσματικής αλληλόδρασης των τομέων αυτών για την κινητοποίηση της βιομηχανίας, για μια ακόμη φορά, επιβεβαιώθηκε ο ευρωπαϊκός κανόνας των διαφορετικών «ταχυτήτων».

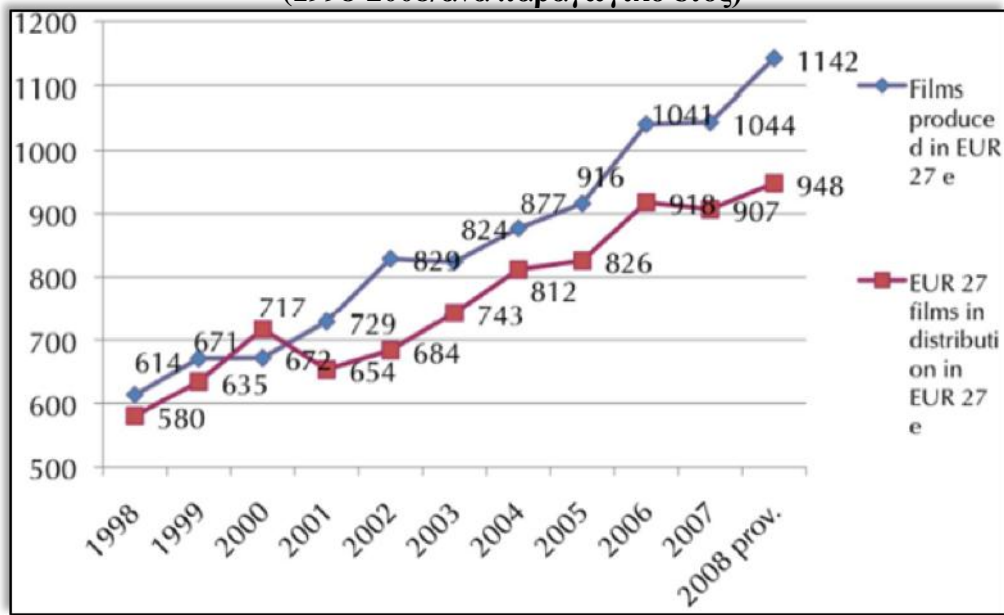
Σε αντίθεση, για παράδειγμα, με το κομμάτι της διανομής, το οποίο μπορεί να μη μοιράζεται το ίδιο αγοραστικό μέγεθος με αυτό των ΗΠΑ, χαρακτηρίζεται όμως από μια λογική, για τα δεδομένα της ηπείρου, ποικιλία, ο παραγωγικός τομέας της Ευρώπης υπήρξε πάντα ασθενής. Η απουσία μιας συμπαγούς μάζας παραγωγής, η έλλειψη μακροπρόθεσμων προοπτικών, αλλά και η αδυναμία ανάπτυξης ενός αποτελεσματικού συστήματος παραγωγής και μάρκετινγκ, διαιώνιζαν το πρόβλημα ενός τομέα που βασιζόταν, ως επί το πλείστον, σε μικρές εταιρείες παραγωγής, άμεσα εξαρτώμενες από την κρατική ενίσχυση (De Vinck & Lindmark, 2012).

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η Ευρώπη βρέθηκε από νωρίς διχασμένη μεταξύ δυο, φαινομενικά, αντικρουόμενων στόχων: αυτόν της ανάπτυξης μιας κοινής, ανταγωνιστικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας και αυτόν της εξασφάλισης της πολιτιστικής ταυτότητας των χωρών. Κατά την Herold (2004), αυτή η σύγκρουση συμφερόντων γίνεται ξεκάθαρη μέσα από την προοδευτική εξέλιξη της κινηματογραφικής πολιτικής που βασίστηκε από την αρχή, στην προσπάθεια ενός οχι και τόσο εύκολου συμβιβασμού: *«την προώθηση της πολιτιστικής ποικιλομορφίας, αλλά και την δημιουργία μιας εσωτερικής, φιλικής αγοράς»* (Herold, 2004: 3). Εξάλλου, αν κάτι βρέθηκε από νωρίς στην βάση αυτής της ευρωπαϊκής προβληματικής, ήταν αυτή ακριβώς η εμπλοκή κάθετης και οριζόντιας διάστασης.

Κατά κάποιον τρόπο, η αντιπαλότητα και το ανταγωνιστικό κλίμα που είχε καλλιεργήσει η Ευρώπη προς το μεγάλο Χόλυγουντ, ήταν ένα παιχνίδι που ποτέ δεν άρχισε επί ίσοις όροις. Η κατακερματισμένη Ευρώπη δεν μπορούσε να ταυτιστεί με την ομοιογένεια του αμερικάνικου τοπίου, εκεί όπου η γλώσσα και οι νόμοι, έμοιαζαν απόλυτα εναρμονισμένοι, από την μια άκρη της χώρας, στην άλλη (Mas Ribés, 2007).

Στον αντίποδα, ο αναπόφευκτος τοπικισμός των ευρωπαϊκών χωρών και η απουσία μιας κοινής γλώσσας, περιόρισαν το ενδεχόμενο διεθνών συμφωνιών εντός της Ευρώπης, ενώ και η χρήση διαφορετικών, εγχώριων τακτικών παραγωγής, διανομής και εκμετάλλευσης (Mas Ribés, 2007), δημιούργησαν επιπλέον ρωγμές στο ήδη εύθραυστο, βιομηχανικό οικοδόμημα.

Σχήμα 4: Σύγκριση αριθμού ταινιών που παράγονται και διανέμονται στην Ε.Ε (1998-2008/ανά παραγωγικό έτος)



Πηγή: *Statistical Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector, 2012 (αναδημοσίευση)*

Επιστρέφοντας στην δεκαετία του '80, αξίζει να αναφέρουμε πως στο σύνολό της αποτέλεσε έναν από τους πιο κομβικούς σταθμούς στην ιστορία της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής βιομηχανίας, καθώς παρά τις όποιες αντιξοότητες, ο οπτικοακουστικός τομέας βρέθηκε στο προσκήνιο της ευρωπαϊκής πολιτικής-ιδιαίτερα από τα τέλη του 1980-με μια σειρά από δράσεις που στόχευαν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οπτικοακουστικής βιομηχανίας και της εδραίωσής της, ως μια εκ των σημαντικότερων αγορών σε διεθνές επίπεδο.

Προοδευτικά για την Ε.Ε, δυο υπήρξαν οι βασικότεροι στόχοι για την ανάδειξη μιας ενιαίας αγοράς υπηρεσιών, οπτικοακουστικών μέσων: «πρώτον, η δημιουργία ενός αμιγώς επικοινωνιακού και ταυτόχρονα ανταγωνιστικού ευρωπαϊκού πεδίου και δεύτερον, η εφαρμογή μιας στρατηγικής που θα ενισχύει την ανταγωνιστικότητα της ευρωπαϊκής οπτικοακουστικής παραγωγής», (Παπαθανασόπουλος, 2005: 248).

Για τους λόγους αυτούς, η κατάργηση των εμποδίων στην ελεύθερη κυκλοφορία των υπηρεσιών μεταξύ των κρατών μελών, η διασφάλιση του ανόθευτου ανταγωνισμού, η θέσπιση μέτρων για την μετάβαση από τις εθνικές αγορές σε μια κοινή αγορά παραγωγής και διανομής προγραμμάτων, καθώς και η χρήση των διασυνοριακών εκπομπών μέσω ποικίλων τεχνολογιών, ως μέσο για την επίτευξη του

πολυπλόητου οπτικοακουστικού εκσυγχρονισμού, αποτέλεσαν μερικές μόνο από τις βασικότερες επιδιώξεις της Ένωσης, όπως αυτές κατοχυρώθηκαν στην Οδηγία του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την *Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα*, η οποία ψηφίστηκε στις 3 Οκτωβρίου του 1989.

Έχοντας έκτοτε υποβληθεί σε επανειλημμένες τροποποιήσεις, η ισχύουσα σήμερα Οδηγία 2010/13 Ε.Ε, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου «για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων» (η οποία αντικατέστησε την 89/552/ΕΟΚ- *Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα*- «για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων»), περιλαμβάνει ένα ευρύτερο σύνολο διατάξεων που δεν περιορίζεται μόνο στον χώρο των τηλεοπτικών υπηρεσιών και «την εξάλειψη των τεχνικών περιορισμών που αντιβαίνουν στην δημιουργία της ελεύθερης αγοράς, της κυκλοφορίας και της προσφοράς τηλεοπτικών υπηρεσιών στα κράτη μέλη» (Παπαθανασόπουλος, 2005: 252).

Η νέα Οδηγία για τις Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων επιδιώκει με την σειρά της, την πραγμάτωση του στόχου της Ένωσης περί της ολοκλήρωσης της ενιαίας αγοράς, με όχημα την ενίσχυση της τηλεοπτικής και της οπτικοακουστικής βιομηχανίας της Ευρώπης. Μέσα εξάλλου από την επίδραση της τεχνολογικής ανάπτυξης, της επικοινωνιακής παγκοσμιοποίησης και της σύγκλισης των μέσων, το περιεχόμενο της νέας Οδηγίας λειτουργεί ως το ιδανικό εφαλτήριο, για την αποτελεσματικότερη προώθηση της ολοκληρούμενης ενιαίας αγοράς.

Ως αναπόσπαστο κομμάτι της ευρωπαϊκής πολιτικής για την διασφάλιση μιας δυναμικής οπτικοακουστικής παράδοσης και κληρονομιάς, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος αποτελεί ένα άκρως λειτουργικό «γρανάζι» του ενωσιακού μηχανισμού, επιδιώκοντας μεταξύ άλλων, την ενθάρρυνση της παραγωγής και της διανομής ταινιών, την προώθηση, σε διεθνές επίπεδο, των ευρωπαϊκών έργων και παραγωγών, καθώς και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της αγοράς.

Με το ευρωπαϊκό κοινό να εξακολουθεί να καταναλώνει πρωτίστως αμερικάνικες ταινίες, λιγότερο ταινίες που έχουν παραχθεί στην χώρα του και ελάχιστα ταινίες από άλλα ευρωπαϊκά κράτη (Παναγοπούλου, 2009), η ίδρυση του Eurimages και η θέσπιση του προγράμματος MEDIA μαζί με μια σειρά άλλων υπο-προγραμμάτων και δράσεων, κατέστη επιτακτική, με την Ε.Ε να αναγνωρίζει και

επίσημα, την σημαντικότητα προάσπισης και κυρίως ενίσχυσης της οπτικοακουστικής της βιομηχανίας.

3.2 Ευρωπαϊκή Ακαδημία Κινηματογράφου

Το 1988 δόθηκαν στο δυτικό Βερολίνο τα πρώτα ευρωπαϊκά βραβεία κινηματογράφου, στα πλαίσια της πρωτοβουλίας του Volker Hassemer, γερουσιαστή πολιτισμού του Βερολίνου.

Η επίσημη ίδρυση, έναν χρόνο μετά, της Ευρωπαϊκής Κινηματογραφικής Κοινότητας (που το 1991 μετονομάστηκε σε Ευρωπαϊκή Ακαδημία Κινηματογράφου), πραγματοποιήθηκε υπό τον προεδρεύοντα Ingmar Bergman σε ένα ολότελα διαφορετικό κοινωνικοπολιτικό κλίμα, με το τείχος του Βερολίνου να αποτελεί πλέον παρελθόν και την κινηματογραφική αφρόκρεμα της Ευρώπης να χαιρετίζει το δημιουργικό παρόν και μέλλον του ευρωπαϊκού κινηματογράφου.

Η προώθηση της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής κληρονομιάς και η γεφύρωση του χάσματος μεταξύ «δημιουργίας» και «βιομηχανίας» (Cowie & Edelman, 2007: 328), αποτέλεσε πρωταρχικό μέλημα για την Ευρωπαϊκή Ακαδημία Κινηματογράφου, η οποία σήμερα αριθμεί χιλιάδες μέλη επαγγελματίες του χώρου, από σεναριογράφους, σκηνοθέτες και ηθοποιούς, μέχρι φωτογράφους, δημοσιογράφους και παραγωγούς.

Με την χρηματοδότηση της Ακαδημίας να βασίζεται σε ένα μεγάλο ποσοστό στο πρόγραμμα MEDIA, γίνεται εμφανής και η τεράστια πολιτιστική συμβολή της στην ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας και την προάσπιση της ευρωπαϊκής κουλτούρας.

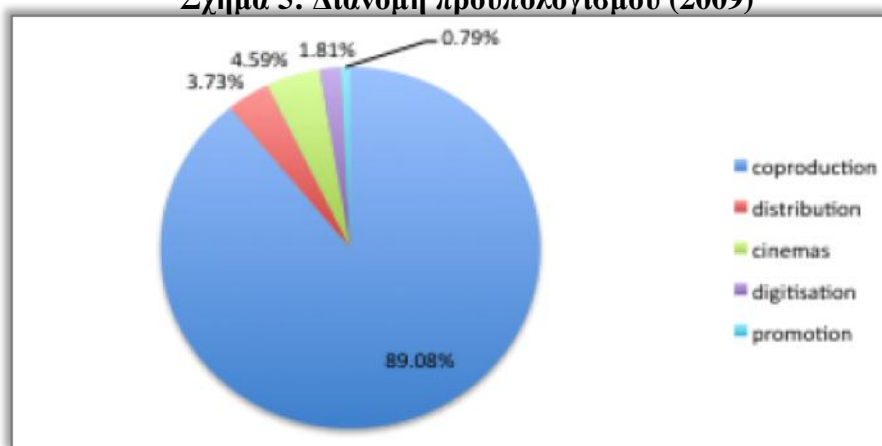
3.3 Eurimages

Η δημιουργία του ταμείου Eurimages του Συμβουλίου της Ευρώπης, που ιδρύθηκε το 1989, κρίθηκε καθοριστική για την περαιτέρω υποστήριξη του

ευρωπαϊκού, οπτικοακουστικού τομέα, ιδιαίτερα σε ότι αφορούσε στον πυρήνα της κινηματογραφικής βιομηχανίας: συμπαραγωγές, διανομή και προβολή.

Με έναν ετήσιο προϋπολογισμό της τάξεως των 25 εκατομμυρίων ευρώ, το Eurimages είναι υπεύθυνο για την οικονομική ενίσχυση των μεγάλου μήκους ταινιών, animation και ντοκιμαντέρ, ενθαρρύνοντας παράλληλα και την συνεργασία μεταξύ των Ευρωπαίων παραγωγών, πρωτοβουλίες εξαιρετικά σημαντικές για την εύρυθμη λειτουργία του κινηματογραφικού οικοδομήματος.

Σχήμα 5: Διανομή προϋπολογισμού (2009)



Πηγή: *Statistical Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector, 2012 (αναδημοσίευση)*

Πιο συγκεκριμένα το πρόγραμμα του Eurimages περιλαμβάνει την δραστηριοποίησή του σε τέσσερις βασικούς τομείς: στις κινηματογραφικές συμπαραγωγές, στην διανομή και στην προβολή, ενώ τα τελευταία χρόνια μεριμνά και για τον ψηφιακό εξοπλισμό των κινηματογραφικών αιθουσών.

Αξίζει να σημειώσουμε πως το θέμα της προβολής των ταινιών αποκτά μεγαλύτερη βαρύτητα, καθώς το ταμείο ενδιαφέρεται εξίσου για τον τρόπο εκμετάλλευσης και προβολής των ταινιών στις χώρες που δεν έχουν πρόσβαση στο πρόγραμμα MEDIA. Παράλληλα στηρίζει τις πρωτοβουλίες των κινηματογράφων που προωθούν τα ευρωπαϊκά έργα και ενθαρρύνει την δημιουργία ενός ευρωπαϊκού δικτύου συνεργασίας μεταξύ διανομέων και εκθετών, με άλλους ευρωπαϊκούς οργανισμούς που χρηματοδοτούν τις κινηματογραφικές αίθουσες.

**Πίνακας 2: Περιληπτική έκθεση των δραστηριοτήτων
του Ταμείου Eurimages**

Support Programme	Share of the total amount attributed	Total amount attributed
Co-production	92.11%	€22 520 000 was awarded to European producers for 72 European co-productions . 60% of projects submitted were supported.
Distribution	3.46%	€846 468 was allocated to the new distribution support programme which became effective on 22 April 2013.
Theatres (programme support)	2.97%	€725 000 was allocated to the Eurimages/Europa Cinémas network which now includes 45 theatres .
Theatres (digital equipment support)	0.46%	€111 628 was allocated for digital equipment for theatres in the Eurimages network. Three screens were subsidised.
Promotion	1 %	€244 851 was allocated for promotional activities, The Eurimages Prize for co-production (EFA) , The Eurimages Prize Co-production Development Award , The FACE Award , Odyssey-Council of Europe Prize , presence in Cannes and Berlin, etc ...

Πηγή: Council of Europe, 2013

Χαρακτηριστικό είναι πως το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού χρησιμοποιείται στο κομμάτι των παραγωγών και των συμπαραγωγών. Όπως φαίνεται και στον παραπάνω πίνακα, το 2013 το 92.11% του προϋπολογισμού χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση 72 ευρωπαϊκών συμπαραγωγών, με τον υπόλοιπο να καλύπτει έξοδα διανομής (3.46%), υποστήριξης κινηματογράφων (2.97%), προώθησης (1%) και ψηφιακού εξοπλισμού αιθουσών (0.46%).

Κρίνοντας εκ του αποτελέσματος, πράγματι «ο μηχανισμός στήριξης είναι πάνω απ' όλα η ενίσχυση της συμπαραγωγής ποιοτικών ταινιών» (Lange, 1989: 253).

3.4 MEDIA I (1991-1995)

Η μέριμνα για τον χώρο των ευρωπαϊκών οπτικοακουστικών, όπως ξεκίνησε από τα μέσα του '80, εκτεινόταν όπως φάνηκε σε δυο διαφορετικές, αλλά ταυτόχρονα αλληλοεξαρτώμενες δράσεις.

Αναφέραμε ήδη πως η πρώτη αφορούσε στον καθορισμό του ρυθμιστικού περιεχομένου των οπτικοακουστικών, όπως αυτό αναπτύχθηκε μέσω της Οδηγίας για την «Τηλεόραση Χωρίς Σύνορα», η οποία έθεσε ως βασικό στόχο την διαφύλαξη της ελεύθερης κυκλοφορίας των ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά, λαμβάνοντας παράλληλα μέτρα, υπέρ της προστασίας του καταναλωτή, των

ανηλίκων και της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

Η δεύτερη ενέργεια επικεντρωνόταν στην οικονομική υποστήριξη της οπτικοακουστικής βιομηχανίας, με την βοήθεια του MEDIA (Mesures pour Encourager le développement de l' Industrie audiovisuelle), του κοινοτικού προγράμματος που ανέλαβε να συμπληρώσει τις εθνικές ενισχύσεις των κρατών για την οπτικοακουστική βιομηχανία, παρεμβαίνοντας ταυτόχρονα σε τομείς που βρίσκονταν εκτός της εθνικής πρωτοβουλίας, όπως η διεθνική κυκλοφορία των ευρωπαϊκών έργων στην Ευρώπη (Παπαγιαννακοπούλου, 2003).

Το πρόγραμμα MEDIA πραγματοποιήθηκε σε τέσσερις, χρονικά κύκλους: MEDIA I (1991-1995), MEDIA II (1996-2000), MEDIA Plus (2001-2006), MEDIA 2007 (2007-2013), προσανατολισμένο κάθε φορά στις απαιτήσεις της εποχής, τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις εκάστοτε δυνατότητες οικονομικής ενίσχυσης. Παράλληλα υπήρξε μέριμνα και για την δημιουργία ενός υπεύθυνου προγράμματος για την συνεργασία της Ευρώπης με τρίτες χώρες, του MEDIA Mundus (2011-2013). Τα τελευταία χρόνια η Ένωση έχει προσανατολίσει εκ νέου τις προσπάθειές της στην ενδυνάμωση του ευρύτερου πολιτιστικού τομέα της Ευρώπης, με την υιοθέτηση του προγράμματος Creative Europe (2014-2020).

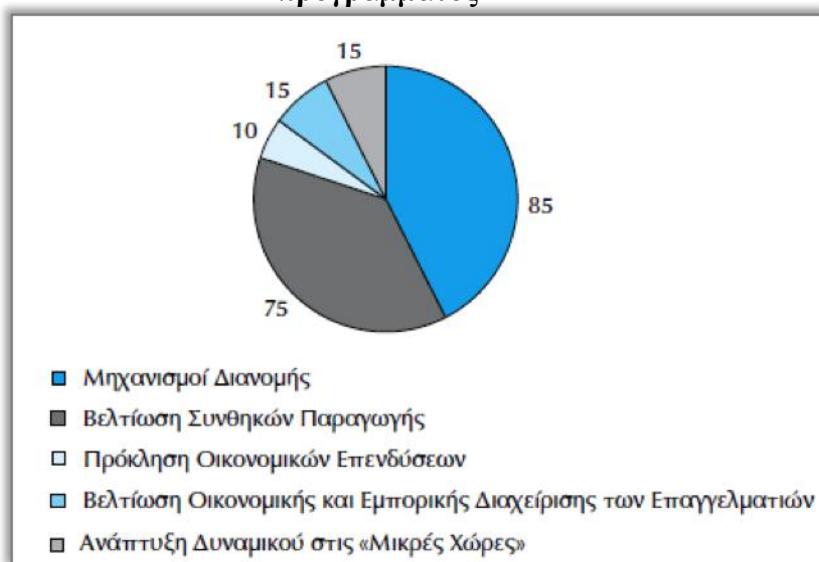
Παρά το γεγονός πως κάθε 'κύκλος' χαρακτηριζόταν από την πραγμάτωση των δικών του χρονικά, σκοπών, εντούτοις το πρόγραμμα χαρακτηρίστηκε στο σύνολό του, από μια σύμπνοια ως προς τους επιδιωκόμενους σκοπούς που περιελάμβαναν τα εξής:

- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής οπτικοακουστικής βιομηχανίας, μέσω της ανάπτυξης, της παραγωγής, της διανομής και της προώθησης των ευρωπαϊκών έργων
- Διεκδίκηση μιας κεντρικής θέσης της ευρωπαϊκής βιομηχανίας των οπτικοακουστικών, σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο
- Ανάπτυξη και χρήση νέων τεχνολογιών
- Ενίσχυση της ανεξάρτητης παραγωγής (κυρίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων)
- Ενδυνάμωση του οπτικοακουστικού τομέα χωρών και περιφερειών με περιορισμένη παραγωγή
- Ανάδειξη και προστασία της ευρωπαϊκής, πολιτιστικής κληρονομιάς

Αφού διάνυσε μια πειραματική περίοδο από το 1986 μέχρι και το 1990, (όταν και ψηφίστηκε από την Ε.Ε ως επίσημο πλέον, κοινοτικό πρόγραμμα), το MEDIA I σηματοδότησε την αφετηρία της οργανωμένης προσπάθειας της Ένωσης, για την ανάπτυξη της οπτικοακουστικής βιομηχανίας, λαμβάνοντας 200 εκατομμύρια ευρώ ως προϋπολογισμό για την ικανοποίηση των στόχων του.

Η πρώτη φάση της λειτουργίας του προγράμματος, ως αναγνωρισμένο πια κοινοτικό σχέδιο, κάλυπτε ένα ευρύτερο φάσμα δράσεων, που περιελάμβανε την συμβολή του στην δημιουργία ενός ευνοϊκού πλαισίου συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων των ευρωπαϊκών κρατών, τον πολλαπλασιασμό των ενδοευρωπαϊκών ανταλλαγών ταινιών και των οπτικοακουστικών προγραμμάτων για την ενίσχυση του συστήματος διανομής, την βελτίωση της οπτικοακουστικής παραγωγής και διανομής στην παγκόσμια αγορά, την πρόσβαση και την χρήση νέων τεχνολογιών, καθώς και την εναρμόνιση της συνεργασίας μεταξύ κοινοτικού και εθνικού πλαισίου (Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 1990).

Σχήμα 6: Κατανομή προϋπολογισμού προγράμματος MEDIA



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, *Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003* (αναδημοσίευση)

Το MEDIA I περιελάμβανε 19 υποπρογράμματα για την ενίσχυση των τηλεοπτικών και κυρίως, των κινηματογραφικών παραγωγών, όπως το EUROPA CINEMAS (1992), το πρώτο διεθνές κινηματογραφικό δίκτυο για την κυκλοφορία

των ευρωπαϊκών ταινιών, με στόχο την ενθάρρυνση της κινηματογραφικής παραγωγής και διανομής των ευρωπαϊκών φιλμ, καθώς και το υποπρόγραμμα SCRIPT, για την υποστήριξη συγγραφής του κινηματογραφικού σεναρίου.

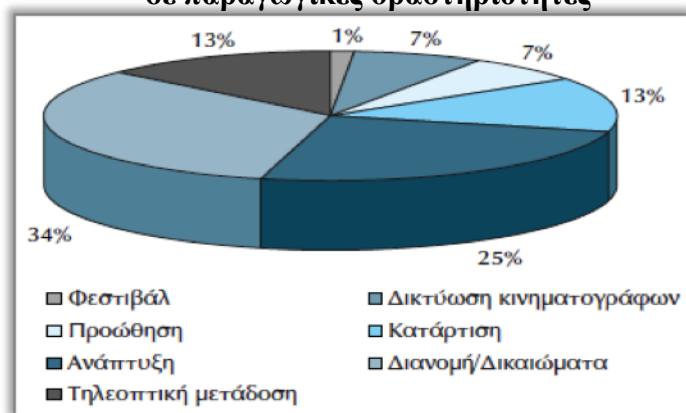
Ενδεικτικό της τεράστιας συμβολής του προγράμματος MEDIA στην ευρωπαϊκή, κινηματογραφική βιομηχανία, ήταν το γεγονός, πως το 2009, το 54% των νέων ταινιών που προβλήθηκαν στις ευρωπαϊκές αίθουσες, αποτέλεσαν εγχώριες παραγωγές (Πολιτιστικός και Οπτικοακουστικός Τομέας, 2013).

3.5 MEDIA II (1996-2000)

Το MEDIA I προσέφερε τα πρώτα κίνητρα για συμπαραγωγές και συνεργασίες μεταξύ των επαγγελματιών της Ευρώπης, ανοίγοντας έτσι οριστικά τον δρόμο για την εκμετάλλευση των ευκαιριών της ενιαίας αγοράς στον τομέα του κινηματογράφου και της τηλεόρασης, προετοιμάζοντας παράλληλα το έδαφος για την έλευση του προγράμματος MEDIA II.

Με έναν προϋπολογισμό 310 εκατομμυρίων ευρώ, οι στόχοι του MEDIA II για την πενταετία 1996-2000, επικεντρώθηκαν κυρίως σε δυο τομείς: στην ανάπτυξη και την διανομή των ευρωπαϊκών ταινιών (development and distribution), αλλά και στην κατάρτιση των επαγγελματιών (training).

**Σχήμα 7: Χρηματοδότηση MEDIA II (1996-2000)
σε παραγωγικές δραστηριότητες**

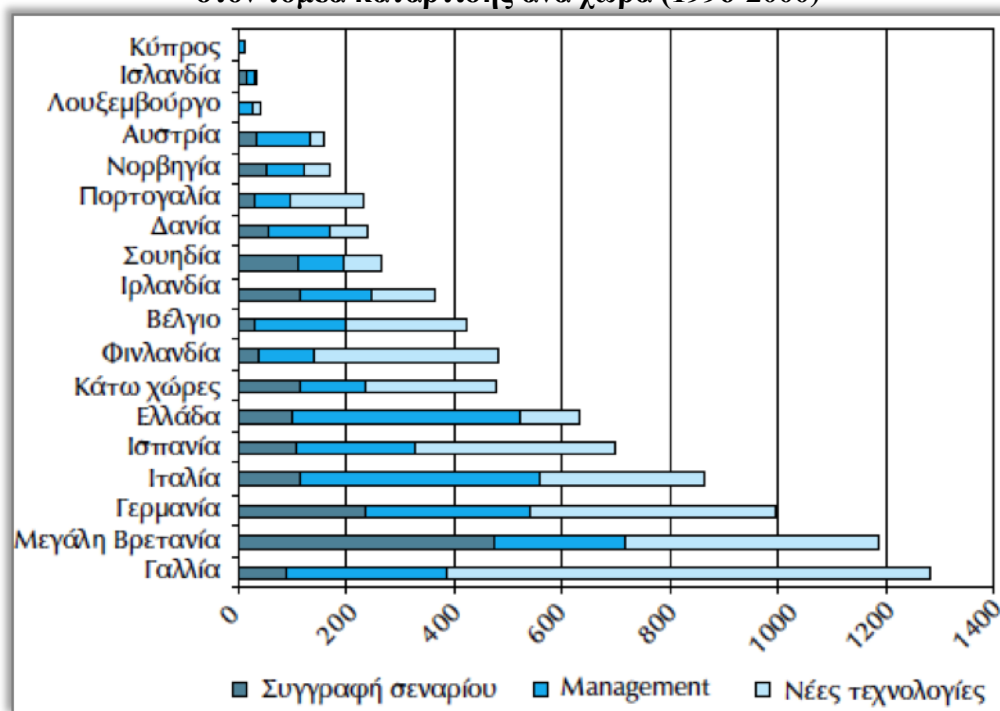


Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Το MEDIA II development and distribution αφορούσε στην «ανάπτυξη προτάσεων και στην δικτύωση ανεξάρτητων εταιρειών παραγωγής που επιδίωκαν να δραστηριοποιηθούν τόσο στην ευρωπαϊκή, όσο και στην διεθνή αγορά, ενσωματώνοντας νέες τεχνολογικές τεχνικές, που θα ενίσχυαν την οπτικοακουστική κληρονομιά της Ευρώπης» (Μωραΐτης, 1996: 88). Παράλληλα δόθηκε έμφαση και στην διακρατική κυκλοφορία των ευρωπαϊκών ταινιών, μέσα από την συνεργασία των Ευρωπαίων διανομέων.

Η βελτίωση των δεξιοτήτων και της κατάρτισης των επαγγελματιών του χώρου, πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια του MEDIA II training, λαμβάνοντας για τον σκοπό αυτό, χρηματική ενίσχυση ύψους 45 εκατομμυρίων ευρώ.

Σχήμα 8: Αριθμός συμμετεχόντων επαγγελματιών στον τομέα κατάρτισης ανά χώρα (1996-2000)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003(αναδημοσίευση)

Από το 1992 ξεκίνησε την παράλληλη δράση του και το MEDIA Salles, ένα σχέδιο ενταγμένο στην λειτουργία του προγράμματος MEDIA, σε συνεργασία με την ιταλική κυβέρνηση.

Υπό το κανονιστικό πρίσμα του προγράμματος MEDIA, το MEDIA Salles επικεντρώθηκε στην υλοποίηση ενός τριπλού στόχου που περιελάμβανε

πρωτοβουλίες για την εκπαίδευση των επαγγελματιών του χώρου, την προώθηση και την προβολή των ευρωπαϊκών έργων, καθώς και την δυνατότητα εκτενούς πληροφόρησης γύρω από τις υπηρεσίες του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, με την ετήσια έκδοση του European Cinema Yearbook.

Η δράση του προγράμματος κρίθηκε τελικά θετική, μιας που η ύπαρξη ενός χρηματοδοτικού προγράμματος για την οπτικοακουστική βιομηχανία που να επικεντρώνεται στην ενίσχυση του πυρήνα της αγοράς-ανάπτυξη, διανομή, κατάρτιση-δικαιολογείται απόλυτα από την οικονομική πορεία του πεδίου (Παπαθανασόπουλος, 2005). Εξάλλου, αν κάτι απέδειξε το MEDIA II, είναι πως σε έναν χώρο (όπως η παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών), όπου η δημόσια ή η θεσμική παρέμβαση θεωρούνται γενικά απαγορευτικές, κατάφερε να λειτουργήσει στα πλαίσια μιας εναλλακτικής, θεσμικής πρωτοβουλίας, προτάσσοντας κυρίως την ευρωπαϊκή προοπτική του όλου εγχειρήματος (Maggiore,1990).

Πίνακας 3: Αποτελέσματα MEDIA II
Ποσοτικά στοιχεία για την πενταετία 1996-2000

<p>ΑΝΑΠΤΥΞΗ</p> <p>Ανάπτυξη 1.714 ευρωπαϊκών έργων (ταινίες, τηλεταινίες, ντοκιμαντέρ, κινούμενα σχέδια, πολυμέσα), από τα οποία ωφελήθηκαν 1.178 ευρωπαϊκές εταιρείες, κυρίως μικρομεσαίες.</p> <p>Υποστήριξη στο στάδιο της ανάπτυξης 281 ευρωπαϊκών εταιρειών παραγωγής.</p> <p style="text-align: center;">70,4 εκατ. €</p>	<p>ΔΙΑΝΟΜΗ / ΜΕΤΑΔΟΣΗ & ΠΡΩΘΗΣΗ</p> <p>Υποστήριξη για 1.930 σχέδια διανομής. Το διάστημα 1996-2000 ο αριθμός των ευρωπαϊκών ταινιών που διανεμήθηκαν εκτός της χώρας παραγωγής τους διπλασιάστηκε (από 246 ταινίες το 1996 σε 499 το 2000).</p> <p>Έκδοση και διανομή 238 καταλόγων οπτικοακουστικών έργων βίντεο και πολυμέσων.</p> <p>Δημιουργία και εμπορευματοποίηση 93 καταλόγων ευρωπαϊκών τηλεοπτικών έργων.</p> <p style="text-align: right;">94,4 εκατ. €</p> <hr/> <p>Υποστήριξη για τη μετάδοση 362 τηλεοπτικών προγραμμάτων (μυθοπλασία, ντοκιμαντέρ, κινούμενα σχέδια).</p> <p style="text-align: right;">37,2 εκατ. €</p> <hr/> <p>Υποστήριξη για 356 κινηματογράφους, που προβάλλουν μία πλειάδα ευρωπαϊκών ταινιών σε ένα κοινό 75 εκατομμυρίων θεατών.</p> <p style="text-align: right;">20,7 εκατ. €</p> <hr/> <p>Υποστήριξη 50 εκδηλώσεων και επαγγελματικών αγορών.</p> <p>Ετήσια υποστήριξη για 64 φεστιβάλ ταινιών που παρουσίασαν 7.500 ευρωπαϊκά έργα, αναδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τη δημιουργικότητα αλλά και τη διαφορετικότητα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, σε ένα κοινό που αριθμεί περισσότερα από 2.000.000 άτομα.</p> <p style="text-align: right;">23 εκατ. €</p>
<p style="text-align: center;">ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ</p> <p>Υποστήριξη για 186 δράσεις κατάρτισης στις οποίες συμμετείχαν 8.500 επαγγελματίες.</p> <p style="text-align: right;">37 εκατ. €</p>	

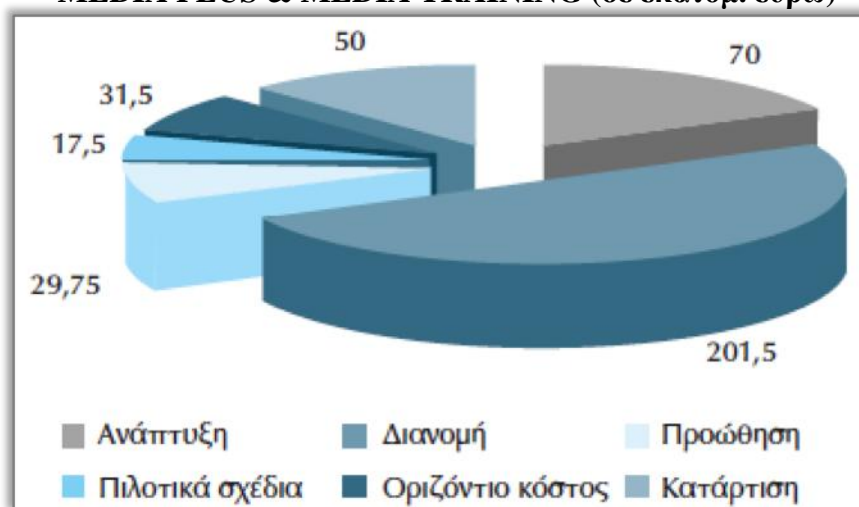
Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003(αναδημοσίευση)

3.6 MEDIA Plus (2001-2006)

Μετά το πέρας του MEDIA II, η Ε.Ε δεν απομακρύνθηκε από τις επιδιώξεις της για την ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας της οπτικοακουστικής βιομηχανίας. Αντιθέτως φάνηκε να εκμοντερνίζει το νέο της πρόγραμμα MEDIA Plus, το οποίο επρόκειτο να προσαρμοστεί στις νέες ανάγκες της εποχής και να ενισχυθεί περαιτέρω οικονομικά, κατά ένα ποσοστό της τάξεως του 30%.

Μένοντας πιστό στους γενικούς του προσανατολισμούς, το MEDIA Plus υιοθετήθηκε με βάση την Απόφαση 2000/821 του Συμβουλίου και με αρχική πρόθεση την υλοποίηση των επιδιώξεών του (ανάπτυξη, διανομή, προώθηση και μετάδοση), μέχρι τον Δεκέμβριο του 2005. Τελικά και κατόπιν αποφάσεως του Συμβουλίου των Υπουργών, το πρόγραμμα συνεχίστηκε μέχρι τον Δεκέμβριο του 2006, συμπεριλαμβάνοντας και το MEDIA training.

Σχήμα 9: Κατανομή προϋπολογισμού Προγράμματος MEDIA PLUS & MEDIA TRAINING (σε εκατομ. ευρώ)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Το MEDIA Plus προσανατολίστηκε από την αρχή κιάλας, στην υιοθέτηση νέων τακτικών που θα ήταν σε θέση να ενσωματώσουν την, ολοένα και αναπτυσσόμενη, ψηφιακή τεχνολογία, λαμβάνοντας υπόψη τα δεδομένα της «νέας οικονομίας», αλλά και της παγκόσμιας διάστασης της αγοράς.

Τα χρηματοδοτικά προγράμματα της Ε.Ε όφειλαν να ανταποκριθούν στις

ταχύτατες τεχνολογικές εξελίξεις της νέας χιλιετίας, με αποτέλεσμα το MEDIA Plus να αναδυθεί ως η καταλληλότερη ευκαιρία για την διεύρυνση του πεδίου των οπτικοακουστικών στους τομείς των “multimedia” και της διαδικτυακής διαδραστικότητας.

Σύμφωνα με την Viviane Reding, μέλος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 2000, και υπεύθυνη Εκπαίδευσης και Πολιτισμού, το MEDIA Plus εμφανίστηκε τόσο ως πρόγραμμα ενδυνάμωσης των ήδη υπαρκτών μηχανισμών στήριξης της κινηματογραφικής βιομηχανίας, όσο και ως ένα πρόγραμμα ικανό να συστήσει νέους μηχανισμούς και πιλοτικά σχέδια που θα κινητοποιούσαν την δράση των παραγωγών και των διανομέων στην νέα ψηφιακή εποχή. Αυτό πρακτικά σήμαινε *«ενίσχυση της διαδικτυακής διανομής, ψηφιοποίηση του Ευρωπαϊκού αρχείου προγραμμάτων και ενίσχυση της οπτικοακουστικής κληρονομιάς»* (Reding, 2000: 1).

Από τα τέλη της δεκαετίας του '90 αρχίζει να γίνεται ξεκάθαρο, πως η σταδιακή πρόοδος της ευρωπαϊκής, οπτικοακουστικής βιομηχανίας βασίζεται στον συνδυασμό του ιδιαίτερου ρόλου των ηλεκτρονικών μέσων και της εξισορρόπησης μεταξύ των δυνάμεων της αγοράς και του δημόσιου συμφέροντος (Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, 2003). Την ίδια στιγμή, ο ρόλος του MEDIA Plus διευρύνεται υπό το πρίσμα των αναγκών της νέας, ψηφιακής εποχής, προάγοντας την παραγωγή και την μετάδοση κινηματογραφικών και τηλεοπτικών προϊόντων, μέσω της χρήσης των νέων αυτών τεχνολογιών.

Θεμελιώδης στόχος του νέου προγράμματος ήταν, μεταξύ άλλων, η ενίσχυση της διακρατικής κυκλοφορίας των ευρωπαϊκών έργων, γεγονός που θα βοηθούσε στην αποτελεσματικότερη διανομή των έργων αυτών, με γνώμονα την εμφάνιση νέων, οπτικοακουστικών υπηρεσιών. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε και η πρόταση της Επιτροπής για την προστασία των ευρωπαϊκών ταινιών, έναντι των αμερικάνικων, με την θέσπιση μηχανισμών στήριξης των διανομέων, στα πλαίσια επαναπροσανατολισμού του κεφαλαίου για την ανάπτυξη της ευρωπαϊκής παραγωγής.

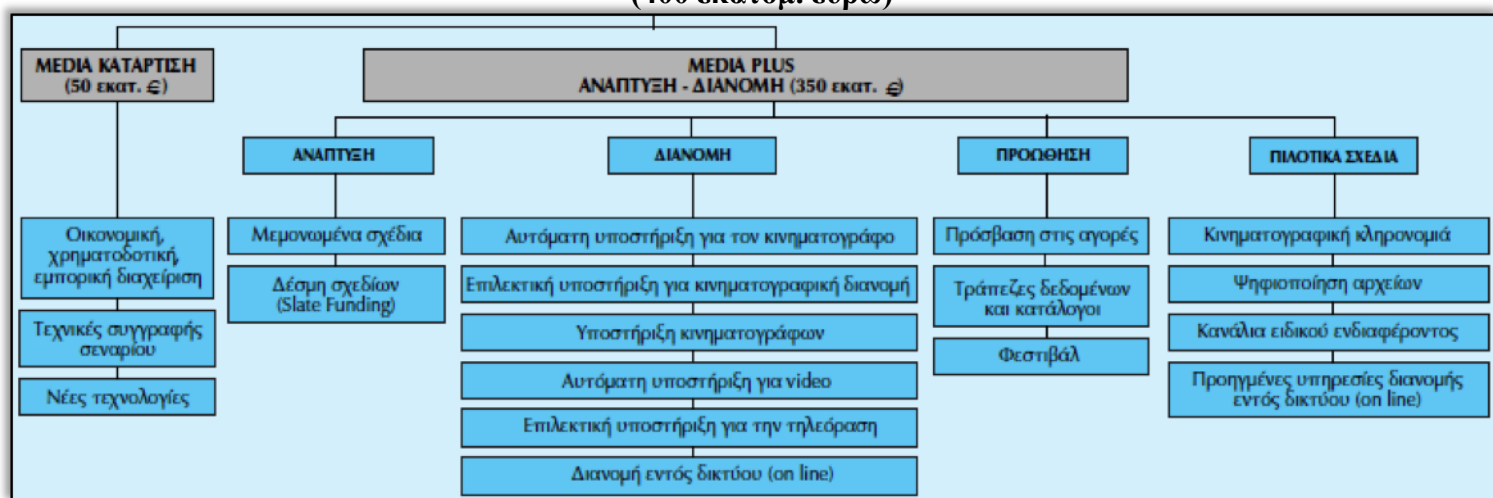
Εξίσου σημαντική θέση στο πρόγραμμα κατείχε και το κομμάτι της προώθησης των έργων, με αφετηρία την προάσπιση της πολιτιστικής κληρονομιάς και την ισχυροποίηση της παρουσίας των ευρωπαϊκών ταινιών στα μεγάλα φεστιβάλ και στις διεθνείς αγορές.

Μέσα σε ένα ανανεούμενο περιβάλλον διαρκών εξελίξεων, το MEDIA Plus έθεσε σε εφαρμογή και το πρόγραμμα MEDIA training, για την εκπαίδευση και την

κατάρτιση των επαγγελματιών του οπτικοακουστικού χώρου, επιδιώκοντας παράλληλα την συνεργασία με λοιπές πρωτοβουλίες, όπως το e-Europe, καθώς και την ενίσχυση συγκεκριμένων τομέων του χώρου, όπως το σενάριο και το μάρκετινγκ (Reding, 2000). Μεταξύ άλλων περιελάμβανε την βελτίωση της γνώσης για τις νέες τεχνολογίες, ως προς την παραγωγή και την διανομή των οπτικοακουστικών έργων, μαθήματα μάρκετινγκ και διοίκησης επιχειρήσεων, καθώς και την συνεργασία και την ανταλλαγή τεχνογνωσίας μεταξύ εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και λοιπών επιχειρήσεων.

Με έναν συνολικό προϋπολογισμό της τάξεως των 400 εκατομμυρίων ευρώ, το MEDIA Plus ενέτεινε τις προσπάθειες προώθησης των κινηματογραφικών έργων, ενθάρρυνε την γλωσσική πολυμορφία και την μετάβαση στην ψηφιακή εποχή, καθώς και την προαγωγή, μέσω της οικονομικής ενίσχυσης προτάσεων και έργων που προέρχονταν από ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

Πίνακας 4: Δομή Προγράμματος MEDIA PLUS (2001-2005)
(400 εκατομ. ευρώ)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Επιπρόσθετα, ιδιαίτερο ρόλο φάνηκε να διαδραματίζει και το Ψήφισμα του Συμβουλίου για την εθνική ενίσχυση των οπτικοακουστικών μέσων, τον Φεβρουάριο του 2001, που ανανέωσε το ενδιαφέρον για τις εθνικές πρακτικές, υπερτονίζοντας την πολιτιστική χροιά της κινηματογραφικής βιομηχανίας και την ανάγκη διαφύλαξης της πολιτιστικής ποικιλίας, μέσω ακριβώς αυτής της εθνικότητας.

Διαρθρωτικά προβλήματα όπως, «η ανεπαρκής κεφαλαιοποίηση των

επιχειρήσεων, ο κατακερματισμός των εθνικών αγορών στις οποίες κυριαρχούν οι μη ευρωπαϊκές παραγωγές και η μικρή διεθνική κυκλοφορία των ευρωπαϊκών έργων» (Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2001: C73/3), ήταν δυνατόν να αντιμετωπιστούν μόνο με την ικανοποιητική παρουσία ευρωπαϊκών και εθνικών συστημάτων στήριξης. Με τον τρόπο αυτό, οι εθνικές ενισχύσεις δεν περιθωριοποιούνται, ούτε κατηγορούνται για εγχώριο ελιτισμό, αλλά αποτελούν απαραίτητο συστατικό μιας ισορροπημένης ευρωπαϊκής αγοράς, οπτικοακουστικών μέσων.

3.7 Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου

Εκτός από το πρόγραμμα MEDIA και την δημιουργία του Eurimages, η Σύσταση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ένωσης (σχετικά με την κινηματογραφική κληρονομιά και την ανταγωνιστικότητα των συναφών δραστηριοτήτων της κινηματογραφικής βιομηχανίας) της 16^{ης} Νοεμβρίου 2005, κατέδειξε την αξία της κινηματογραφικής βιομηχανίας για το ευρωπαϊκό οπτικοακουστικό οικοδόμημα, τονίζοντας μεταξύ άλλων πως η συγκεκριμένη σύσταση αποσκοπεί στην αξιοποίηση του βιομηχανικού και πολιτιστικού δυναμικού της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής κληρονομιάς, μέσω της ενθάρρυνσης της καινοτομίας, της έρευνας και της τεχνολογικής υποστήριξης στον τομέα της συντήρησης και της αποκατάστασης των κινηματογραφικών έργων.

Η σημαντικότητα, εξάλλου, της κινηματογραφικής βιομηχανίας, είναι ζωτικής σημασίας για τον ευρωπαϊκό χώρο, λόγω της πολλαπλής της επιρροής σε τομείς, όπως ο πολιτισμικός, ο οικονομικός, καθώς και ο τομέας δημιουργίας θέσεων απασχόλησης (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2005).

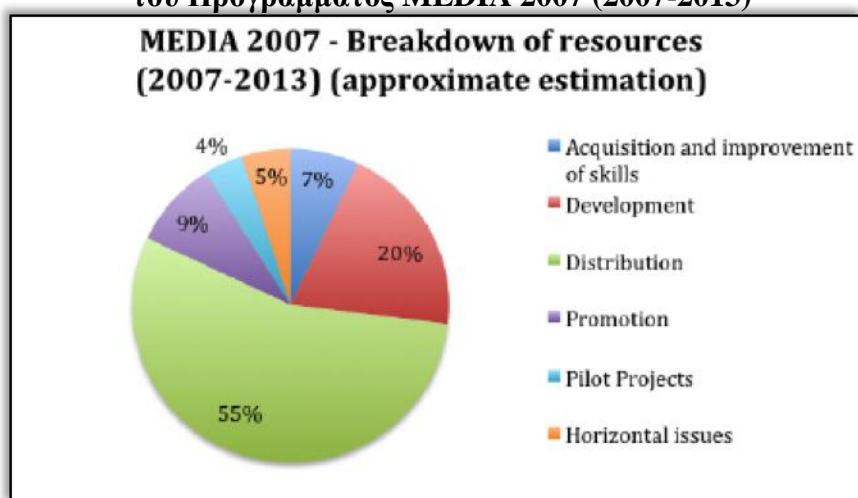
3.8 MEDIA 2007 (2007-2013)

Το MEDIA 2007 ανέλαβε να συνεχίσει το κοινοτικό έργο που τέθηκε σε εφαρμογή από το 1991 με τα πρώτα προγράμματα MEDIA, με στόχο την ανάπτυξη του οπτικοακουστικού κλάδου.

Με τον προϋπολογισμό του να ανέρχεται σε 755 εκατομμύρια για επτά χρόνια, το πρόγραμμα MEDIA 2007 επίδωξε την διατήρηση και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς την Ευρώπης, ενισχύοντας τον διαπολιτισμικό διάλογο, την αύξηση της κυκλοφορίας των οπτικοακουστικών έργων εντός και εκτός Ευρώπης, καθώς και την ανάπτυξη της πολυπόθητης ανταγωνιστικότητας.

Ο κολοσσιαίος αυτός προϋπολογισμός στόχευε στην κάλυψη πέντε διαφορετικών αξόνων δράσης που θα περιελάμβαναν το σύνολο της παραγωγής μιας ταινίας, διατεθειμένος ως εξής: 7% για την εκπαίδευση, 20% για την ανάπτυξη των ευρωπαϊκών έργων, 55% για την διανομή (κινηματογραφική προβολή, ψηφιοποίηση έργων κ.λπ.), 9% για την προώθηση των έργων σε κινηματογραφικά φεστιβάλ και στην αγορά εν γένει, 5% για οριζόντιες δράσεις, με την ενθάρρυνση, κυρίως, των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την «παρουσία των ευρωπαϊκών ταινιών στις ψηφιακές πλατφόρμες» (Παναγοπούλου, 2009: 13) και 4% για τα πρότυπα έργα που επικεντρώνονται στην χρήση των νέων τεχνολογιών.

Σχήμα 10: Η διανομή του προϋπολογισμού του Προγράμματος MEDIA 2007 (2007-2013)



Πηγή: *Statistical Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector 2012* (αναδημοσίευση)

Το πρόγραμμα MEDIA 2007 λειτούργησε καθόλα υποστηρικτικά, καλύπτοντας στο σύνολό του την διαδικασία παραγωγής μιας ταινίας, από το προ-παραγωγικό, μέχρι και το μετά-παραγωγικό στάδιο, ενθαρρύνοντας την ίδια στιγμή μια σειρά από ιδιαίτερος χρήσιμα και αποδοτικά πιλοτικά σχέδια.

Σε μια εποχή όπου οι νέες οπτικοακουστικές υπηρεσίες εξελίσσονται και τα ευρωπαϊκά έργα διεκδικούν ολοένα και πιο δυναμικά, μια ισχυρή παρουσία στην διεθνή, κινηματογραφική σκηνή, η υποστήριξη των ανεξάρτητων παραγωγών, αναδύεται ως ένα από τα σημαντικότερα θέματα-στόχους του προγράμματος MEDIA, τόσο σε επίπεδο κινηματογράφου, όσο και σε επίπεδο τηλεόρασης. Πολύ σημαντική υπήρξε και η μέριμνα για την διανομή και την προβολή των ταινιών, μέσω της ενίσχυσης του αυτόματου σχήματος κινηματογραφικής διανομής, με το πρόγραμμα να ωθεί ακόμη περισσότερο τις επενδύσεις στον χώρο της διανομής των ευρωπαϊκών ταινιών. Εν προκειμένω, στόχος ήταν η βελτίωση της κυκλοφορίας και της διανομής των ευρωπαϊκών ταινιών σε άλλα ευρωπαϊκά κράτη, εκτός της χώρας παραγωγής.

Η χρηματοδοτική λειτουργία του προγράμματος υπήρξε, σαφώς, καίρια για την εύρυθμη λειτουργία του δικτύου των ευρωπαϊκών κινηματογραφικών αιθουσών, την απροσπέλαστη πρόσβαση στις αγορές για την προώθηση των έργων και την ενίσχυση της δράσης των επαγγελματιών του χώρου, με τα μεγάλα, κινηματογραφικά φεστιβάλ να επιτελούν, παράλληλα, υποστηρικτικό έργο για την προβολή ταινιών από χώρες με περιορισμένη οπτικοακουστική παραγωγή.

3.9 MEDIA Mundus (2011-2013)

Εκτός από την ενδυνάμωση του οπτικοακουστικού τομέα της Ε.Ε, με την ενίσχυση του συστήματος παραγωγής και διανομής ευρωπαϊκών έργων (και την απαραίτητη συνεργασία μεταξύ των ευρωπαϊκών κρατών), το MEDIA Mundus θεσπίστηκε στο πλαίσιο συνεργασίας μεταξύ Ευρώπης και τρίτων χωρών, περιλαμβάνοντας το 2011-όταν και δημιουργήθηκε-440 ευρωπαϊκούς κινηματογράφους και 200 κινηματογράφους από την Λατινική Αμερική, την Ασία και τον ευρύτερο χώρο της Μεσογείου (Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2013).

Βασικοί στόχοι του προγράμματος ήταν η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του ευρωπαϊκού, οπτικοακουστικού κλάδου, η αποτελεσματικότερη πολιτική και πολιτιστική παρουσία της Ευρώπης στην παγκόσμια σκηνή, η βελτίωση της πρόσβασης στις αγορές των τρίτων χωρών, καθώς και η δημιουργία μακροπρόθεσμων σχέσεων εμπιστοσύνης και συνεργασίας (Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2009).

Σημαντική υπήρξε επίσης η προσοχή που δόθηκε από το πρόγραμμα MEDIA Mundus στην εκπαίδευση, την προώθηση των έργων στις διεθνείς αγορές, το μάρκετινγκ, καθώς και την ενθάρρυνση των συμπαραγωγών και της επαφής με έργα διεθνούς εμβέλειας (20 years of passion, 2011).

3.10 Δημιουργική Ευρώπη (2014-2020)

Το πρόγραμμα «Ευρώπη της Δημιουργίας» (Creative Europe) που τέθηκε σε εφαρμογή από την 1^η Ιανουαρίου 2014, αποτελεί αναμφίβολα μια από τις σημαντικότερες δράσεις της Ε.Ε στον ευρύτερο χώρο του πολιτισμού και των οπτικοακουστικών υπηρεσιών πιο συγκεκριμένα, συνενώνοντας επί της ουσίας τις δράσεις των προηγούμενων προγραμμάτων MEDIA και MEDIA Mundus, καθώς και του υπό-προγράμματος Culture για την ανάδειξη της κοινής, ευρωπαϊκής κληρονομιάς και του πολιτιστικού χώρου, κάτω από μια κοινή, συνεργατική ομπρέλα.

Με τον προϋπολογισμό να ανέρχεται στα 1.5 δισεκατομμύρια ευρώ, το νέο, συλλογικό πρόγραμμα της Ένωσης στοχεύει στην οικονομική ενίσχυση του πολιτιστικού τομέα της Ευρώπης, ενός τομέα που διαδραματίζει μείζονα ρόλο στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής αγοράς.

Πίνακας 5: Γενικό πλαίσιο του προγράμματος «Δημιουργική Ευρώπη»

Structure and provisional budget of Creative Europe	
Cross-Sectoral Strand (including new financial instrument) Provisional budget: €270 million	
Culture Strand (replacing previous Culture Programme) Provisional budget: €540 million	Media Strand (replacing previous MEDIA and MEDIA Mundus Programmes) Provisional budget: €990 million
Total provisional budget of Creative Europe: €1.8 billion	

Πηγή: The Media Strand of the Creative Europe Programme 2014-2020, 2012 (αναδημοσίευση)

Στις βασικότερες επιδιώξεις του Creative Europe βρίσκεται και η ανάπτυξη σύγχρονων και αποδοτικών υποδομών, προκειμένου το νέο πρόγραμμα να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στις προκλήσεις του σύγχρονου πολιτιστικού και δημιουργικού χώρου, προκλήσεις που σχετίζονται με τον κατακερματισμό της αγοράς, τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο πολιτιστικός τομέας στην εξεύρεση κεφαλαίων, τον αντίκτυπο της παγκοσμιοποίησης, της ψηφιοποίησης των έργων, καθώς και της έλλειψης συγκρίσιμων στοιχείων (KEA European Affairs, 2012).

Ένα από τα πιο κρίσιμα σημεία του τρέχοντος προγράμματος, είναι και η επικέντρωση του Creative Europe στο κομμάτι της οπτικοακουστικής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας, που αναμένονται να συμβάλλουν τα μέγιστα στην κοινωνική ένταξη, με την Επιτροπή να προτείνει παράλληλα την δημιουργία ενός χρηματοδοτικού μηχανισμού, προκειμένου «*οι πολιτιστικοί φορείς να έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε τραπεζικά δάνεια*» (Πολιτιστικός και Οπτικοακουστικός Τομέας, 2013: 11).

Οι προβλέψεις της νέας αυτής προγραμματικής πολιτικής της Ένωσης, υπήρξαν ιδιαίτερος θετικές, προσβλέποντας στη δημιουργία χιλιάδων νέων θέσεων εργασίας, την υποστήριξη περισσότερων από 1000 ευρωπαϊκές ταινίες και την οικονομική ενίσχυση 2.500 κινηματογράφων, με την προβολή των ευρωπαϊκών έργων να ανέρχεται σε ποσοστό, τουλάχιστον 50%.

Οι ενωσιακές επιθυμίες πραγμάτωσης του μεγάλου σχεδίου για την ενδυνάμωση της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής βιομηχανίας, ικανοποιήθηκαν σε μεγάλο βαθμό, όπως θα δούμε και στην συνέχεια, αν και η Ε.Ε χαρακτηρίζεται από επιπλέον περιθώρια βελτίωσης της πολιτιστικής και οπτικοακουστικής της πολιτικής.

3.11 Τραπεζική χρηματοδότηση

Η δραστηριοποίηση των τραπεζών στον οπτικοακουστικό τομέα, δεν αποτέλεσε ποτέ εύκολη υπόθεση, ιδιαίτερα στον κινηματογραφικό χώρο ο οποίος χαρακτηρίζεται παραδοσιακά από μια εύθραυστη, βιομηχανική δομή με μακροπρόθεσμες, χρηματοοικονομικές αδυναμίες.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 2000, παρατηρήθηκε μια σταδιακή πτώση των τραπεζικών δανείων στον οπτικοακουστικό τομέα-σε παγκόσμιο επίπεδο-οχι μόνο εξαιτίας την εμφάνισης του διαδικτύου, αλλά και εξαιτίας των εν δυνάμει ριψοκίνδυνων επενδύσεων των τραπεζών στον κινηματογραφικό τομέα.

Στην Ευρώπη τα πράγματα δεν ήταν καλύτερα, αφού το περιορισμένο μέγεθος της αγοράς, η αδυναμία των κρατών να συναποτελέσουν-σε πρώτη φάση-τις βάσεις, μιας κοινής, κινηματογραφικής αγοράς, αλλά και η έλλειψη τεχνογνωσίας, περιόριζαν το ενδιαφέρον των τραπεζών που ήλπιζε σε καλύτερα αποτελέσματα, απ' ότι ήταν σε θέση να προσφέρουν τα επιμέρους κράτη (Zakelj, 2010).

Η ίδρυση το 1985 της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (European Investment Bank), σηματοδότησε μια πρώτη οικονομική ενίσχυση του κινηματογραφικού τομέα της Ευρώπης, με τα κράτη μέλη να συμμετέχουν αμφοτέρωτα στην διαμόρφωση του κεφαλαίου της.

Με την οικονομική εξασφάλιση του κινηματογραφικού τομέα να είναι επιβεβλημένη, η Τράπεζα ενθαρρύνει την ευρωπαϊκή βιομηχανία μέσα από *«τέσσερεις τύπους συνεργασίας με τις τράπεζες-εταίρους, για την εμπορική συγχρηματοδότηση των οπτικοακουστικών έργων»* (Zakelj, 2010: 7):

- Ιδιωτικά ή εταιρικά δάνεια, για την-μεταξύ άλλων-συντήρηση του κινηματογραφικού εξοπλισμού, την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών και την εξασφάλιση επενδύσεων στον τομέα της παραγωγής, της διανομής και της προβολής
- Δάνεια για μικρές ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με μικρότερο επενδυτικό κόστος και χωρίς υψηλό ρίσκο, με την Τράπεζα να διευκολύνει την χρηματοδότησή τους μέσω του *'i2i Audiovisual'*, μιας δράσης που αποσκοπούσε στην ακόμη αποτελεσματικότερη πρόσβαση των επιχειρήσεων αυτών σε ποικίλες πιστωτικές διευκολύνσεις

- Δάνεια για μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με χαμηλό επενδυτικό κόστος, διαθέσιμα και υπό την μορφή πιστωτικών ορίων με επιμερισμό κινδύνου
- Πανευρωπαϊκά κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Zakelz, 2010)

Η σύσταση του προγράμματος i2i Audiovisual από την Τράπεζα Ευρωπαϊκών Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, συνετέλεσε ουσιαστικά στην διασφάλιση της πρόσβασης των ανεξάρτητων εταιρειών παραγωγής σε κάθε μορφή εξωτερικής, τραπεζικής χρηματοδότησης, ικανής να επιτρέψει την ολοκληρωτική απαγκίστρωση των εταιρειών αυτών, από εγχώριες πρακτικές προστατευτισμού και κεφαλαιακής περιθωριοποίησης.

Η Ελληνίδα παραγωγός Φένια Κασόβιτσα, τόνισε την έμπρακτη σημασία του προγράμματος i2i Audiovisual, για την υποστήριξη της παραγωγής της ταινίας του Μενέλαου Καραμαγγιώλη, J.A.C.E. Δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην απλότητά του, την εύκολη αίτηση συμμετοχής, τις ταχύτατες διαδικασίες αξιολόγησης, «καθώς και την ακόμα πιο γρήγορη και σημαντική σε ποσοστό του εγκεκριμένου ποσού εκταμίευση», (Πατσαβός, 2012: 15), το πρόγραμμα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην συνολική χρηματοδότηση των ανεξάρτητων παραγωγών, βοηθώντας παράλληλα στην αποτελεσματική αποπληρωμή «των τραπεζικών τόκων που βαραίνουν μια παραγωγή», όντας δυσβάσταχτο βάρος.

Στο πλαίσιο αυτό, το 2001 η Τράπεζα Ευρωπαϊκών Επενδύσεων δημιούργησε το *European Investment Bank Loan Framework*, μια πρωτοβουλία υποστηριζόμενη από την ΕΤΕπ, ως επιπρόσθετο πιστωτή που θα επέτρεπε την αύξηση των προσφερόμενων, στην κινηματογραφική βιομηχανία, δανείων.

Η αξία αυτού του χρηματοδοτικού συστήματος έγινε και πάλι αισθητή εννέα χρόνια μετά, όταν το 2010 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε την δημιουργία του *MEDIA Production Guarantee Fund*, ενός Ταμείου με στόχο την ενθάρρυνση των τραπεζών σε εθνικό επίπεδο, για την καλύτερη χρηματοδότηση της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Από μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2009 σχετικά με τον ρόλο των τραπεζών στην κινηματογραφική βιομηχανία της Ευρώπης, έγινε αντιληπτό πως οι περισσότερες τραπεζικές υπηρεσίες προέρχονταν από τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα της Γαλλίας, της Γερμανίας και της Μεγάλης Βρετανίας, από χώρες δηλαδή πρωτοπόρες, που παραδοσιακά κυριαρχούσαν και εξακολουθούν να κυριαρχούν στην

ευρωπαϊκή, κινηματογραφική βιομηχανία.

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, απέδειξαν πως υπάρχουν τουλάχιστον πέντε βασικά μοτίβα τραπεζικών υπηρεσιών, όπως αυτές προσφέρονται από τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα της Ευρώπης. Η ενδιάμεση χρηματοδότηση, οι τραπεζικές εγγυήσεις, το κεφάλαιο κίνησης και η εταιρική χρηματοδότηση, η παροχή δανείων, καθώς και η χρηματοδότηση μέσω φορολογικών κινήτρων, αποτελούν χαρακτηριστικές μορφές οικονομικής ενίσχυσης της κινηματογραφικής βιομηχανίας της Ένωσης (Baujard et al., 2009).

3.12 Φεστιβάλ

Το πλαίσιο της οικονομικής ενίσχυσης της ευρωπαϊκής βιομηχανίας κινηματογράφου επεκτάθηκε μέσω του προγράμματος MEDIA (από την 1^η Ιανουαρίου 2014, ως τμήμα του Creative Europe) και στο κομμάτι των ευρωπαϊκών φεστιβάλ, με τον προϋπολογισμό των 3.5 εκατομμυρίων ευρώ του προγράμματος να επενδύεται, κυρίως, στους τομείς της προώθησης και της προβολής των κινηματογραφικών έργων, καθώς και στην αναζήτηση ενός διευρυμένου φιλικού κοινού.

Το πρόγραμμα MEDIA συγχρηματοδοτούσε, κατά βάση, περί τα 90 κινηματογραφικά φεστιβάλ, μεταξύ των οποίων, μερικών εκ των σημαντικότερων του χώρου, όπως αυτό του Βερολίνου, οργανώνοντας περισσότερες από 20.000 προβολές και προσελκύοντας έτσι έναν τεράστιο αριθμό ευρωπαϊκού κοινού, που άγγιζε τα 3 εκατομμύρια (20 years of passion, 2011).

Ο θεσμός των κινηματογραφικών φεστιβάλ εγκαινιάστηκε λίγο μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου, εξελισσόμενο σταδιακά, σε σημαντικό σταθμό της «*παγκόσμιας, κινηματογραφικής κουλτούρας*» (Thomson & Bordwell, 2011: 716).

Τα φεστιβάλ λειτούργησαν από την πρώτη κιόλας στιγμή ως πόλο έλξης, γνωρίζοντας στο κοινό του σημαντικότερους δημιουργούς των δεκαετιών του '50 και του '60, φέρνοντάς τους ταυτόχρονα σε επαφή με τα κινηματογραφικά ρεύματα και τον μοντερνισμό της εποχής. Το μέγεθος της επιρροής τους έγινε, μάλιστα, αντιληπτό μέσα στα επόμενα χρόνια, όταν τα κινηματογραφικά φεστιβάλ ξεπέρασαν το 2001 τα 700 ετησίως, την ίδια στιγμή που το 1981 ήταν μόλις 100.

Όπως φάνηκε από νωρίς, η μεγάλη φεστιβαλική αγορά ήταν ο μόνος τρόπος με τον οποίο η ευρωπαϊκή, κινηματογραφική βιομηχανία, μπορούσε να αντιμετωπίσει επί ίσοις όροις την τεράστια αγορά της Αμερικής, δίνοντας παράλληλα την ευκαιρία στο εθνικό σινεμά να ανθήσει και να διαφημιστεί μεταξύ άλλων, μέσω των φεστιβάλ των Καννών, του Βερολίνου και της Βενετίας.

Η χρηματοδότηση ταινιών από τα κινηματογραφικά φεστιβάλ αποτελεί εδώ και χρόνια μια πάγια τακτική που ακολουθείται πιστά, με πολλές μάλιστα ταινίες που γυρίζονται εκτός Χόλυγουντ, να έχουν μια ευκαιρία να προωθηθούν και εν δυνάμει να αγοραστούν από τις εταιρείες, χάρη σε αυτή ακριβώς την φεστιβαλική πρωτοβουλία. Φέρνοντας, επί της ουσίας, κοντά, κινηματογραφιστές και διανομείς, τα φεστιβάλ πετυχαίνουν την δημιουργία συνεργασιών μεταξύ των επαγγελματιών του χώρου, δημιουργώντας στιβαρές, κινηματογραφικές αγορές, όπως αυτή του φεστιβάλ του Βερολίνου, που από το 1970 αποτελεί αναμφίβολα, την σημαντικότερη φεστιβαλική αγορά κάθε χρόνο.

Το σύστημα των φεστιβάλ απέκτησε προοδευτικά, ολοένα και μεγαλύτερη δύναμη, απαρτίζοντας σήμερα ένα ισχυρό σύστημα διανομής φροντίζοντας για προβολές ταινιών που πολλές φορές μένουν εκτός του εμπορικού παιχνιδιού του Χόλυγουντ.

Εν ολίγοις, τα φεστιβάλ έχουν κερδίσει δικαίως την φήμη της εναλλακτικής αγοράς, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς, όχι μόνο τον θετικό αγοραστικό τους αντίκτυπο, αλλά και την δυνατότητα προώθησης δεκάδων ταινιών, που δίχως τα φεστιβάλ δεν θα μπορούσαν να γίνουν γνωστές στο διεθνές κοινό.

3.13 Πρώτα συμπεράσματα

Η εδραίωση και η εφαρμογή του προγράμματος MEDIA αποτέλεσε την σημαντικότερη πρωτοβουλία της Ε.Ε, για την ενίσχυση της οπτικοακουστικής βιομηχανίας στην Ευρώπη, θέτοντας σε κίνηση μια σειρά από μηχανισμούς που διαδραμάτισαν καίριο ρόλο στην ενδυνάμωση της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Με την κατακερματισμένη αγορά της Ευρώπης και την διασπορά των εθνικών βιομηχανιών να βρίσκονται στην κορυφή των, προς αντιμετώπιση, προβλημάτων, το

πρόγραμμα MEDIA επικεντρώθηκε στην ικανοποίηση ενός τριπλού στόχου (παραγωγή-διανομή-προβολή), που αποσκοπούσε πρωτίτως, στην εναρμόνιση των επιμέρους βιομηχανιών, υπό το πρίσμα μιας κοινής, αποδοτικής και ανταγωνιστικής στις διεθνείς αγορές, ευρωπαϊκής βιομηχανίας κινηματογράφου.

Η ανάπτυξη των επιμέρους προγραμμάτων και υποπρογραμμάτων για την εκπαίδευση των επαγγελματιών, λειτούργησε καταλυτικά ως προς την ενθάρρυνση της νέας, «κοινής» αγοράς, με τους απανταχού δημιουργούς, παραγωγούς, εκθέτες και λοιπούς επαγγελματίες, να επαναπροσδιορίζουν τον τρόπο δράσης τους, ιδιαίτερα στην μετέπειτα εποχή της διαδικτυακής κυριαρχίας και του ψηφιακού κινηματογράφου. Εν προκειμένω, πρωτοβουλίες όπως η δημιουργία, το 1988, του EAVE (European Audiovisual Entrepreneurs), ενός «επαγγελματικού εργαλείου εκπαίδευσης» (MEDIA Programme 1994: 9) και ευρύτερης κατάρτισης των μικρών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αλλά και του MEDIA Business School, που παρείχε στρατηγικές στον τομέα της ευρωπαϊκής, οπτικοακουστικής αγοράς, έθεσαν τις βάσεις για την περαιτέρω ενίσχυση της οπτικοακουστικής βιομηχανίας.

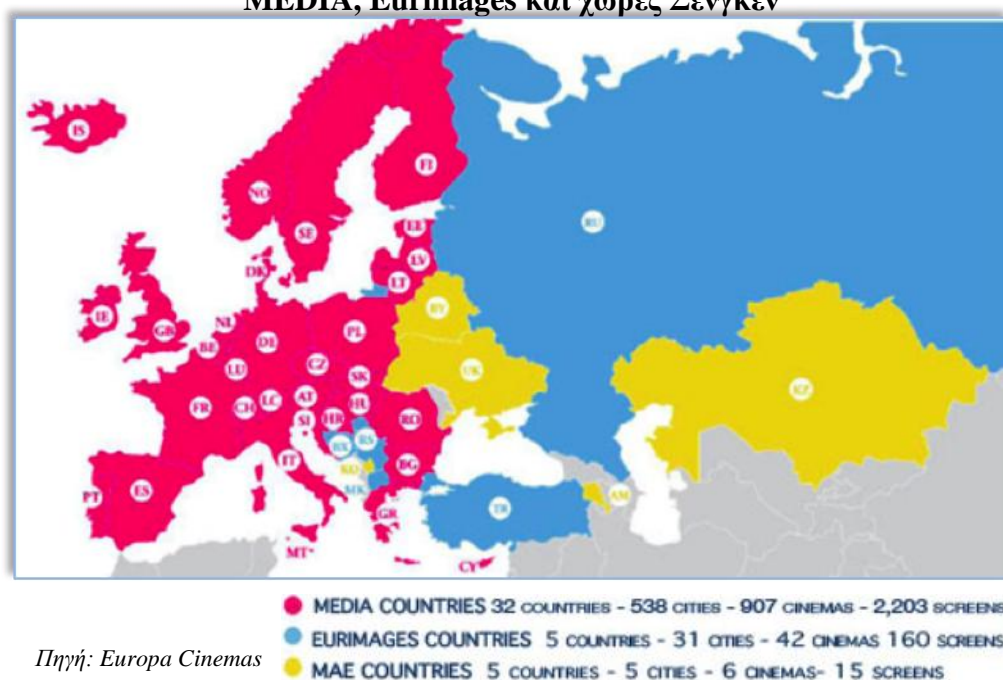
Εξίσου σημαντικές υπήρξαν και οι ενέργειες για την βελτίωση των συνθηκών παραγωγής των κινηματογραφικών έργων, όπως η δημιουργία του European Script Fund, ενός Ταμείου υπεύθυνου για την χρηματοδοτική υποστήριξη παραγωγών, σεναριογράφων και σκηνοθετών, του CARTOON, ενός προγράμματος σχετικού με την ενθάρρυνση της παραγωγής των ευρωπαϊκών έργων animation, του Media Investment Club, με κεντρικό στόχο την προώθηση της οπτικοακουστικής παραγωγής μέσω των νέων τεχνολογιών, καθώς και του SCALE (Small Countries improve their Audiovisual Level in Europe), μιας δράσης για την υποστήριξη της οπτικοακουστικής βιομηχανίας των μικρότερων χωρών της Ε.Ε, οι οποίες αντιμετώπιζαν και τα σημαντικότερα διαρθρωτικά προβλήματα, εξαιτίας της κατακερματισμένης ευρωπαϊκής αγοράς.

Σημαντικές υπήρξαν και οι δράσεις σε δυο από τους βασικότερους τομείς της κινηματογραφικής βιομηχανίας, την διανομή και την προβολή.

Ο EFP (European Film Promotion) αποτέλεσε έναν οργανισμό που ιδρύθηκε το 1997 από την διευθύνοντα σύμβουλο του Διεθνούς Κινηματογραφικού Φεστιβάλ του Βερολίνου, Renate Rose, με στόχο την διεθνή προώθηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου. Παρόμοια γραμμή ακολούθησε και το Euro Aim, μια υπηρεσία που επικεντρώθηκε κυρίως στην ενίσχυση και την προώθηση της ανεξάρτητης παραγωγής.

Όπως ήδη αναφέραμε, τόσο στον τομέα της προβολής, όσο και σε αυτόν της ενίσχυσης των τοπικών, κινηματογραφικών αιθουσών, σπουδαία υπήρξε η πρωτοβουλία της ιταλικής κυβέρνησης με την ανάπτυξη του Media Salles, καθώς και η δημιουργία του Europa Cinemas που αποσκοπούσε στην βελτίωση του συνόλου των τοπικών αιθουσών και στον αποδοτικότερο προγραμματισμό των προβολών (MEDIA Programme, 1994).

Πίνακας 6: Χάρτης του κινηματογραφικού δικτύου του Europa Cinema σε MEDIA, Eurimages και χώρες Σένγκεν



Πηγή: Europa Cinemas

Η δεκαετία του '90 αποτέλεσε ίσως την πιο καθοριστική περίοδο για την αποσαφήνιση του προβλήματος της κατακερματισμένης, οπτικοακουστικής αγοράς. Οι συγκλίνουσες προσπάθειες της Ένωσης μέσω ποικίλων δράσεων, για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας, μιας κοινής, κινηματογραφικής αγοράς, έδωσαν το έναυσμα για μια νέα εποχή, όχι μόνο στον κινηματογράφο, αλλά και στο σύνολο της οπτικοακουστικής βιομηχανίας.

Ξεκινώντας με βήματα δειλά την ισχυροποίηση ενός ευρωπαϊκού χώρου που ήδη από το 1910 αντιμετωπιζόταν ως χολιγουντιανό θέσφατο, η Ε.Ε έχει καταφέρει μέχρι σήμερα να ενισχύσει θεαματικά την κινηματογραφική της αγορά, αν και αρκετά

από τα προβλήματα που την ταλάνιζαν, εξακολουθούν να υπάρχουν.

Η κατάδειξη των αποτελεσμάτων του προγράμματος MEDIA θα γίνει στην συνέχεια, μετά και από την παρουσίαση του χρηματοδοτικού πλαισίου μεμονωμένων περιπτώσεων χωρών, όπως η Γαλλία, η Πορτογαλία και ιδιαίτερα η Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΓΑΛΛΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ-ΙΣΤΟΡΙΑ **ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ**

4.1 Η απαρχή της γαλλικής κυριαρχίας

Η γέννηση του κινηματογράφου στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και η σταδιακή του ανάδειξη σε κυρίαρχη βιομηχανία παγκόσμιας εμβέλειας, έδωσε την ευκαιρία σε χώρες όπως η Αμερική και η Γαλλία στην Ευρώπη, να κυριαρχήσουν στον χώρο του νέο-αναδυόμενου μέσου, προσαρμόζοντας τις δράσεις και τις πολιτικές τους κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να ισχυροποιήσουν ακόμη περισσότερο την παρουσία τους στην διεθνή σκηνή.

Αμερικανική και γαλλική κινηματογραφική βιομηχανία, βρέθηκαν κατά καιρούς αντιμέτωπες, με την εισβολή των χολιγουντιανών ταινιών να συνεχίζει να αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς, αλλά και πολιτιστικούς κινδύνους που κλήθηκε να αντιμετωπίσει το ευρωπαϊκό σινεμά.

Παρά τις δυσκολίες και τις αντιξοότητες με τις οποίες βρέθηκαν αντιμέτωπα τα ευρωπαϊκά κράτη μετά το τέλος δυο παγκοσμίων πολέμων, υπήρξαν εντούτοις χώρες που υιοθέτησαν μια σειρά από αποτελεσματικά μέτρα και πρακτικές, κυρίως σε εθνικό επίπεδο, ενισχύοντας την κινηματογραφική τους βιομηχανία, αναγόμενες έτσι σε χώρες-πρότυπα της εποχής. Μια από αυτές υπήρξε και η Γαλλία.

Αξίζει να σημειώσουμε εδώ, πως τα διαφορετικά εθνικά συστήματα των χωρών, απαιτούσαν σαφέστατα διαφορετικές ενέργειες και πολιτικές, ακόμα κι όταν επρόκειτο για την επίτευξη ενός κοινού προσανατολισμού, όπως αυτόν της ενδυνάμωσης της ευρωπαϊκής οπτικοακουστικής βιομηχανίας. Εν προκειμένω, η Γαλλία αποτέλεσε μια από τις μεγαλύτερες δυνάμεις στον κινηματογραφικό χώρο, αντιμετωπίζοντας ανά περιόδους σημαντικά προβλήματα, καταφέροντας όμως να τα ξεπερνά, αφενός χάρη στις ιστορικές συγκυρίες και αφετέρου χάρη στο αποτελεσματικό, παραγωγικό της σύστημα.

Το 1905 αποτέλεσε κομβικό, ιστορικό σταθμό, καθώς έκτοτε ο κινηματογράφος έπαψε να αποτελεί πλανόδιο θέαμα, αρχίζοντας να οργανώνεται πάνω σε καθαρά επαγγελματικές βάσεις που περιελάμβαναν την οργάνωση των αιθουσών, καθώς και την αύξηση της παραγωγής και του ενδιαφέροντος γύρω από

την νέα αυτή αγορά.

Με τους αδελφούς Λυμιέρ να έχουν εγκαταλείψει την παραγωγή ταινιών και τον Έντισον να έχει επιστρέψει στην επιχειρηματική του δράση με την εκμετάλλευση των Nickelodeon, οι ταινίες άρχισαν να αποκτούν μεγαλύτερη διάρκεια και αφηγηματική συνοχή με τη βοήθεια νέων τεχνικών, οι οποίες και αποτέλεσαν την ουσία του κινηματογράφου, όπως τον γνωρίζουμε σήμερα.

Σε μια περίοδο όπου οι κινούμενες εικόνες αποτελούσαν κυρίαρχη πηγή κέρδους, η Γαλλία είχε καταφέρει να εδραιώσει την παρουσία της και να αναχθεί σε μια από της σημαντικότερες βιομηχανίες, με την Pathé Frères και την Gaumont να κρατούν τα ηνία της γαλλικής βιομηχανίας θεάματος.

Η περίοδος 1905-1906 σηματοδοτήθηκε από την ραγδαία επέκταση της γαλλικής κινηματογραφίας, με τις δυο εταιρείες να δραστηριοποιούνται ολοκληρωτικά στον κινηματογραφικό χώρο. Πιο συγκεκριμένα, κατά τους Thomson και Bordwell (2011), η Pathé αποτέλεσε μια από τις πρώτες εταιρείες που ακολούθησε την κάθετη ενοποίηση, επεκτείνοντας έτσι την δράση της σε όλα τα στάδια της φιλμικής βιομηχανίας-παραγωγή, διανομή, προβολή-αναπτύσσοντας παράλληλα το δικό της σύστημα κατασκευής μηχανών και παραγωγής ταινιών.

Η Pathé αποτελούσε μια από τις μεγαλύτερες δυνάμεις της παγκόσμιας κινηματογραφικής βιομηχανίας, επιλέγοντας ταυτόχρονα και τον δρόμο της οριζόντιας ενοποίησης, με την επέκτασή της σε άλλους τομείς της φιλμικής βιομηχανίας. Εκτός από την εκμετάλλευση του κυκλώματος των αιθουσών και την παραγωγή της πρώτης ύλης, δηλαδή του φιλμ, η Pathé επιδόθηκε και στην εξαγορά άλλων μικρότερων εταιρειών, που αποτέλεσαν αργότερα την νόρμα του γαλλικού κινηματογραφικού και χρηματοδοτικού συστήματος.

Προς την ίδια κατεύθυνση κινήθηκε και η Gaumont, η οποία τα πήγαινε εξίσου καλά, με την Pathé να έχει ήδη επεκτείνει την δράση της και σε άλλες χώρες, όπως την Αμερική, την Ιταλία και την Ρωσία. Στην Μόσχα το 50% της εγχώριας παραγωγής, προέκυπτε από το υποκατάστημα της γαλλικής εταιρείας.

Μέχρι και το 1910 η κινηματογραφική βιομηχανία στην Γαλλία ανθούσε: οι εξαγωγές αυξάνονταν, ο χώρος εμπλουτιζόταν με την ανάδυση νέων, μικρότερων εταιρειών, όπως η ελιτίστικη Film d'Art που ιδρύθηκε το 1908 και το γενικότερο κλίμα παρέμενε θετικό για την ανάληψη πρωτοβουλιών.

Λίγο πριν το ξέσπασμα του Α' Παγκοσμίου, το γαλλικό οικοδόμημα παρουσίασε τα πρώτα σημάδια αποδυνάμωσης, που βασίζονταν αφενός στην

τεράστια δύναμη της αμερικάνικης, κινηματογραφικής αγοράς και αφετέρου στην υιοθέτηση από την Pathé ορισμένων μέτρων, που περισσότερο έβλαψαν, παρά ενίσχυσαν τη γαλλική βιομηχανία.

Με την κήρυξη του Α' Παγκοσμίου, η περαιτέρω ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας σταμάτησε, με τις δυο μεγαλύτερες εταιρείες της Γαλλίας να αντιμετωπίζουν ήδη τα πρώτα προβλήματα. Η Pathé μάλιστα, βρέθηκε σε δυσμενέστερη θέση, μετά την απόφασή της να μειώσει το 1913 την παραγωγή ταινιών, εξαιτίας της διαρκούς αύξησης του κόστους τους (Thomson & Bordwell, 2011), επικεντρώνοντας την προσοχή της σε τομείς με μικρότερο ρίσκο, όπως αυτοί της διανομής και της προβολής, με αποτέλεσμα την μεταγενέστερη αποδυνάμωση του γαλλικού συστήματος. Χαρακτηριστική της μετέπειτα κατάστασης, υπήρξε η διαπίστωση του Γάλλου συγγραφέα, δημοσιογράφου και κριτικού, Léon Moussinac πως *«το 1914, το 90% των ταινιών που προβάλλονταν παγκοσμίως, ήταν γαλλικές, ενώ μέχρι το 1928, το 85% από αυτές, ήταν αμερικάνικες»* (Fowler, 2002: 106).

Η αρμονική συνύπαρξη μεσαίων και μικρότερων εταιρειών, δεν κατάφερε να λειτουργήσει υπέρ της διατήρησης της γαλλικής κυριαρχίας, καθώς μπορεί η επιχειρηματική τους συνεργασία να ενθάρρυνε την εμφάνιση νέων παικτών στον χώρο, η επιλογή όμως μιας συνεργατικής τακτικής που δεν βασιζόταν στο οργανωτικό μοντέλο του «επαγγελματικού» Χόλυγουντ, καθιστούσε το γαλλικό σύστημα ιδιαίτερα ευάλωτο.

Κατά την διάρκεια του Α' Παγκοσμίου, η διείσδυση των αμερικανικών ταινιών στην ευρωπαϊκή αγορά αυξήθηκε, με αφορμή την διανομή τους από την Pathé, η οποία διέθετε εξάλλου και θυγατρική στις ΗΠΑ. Με τον τρόπο αυτό, όχι μόνο περιορίστηκε η κυριαρχία των μεγάλων, κινηματογραφικών εταιρειών της Γαλλίας, αλλά Αμερική απέκτησε και μεγαλύτερο μερίδιο στην γαλλική αγορά, με τις αμερικανικές ταινίες να ξεπερνούν το 1917, το 50% της γαλλικής διανομής (Thomson & Bordwell, 2011).

Πίνακας 7: Ποσοστό κυκλοφορίας ταινιών στην γαλλική αγορά (1924-1929)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘ- ΜΟΣ ΤΑΙΝΙΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ			
		ΓΑΛΛΙΚΕΣ	ΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΕΣ	ΓΕΡΜΑΝΙΚΕΣ	ΆΛΛΕΣ
1924	693	9,8	85	2,9	2,3
1925	704	10,4	82	4,1	3,5
1926	565	9,7	78,6	5,8	5,9
1927	581	12,7	63,3	15,7	8,3
1928	583	16,1	53,7	20,9	9,3
1929	438	11,9	48,2	29,7	10,2

Πηγή: Ιστορία του Κινηματογράφου, 2011

Η μεταπολεμική περίοδος βρήκε την γαλλική βιομηχανία συρρικνωμένη και την Αμερική να διεκδικεί ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο στην κινηματογραφική αγορά της Ευρώπης. Οι προσπάθειες των γαλλικών εταιρειών να περιορίσουν την αμερικανική επέλαση δεν καρποφόρησαν, με το μεγαλύτερο ποσοστό των ταινιών που προβάλλονταν στο εσωτερικό της χώρας να προέρχονται από την Αμερική. Το 1926 για παράδειγμα, όταν η ευρωπαϊκή παραγωγή βίωνε μια από τις χειρότερες, ιστορικά, περιόδους της, η Γαλλία παρήγαγε μόλις 55 ταινίες ετησίως, την ίδια στιγμή που στο Χόλυγουντ η παραγωγή ανερχόταν στις 725.

Σε αντίθεση με την προπολεμική κυριαρχία των γαλλικών εταιρειών, η λήξη του πολέμου βρήκε την γαλλική παραγωγή παραπαίουσα, εξαιτίας μιας σειράς από προβλήματα που δεν επέτρεψαν στην Γαλλία την άμεση ορθοπόδηση του συστήματός της.

Η εδραίωση της αμερικανικής παρουσίας στην εγχώρια, γαλλική αγορά, αποτέλεσε ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα για τους Γάλλους παραγωγούς, που είδαν το μερίδιό τους στην αγορά να περιορίζεται, εξαιτίας των εισαγόμενων ταινιών. Παράλληλα η πρότερη μικρή αγορά της Γαλλίας, οι δυσκολίες απόσβεσης του κόστους παραγωγής, καθώς και οι περιορισμένες εξαγωγές της χώρας (Thomson & Bordwell, 2011), δυσχέραναν ακόμη περισσότερο την κατάσταση.

Στο ήδη φορτισμένο κλίμα δεν βοηθούσαν, ούτε οι ξεπερασμένες πλέον, συνθήκες παραγωγής, ούτε η έλλειψη κατάλληλων, τεχνικών μέσων, ούτε και οι διαμάχες στο εσωτερικό της κινηματογραφικής βιομηχανίας, που σε μεγάλο βαθμό πήγαζαν από τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούσε το σύστημα παραγωγής της Γαλλίας. Το γεγονός πως πολλές από τις μικρότερες εταιρείες εξαφανίζονταν γρήγορα, εξαιτίας της αδυναμίας τους να συντηρήσουν μια απαιτητική παραγωγή, αλλά και της μη υιοθέτησης από την Γαλλία, «της στρατηγικής των συγχωνεύσεων» (Thomson & Bordwell, 2011: 86), θεωρήθηκε ότι αποτέλεσαν μερικούς από τους λόγους για τους οποίους η Γαλλία αδυνατούσε να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά την Αμερική.

Η δεκαετία του '20 λειτούργησε ως τροχοπέδη για την κινηματογραφική βιομηχανία της Γαλλίας, με ένα μεγάλο ποσοστό των αιθουσών να περνάει σε ιδιωτικά χέρια (για ακόμη μια φορά το οικονομικό ρίσκο της παραγωγής μοιάζει χαοτικό σε σχέση με το αντίστοιχο της διανομής και της προβολής), με την εύρεση κεφαλαίων να γίνεται πιο δύσκολη από ποτέ. Ενδεικτικά, ο μέσος όρος παραγωγής μιας γαλλικής ταινίας ανερχόταν στα 40.000 δολάρια, την ίδια στιγμή που στην Αμερική ο προϋπολογισμός μπορεί να ανερχόταν, μέχρι και στο μισό εκατομμύριο δολάρια.

Έντονες υπήρξαν και οι συγκρούσεις μεταξύ παραγωγών και διανομέων, καθώς οι δεύτεροι προτιμούσαν να προβάλλουν στις αίθουσες τις εισαγόμενες, αμερικάνικες ταινίες, λόγω του φθηνότερου κόστους, αλλά και της μεγαλύτερης κερδοφορίας που απέφεραν.

Η σύγκρουση παραγωγών-αιθουσαρχών κορυφώθηκε, όταν οι παραγωγοί ζήτησαν από την κυβέρνηση την θέσπιση μέτρων για την προστασία της εγχώριας παραγωγής και τον περιορισμό των εισαγόμενων ταινιών. Το αποτέλεσμα βρήκε τους παραγωγούς χαμένους για ακόμη μια φορά, καθώς η υπερίσχυση των «μεγάλων» διανομέων και αιθουσαρχών, που θα έχαναν τα κερδοφόρα προνόμια από μια πιθανή επιβολή ποσοστώσεων, υπερτονίστηκε από την αναλγησία της κυβέρνησης, η οποία πυροδότησε την ήδη τεταμένη κατάσταση, επιβάλλοντας δυσβάσταχτα υψηλούς φόρους στα εισιτήρια (από 6%-40%), γεγονός που πυροδότησε αλυσιδωτές αντιδράσεις σε όλους τους τομείς της κινηματογραφικής βιομηχανίας (Thomson & Bordwell, 2011).

Η παγκόσμια οικονομική κρίση του 1929 είχε τεράστιο αντίκτυπο σε όλες τις εκφάνσεις της οικονομικής ζωής, με τις τράπεζες να χρεοκοπούν και το αυστηρά

οργανωμένο σύστημα των στούντιο, να αντιμετωπίζει τεράστιο κίνδυνο κατάρρευσης.

Σε μια εποχή όπου οι περισσότερες χώρες της Ευρώπης κλήθηκαν να περισώσουν όπως μπορούσαν τον κινηματογράφο τους, η Γαλλία επιβίωσε χάρη στην ευελιξία των δημιουργών που δεν υπάκουσαν στο διαδεδομένο σουντιακό σύστημα, καθώς και στην προτίμηση που έδειξαν μεγάλες μεγάλες κινηματογραφικές εταιρείες, όπως η Paramount και η γερμανική Tobis, για την γαλλική πρωτεύουσα (Fowler, 2002).

Η κινηματογραφική βιομηχανία της Γαλλίας βρέθηκε σε δυσμενή κατάσταση, μετά την είσοδο της χώρας στον Β' Παγκόσμιο το 1939, γεγονός που οδήγησε εκ νέου στη διακοπή της παραγωγικής διαδικασίας και στη πλήρη αποδιοργάνωση του κινηματογράφου.

Η κατεχόμενη, από τους Γερμανούς, Γαλλία, δεν αποτέλεσε το μοναδικό πρόβλημα από πλευράς κινηματογραφικής παραγωγής, καθώς το περιβάλλον δεν ήταν ιδανικό, ούτε στα νότια της χώρας, εκεί όπου ο Γάλλος στρατάρχης Henri-Philippe Rétain, ίδρυσε την φιλό-γερμανική του κυβέρνηση, γνωστή και ως «*Κυβέρνηση του Βισύ*».

Με τους παραγωγούς να καλούνται να αντιμετωπίσουν ζητήματα γραφειοκρατίας, έλλειψης χρηματοδότησης, οικονομικών δυσχερειών και λογοκρισίας, η κινηματογραφική παραγωγή είχε περιοριστεί στο ελάχιστο στην Γαλλία του Βισύ, την ίδια στιγμή που στο κατεχόμενο κομμάτι της χώρας, η παραγωγή ταινιών απαγορεύτηκε εντελώς. Η κατακόρυφη πτώση της γαλλικής παραγωγής, είχε σαν αποτέλεσμα τη κυριαρχία του γερμανικού μονοπωλίου, κάτι που μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του '40, οδήγησε σε δραματική μείωση των εισιτηρίων.

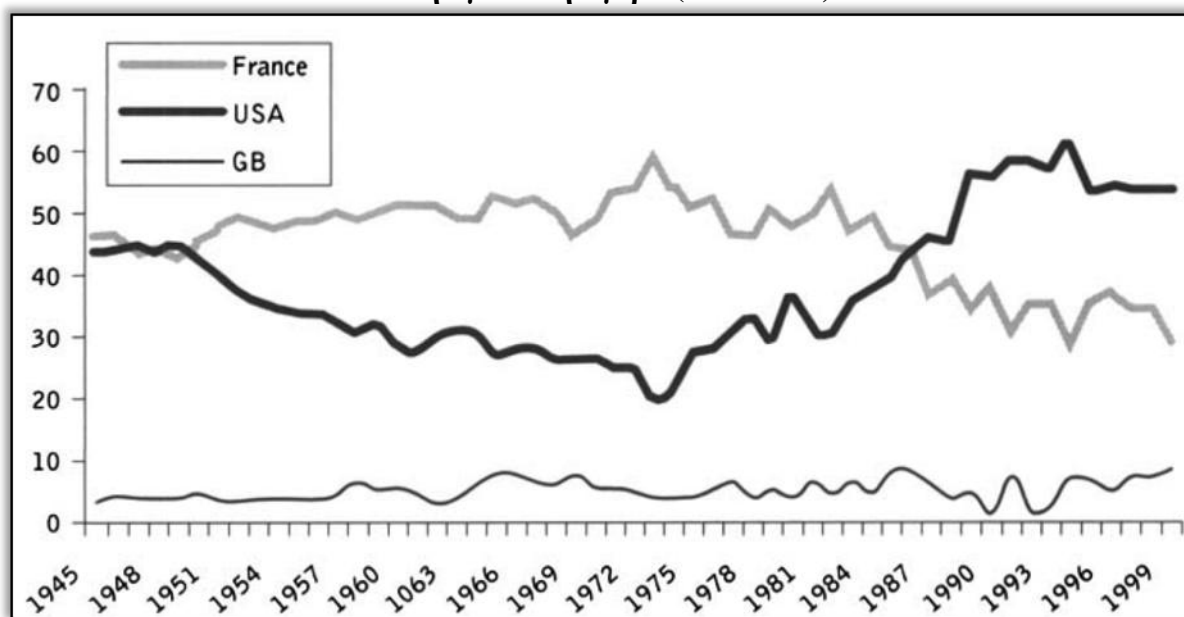
Ανεξάρτητα από τον γερμανικό ζυγό, δεν είναι λίγοι εκείνοι που πιστεύουν πως η γαλλική παραγωγή άκμασε την συγκεκριμένη περίοδο, καθώς μετά την εντολή των δυνάμεων για επαναλειτουργία της παραγωγής, η Γαλλία βρέθηκε να ενισχύεται εθνικά, εξαιτίας της απαγόρευσης της εισαγωγής αμερικάνικων ταινιών από τους Γερμανούς. Κατά τους Powrie και Reader (2002), μπορεί η συγκεκριμένη αντίληψη να μοιάζει περίεργη, στον αντίποδα όμως της επικρατούσας περιορισμένης έκφρασης, οι γερμανικές δυνάμεις σύστησαν στο γαλλικό μοντέλο, το σύστημα προκαταβολών, το οποίο βοήθησε στην αύξηση της αποτελεσματικότητας της κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Μετά το τέλος του πολέμου ο γαλλικός κινηματογράφος απέκτησε και πάλι την πρότερη, πολιτιστική του αίγλη, με την παραγωγή να ακολουθεί, σταδιακά, ανοδική πορεία και τα απομεινάρια της γερμανικής κατοχής να μετουσιώνονται σε μια παραγωγή «συγκεντρωτικού χαρακτήρα» (Thomson & Bordwell, 2011: 373).

Η επιστροφή σε ένα ανοιχτό, ανταγωνιστικό σύστημα, δεν αποτέλεσε τελικά την καλύτερη επιλογή, καθώς, για ακόμη μια φορά, εκτός από τις Pathé και Gaumont, εμφανίστηκαν στην αγορά πολλές νέες εταιρείες, οι οποίες συνέχισαν να αντιμετωπίζουν σοβαρά, οικονομικά προβλήματα, καθώς και την επιφυλακτικότητα των τραπεζών.

Το 1946 η κατάσταση χειροτέρευσε με την απόφαση του Γάλλου πρωθυπουργού Léon Blum να υπογράψει με τον Αμερικανό υπουργό James Byrnes, μια συμφωνία που θα καταργούσε τις «προπολεμικές ποσοστώσεις στις αμερικανικές ταινίες» (Thomson & Bordwell, 2011: 374), τονίζοντας πως οι γαλλικές αίθουσες θα έπρεπε να αφιερώνουν δεκαέξι εβδομάδες τον χρόνο, για την προβολή γαλλικών παραγωγών. Η συγκεκριμένη απόφαση, που χαρακτηρίστηκε ως προδοσία (Powie & Reader, 2002), είχε αντίστροφα αποτελέσματα, καθώς δεν οδήγησε μόνο στην μείωση της γαλλικής παραγωγής, αλλά και στον δεκαπλασιασμό των εισαγόμενων, αμερικανικών ταινιών.

Σχήμα 11: Μερίδιο Αμερικής και Μεγάλης Βρετανίας στην γαλλική αγορά (1945-1999)



Πηγή: French Cinema – A Student’s Guide, 2002

Οι μοιραίες αποφάσεις της γαλλικής κυβέρνησης ανετράπησαν μέχρι τα τέλη του 1946, με την θέσπιση δυο σημαντικών μέτρων που αποσκοπούσαν στην ορθοπόδηση της εγχώριας παραγωγής.

Το πρώτο ήταν η δημιουργία του Εθνικού Κέντρου Κινηματογράφου (Centre National de la Cinématographie), το οποίο λειτούργησε ενισχυτικά στο σύνολο της κινηματογραφικής βιομηχανίας, προωθώντας το γαλλικό σινεμά και στο εξωτερικό, μέσω της ίδρυσης του διαφημιστικού οργανισμού, Unifrance Film.

Δεύτερο κυβερνητικό μέτρο αποτέλεσε η υιοθέτηση της νομοθεσίας για την προστασία της εθνικής παραγωγής, ορίζοντας το 1948, σε 121 τις αμερικανικές ταινίες που θα μπορούσαν να προβάλλονται κάθε χρόνο στις γαλλικές αίθουσες (Thomson & Bordwell, 2011). Μέριμνα υπήρξε και για την χρηματοδότηση μελλοντικών έργων, καθώς και την ευρύτερη ενίσχυση της παραγωγής, μέσω της κρατικής ενίσχυσης.

Από την αρχή, μέχρι και το μέσο της δεκαετίας του 1950, σηματοδοτήθηκε μια προοδευτική ανάκαμψη στην γαλλική παραγωγή, η οποία χάρη στην θέσπιση των κυβερνητικών μέτρων, αλλά και την περιορισμένη, ακόμα, διείσδυση της τηλεόρασης, κατόρθωσε να ξαναβρεί σε έναν βαθμό, τον προπολεμικό της εαυτό. Η αύξηση, παράλληλα, των συμπαραγωγών, η στροφή προς μια πιο ολοκληρωμένη εκπαίδευση επαγγελματιών του χώρου, καθώς και η ανάδυση επιδραστικών, μοντερνιστικών ρευμάτων, όπως η Nouvelle Vague, επαναπροσδιόρισαν την εικόνα της γαλλικής κινηματογραφίας.

Το «Νέο Κύμα» εμφανίστηκε στα τέλη του '50, με αφορμή μια ξαφνική μείωση του αριθμού των θεατών, γεγονός που οδήγησε στην δραστηριοποίηση μιας ομάδας «νέων» δημιουργών», που στόχευαν στην σύγκρουση με την επικρατούσα, μέχρι τότε, ακαδημαϊκή αφηγηματική του κινηματογράφου.

Με την Hayward (1996) να υποστηρίζει πως η Nouvelle Vague «δεν αποτέλεσε στην πραγματικότητα ρεύμα, αλλά μια, σίγουρα σημαντική στιγμή στην κινηματογραφική ιστορία», η επιτυχία και η αποδοχή του νέου φιλμικού στυλ, βασίστηκε κυρίως στην δράση σημαντικών παραγωγών, όπως οι De Beauregard και Braunberger, οι οποίοι είδαν τους κριτικούς του φημισμένου Cahiers du Cinéma, να αναζητούν τρόπους ρεαλιστικής πραγμάτωσης μιας ρηζικέλευθης, κινηματογραφικής φόρμας.

Ιδρυόμενο το 1950 από τους André Bazin, Jacques Doniol-Valcroze και Lo Duca, το Cahiers du Cinema αποτέλεσε το πιο επιδραστικό έντυπο για το σινεμά,

δίνοντας έμφαση όχι μόνο στην ψυχαγωγική διάσταση μιας ταινίας, αλλά και στην καλλιτεχνική της αξία (Bickerton, 2009), κυριαρχώντας έτσι στους κόλπους των επίδοξων και ανερχόμενων δημιουργών.

Παρά τις πρώτες δυσκολίες των δημιουργών να αποδώσουν το σκηνοθετικό τους όραμα δίχως την οικονομική υποστήριξη των μεγάλων στούντιο (Wiegand, 2005), τα προβλήματα ξεπεράστηκαν μέσω της υιοθέτησης ενός χαμηλού προϋπολογισμού (εξωτερικά γυρίσματα, μικρά συνεργεία, αυτοσχεδιασμός, αλληλοβοήθεια μεταξύ των δημιουργών), που επέτρεπε στους σκηνοθέτες την έκφραση της προσωπικής τους ματιάς, σπάζοντας παράλληλα τα αφηγηματικά δεσμά της εποχής.

Αν και μικρή, χρονικά, η διάρκεια της Nouvelle Vague, ο γαλλικός κινηματογράφος των αρχών του '60, άσκησε τεράστια επιρροή στο παγκόσμιο σινεμά, με τα συμβάντα του Παρισινού Μάη, το 1968, να ενισχύουν την άποψη για επιτακτική απομάκρυνση από τον κινηματογράφο του καπιταλισμού, με αποκορύφωμα την ίδρυση των *Etats Généraux du Cinéma* (EGC), που στόχευαν «στην δημιουργία ενός εναλλακτικού, γαλλικού συστήματος παραγωγής, διανομής και προβολής» (Thomson & Bordwell, 2011: 558).

Η σημασία της Nouvelle Vague παρέμεινε εμφανής και κατά την δεκαετία του '70, καθώς μπορεί οι προσπάθειες για την ανάδειξη ενός καθόλα σινεφιλικού, αυτοαναφορικού περιεχόμενου να μην απέδωσαν, με το κοινό να στρέφει την προσοχή του σε πιο εμπορικές ταινίες, το «επαναστατικό», όμως, πνεύμα του '68 και η πολιτική ματιά των γαλλικών παραγωγών παρέμειναν «ζωντανά» μέσα από τις ταινίες της εποχής (Lanzoni, 2004).

Σταδιακά το πολιτικό σινεμά των προηγούμενων δεκαετιών αντικαταστάθηκε από ένα σινεμά πιο κοινωνικό, χωρίς όμως ποτέ να καταφέρει να αντικατοπτρίσει στο σύνολό του «το πνεύμα της εποχής» (Lanzoni, 2004: 305).

Το '80 αποτέλεσε την περίοδο κατά την οποία η κινηματογραφική ψαλίδα μεταξύ Γαλλίας και Αμερικής άνοιξε ακόμη περισσότερο, με το Χόλυγουντ να επενδύει στην απόδοση του εμπορικού κινηματογράφου και την Γαλλία να εμμένει στο προσωπικό σινεμά του δημιουργού.

Οι προσπάθειες της Γαλλίας για την αντιμετώπιση της ολοένα αυξανόμενης δύναμης του Χόλυγουντ, εκφράζεται καλύτερα στην αλματώδη αύξηση του κόστους παραγωγής, το οποίο στα τέλη της δεκαετίας του '70 σημείωσε άνοδο κατά 17% μέσα σε έναν χρόνο, σκαρφαλώνοντας μέχρι το 1988, στο 35%.

Αρκετό καιρό πριν από την αύξηση του κόστους παραγωγής, δεν ήταν λίγοι οι Γάλλοι δημιουργοί που αντιλήφθηκαν πως η όποια αντιμετώπιση της αμερικανικής δύναμης, μπορούσε να πραγματοποιηθεί, μόνο μέσα από την συνεργασία της Γαλλίας, με άλλες χώρες της Ευρώπης, μεταθέτοντας έτσι το βάρος από την εγχώρια παραγωγή, στις συμπαραγωγές.

Η εμφάνιση νέων τεχνολογιών ευνόησαν τις διακρατικές συνεργασίες, απειλώντας παρόλα αυτά τις μικρότερες γαλλικές εταιρείες, οι οποίες δεν μπορούσαν πλέον να επιβιώσουν μέσα στο νέο, γαλλικό σύστημα, άμεσα εμπνευσμένο από το μοντέλο του χολιγουντιανού μάρκετινγκ (Lanzoni, 2004).

Παρά την απόλυτη επιβολή της αμερικανικής κυριαρχίας-το 1989 οι γαλλικές παραγωγές ανέρχονταν σε λιγότερο από το 40% των προβαλλόμενων ταινιών, την ίδια στιγμή που οι εισαγόμενες ταινίες εξ Αμερικής έφταναν το 58%- η επίδραση του εμπορικού κινηματογράφου των ΗΠΑ υπήρξε καταλυτική, με την προσέλευση το 1982 να ανέρχεται σε 200 εκατομμύρια θεατές, περισσότερο από κάθε άλλη χρονιά, τουλάχιστον μέχρι και τις αρχές της δεκαετίας του '90.

Πίνακας 8: Μεριδίο ΗΠΑ στις εθνικές, ευρωπαϊκές αγορές (%)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Belgium	47.0	48.0	43.0	52.0	56.0	68.0	72.0	62.0	64.0	68.9	73.5	80.2	78.0	79.0	79.0	79.0
Denmark	44.5	49.0	50.0	53.0	51.0	61.2	61.0	55.8	60.0	63.6	77.0	83.0	82.0	80.0	79.0	77.0
France	35.2	30.8	30.0	35.0	36.8	39.1	43.3	43.8	45.9	55.3	56.9	58.7	58.0	57.0	58.0	58.0
Germany	52.0	52.9	55.4	60.4	65.8	59.0	62.6	58.3	64.4	70.0	74.8	76.4	82.9	79.0	76.5	75.0
Greece	58.0	56.0	51.0	56.0	63.0	77.0	79.0	81.0	85.0	86.0	87.0	88.0	88.0	89.0	88.0	87.0
Ireland	88.0	87.0	86.0	84.0	83.0	83.0	81.0	80.0	79.0	75.0	87.0	91.5	91.0	90.0	89.0	88.0
Italy	33.7	32.6	32.0	41.6	46.0	47.0	50.0	46.1	56.0	65.1	75.0	69.0	70.1	71.0	73.0	74.0
Luxembourg	60.0	60.0	62.0	62.0	64.0	65.0	65.0	65.0	65.0	68.0	78.0	84.0	82.0	83.0	84.0	85.0
Holland	49.0	46.0	51.0	59.0	60.0	72.0	74.0	63.0	76.0	77.0	86.0	93.0	91.0	90.0	89.0	88.0
Portugal	46.0	56.0	44.0	47.0	48.0	51.0	64.0	67.0	72.0	78.0	81.0	85.0	81.0	80.0	81.0	82.0
Spain	44.0	46.0	48.0	50.0	52.0	54.0	56.0	58.0	64.0	73.0	72.0	69.0	69.0	67.0	66.0	64.0
UK	80.0	80.0	81.0	82.0	83.0	80.0	80.0	89.0	77.0	79.0	78.0	80.0	79.0	77.0	76.0	75.0
EU	46.0	45.0	44.0	50.0	52.0	54.0	58.0	58.0	62.0	69.0	72.0	72.0	73.0	71.0	71.0	71.0

Πηγή: *The Oxford History of World Cinema, the definitive history of cinema worldwide, 1996 (αναδημοσίευση)*

Καθ' όλη την διάρκεια του 1980, η γαλλική παραγωγή εξαρτήθηκε άμεσα από την κρατική χρηματοδότηση, εξακολουθώντας να ενεργεί με βάση το σύστημα της επαναδαπάνησης των κινηματογραφικών κερδών στην ίδια την βιομηχανία, με την ίδρυση το 1985, του προγράμματος SOFICA (Les Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel), που είχε ως στόχο την ενίσχυση

του γαλλικού συστήματος και την ενδυνάμωση της κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Έντονη υπήρξε και η παρουσία της τηλεόρασης, η οποία αύξησε την επιρροή της στην χώρο της κινηματογραφικής βιομηχανίας, αναγόμενη την δεκαετία του '80, στο δημοφιλέστερο μέσο. Γεγονός είναι πως πολλές από τις τηλεοπτικές εταιρείες άρχισαν να συμμετέχουν ενεργά και να διεκδικούν μερίδια στις κινηματογραφικές παραγωγές, καθώς και στα δικαιώματα των ταινιών. Το 1985 οι ταινίες που προβλήθηκαν στην τηλεόραση ήταν περισσότερες από εκείνες που ακλούθησαν την κινηματογραφική διανομή (Lanzoni, 2004).

Το κοινό είχε πλέον την δυνατότητα να ψυχαγωγείται σπίτι του, καθώς οι τρέχουσες τεχνολογικές αλλαγές, ώθησαν στην επικράτηση του VCR (Video Cassette Recording), ενός εντελώς διαφορετικού φορμά που έφερε την «μαγεία» της κινηματογραφικής εμπειρίας, στο σαλόνι του θεατή.

Με τον αριθμό των συσκευών VCR να ανέρχεται σε 200.000 το 1980, σε τρία εκατομμύρια το 1983 και σε δέκα εκατομμύρια-αριθμό ρεκόρ-στις αρχές του 1990, γίνεται εμφανής η ολοκληρωτική στροφή του κοινού προς μια μαζική, εσωτερική κατανάλωση που άλλαξε άρδην τον τρόπο, με τον οποίο το θα αντιμετωπιζόταν πλέον η σύγχρονη, κινηματογραφική βιομηχανία.

4.2 Από το '90 μέχρι σήμερα

Το 1992 η Γαλλία ήρθε αντιμέτωπη με τις συζητήσεις που πραγματοποιούνταν εκείνη την περίοδο, προκειμένου κινηματογράφος και τηλεόραση να συμπεριληφθούν στην GATT ως «οπτικοακουστικές βιομηχανίες».

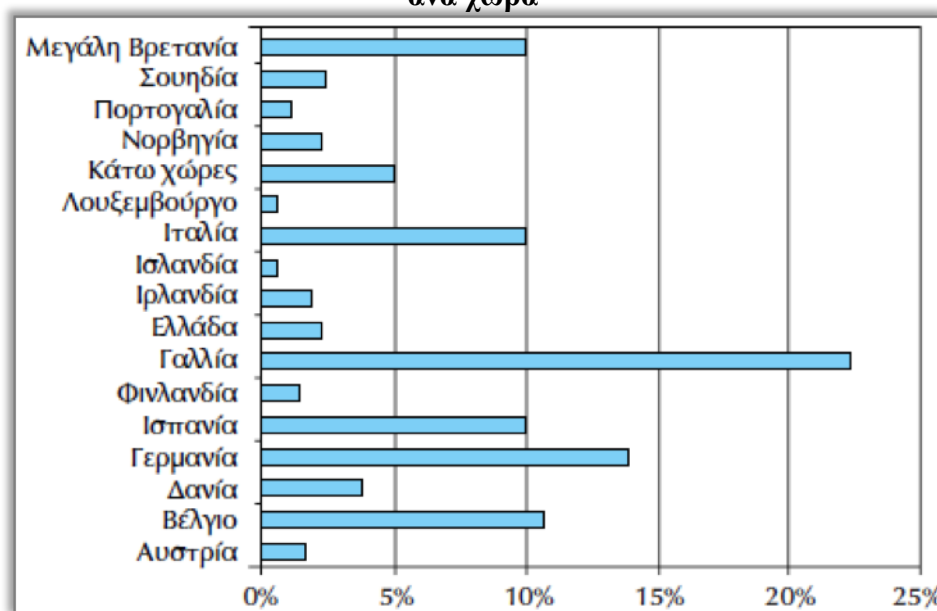
Η αντίδραση της Γαλλίας ήτα άμεση, καθώς θεωρήθηκε πως μέσω της άρσης των προστατευτικών μέτρων και της υιοθέτησης μιας πολιτικής ελεύθερου ανταγωνισμού των εισαγόμενων προϊόντων-εν προκειμένου των αμερικάνικων ταινιών-το Χόλυγουντ θα μπορούσε να δρα ανενόχλητο, ελέγχοντας την κινηματογραφική αγορά και εξαφανίζοντας την παραγωγή των ευρωπαϊκών ταινιών (Thomson & Bordwell, 2011).

Η υπογραφή της GATT έναν χρόνο μετά, δεν περιελάμβανε τον κινηματογράφο και την τηλεόραση, γεγονός που έδωσε μια ανάσα στους

Ευρωπαίους, όχι όμως για πολύ, καθώς καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας τα έσοδα και η απόδοση των μεγάλων, χολιγουντιανών εταιρειών πολλαπλασιάστηκαν, με την Αμερική να βάζει και επίσημα μια «σφραγίδα» κυριαρχίας στην παγκόσμια, κινηματογραφική αγορά.

Παρά την αναντίρρητη αμερικανική πρωτοκαθεδρία, η Ευρώπη προσπάθησε, στο σύνολό της, να επιβιώσει κινηματογραφικά μέσα από διάφορες δράσεις. Τα εθνικά ιδρύματα βελτίωσαν την χρηματοδότηση των ταινιών, το πρόγραμμα MEDIA στράφηκε στην ενίσχυση συγκεκριμένων τομέων, όπως η κατάρτιση και η διανομή, ενώ το Eurimages ώθησε ακόμη περισσότερο το κομμάτι των συμπαραγωγών (Thomson & Bordwell, 2011).

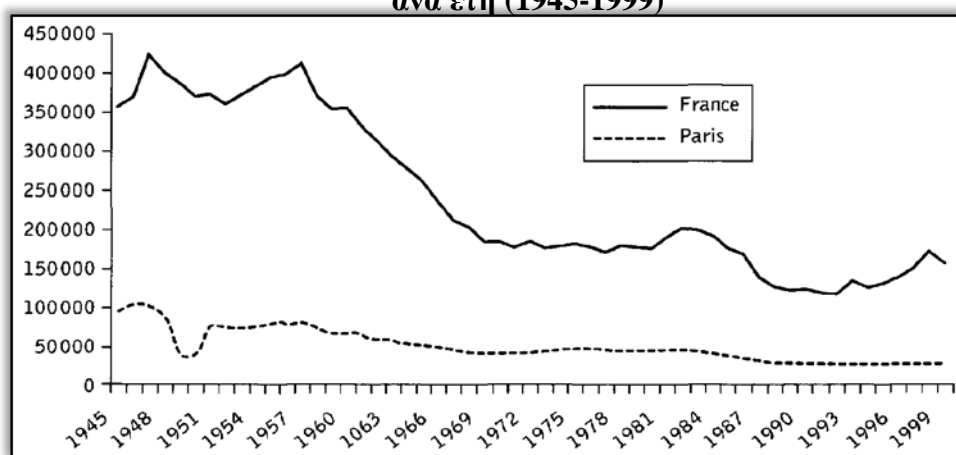
Σχήμα 12: Κατανομή της υποστήριξης του MEDIA II ανά χώρα



Πηγή: Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Το τέλος της δεκαετίας του '90 βρήκε την προσέλευση του κοινού μειωμένη, εξαιτίας της ανάδυσης τηλεοπτικών καναλιών, κινηματογραφικής αισθητικής, όπως το Canal+. Την ίδια στιγμή, η ευρωπαϊκή παραγωγή αδυνατούσε να αντιμετωπίσει την κυριαρχία της Αμερικής και σε αυτόν τον τομέα, με τις εγχώριες παραγωγές να μοιάζουν «καταδικασμένες» σε μια εθνική μικρό-κατανάλωση, δίχως περιθώρια εξαγωγών.

Σχήμα 13: Προέλευση του κοινού στις γαλλικές αίθουσες ανά έτη (1945-1999)

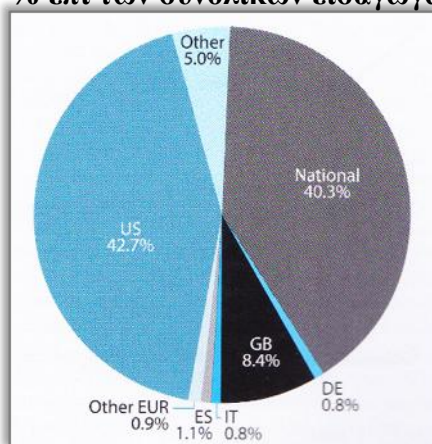


Πηγή: *French Cinema – A Student's Guide*, 2002

Η δεκαετία του 2000 σηματοδοτήθηκε από την απόλυτη κυριαρχία των κινηματογράφων multiplex, την σαρωτική επίδραση του διαδικτύου, την ανάδυση ποικίλων τεχνολογικών επιτευγμάτων, καθώς και τη σταδιακή επικράτηση του ψηφιακού κινηματογράφου, που στις μέρες μας αποτελεί τον σκηνοθετικό κανόνα.

Ως προς την επιρροή του χολιγουντιανού σινεμά, τα πράγματα δεν άλλαξαν ιδιαίτερα, με τις ΗΠΑ να κρατούν ακόμη τα ηνία της πρώτης δύναμης, τόσο σε επίπεδο τεχνολογικής υπεροχής, όσο και σε επίπεδο παραγωγής.

Σχήμα 14: Μεριδίο αγοράς με βάση την προέλευση των ταινιών (σε ποσοστό % επί των συνολικών εισαγωγών του 2012)



Πηγή: *2013 Yearbook, Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 39 European States, 2013* (αναδημοσίευση)

Σε μια εποχή που τα πολυδάπανα και άκρως επιτυχημένα blockbusters κυριαρχούν, η Ευρώπη παραμένει υπολογίσιμη δύναμη, κυρίως στο καλλιτεχνικό και πιο προσωπικό σινεμά, προωθώντας το πλαίσιο της εκάστοτε, εθνικής κινηματογραφίας, καθώς και την ισχυροποίηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, που συνεχίζει να αποτελεί ένα από τα πιο ετερόκλητα και καλλιτεχνικά σινεμά σε διεθνές επίπεδο.

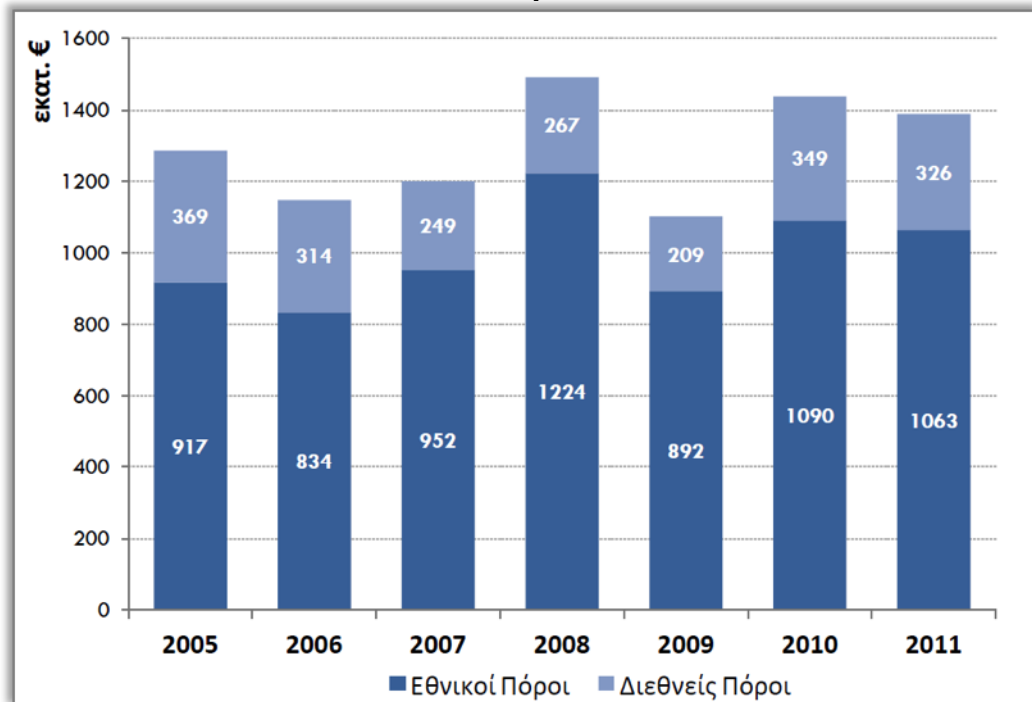
Η παγκόσμια οικονομική ύφεση του 2008, είχε τρομακτικό αντίκτυπο σε όλους τους τομείς της οικονομικής ζωής, με την κινηματογραφική παραγωγή να συρρικνώνεται αισθητά.

Το 2011 το χρηματοδοτικό σύστημα της Γαλλίας βρέθηκε σε κίνδυνο, μετά από την ψήφιση της κυβερνητικής τροπολογίας που όχι μόνο όριζε τον ετήσιο προϋπολογισμό του Εθνικού Κέντρου Κινηματογράφου (CNC), στα 705.9 εκατομμύρια ευρώ, αλλά έθετε παράλληλα και φορολογικό «ταβάνι» στις χρηματοδοτικές πηγές του Κέντρου, απειλώντας έτσι την αυτονομία του και θέτοντας σε κίνδυνο το ιδιαίτερος αποτελεσματικό, αναδιανεμητικό σύστημα χρηματοδότησης, που εφαρμόζει η Γαλλία, ήδη, από την δεκαετία του '40 (Lemercier, 2011).

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Οπτικοακουστικό Παρατηρητήριο (2013), οι γαλλικές παραγωγές ανήλθαν το 2012 σε 279 (θετική αποτίμηση), την ίδια στιγμή που οι παραγωγές, στο σύνολό τους, συνέχιζαν να αυξάνουν.

Την ίδια χρονιά ενισχύθηκαν και οι συμπαραγωγές, φτάνοντας τις 129, το μεγαλύτερο δηλαδή ποσοστό των τελευταίων τριών δεκαετιών, με την συμμετοχή 37 διαφορετικών χωρών.

Σχήμα 15: Επενδύσεις στην παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Γαλλία



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη ΙΟΒΕ, 2014 (αναδημοσίευση)

Οι γαλλικές ταινίες συνέχισαν να χρηματοδοτούνται κυρίως μέσω συμπαραγωγών, ενώ τόσο η εθνική χρηματοδότηση, όσο η και η ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας από προγράμματα, όπως το SOFICA, διατηρήθηκαν.

Ενδιαφέροντα είναι τα στοιχεία που σχετίζονται με τον τομέα της ψηφιακής παραγωγής, καθώς το 87% των ταινιών που παράχθηκαν το 2012, γυρίστηκαν ψηφιακά, σε αντίθεση με το 2011 όπου το ποσοστό ήταν σαφώς μικρότερο (72.5%). Αξίζει να σημειώσουμε πως η ψηφιοποίηση της παραγωγής ανήλθε στο 94%, με το 82% των κινηματογράφων, να έχει εξοπλιστεί είτε ολοκληρωτικά, είτε μερικώς με την νέα, ψηφιακή τεχνολογία.

Αν και η κινηματογραφική βιομηχανία της Γαλλίας παραμένει μια από τις πιο ανταγωνιστικές αγορές της Ευρώπης, εντούτοις η διείσδυση του Χόλυγουντ παραμένει εμφανής. Χαρακτηριστικό είναι πως η Warner Bros. ήρθε πρώτη σε επίπεδο διανομής το 2012, ακολουθούμενη από την 20th Century Fox και από την Pathé, που βρέθηκε στην τρίτη θέση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΚΟΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ

Σε αντίθεση με τον κινηματογράφο της Γαλλίας, ο οποίος λειτούργησε από τα πρώτα κιόλας χρόνια ως επίσημη ατμομηχανή της κινηματογραφικής βιομηχανίας στην Ευρώπη-κάτι που ισχύει μέχρι και τις μέρες μας, παρά τα προβλήματα εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης-υπάρχουν χώρες οι οποίες είτε λόγω του μικρού τους μεγέθους και κατ' επέκταση της περιορισμένης τους αγοράς, είτε εξαιτίας των ιστορικών συγκυριών, αντιμετώπισαν μεγάλα προβλήματα στην ανάπτυξη της κινηματογραφικής τους βιομηχανίας.

Μια από αυτές τις χώρες υπήρξε και η Πορτογαλία, η οποία όπως θα δούμε και στην συνέχεια, φάνηκε να μοιράζεται πολλά κοινά χαρακτηριστικά με την Ελλάδα, τόσο από άποψη μεγέθους αγοράς, όσο και από άποψη διαχείρισης της εθνικής της κινηματογραφίας.

5.1 Οι ιστορικές συνθήκες και η κατάσταση του πορτογαλικού κινηματογράφου

Η καθιέρωση του κινηματογράφου στα τέλη του 19^{ου} αιώνα ως νέο-αναδυόμενη βιομηχανία και μετέπειτα ως κερδοφόρο, επικοινωνιακό μέσο ακολούθησε, κατά βάση, κοινή πορεία στις χώρες της ευρωπαϊκής ηπείρου, οι οποίες εκμεταλλεύτηκαν την δυναμική του θαύματος των κινούμενων εικόνων, προσαρμόζοντας κάθε φορά τις απαιτήσεις της κινηματογραφικής βιομηχανίας, στα πρότυπα των εθνικών, εγχώριων αγορών.

Η εδραίωση της κινηματογραφικής βιομηχανίας στην Πορτογαλία, δεν διέφερε κατά τα πρώτα χρόνια, ιδιαίτερα, από τις δράσεις που ακολούθησαν και τα υπόλοιπα κράτη της Ευρώπης, με την Αμερική να εδραιώνει, όπως έχουμε αναφέρει, την παρουσία της, ως αδιαμφισβήτητο κυρίαρχο του νέου μέσου.

Μέσα στο 1890 η Πορτογαλία σύστησε στο κοινό τις πρώτες ταινίες βωβού κινηματογράφου, με τον φωτογράφο Manuel Maria de Costa Veiga να ιδρύει την πρώτη εταιρεία παραγωγής ονόματι Portugal Film. Λίγο μετά, το 1904, κατασκευάστηκε και το Salão Ideal, η πρώτη κινηματογραφική αίθουσα της χώρας.

Από το 1910, ο προσανατολισμός των ευρωπαϊκών κρατών στην ανάπτυξη

των εθνικών τους κινηματογραφιών, αποτέλεσε πάγια πολιτική των χωρών που έβλεπαν την κυριαρχία του χολιγουντιανού κινηματογράφου να αυξάνει διαρκώς.

Η Πορτογαλία ακολούθησε από νωρίς το πρότυπο των υπολοίπων χωρών, υιοθετώντας μια πιο εσωτερική ενδυνάμωση της κινηματογραφικής της βιομηχανίας, παρά το γεγονός πως, όπως αποδείχτηκε και στην πορεία, δεν κατάφερε ποτέ να αναδείξει μια ολοκληρωτικά προσωπική, κινηματογραφική σχολή, του βεληνεκού της Γαλλίας, της Ιταλίας ή της Γερμανίας, ακριβώς δηλαδή όπως συνέβη και στην περίπτωση της Ελλάδας.

Ο καθαρά εθνοκεντρικός κινηματογράφος της Πορτογαλίας, λειτούργησε ανά περιόδους αποτρεπτικά στην περαιτέρω ενθάρρυνση της βιομηχανίας της χώρας, με τον Baptista να τονίζει πως *«αν υπάρχει ένα κυρίαρχο είδος στο σινεμά της Πορτογαλίας, τότε αυτό είναι το ίδιο το πορτογαλικό σινεμά»* (Baptista, 2010: 3).

Η αναπαράσταση των τοπίων, της αγροτικής ζωής και της ιστορίας της χώρας, αποτελούσαν επαναλαμβανόμενα, υποθεσιακά μοτίβα των ταινιών, χωρίς παρόλα αυτά η πρώιμη, κινηματογραφική «σχολή» της Πορτογαλίας να ξεχωρίζει, κάτι που φάνηκε να αλλάζει από την δεκαετία του '60 και μετά, με την επικράτηση του λεγόμενου 'cinema nuovo' (κατά το ρεύμα της 'Nouvelle Vague' που εμφανίστηκε την ίδια εποχή και στην Γαλλία).

Καθ'όλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '20, η ανάγκη για την ανάδειξη του φιλμ ως «έργο τέχνης», απέναντι στην εμπορική φύση του αμερικανικού σινεμά, ήταν εμφανής, αλλά και ενδεικτική του Νόμου 13564 (γνωστού και ως 'Law of the 100 Meters'), που πέρασε η πορτογαλική κυβέρνηση το 1927, ορίζοντας πως κάθε νέα ταινία θα έπρεπε να φτάνει, τουλάχιστον, τα 100 μέτρα σε κινηματογραφικό φιλμ. Παρόλα αυτά, η εμμονή με την διάρκεια και το μέγεθος της ταινίας φάνηκε να μην αποδίδει καρπούς, καθώς πέρα από την έκταση της ταινίας, οι δημιουργοί δεν έδιναν ιδιαίτερη σημασία στην κατασκευή ποιοτικών φιλμ, με αποτέλεσμα να αυξηθεί η παραγωγή, αλλά να μειωθεί παράλληλα η καλλιτεχνική αξία των ταινιών (Vieira, 2013).

Από τις αρχές ήδη του '20, η αντιμετώπιση της ξένης εισβολής βρέθηκε στο επίκεντρο, με την Πορτογαλία να αναπτύσσει σταδιακά το παραγωγικό της σύστημα, για τον, επί ίσοις όροις, ανταγωνισμό άλλων, μεγάλων κινηματογραφικών δυνάμεων της εποχής, όπως η Γαλλία, η Σουηδία και η Δανία.

Η δημιουργία μιας κινηματογραφικής βιομηχανίας που θα βασιζόταν πρωτίστως στην προβολή της εθνικής εικόνας της Πορτογαλίας, αποτέλεσε από νωρίς

αυτοσκοπό της χώρας, με την δημιουργία των στούντιο, την ενίσχυση της παραγωγής και την ιστορική θεματολογία των ταινιών, να εξυπηρετούν αυτόν ακριβώς τον σκοπό.

Αν και το μοντέρνο, κινηματογραφικό μέσο μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για την κατάδειξη της σύγχρονης πραγματικότητας της χώρας, όπως δηλαδή συνέβαινε σε άλλα κράτη (για παράδειγμα στην μεταπολεμική Ιταλία με το ρεύμα του Νεορελισμού), εντούτοις οι δημιουργοί προτίμησαν την χρήση του, για μια επιστροφή στις παραδοσιακές ρίζες του τόπου, κάτι το οποίο ενώ είχε απήχηση στο κοινό της εποχής, δεν απογείωσε τελικά την κινηματογραφία της χώρας (Bartista, 2010). Η παρελθοντολαγνεία των δημιουργών αντικατοπτρίζεται ευκρινώς στο αντιθετικό ζεύγος πόλη-αγροτική ζωή, με το αστικό περιβάλλον να προβάλλεται διαβολικό και μiasματικό, την ίδια στιγμή που η ύπαιθρος φαντάζει ως το εξιδανικευμένο πρότυπο ζωής. Αξίζει πάντως να σημειώσουμε πως η επιτυχία των αστικών κωμωδιών των δεκαετιών του '30 και του '40, αναβίωσε και πάλι στην Πορτογαλία (τηλεοπτικοί δέκτες, βιντεοκασέτες, dvd), φτάνοντας στο ζενίθ τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα σε μια περίοδο που η προσέλευση του κοινού στις αίθουσες είχε μειωθεί σημαντικά.

Μετά το πραξικόπημα των στρατιωτικών και την εγκαθίδρυση της φασιστικής δικτατορίας του António de Oliveira Salazar το 1926, οι προσπάθειες της Πορτογαλίας για την απόθηση της αμερικανικής επεκτατικότητας, έγιναν ακόμη πιο έντονες, με τον «κινηματογράφο τέχνης» να χρησιμοποιείται για την εξυπηρέτηση εθνικών και κυρίως, εθνικιστικών σκοπών. Εντούτοις, η αποδοχή ενός πιο καλλιτεχνικού σινεμά, δεν ήταν πάντοτε η ίδια από τον λαό της Πορτογαλίας. Για παράδειγμα, από το 1890, μέχρι και λίγο πριν το 1960, ο καθιερωμένος, «εθνικός, καλλιτεχνικός κινηματογράφος», συνάντησε μεγάλη επιτυχία από κοινό και κριτικούς, επικεντρωμένος στο είδος των αστικών κωμωδιών που έχρηζαν μεγάλης εκτίμησης.

Αργότερα, από την εμφάνιση του 'cinema nuovo' και μέχρι το 1980 περίπου, τότε που το πορτογαλικό σινεμά είχε αρχίσει να γίνεται αναγνωρίσιμο στην διεθνή σκηνή ως «πορτογαλική σχολή», η δυναμική του καλλιτεχνικού κινηματογράφου αυξήθηκε, αλλά η αποδοχή του από τον λαό δεν ήταν η ίδια, καθώς το έντονα σινεφίλ προφίλ του, θεωρήθηκε πως δεν συμβάδιζε με την πραγματικότητα της χώρας (Bartista, 2010). Ο κοινός, εθνικός προσανατολισμός που μέχρι πρότινος ένωσε δημιουργούς και κοινό, αποτελούσε πλέον θέμα σύγκρουσης.

Η έντονη εθνική χροιά του πορτογαλικού σινεμά, οδήγησε σύμφωνα με τον Baptista, στην επικράτηση ενός κινηματογράφου εγκλωβισμένου στα ίδια τα εθνικιστικά του πλαίσια, καθοδηγούμενου από την ακατανίκητη επιθυμία του να ανταγωνίζεται κάθε ξένο εμπορικό κινηματογράφο και θέτοντας έτσι σε κίνδυνο μια κινηματογραφική βιομηχανία (Baptista, 2010), που αμφιταλαντευόταν μεταξύ του τι ήταν πραγματικά και του τι ήθελε να είναι.

Το μεγάλο πρόβλημα της πορτογαλικής βιομηχανίας κινηματογράφου, ήταν το γεγονός πως το αυταρχικό καθεστώς του Salazar, έβρισκε στην προβολή της εθνικότητας της χώρας το κατάλληλο πλαίσιο, προκειμένου να ασκήσει την προπαγανδιστική του πολιτική, μια πολιτική που δεν έλαβε ποτέ το μέγεθος άλλων, όπως για παράδειγμα τον τρόπο με τον οποίο το Γ' Ράιχ χρησιμοποιούσε το κινηματογραφικό μέσο, για την άσκηση της αυστηρής και καθόλα προπαγανδιστικής πολιτικής του.

Το 1933 ιδρύθηκε, υπό το καθεστώς του Salazar, η Γραμματεία Εθνικής Προπαγάνδας (Secretariado de Propaganda Nacional, SPN), η οποία το 1944 μετονομάστηκε σε Εθνική Γραμματεία Πληροφόρησης Πολιτισμού και Τουρισμού (Secretariado Nacional de Informacao, SNI), έχοντας ως βασικό στόχο, *«να ενθαρρύνει την πορτογαλική και την διεθνή υποστήριξη του πολιτικού σχεδίου, του νέου καθεστώτος του Salazar»* (Vieira, 2013: 2).

Κατά την διάρκεια των δεκαετιών '30-'40, το πορτογαλικό καθεστώς στράφηκε ολοκληρωτικά στην προσπάθεια εκμετάλλευσης του κινηματογράφου, για την εξυπηρέτηση και την αναπτέρωση του εθνικού φρονήματος. Πιο συγκεκριμένα, το 1935 ο διάσημος Πορτογάλος συγγραφέας, δημοσιογράφος και πολιτικός, Antonio Ferro, εγκαινίασε το Κινούμενο Σινεμά ('Traveling Cinema'), έναν προπαγανδιστικό κινηματογράφο που ταξίδευε σε διάφορες πόλεις της χώρας, εξυμνώντας την Ιστορία της, μέσα από την προβολή ντοκιμαντέρ, αθλητικών δρώμενων και στρατιωτικών παρελάσεων. Το 1947 μάλιστα, ο Ferro εξέδωσε έναν λόγο στον οποίο τόνιζε την ιδιαίτερη σημασία της εθνικής, κινηματογραφικής προπαγάνδας, δίνοντας έμφαση στην *«εκπαιδευτική αποστολή της μέσα στην χώρα»*, καθώς και *«στην δύσκολη αποστολή να κοινωνηθεί στα άλλα κράτη, η γνώση της ζωής, του χαρακτήρα και του μεγέθους του πολιτισμού»* [της Πορτογαλίας] (Vieira, 2013: 3).

Παρά την μέριμνα για τον εγχώριο κινηματογράφο και για αναγνώριση της πορτογαλικής βιομηχανίας από τις υπόλοιπες χώρες, το Νέο Κράτος ('New State') του Salazar, έκανε εμφανείς τις προθέσεις του για χαλιναγώγηση των δημιουργών,

ιδρύοντας το 1945 την Επιτροπή Λογοκρισίας, υπεύθυνη για τον περιορισμό του δημιουργικού οράματος των επαγγελματιών, τόσο σε περιπτώσεις που το περιεχόμενο των ταινιών αφορούσε σε θέματα που σχετίζονταν με το ισχύον καθεστώς, όσο και σε περιπτώσεις που αναδείκνυε καίρια κοινωνικά προβλήματα της εποχής. Ο κινηματογράφος της Πορτογαλίας ήταν περισσότερο ένα σινεμά του «φαίνεσθαι» και λιγότερο του «είναι».

Η διάχυση του προπαγανδιστικού σινεμά στον αναλφάβητο λαό, ήταν εύκολη υπόθεση για το καθεστώς του Salazar, ο οποίος πρότεινε μια σειρά από φορολογικές ελαφρύνσεις για τους δημιουργούς, με την προϋπόθεση πως αυτοί θα ακολουθούσαν την κατευθυντήρια γραμμή της εξουσίας, αν τουλάχιστον ήθελαν να διατηρήσουν την χρηματοδότηση των ταινιών τους. Οι προσπάθειες εξάλλου για την, κατά το καθεστωτικό συμφέρον, ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, συνεχίστηκε μέχρι το τέλος του 1940, με την υιοθέτηση ενός νόμου για την προστασία του εθνικού κινηματογράφου (Protection of National Cinema Law), προσανατολισμένου στην *«προστασία, τον συντονισμό και την τόνωση της παραγωγής του εγχώριου κινηματογράφου, έχοντας κατά νου τις εκπαιδευτικές, πολιτιστικές και καλλιτεχνικές του πτυχές»* (Vieira, 2013: 4). Όπως αποδείχτηκε αργότερα, ο νόμος δεν απέδωσε, εξαιτίας της απόφασης του καθεστώτος να ενθαρρύνει την παραγωγή ταινιών από δημιουργούς που εναρμονίζονταν απόλυτα με τους όρους της και με τις υποδείξεις του SNI. Αυτό πρακτικά σήμαινε την ύπαρξη δυο διαφορετικών, χρηματοδοτικών σταθερών, καθώς από την μια πλευρά οι δημιουργοί που λάμβαναν χρηματοδότηση από την κυβέρνηση έπρεπε να περιορίζουν το καλλιτεχνικό και προσωπικό τους όραμα, ενώ από την άλλη πλευρά, οι ανεξάρτητοι δημιουργοί είχαν τις ιδέες, αλλά όχι το χρήμα.

Το γεγονός πως το σαλαζαρικό καθεστώς επιδίωξε την ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, είναι αδιαμφισβήτητο. Το πρόβλημα έγκειται εντούτοις, στον τρόπο με τον οποίο αποφάσισε να το κάνει, χρησιμοποιώντας την προπαγανδιστική πολιτική κατά το δοκούν, παρέχοντας επιχορηγήσεις μόνο σε άτομα που συνεργάζονταν με το καθεστώς, οργανώνοντας κινηματογραφικά βραβεία και επιχειρώντας *«να καταστήσει την παραγωγή και την διανομή της εγχώριας παραγωγής ισχυρές, επιβάλλοντας αντίστοιχες ποσοστώσεις»* (Vieira, 2013: 6).

Παράλληλα με τα κακώς κείμενα της κυβέρνησης, έγιναν και μερικά θετικά βήματα, ιδιαίτερα από τα τέλη του '40, όπως η δημιουργία του πρώτου κρατικού συστήματος χρηματοδότησης, του National Cinema Fund, το οποίο θα λειτουργούσε

με οικονομική υποστήριξη από τα κέρδη των προβολών. Στοχεύοντας, την ίδια στιγμή, στον επαναπροσδιορισμό και την ισχυροποίηση ενός εθνικού κινηματογράφου που παρέπαιε-με τον ετήσιο αριθμό ταινιών να μειώνεται δραματικά-, το Ταμείο πρόσφερε επιχορηγήσεις στους επαγγελματίες του χώρου, ενθαρρύνοντας έτσι την κινηματογραφική και τεχνολογική γνώση που θα λάμβαναν από τις σπουδές τους στο εξωτερικό (Bartista, 2010). Σημαντική υπήρξε και η δημιουργία του πορτογαλικού Κινηματογραφικού Αρχείου, για την συντήρηση της κινηματογραφικής ιστορίας της χώρας.

Στον αντίποδα ενός, σχεδόν, πελατειακού είδους κινηματογράφου, η δεκαετία του '60 έδωσε την ευκαιρία στην Πορτογαλία να επαναπροσδιορίσει πραγματικά τον εθνικό της κινηματογράφο, με την ανάδυση ενός φιλικού ρεύματος που θα έμενε αργότερα στην Ιστορία, ως 'cinema novo'. Το ανανεωτικό κύμα της δεκαετίας του '60 το οποίο εκφράστηκε μέσα από τον κοινωνικοπολιτικό επαναπροσδιορισμό του κινηματογράφου, άσκησε μεγάλη επιρροή (ως προς την δράση των δημιουργών) και στην Πορτογαλία, εκεί όπου το νέο σινεμά, έθεσε νέες βάσεις στους τομείς της παραγωγής, της σκηνοθεσίας και της γενικότερης καλλιτεχνικής έκφρασης.

Μια από τις σημαντικότερες προσωπικότητες της εποχής, υπήρξε ο παραγωγός Antonio de Cunha Telles, ο οποίος έγινε ο επίσημος εκπρόσωπος μιας νέας γενιάς δημιουργών που επιδίωξαν να απαλλαγθούν από τους περιορισμούς της κρατικής χρηματοδότησης και τους ασφυκτικούς κανόνες της αγοράς. Μεγάλη ήταν και η πολιτιστική προσφορά του ιδιωτικού ιδρύματος Calouste Gulbenkian Foundation, στην ενθάρρυνση των νέων δημιουργών.

Παρά τις επιδιώξεις του νέου αυτού κύματος, για μια ουσιαστική αλλαγή στα δεδομένα του πορτογαλικού σινεμά, οι προσπάθειες των δημιουργών δεν βρήκαν πρόσφορο έδαφος, καθώς ο λαός σύντομα απέρριψε την σινεφίλ ματιά των ταινιών της περιόδου, ιδιαίτερα από την στιγμή που αυτές εναντιώθηκαν στην, μέχρι τότε, κλασική αφηγηματική της εγχώριας κινηματογραφίας. Εξάλλου, μέσα σε αυτό το κλίμα απαξίωσης του νέου σκηνοθετικού και αφηγηματικού στυλ, ήταν αδύνατον για τους δημιουργούς να διεκδικήσουν την επανένωση του πορτογαλικού σινεμά, με τον απλό λαό, καθώς το στυλιζάρισμα και η μεταφορική χρήση της φιλικής γλώσσας, έμοιαζαν να βρίσκονται μακριά από την πορτογαλική πραγματικότητα.

Ο λόγος για την μεγάλη εμπορική αποτυχία των ταινιών του 'cinema novo' και της απόρριψής τους από τον λαό, υπήρξε σε έναν βαθμό, η άρνηση παραδοχής από το εδραιωμένο καθεστώς, των χαμηλής ποιότητας ταινιών και του ευρύτερα

προβληματικού, κινηματογραφικού πλαισίου που είχε επιβάλλει στην χώρα, βασισμένου στην προπαγάνδα και την λογοκρισία. Ήταν πολύ δύσκολο-πρακτικά ακατόρθωτο-για το καθεστώς του Salazar, να απορρίψει την, μέχρι τότε, πορτογαλική κινηματογραφία, διότι έτσι θα έπρεπε επί της ουσίας να παραδεχτεί την δική του αδυναμία και την στρατευμένη χρηματοδότηση του National Cinema Fund.

Με την κατάσταση να μοιάζει μη αναστρέψιμη, οι δημιουργοί κατηγόρησαν την διανομή ξένων ταινιών στο εσωτερικό της χώρας, κάτι που οδήγησε σε ταυτόχρονη μείωση της εγχώριας παραγωγής, με δραματικά αποτελέσματα για τον κινηματογράφο της εποχής (Baptista, 2010). Παρ' όλα αυτά, η παράκληση για βοήθεια των δημιουργών από το Calouste Gulbenkian Foundation, βρήκε ανταπόκριση, με αποτέλεσμα την δημιουργία, το 1969, του Πορτογαλικού Κέντρου Κινηματογράφου (Portugal Centre of Cinema). Δυο χρόνια μετά, το 1971, το σαλαζαρικό καθεστώς αποφάσισε την κατάργηση του National Cinema Fund και την δημιουργία του Πορτογαλικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου (Instituto Portugues de Cinema, IPC), που θα μπορούσε πλέον να χρηματοδοτεί και μη πορτογαλικό κινηματογράφο, αρκεί η παραγωγή να γινόταν στην χώρα (Baptista, 2010).

Η αλλαγή χρηματοδοτικής πλευσης οδήγησε το καθεστώς στην αύξηση της φορολόγησης των εισαγόμενων ταινιών, με την φορολογία των εγχώριων κυκλοφοριών να μειώνεται. Η κυβέρνηση θα συντηρούσε πλέον την βιομηχανία της, βασισμένη στα κέρδη από τις πωλήσεις των εισιτηρίων, γεγονός που οδήγησε σταδιακά στην αύξηση του κέρδους και κατ' επέκταση, στο διαθέσιμο κεφάλαιο για την υποστήριξη των ταινιών.

Η κυριαρχία του απολυταρχικού καθεστώτος του Salazar οδηγήθηκε στο τέλος της, τον Απρίλιο του 1974, με τους επαναστάτες να επαναπροσεγγίζουν το θέμα του κινηματογράφου, πατώνοντας για ένα διάστημα, κάθε χρηματοδοτικό πρόγραμμα. Στο επίκεντρο βρέθηκε αυτή την φορά, ο πολιτικός κινηματογράφος, η καθημερινότητα του απλού λαού και η δράση των επαναστατών, με το '70 να σηματοδοτεί μια σημαντική περίοδο για την πορτογαλική ιστορία.

Η δεκαετία αυτή χαρακτηρίστηκε από την επικράτηση ενός επαναστατικού φρονήματος που διαχύθηκε και στην κινηματογραφική παραγωγή, με την κυριαρχία των πολιτικών ντοκιμαντέρ και την ανάδειξη της πραγματικής Πορτογαλίας, μέσω της σκιαγράφησης της καθημερινότητας των πολιτών. Αυτό το επονομαζόμενο 'April cinema' αποτέλεσε μια σημαντική στιγμή στην κινηματογραφική πορεία της χώρας, αν και μετά το τέλος της Επανάστασης, το σινεμά επέστρεψε και πάλι σε μια

πιο σινεφίλ λογική (Baptista, 2010).

Από την δεκαετία του '80 και μετά, ο πορτογαλικός κινηματογράφος αρχίζει να αποκτά παγκόσμια φήμη, βγαίνοντας από τα αυστηρά περιορισμένα όρια της χώρας, με όχημα τα διεθνή φεστιβάλ. Με την αναγνωρισιμότητα που λεγόμενου 'Portuguese school'-του κινηματογράφου δηλαδή, που επαναπροσδιόρισε την εθνικότητα της χώρας-να κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος στην διεθνή αγορά, η βιομηχανία της χώρας βρέθηκε στην πρώτη γραμμή, επηρεασμένη σαφώς και από την διείσδυση του αμερικανικού κινηματογράφου, όπως συνέβη και με άλλες χώρες της Ευρώπης.

Πίνακας 9: Μερίδιο εγχώριων ταινιών στις ευρωπαϊκές, εθνικές αγορές (%)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Belgium	3.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
Denmark	23.0	25.0	20.0	20.0	23.0	19.0	25.0	21.0	19.0	17.0	10.0	11.0	12.0	13.0	13.0	14.0
France	47.0	50.0	53.0	47.0	49.0	45.0	43.0	34.0	38.0	34.0	38.0	30.0	35.0	35.0	32.0	33.0
Germany	9.0	19.0	12.0	14.0	17.0	23.0	22.0	18.0	23.0	17.0	9.7	11.0	10.0	10.0	11.0	11.0
Greece	28.0	30.0	33.0	30.0	25.0	12.0	12.0	11.0	10.0	9.0	8.0	7.0	6.0	5.0	5.0	6.0
Ireland	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	5.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
Italy	43.0	44.0	46.0	39.0	33.0	31.0	31.0	33.0	28.0	22.0	19.0	18.0	17.0	17.0	16.0	15.0
Luxembourg	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	6.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
Holland	8.0	13.0	13.0	14.0	19.0	4.0	14.0	21.0	12.0	5.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0
Portugal	1.0	2.0	1.0	0.7	2.0	1.0	4.0	7.0	4.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
Spain	19.0	18.0	18.0	17.0	17.0	16.0	16.0	15.0	12.0	7.0	10.0	10.0	11.0	12.0	12.0	13.0
UK	15.0	15.0	14.0	13.0	12.0	15.0	15.0	10.0	15.0	19.0	18.0	17.0	18.0	18.0	19.0	20.0
EU	27.0	29.0	30.0	27.0	28.0	26.0	25.0	22.0	22.0	19.0	18.0	16.0	17.0	18.0	17.0	18.0

Πηγή: *The Oxford History of World Cinema, the definitive history of cinema worldwide, 1996 (αναδημοσίευση)*

Μπορεί τα απολυταρχικά καθεστώτα και οι κοινωνικοπολιτικές ανακατατάξεις να ανήκαν πλέον στο παρελθόν, η Πορτογαλία όμως βρέθηκε μπροστά σε ένα νέο πρόβλημα, αυτό του προσδιορισμού της ταυτότητάς της μέσα στην ενωμένη Ευρώπη. Η επικράτηση, επί σαράντα χρόνια, του σαλαζαρικού καθεστώτος, είχε απομακρύνει την χώρα από τον κοινό, ευρωπαϊκό προσανατολισμό, με αποτέλεσμα καθ' όλη την περίοδο του '80, η Πορτογαλία να βρίσκεται σε μια διαρκή αναζήτηση αντιμετώπισης «της οικονομικής και πολιτιστικής της αναντιστοιχίας με την Ευρώπη» (Baptista, 2010: 13).

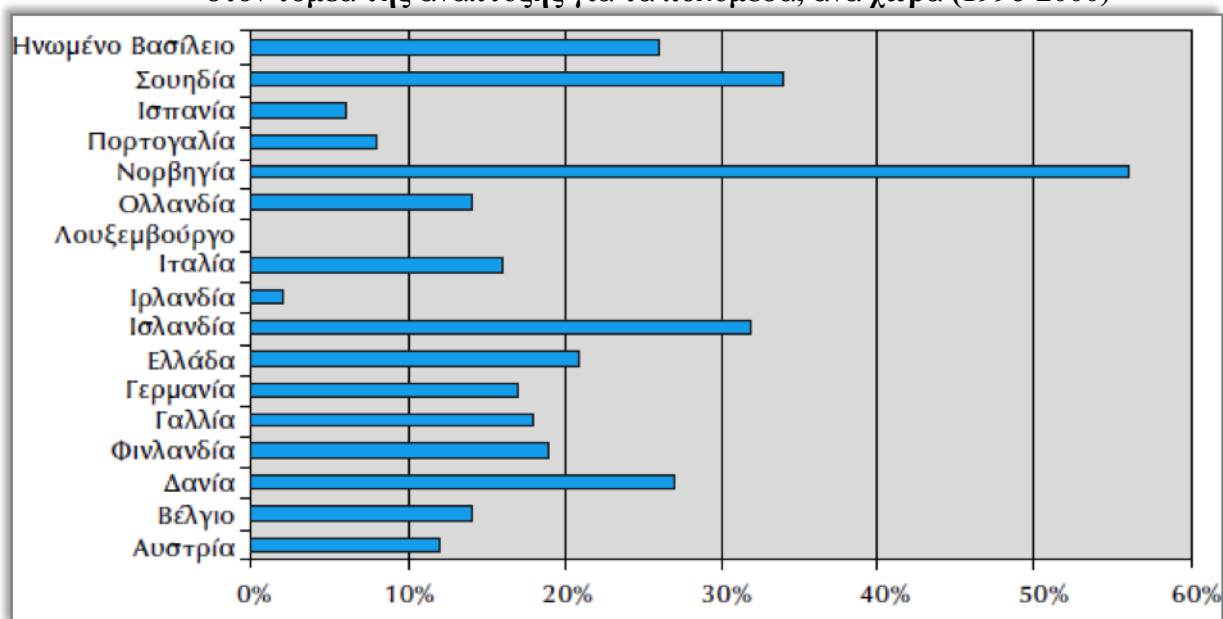
Σταδιακά, το 'Portuguese school' απομονώθηκε, καθώς θεωρήθηκε πως η επιστροφή στην κινηματογραφική εθνικότητα, αποτέλεσε απλά μια επιστροφή στο

φορκλόρ σινεμά των δεκαετιών του '30 και του '40.

Η δεκαετία του '90 σηματοδοτήθηκε από την επικράτηση μιας πιο ρεαλιστικής θεματικής προσέγγισης, με τον κινηματογράφο της Πορτογαλίας να επικεντρώνεται σε ζητήματα που αφορούσαν την κοινωνική καθημερινότητα της χώρας, ζητήματα όπως η παράνομη μετανάστευση, η φτώχεια, η ανεργία, η κατάχρηση ναρκωτικών ουσιών και άλλα.

Η ανάδειξη αυτών των θεμάτων, έκανε ακόμη πιο ξεκάθαρη την ρήξη παρελθόντος-παρόντος, αφού για πολλά χρόνια, το σαλαζαρικό καθεστώς επιδίωξε την καλλιέργεια μιας εικόνας της χώρας, που βασιζόταν στην ψευδαίσθηση της ενότητας και της ιδεολογικής αρμονίας, συσπειρώνοντας τον λαό γύρω από την τοπική και λαϊκή παράδοση της Πορτογαλίας.

Πίνακας 10: Οικονομική υποστήριξη του προγράμματος MEDIA στον τομέα της ανάπτυξης για τα πολυμέσα, ανα χώρα (1996-2000)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο οπτικοακουστικός τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Σε αντίθεση με τις ταινίες που είχαν την έγκριση της αυταρχικής, απολυταρχικής κυβέρνησης, η ανάδειξη καιρίων, σύγχρονων ζητημάτων, όπως η μετανάστευση, έδωσε το έναυσμα για την εναρμόνιση της χώρας με την ευρωπαϊκή της ταυτότητα και την αναγνώριση του κινηματογράφου της Πορτογαλίας σε διεθνές επίπεδο, καθώς η απαγκίστρωση από τα αυστηρά, λογοκριμένα πλαίσια της εποχής

του Salazar, είχαν δώσει την ευκαιρία στην χώρα να ακολουθήσει κοινή, κινηματογραφική γραμμή με άλλες χώρες της, τότε, Ευρωπαϊκής Ένωσης.

5.2 Ο πορτογαλικός κινηματογράφος του σήμερα

Η δημιουργία, το 2007, του Ινστιτούτου Κινηματογράφου και Οπτικοακουστικών (Instituto do Cinema e do Audiovisual, ICA), έδωσε νέα πνοή στον κινηματογράφο της Πορτογαλίας, στοχεύοντας στην υποστήριξη της παραγωγής, της διανομής, της έκθεσης και της προώθησης του κινηματογράφου, αλλά και των οπτικοακουστικών υπηρεσιών εν γένει, τόσο μέσα στην χώρα, όσο και στο εξωτερικό.

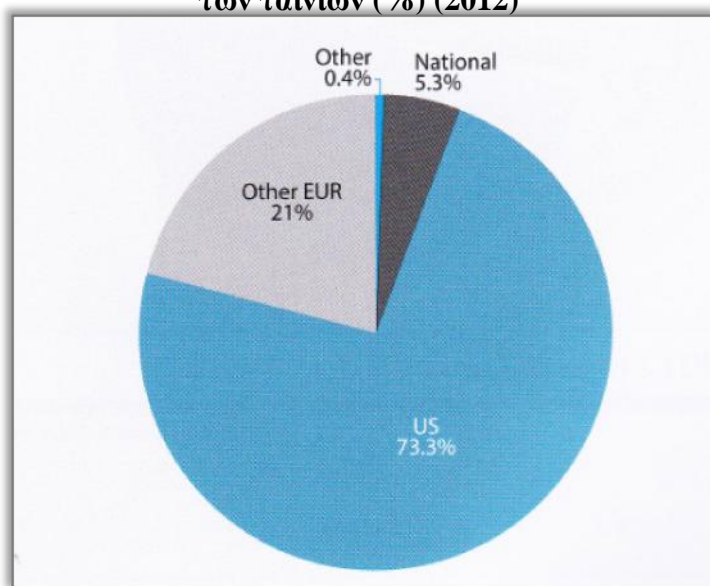
Μια από τις σημαντικότερες επιδιώξεις του ICA, αποτέλεσε η ενθάρρυνση της ανεξάρτητης παραγωγής και η δημιουργία ενός ισχυρού, κινηματογραφικού χώρου που θα περιελάμβανε, τόσο την ενίσχυση της παραγωγής ταινιών μεγάλου μήκους, όσο και την παραγωγή ταινιών μικρού μήκους, ντοκιμαντέρ και animation. Μεγάλη σημασία θα δινόταν επίσης στις συμπαραγωγές, αλλά και την προώθηση των πορτογαλικών ταινιών στα μεγάλα, κινηματογραφικά φεστιβάλ και τις διεθνείς αγορές.

Το ICA, αποτελεί τον σημαντικότερο κυβερνητικό φορέα που χρηματοδοτείται από τους φόρους οι οποίοι επιβάλλονται επί της συνδρομητικής τηλεόρασης, προσφέροντας αντίστοιχα στους δημιουργούς, χρηματοδότηση, χωρίς όμως την πίεση του κέρδους από μέρους τους (“Is Portuguese Cinema in Danger, or Does It Just Reflect a Country in Turmoil?”, 2013). Παρά την απόφαση του Κοινοβουλίου να περάσει έναν νόμο, που θα αύξανε κατά ένα μικρό ποσοστό, τους φόρους, μέσω των οποίων θα μπορούσε να χρηματοδοτηθεί το ICA, οι τηλεοπτικές εταιρείες των μέσων ενημέρωσης δεν συμφώνησαν με το νέο, κυβερνητικό πλαίσιο, αρνούμενες να καταβάλουν το αντίτιμο. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την σαρωτική μείωση των παραγωγών το 2010, γεγονός που προκλήθηκε σε μεγάλο βαθμό από την αδυναμία του ICA να ανταποκριθεί στις χρηματοδοτικές ανάγκες των νέων ταινιών.

Η οικονομική ύφεση του 2008 και οι αντίστοιχες, αλυσιδωτές αντιδράσεις, προκάλεσαν ανεπανόρθωτες ζημιές σε ποικίλους, οικονομικούς τομείς,

δημιουργώντας έντονους τριγμούς και στην διεθνή κινηματογραφική βιομηχανία, η οποία σε πολλές περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα σε χώρες της Ευρώπης (Πορτογαλία, Ελλάδα), πασχίζει ακόμη, έξι χρόνια μετά, να βρει το βήμα της. Αξίζει να σημειώσουμε πως και η διείσδυση των αμερικανικών ταινιών, δημιούργησε επιπρόσθετα προβλήματα στην ήδη εύθραυστη κατάσταση της κινηματογραφικής βιομηχανίας της χώρας.

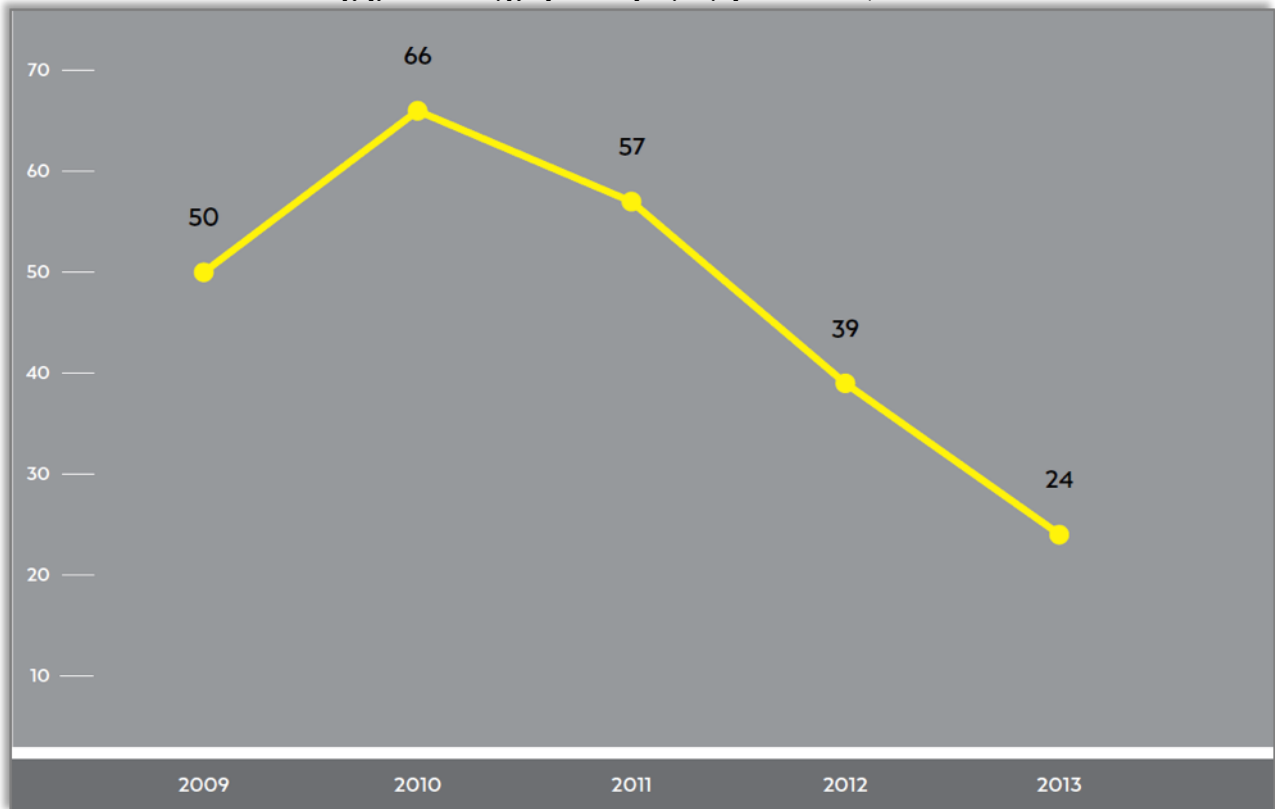
Σχήμα 16: Μερίδιο αγοράς με βάση την προέλευση των ταινιών (%) (2012)



Πηγή: 2013 Yearbook, Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 39 European States, 2013 (αναδημοσίευση)

Το 2012 αποτέλεσε μια από τις χειρότερες χρονιές για την κινηματογραφική βιομηχανία της Πορτογαλίας, με την χρηματοδότηση να σταματά εντελώς και τους παραγωγούς να κάνουν λόγο για επιτακτική δράση της κυβέρνησης, δίχως την παρέμβαση της οποίας, ο τομέας θα εξακολουθούσε να συρρικνώνεται. Γεγονός είναι πως έναν χρόνο μετά, η προσέλευση του συνολικού, ευρωπαϊκού κοινού είχε μειωθεί κατά 0.9%, με τις μεγαλύτερες μειώσεις να εμφανίζονται στην Πορτογαλία (12.3%) και την Ισπανία (6.5%). Το Ευρωπαϊκό Οπτικοακουστικό Παρατηρητήριο απέδωσε το αρνητικό αυτό πρόσημο στην γενικότερη ύφεση, καθώς και στην έλλειψη τοπικών προϊόντων (Rizon, 2013).

Σχήμα 17: Εγχώρια παραγωγή ταινιών (2009-2013)



Πηγή: ICA, Cinema de Portugal, 2014

Στις αρχές του 2014 η πορτογαλική κυβέρνηση ενέκρινε ένα καινούργιο νομοσχέδιο που είχε ως στόχο την διατήρηση της κρατικής χρηματοδότησης του κινηματογραφικού και οπτικοακουστικού τομέα της χώρας, καθώς και την απεμπλοκή του ζητήματος της μη συμμόρφωσης των συνδρομητικών, τηλεοπτικών φορέων, με τον ισχύοντα νόμο.

Σύμφωνα με το νέο νομοσχέδιο, η ετήσια συνεισφορά των φορέων για κάθε συνδρομή, θα μειωνόταν από τα 3.5 ευρώ, στο 1.75, από τη στιγμή που το πρότερο σχέδιο είχε προκαλέσει την έντονη αντίδραση των τηλεοπτικών εταιρειών, οι οποίες δεν κατέβαλαν ποτέ το συμφωνημένο ποσό για την ενίσχυση της εγχώριας κινηματογραφίας. Στόχος της κυβέρνησης ήταν η εξασφάλιση πόρων για το ICA, το οποίο βρισκόταν σε άμεση χρηματοδοτική ανάγκη για την υποστήριξη των εθνικών παραγωγών.

Ο εν δυνάμει κίνδυνος της άρνησης των τηλεοπτικών φορέων για καταβολή της νόμιμης εισφοράς, έγινε γρήγορα εμφανής, καθώς η ανεργία και το οριστικό «λουκέτο» στην κινηματογραφική παραγωγή, αποτελούσαν μια ζοφερή

πραγματικότητα. Παράλληλα, οι συγκρούσεις και η νομική μάχη που ξέσπασε μεταξύ κρατικής εξουσίας, συνδρομητικών καναλιών και παραγωγών, δεν βοήθησε στην αποκλιμάκωση της έντασης, με αποτέλεσμα την διαιώνιση μιας κατάστασης, που μόνο επιπλέον προβλήματα δημιουργούσε στην κινηματογραφική βιομηχανία της χώρας.

Παρά τις δυσκολίες, το ICA κατάφερε τελικά να διαθέσει το 2014, περί τα 14.9 εκατομμύρια ευρώ στις κινηματογραφικές και οπτικοακουστικές υπηρεσίες της χώρας, δίνοντας 10.28 εκατομμύρια στην κινηματογραφική παραγωγή, 2.944 εκατομμύρια στους τομείς οπτικοακουστικών και πολυμέσων, καθώς και 1.727 εκατομμύρια σε σχολικά προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, υποστηρικτικά προγράμματα για την προώθηση της εθνικής κινηματογραφίας, της οργάνωσης φεστιβάλ, αλλά και της ενθάρρυνσης πρωτοβουλιών για συμπαραγωγές με την Βραζιλία (Pinto, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Άμεσα εξαρτημένος από τις εκάστοτε κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές συνθήκες της χώρας, ο ελληνικός κινηματογράφος πέρασε από πληθώρα μεταβατικών σταδίων, με αποκορύφωμα τις δεκαετίες του 1960 και 1970, όπου ως Νέος Ελληνικός Κινηματογράφος (NEK), γνώρισε την μεγαλύτερη επιτυχία στην ιστορία του, τουλάχιστον μέχρι και σήμερα.

Παρά την παραγωγική έκρηξη όμως, και την κατακόρυφη αύξηση της προσέλευσης στις αίθουσες, ο ελληνικός κινηματογράφος δεν επένδυσε ποτέ στον εαυτό του, με το συσσωρευμένο κέρδος της περιόδου να δαπανάται είτε σε οργανισμούς που δεν είχαν σχέση με την κινηματογραφική βιομηχανία, είτε να καρπώνεται γρήγορα από ιδιώτες, ανθρώπους δηλαδή, που κυνηγούσαν το γρήγορο κέρδος, αδιαφορώντας πλήρως για την ορθή, κινηματογραφική οργάνωση της χώρας

Ο νέος ελληνικός κινηματογράφος όπως εμφανίστηκε λίγο μετά, στις αρχές της δεκαετίας του '70, έδωσε νέα πνοή στην κινηματογραφική παραγωγή της χώρας, με τους δημιουργούς να προσανατολίζονται σε ένα πιο προσωπικό σινεμά, αντλώντας τις θεματικές τους από την πρόσφατη, ταραχώδη ιστορία της Ελλάδας και καλλιεργώντας την ανάγκη για την ύπαρξη ενός καλλιτεχνικού σινεμά, στο οποίο η εμπορικότητα θα έπαυε να αποτελεί αυτοσκοπό.

Αν και η δραστηριοποίηση των νέων, αυτών, δημιουργών, φανέρωνε μια γενικευμένη προσπάθεια ενθάρρυνσης της κινηματογραφικής παραγωγής, εντούτοις ο νέος ελληνικός κινηματογράφος, δεν κατάφερε να θέσει τις βάσεις για την δημιουργία ενός ισχυρού, εθνικού ρεύματος, όπως εύστοχα τονίζει ο σκηνοθέτης και θεωρητικός κινηματογράφου Διαμάντης Λεβεντάκος (2002).

Η κινηματογραφική παραγωγή στην Ελλάδα ακολουθούσε πάντα βραδείς ρυθμούς. Η έλλειψη αποτελεσματικής, οργανωτικής δομής, η απουσία κατάλληλης υλικοτεχνικής υποδομής και τεχνογνωσίας, καθώς και η απροθυμία των επιχειρηματιών για μακροπρόθεσμες επενδύσεις, αποτέλεσαν μερικούς μόνο από τους ανασταλτικούς παράγοντες που δεν επέτρεψαν στην κινηματογραφική αγορά της Ελλάδας να ανθήσει και να δημιουργήσει την δική της εθνική, κινηματογραφική σχολή. Η έλλειψη εξάλλου, μιας ολοκληρωμένης προσπάθειας από μέρους της Ελλάδας, για την ανάπτυξη ενός, κομβικής σημασίας για την οικονομική ευημερία της χώρας, κλάδου, όπως ο κινηματογράφος, μπορεί να αναζητηθεί μεν στις

εκάστοτε, κοινωνικοπολιτικές εξελίξεις και τον πολεμικό αναβρασμό (Β' Παγκόσμιος, Εμφύλιος, δικτατορία), δεν μπορεί όμως να καταδείξει επακριβώς τους λόγους για τους οποίους η ελληνική κινηματογραφική βιομηχανία δεν αντιμετωπίστηκε ως κομμάτι της οικονομικής πραγματικότητας της χώρας, αλλά περισσότερο ως «*προϊστορία της ελληνικής κινηματογραφίας*», η οποία αναπτύχθηκε στις δεκαετίες του 1950 και 1960 (Αρκολάκης, 2009: 203).

Εκτός από την παραγωγή, το θέμα της προβολής και της διανομής των ταινιών αντιμετώπιζε επιπλέον προβλήματα, παρά το γεγονός πως από την δεκαετία του '40 και μετά, η ελληνική, κινηματογραφική παραγωγή άρχισε να σταθεροποιείται. Αυτό βέβαια δεν αναιρεί το γεγονός πως ο ελληνικός, εμπορικός κινηματογράφος εξακολουθούσε να επηρεάζεται από τα αμερικανικά πρότυπα, υιοθετώντας μάλιστα και το μοντέλο του κυρίαρχου παραγωγού, ο οποίος διατηρούσε τον απόλυτο έλεγχο επί του τελικού, φιλικού αποτελέσματος (Κωνσταντοπούλου 2000).

Η κινηματογραφική πραγματικότητα της Ελλάδας αποτελεί ένα συνονθύλευμα ιστορικών, κοινωνικών και πολιτικών γεγονότων, που διαδραμάτισαν καίριο ρόλο στην διαμόρφωση του σύγχρονου, κινηματογραφικού τοπίου. Παρακάτω θα επιχειρήσουμε μια αναδρομή στην ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου και την χρηματοδότησή του, δίνοντας έτσι μια ευρύτερη εικόνα της επικρατούσας ελληνικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας.

6.1 Η εξοικείωση με το κινηματογραφικό μέσο: Τα πρώιμα χρόνια

Με τις πρώτες προσπάθειες χάραξης μιας ουσιαστικής ενισχυτικής πολιτικής, του ελληνικού κινηματογράφου, ο οποίος αναζητούσε ακόμη ταυτότητα, να ξεκινούν από το 1910, η ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου μπορεί να χωριστεί σε τρεις περιόδους: η πρώτη εκτείνεται από το 1910 έως το 1940, μια εποχή κατά την οποία ο κινηματογράφος κάνει τα πρώτα του βήματα προς μια πρώτη παραγωγή, απλοϊκών, «κακοφτιαγμένων έργων», που όμως άρεσαν στον ταλαιπωρημένο από την κατοχή, λαό, η δεύτερη εντοπίζεται από τον Β' Παγκόσμιο πόλεμο και μετά και η τρίτη, από τις αρχές της δεκαετίας του 1970, με την γέννηση του Νέου Ελληνικού

Κινηματογράφου, ο οποίος αποτέλεσε κομβικό σημείο στην περαιτέρω εξέλιξη της ελληνικής κινηματογραφίας (Αρκολάκης, 2009).

Η πορεία της κινηματογραφικής βιομηχανίας στην Ελλάδα δεν υπήρξε ποτέ ομαλή, καθώς τόσο το περιορισμένο μέγεθος της αγοράς, όσο και οι παθογένειες του ίδιου του συστήματος, υπέσκαψαν την όποια ευκαιρία για την ανάδειξη μιας ισχυρής, εθνικής κινηματογραφίας, περιορίζοντας έτσι την δράση των δημιουργών, οι οποίοι έπρεπε να υπερκεράσουν ολομόναχοι τα συστημικά προβλήματα, με το κράτος να παραμένει διαχρονικά αδιάφορο στις απαιτήσεις του νέου μέσου.

Η γέννηση του κινηματογράφου στις αρχές του 20^{ου} αιώνα βρήκε την Ελλάδα σε μια περίοδο επαναπροσαρμογής στην νέα, καπιταλιστική πραγματικότητα που επέβαλε η βιομηχανική επανάσταση των περασμένων ετών. Η χρηστικότητα και η εν δυνάμει κερδοφορία του κινηματογραφικού μέσου, δεν έγιναν από την αρχή αντιληπτές από την ελληνική κοινωνία, η οποία επιδίωξε πρωτίστως την ενίσχυση της βιομηχανίας και των δημοσίων έργων, μέσω της εισροής ξένων, επενδυτικών κεφαλαίων-«*η έλλειψη εγχώριου κεφαλαίου, αποτελούσε πάντα το μεγάλο αγκάθι της ελληνικής πραγματικότητας*» (Αρκολάκης, 2009: 78). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την καθυστέρηση αναγνώρισης του κινηματογράφου ως νέα πηγή κέρδους, καίτοι στο εξωτερικό και ιδιαίτερα στην Αμερική και την Γαλλία, αποτελούσε ήδη κερδοφόρα επιχείρηση.

Ένας από τους παράγοντες που διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην έλευση του κινηματογράφου στην χώρα, ήταν οι Έλληνες μετανάστες της Αμερικής, πολλοί εκ των οποίων επιστρέφοντας στην Ελλάδα από το 1910 και μετά, θέλησαν να επενδύσουν στον χώρο του κινηματογράφου.

Οι πρώτες κινηματογραφικές προβολές στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν το 1897 σε μια αίθουσα στην πλατεία Κολοκοτρώνη. Μερικά χρόνια αργότερα, το 1903 έκανε την εμφάνισή της και η πρώτη μηχανή προβολής, αν και η χρήση της ήταν περισσότερο συμπληρωματική στα προγράμματα βαριετέ της εποχής (Μητροπούλου, 2006). Τρία χρόνια μετά, φιμάρεται και το πρώτο ελληνικό «ζουρνάλ» (επίκαιρο) με αφορμή τους Ολυμπιακούς αγώνες, ενώ από το 1908 και έπειτα έχουμε την κατασκευή των πρώτων κινηματογραφικών αιθουσών.

Το 1910 εμφανίζονται κάποια ψήγματα οργάνωσης, με την ίδρυση της «Αθηνά Φιλμς», της πρώτης εταιρείας παραγωγής δια χειρός Σπύρου Δημητρακόπουλου, γνωστού από τις κωμωδίες στις οποίες πρωταγωνιστούσε και ως Σπυριντιών. Αν και δεν μπορούμε να μιλάμε για μια εξ' ολοκλήρου οργανωμένη

παραγωγή, ιδιαίτερα από την στιγμή που η ελληνική βιομηχανία περιορίστηκε αρχικά, μόνο στον τομέα της εκμετάλλευσης ταινιών (Κολοβός, 1998), εντούτοις οι προσπάθειες για την αφομοίωση του φιλικού μέσου, άρχισαν να γίνονται πιο εντατικές, ιδιαίτερα από το 1914 και μετά, με την σκηνοθεσία της «Γκόλφως», της πρώτης ελληνικής, μεγάλου μήκους ταινίας.

Μέχρι το 1920 ο ελληνικός κινηματογράφος χαρακτηριζόταν ήδη από μια πλούσια παραγωγή ντοκιμαντέρ επικαίρων, την ίδια στιγμή που η Αθήνα αριθμούσε τρεις κινηματογραφικές αίθουσες-Κόσμος, Ρουαγιάλ, Πανελλήνιον-εν μέρει λειτουργούσες για την προβολή των ξένων ταινιών που είχαν αρχίσει να εισάγονται μαζικά στην εγχώρια αγορά (Μητροπούλου, 2006).

Σταδιακά, το αθηναϊκό κοινό άρχισε να εξοικειώνεται με τον θαυμαστό κινηματογράφο (κατ' αναλογία τα αστικά πλήθη είχαν περισσότερες ευκαιρίες να επισκεφθούν τις κινηματογραφικές αίθουσες, απ' ότι ο αγροτικός πληθυσμός), με αποτέλεσμα η αύξηση της προσέλευσης των θεατών να μην καλύπτεται πια από τις υπάρχουσες αίθουσες. Μέχρι το 1913 είχαν κατασκευαστεί δυο ακόμα κινηματογράφοι για την εξυπηρέτηση των θεατών, το Παλλάς και το Αττικόν.

Σε έναν κάποιο βαθμό, η εφευρετικότητα και η θέληση των επαγγελματιών για δραστηριοποίηση στον χώρο του ανερχόμενου, ελληνικού κινηματογράφου, υπήρξαν μερικά από τα βασικότερα στοιχεία της εποχής, βοηθώντας έτσι στην αντιμετώπιση σημαντικών προβλημάτων, όπως η τεχνική κατάρτιση και η έλλειψη τεχνογνωσίας. Η ελληνική πραγματικότητα εξάλλου ήταν αρκετά διαφορετική από την επικρατούσα ευρωπαϊκή: αρκεί να σκεφτεί κανείς πως μέχρι και το 1948, οι περισσότερες ελληνικές ταινίες κόστιζαν μεταξύ 100.000 και 300.000 δραχμών, την ίδια στιγμή που τα ευρωπαϊκά budgets της εποχής ήταν πολύ υψηλότερα (Μαλαχία, 2000).

Η προοδευτική εμφάνιση νέων εταιρειών παραγωγής και η σχετική ορθοπόδηση του κινηματογραφικού συστήματος στην Ελλάδα, ανεκόπη απότομα τόσο εξαιτίας του ξεσπάσματος του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, όσο και εξαιτίας της Μικρασιατικής Καταστροφής.

Παρά τις δυσκολίες, η κινηματογραφική βιομηχανία κατάφερε να ενισχυθεί σημαντικά εκείνη την περίοδο, χάρη στη δράση των αδελφών Γαζιάδη. Έχοντας μαθητεύσει στο εξωτερικό και έχοντας αποκτήσει την απαραίτητη τεχνική γνώση, επέστρεψαν στην Ελλάδα και ίδρυσαν το 1923 την εταιρεία παραγωγής ταινιών μεγάλου μήκους, Dag Films. Μαζί με τον τρίτο τους αδελφό, ο οποίος εκτελούσε

χρέη αντιπροσώπου μεγάλων, ξένων εταιρειών στην Ελλάδα, όπως η Fox και η Gaumont, αποφάσισαν να γυρίσουν το 1927 το «Έρωσ και Κύματα», αγοράζοντας σύγχρονα μηχανήματα και εξοπλίζοντας επαρκώς το στούντιό τους (Μητροπούλου, 2006).

Η ταινία των αδελφών Γαζιάδη αποτέλεσε την πρώτη αφυπνιστική στιγμή για την κινηματογραφική αγορά της χώρας, καθώς η επιτυχία της ταινίας-«η οποία έκοψε 40.000 εισιτήρια μόνο στην Αθήνα»- (Αρκολάκης, 2009: 184), ήταν αρκετή, προκειμένου να ξεκινήσουν οι οργανωμένες προσπάθειες για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού συστήματος παραγωγής, προσπάθειες που αφορούσαν σε πρώτη φάση την θέσπιση μέτρων για την μείωση της φορολογίας και τον ρόλο του κράτους στην προστασία του κινηματογράφου.

Κατά την τετραετία 1928-1932 ο ελληνικός κινηματογράφος επέδειξε την πρώτη αξιοπρόσεκτη σε όγκο παραγωγή (Σολδάτος, 1995), παρά το γεγονός πως στα προγράμματα των αστικών κινηματογράφων είχαν ήδη αρχίσει να κυριαρχούν οι ξένες ταινίες. Τόσο οι αδελφοί Γαζιάδη, όσο και οι άλλοι παραγωγοί της εποχής, πάσχισαν να καταστήσουν τον κινηματογράφο κυρίαρχο μοχλό της ελληνικής οικονομίας, σε μια περίοδο μάλιστα που τα εγχώρια μελοδράματα κέρδιζαν ολοένα και περισσότερο έδαφος. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως η επταετία 1927-1933, αποτέλεσε την πιο επιτυχημένη, κινηματογραφικά, περίοδο της Ελλάδας (προ Παγκοσμίου Πολέμου), με την παραγωγή να ανέρχεται σε συνολικά 32 ταινίες (Αρκολάκης, 2009).

Στα πρώτα χρόνια δράσης τους οι αδελφοί Γαζιάδη επέδειξαν μεγάλο ζήλο, ενθαρρύνοντας τη δημιουργία μιας αποτελεσματικής, ελληνικής παραγωγής, με την εγχώρια αγορά να πραγματοποιεί τις πρώτες «σημαντικές της εισπράξεις», την ίδια στιγμή που οι παραγόμενες ταινίες τους, εξάγονταν προς «κατανάλωση» και σε άλλες χώρες, όπως η Αίγυπτος και η Γαλλία (Μητροπούλου, 2006). Η επιτυχία, μάλιστα, των ταινιών υπήρξε τέτοια, ώστε ο Βενιζέλος μείωσε την φορολογία επί του κινηματογράφου, στο 10%.

Οι ελληνικές ταινίες των πρώτων δεκαετιών, ήταν απλές και δίχως την μετέπειτα αξία της νοηματοδοτικής σκηνοθεσίας μεγάλων δημιουργών, όπως ο Θεόδωρος Αγγελόπουλος, αποτελώντας στο σύνολό τους, κωμωδικές απόπειρες που παρέπεμπαν στο σλάπστικ χιούμορ του Τσάρλι Τσάπλιν, μελοδράματα και βουκολικά ειδύλλια με φόντο το ελληνικό, αγροτικό τοπίο.

Σταδιακά και όσο οι εμπλεκόμενοι άρχισαν να εξοικειώνονται με το κινηματογραφικό μέσο, δόθηκε το πράσινο φως για την ανάδυση νέων εταιρειών παραγωγής, όπως η «Φίνος Φιλμ» το 1943 και η «Ανζερβός», οι οποίες κατάφεραν να διατηρήσουν ισχυρή την παρουσία τους και στα κατοπινά χρόνια, συνθέτοντας έτσι τον πυρήνα της εγχώριας παραγωγής.

Οι κατοπινές, ασθενικές προσπάθειες της χώρας για την ενδυνάμωση της κινηματογραφικής της παραγωγής, σταμάτησαν εντελώς μετά το ξέσπασμα του Β' Παγκοσμίου πολέμου. Κατά την περίοδο από το τέλος της δεκαετίας του '30 και καθ'όλη τη διάρκεια του 1940, πολλές υπήρξαν οι νέο-αναδυόμενες εταιρείες παραγωγής. Κοινό χαρακτηριστικό των εταιρειών αυτών, ήταν η βραχύβια διάρκεια ζωής τους, αφού οι περισσότερες από αυτές οδηγούνταν σε πτώχευση μετά την παραγωγή των πρώτων ταινιών, αδυνατώντας να καλύψουν το οικονομικό βάρος των εξόδων τους. Επιπρόσθετα, οι ταινίες της εποχής δεν είχαν «καμία καλλιτεχνική αξία», τουλάχιστον τέτοια ώστε να δικαιολογεί τις κεφαλαιακές επενδύσεις στον κινηματογράφο. Αντιθέτως οι περισσότερες από αυτές ήταν «*πρόχειρες, κακόγουστες και χαμηλού κόστους*» (Κολοβός, 1998: 495).

Ενδεικτική είναι η άποψη του κριτικού κινηματογράφου Γ.Ν Μακρή: «*Έτσι στην Ελλάδα βρισκόμαστε ακόμη στην πρωτόγονη εποχή του κινηματογράφου. Δεν έχουμε στούντιο, δεν έχουμε τα μέσα, δεν έχουμε σκηνοθέτες, δεν έχουμε σεναριογράφους – άλλο είναι θεατρικό έργο ή ένα διήγημα και ολότελα άλλο ένα σενάριο – δεν έχουμε ηθοποιούς του κινηματογράφου*» (Νέα Εστία, 1933: 395).

Μέχρι και το τέλος της δεκαετίας του '30 η κατάσταση αναφορικά με την διανομή και την και την προβολή ταινιών στην Ελλάδα είχε πλέον παγιωθεί. Η παγκόσμια οικονομική κρίση των αρχών του '30, είχε τον εμπορικό της αντίκτυπο και στην χώρα, καθώς οι εναπομείνασες εταιρείες εισαγωγής συνέχισαν να εξυπηρετούν τις μεγάλες ευρωπαϊκές και αμερικανικές εταιρείες, οι ταινίες των οποίων γνώριζαν στην χώρα ταχύτατη άνθηση (Αρκολάκης, 2009).

Η ισχύουσα, πολιτική κατάσταση όπως αυτή κυριάρχησε από το 1936, έως και το 1941 με την δικτατορία του Μεταξά, προσέδωσε νέο χαρακτήρα στην κινηματογραφική βιομηχανία της χώρας, η οποία ομοιάζε σε έναν βαθμό, τόσο με τον πολιτικό κινηματογράφο της Ιταλίας, όσο και με αυτόν την Πορτογαλίας. Για παράδειγμα, με την καθιέρωση του νέου, κινηματογραφικού νόμου το 1937, ο Μεταξάς επέβαλε στις ελληνικές παραγωγές, σκληρή λογοκρισία, αλλά καταργώντας συγχρόνως την φορολογία για την εισαγωγή νέου εξοπλισμού, δίνοντας έτσι και την

δυνατότητα στα συνεργεία, να μειώσουν το κόστος των μετακινήσεών τους στο μισό (Αρκολάκης, 2009). Αξίζει εδώ να σημειώσουμε πως η δράση του Μεταξά, δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να ταυτιστεί με την αντίστοιχη του Μουσολίνι στην Ιταλία, ο οποίος ενθάρρυνε την δημιουργία κατάλληλων κρατικών φορέων, για την υποστήριξη της εθνικής κινηματογραφίας της Ιταλίας. Αντιθέτως, στην περίπτωση της Ελλάδας, η μείωση της φορολογίας, επήλθε κατόπιν πιέσεων των μεγάλων εταιρειών, που πλέον κυριαρχούσαν στην χώρα, με την υποστήριξη κεφαλαίων από το εξωτερικό. «*Η πολιτική δράση του Ιωάννη Μεταξά, ποτέ δεν ταυτίστηκε με την ανάπτυξη μιας ισχυρής, κινηματογραφικής βιομηχανίας στην Ελλάδα*» (Αρκολάκης, 2009: 187-188).

Την δεκαετία του '40 δεν άλλαξαν πολλά πράγματα στην εγχώρια αγορά. Ο ελληνικός κινηματογράφος συνέχισε να αναλώνεται σε μια αέναη αντιγραφή των σκηνοθετικών διδαχών της Γαλλίας και της Ιταλίας, δυο χωρών που κυριάρχησαν από νωρίς στην κινηματογραφική ιστορία, εκμεταλλευόμενες την τέχνη του κινηματογράφου, προκειμένου να εκφράζουν μέσω αυτού, το εκάστοτε κοινωνικοπολιτικό τους γίνεσθαι.

Στον αντίποδα της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής προόδου, η Ελλάδα εξακολουθούσε να παράγει έναν τεράστιο όγκο ταινιών, φτωχής όμως καλλιτεχνικής αξίας, ένα φαινόμενο το οποίο προέκυψε, σε μεγάλο βαθμό, εξαιτίας της δραστηριοποίησης ανθρώπων, που αναζητούσαν μόνο το ευκαιριακό κέρδος, δίχως να ενδιαφέρονται για ουσιαστικές, μακροπρόθεσμες επενδύσεις στον χώρο του κινηματογράφου. Η απουσία, εξάλλου, κατάλληλης τεχνογνωσίας και τεχνικής κατάρτισης, αποτέλεσε ένα από τα πιο διαχρονικά προβλήματα του ελληνικού κινηματογράφου. Την ίδια στιγμή, το ελληνικό κοινό φάνηκε να εγκαταλείπει σταδιακά τις φτηνές, ελληνικές παραγωγές, στρεφόμενο στο εισαγόμενο σινεμά. Χαρακτηριστική της περιόδου υπήρξε η άποψη του Ιάκωβου Καμπανέλλη που κατέδειξε την προβληματική φύση του ελληνικού κινηματογράφου, τονίζοντας πως οι περισσότερες ελληνικές ταινίες δεν έχουν «να πουν» τίποτα. Οι λόγοι; Η κυρίαρχη παράδοση του εγχώριου σινεμά στη ψευτιά, τη φτήνια και τη χυδαιότητα, καθώς και η ανάλωσή του στη φαρσοκωμωδία και το μελό.

Η δεκαετία του '50 σηματοδοτείται από την τεράστια κινηματογραφική επιτυχία του «Μεθύστακα» του Γιώργου Τζαβέλα, η οποία έκοψε 305.000 εισιτήρια, αριθμό ρεκόρ μέχρι και το 1965 (Μαλαχιά, 2000).

Σταδιακά η ελληνική παραγωγή ακολουθεί ανοδική πορεία, με τις ταινίες των

Σακελλάριου, Τζαβέλα και Κακογιάννη, να γνωρίζουν μεγάλη απήχηση από το φιλοθεάμον κοινό. Εντυπωσιακή υπήρξε η αύξηση της παραγωγής μεγάλων εταιρειών, όπως η Φίνος Φιλμ, η οποία από το 1942 μέχρι και το 1960, παρήγαγε 32 ταινίες, αλλά και η Ανζερβός που μεταξύ 1947-1960, κυκλοφόρησε 37 ταινίες (Μαλαχία, 2000).

Παρά τα πρώτα ενθαρρυντικά βήματα που αφορούσαν στην αύξηση της παραγωγής, αλλά και στην προοδευτική αντιμετώπιση του κινηματογράφου, ως ένα μέσο καλλιτεχνικής έκφρασης-η κυκλοφορία, την δεκαετία του '20 του περιοδικού Κινηματογραφικός Αστέρας και η ίδρυση της Ένωσης Κριτικών Κινηματογράφου Αθηνών, το 1945 (Μητροπούλου, 2006), αποτέλεσε μια σαφή μεταστροφή προς αυτή την κατεύθυνση-η πραγματικότητα εξακολουθούσε να είναι μια: η επικράτηση ευτελών κινηματογραφικών ειδών, δεν επέτρεπε την αντιμετώπιση του ελληνικού κινηματογράφου ως τέχνη. Η καλλιτεχνική αντιμετώπιση του ελληνικού σινεμά θα έρθει λίγο αργότερα, και συγκεκριμένα από τα μέσα της δεκαετίας του '50 και μετά, χάρη στις ταινίες του Μιχάλη Κακογιάννη και του Νίκου Κούνδουρου (Κολοβός, 1998).

Είναι γεγονός πως όλη η δεκαετία του 1950 λειτούργησε, κατά κάποιον τρόπο, ως μεταβατικό στάδιο, προκειμένου ο κινηματογράφος να μην αντιμετωπίζεται πλέον μόνο ως εμπορικό προϊόν, αλλά και ως καλλιτεχνική επένδυση. Για παράδειγμα, τον Νοέμβριο του 1950 ιδρύθηκε η Κινηματογραφική Λέσχη Αθηνών, μια πρωτοβουλία της Ένωσης Κριτικών Κινηματογράφου Αθηνών που είχε ως στόχο την εκπαίδευση και την κινηματογραφική επιμόρφωση του κοινού, πάνω στο κλασικό σινεμά. Ακολούθησε η ίδρυση πολλών, επαρχιακών, κινηματογραφικών λεσχών, και σχολών (σχολές Λυκούργου Σταυράκου, Νίκου Ιωαννίδη και Κώστα Μιχαηλίδη), καθώς και η απονομή βραβείων σκηνοθεσίας, ερμηνείας κ.λπ., με στόχο την ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής. Πράγματι, από το 1952 έως και το 1953, παρήχθησαν 10 ταινίες μεγάλου μήκους, με τον αριθμό να αυξάνει στις 14 την περίοδο 1954-1955 (Μητροπούλου, 2006).

Αν και σύμφωνα με την Μητροπούλου, την δεκαετία του 1954-1965, η γενικευμένη ώθηση του ελληνικού κινηματογράφου οδήγησε στην διαμόρφωση μιας, τίνι τρόπω, Αθηναϊκής Σχολής, εντούτοις δεν μπορούμε να μιλάμε για μια καθολική αποδοχή της ελληνικής κινηματογραφίας. Κάθε άλλο. Σύμφωνα με δημοσίευμα του περιοδικού «Επιθεώρηση Τέχνης» (Σολδάτος, 1995), το 1955 προβλήθηκαν στην Αθήνα περισσότερες από 300 ταινίες, εκ των οποίων μόνο οι 15 ήταν ελληνικές

παραγωγές, κάτι που σαφέστατα καταδεικνύει τις απαρχές μιας κυρίαρχης τάσης, όπως την συναντάμε μέχρι και στις μέρες μας: την κατανάλωση εισαγόμενων-και ως επί το πλείστον, αμερικάνικων-ταινιών, μια τάση που συνεχίζει να δημιουργεί προβλήματα άμεσα σχετιζόμενα με την εγχώρια παραγωγή και την αποδοχή του εθνικού σινεμά.

Το 1950 η κακή υλικοτεχνική υποδομή της χώρας αποτελούσε το μεγαλύτερο εμπόδιο στην περαιτέρω βελτίωση των κινηματογραφικών συνθηκών. Η ακαταλληλότητα των πλατό και ο ελλιπής εξοπλισμός των εργαστηρίων λειτουργούσαν αποτρεπτικά για τους επαγγελματίες του χώρου, με τους τεχνικούς να πασχίζουν να εξασφαλίσουν όσο το δυνατόν καλύτερες συνθήκες για την ελληνική παραγωγή (Σολδάτος, 1995).

Έπρεπε να έρθει η δεκαετία του '60 προκειμένου ο ελληνικός κινηματογράφος να βρεθεί για πρώτη φορά σε επαφή με τον αντίκτυπο μιας επιτυχημένης και ακμάζουσας, κινηματογραφικής παραγωγής, παρά το γεγονός πως η πρωτόγνωρη αυτή άνθηση δεν θα διαρκούσε για πολύ.

6.2 Η «χρυσή εποχή»

Από την δεκαετία του '60 και μετά, η κινηματογραφική πραγματικότητα της Ευρώπης αλλάζει άρδην. Η εμφάνιση του κινήματος της Nouvelle Vague στην Γαλλία στα τέλη του '50, επέφερε σαρωτικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο η μεταπολεμική γενιά εξέφραζε μέσω του σινεμά, τις ανάγκες τις για κοινωνικοπολιτικές αλλαγές και μάλιστα όχι μόνο στη Γαλλία, αλλά σε ολόκληρη την Ευρώπη. Αυτή η καλλιτεχνική έκφραση οδήγησε σύντομα στην έκρηξη του κινηματογράφου του δημιουργού, ενός κινηματογράφου που αποφάσισε να σπάσει τα αφηγηματικά στεγανά των περασμένων δεκαετιών, γεννώντας κάτι «επαναστατικό»: μια εξ' ολοκλήρου καλλιτεχνική και προσωπική προσέγγιση του σινεματικού σύμπαντος της εποχής.

Ήδη μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου, οι ευρωπαϊκές χώρες ενίσχυσαν τις προσπάθειές τους για την οικονομική ενδυνάμωση της εθνικής τους παραγωγής, γεγονός που αντικατοπτρίζεται στα πολλά και διαφορετικά κινηματογραφικά ρεύματα

που συναντάμε (Nouvelle Vague στη Γαλλία, free cinema στη Μ. Βρετανία κ.α). Με την καλλιτεχνική τομή του κινηματογράφου να επαναπροσδιορίζει το ενδιαφέρον του κοινού και των επαγγελματιών του χώρου, η εμφάνιση της τηλεόρασης την ίδια δεκαετία, θα ανακόψει απότομα την ανοδική πορεία του κινηματογράφου, κάτι που θα γίνει εμφανές από την κατακόρυφη πτώση της προσέλευσης στις αίθουσες (Σωτηροπούλου, 1989). Χαρακτηριστική είναι η πτώση των εισιτηρίων κατά την πενταετία 1960-65, η οποία έφτασε σε πολλές περιπτώσεις το 50%. Αν και η σταδιακή αφομοίωση του πολιτιστικού αντίκτυπου της τηλεόρασης, εξισορρόπησε από την δεκαετία του '70 και μετά, την επίδραση της τηλεόρασης, εντούτοις το αρχικό πλήγμα για τον κινηματογράφο παρέμεινε μεγάλο.

Η ανάγκη για κρατική ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας βρέθηκε στο επίκεντρο των συζητήσεων, καθώς όπως φάνηκε, η κρίση στον τομέα της παραγωγής επέφερε περισσότερες και σημαντικότερες συνέπειες στον χώρο, σε σχέση πάντα με τον αντίκτυπο που προκάλεσε η εμφάνιση της τηλεόρασης. Η αύξηση, εξάλλου, του κόστους παραγωγής και η πτώση των εισιτηρίων, προκάλεσε σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες μεγάλα οικονομικά προβλήματα, κυρίως στους ανεξάρτητους παραγωγούς και δημιουργούς, οι οποίοι αδυνατούσαν να καλύψουν τα έξοδά τους. «*Η επιβίωση των κρατικών κινηματογραφιών, εξαρτιόταν πλέον άμεσα, από την κρατική ενίσχυση*» (Σωτηροπούλου, 1989: 28).

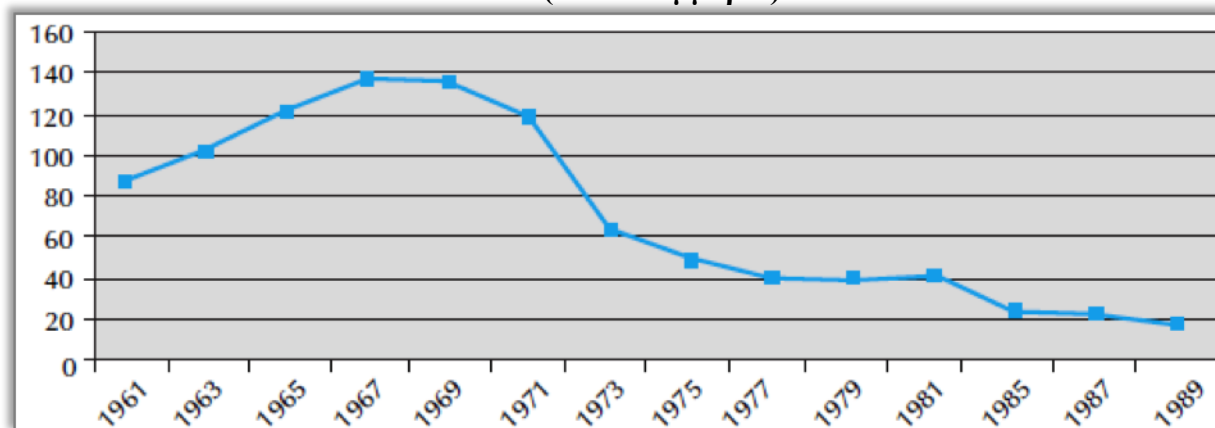
Με κυρίαρχα τα είδη της φαρσοκωμωδίας, του μελοδράματος και των «*μιούζικαλ made in Greece*» (Κολοβός, 1998: 498), το 1960 αποτέλεσε την πιο επιτυχημένη δεκαετία για τον ελληνικό κινηματογράφο, ο οποίος γνώρισε την μεγαλύτερη περίοδο δόξας, τόσο από εισπρακτική πλευρά, όσο και από πλευράς όγκου παραγωγής. Τα νούμερα είναι αποκαλυπτικά: την περίοδο 1960-1965, η ελληνική παραγωγή μετρούσε 90 ταινίες, ένας αριθμός που μέσα σε έναν χρόνο, από το 1966 έως και το '67, αυξήθηκε στις 117 ελληνικές παραγωγές. (Κολοβός, 1998). Εντυπωσιακή ήταν και η προσέλευση του κοινού στις αίθουσες, καθώς την περίοδο 1967-1968, κόπηκαν περί τα 137.400.996 εισιτήρια, αριθμός πρωτοφανής για τα παγκόσμια δεδομένα, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς τον μικρό, συνολικό πληθυσμό της Ελλάδας (Σωτηροπούλου, 1989).

Πίνακας 11: Αριθμός εισιτηρίων (1964-1975)

Έτος	Είσιτήρια	Έτος	Είσιτήρια
1964	109.469.245	1970	128.599.812
1965	121.137.252	1971	117.953.979
1966	131.783.131	1972	92.625.921
1967	137.074.815	1973	62.247.055
1968	137.400.996	1974	57.146.118
1969	135.275.538	1975	47.927.821

Πηγή: *Ελληνική Κινηματογραφία: 1965-1975 Θεσμικό πλαίσιο – Οικονομική κατάσταση, 1989*
(αναδημοσίευση)

Σχήμα 18: Αριθμός εισιτηρίων στην Ελλάδα (1961-1989)
(σε εκατομμύρια)



Πηγή: *Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003* (αναδημοσίευση)

Η τεράστια αυτή αλλαγή που συντελέστηκε στην κινηματογραφική βιομηχανία της χώρας, συνεχίστηκε μέχρι και τις αρχές περίπου της δεκαετίας του '70, με την «Ελληνική Κινηματογραφική Βιομηχανία», όπως ονομάστηκε (Σολδάτος, 1995) να φτάνει στο ζενίθ της.

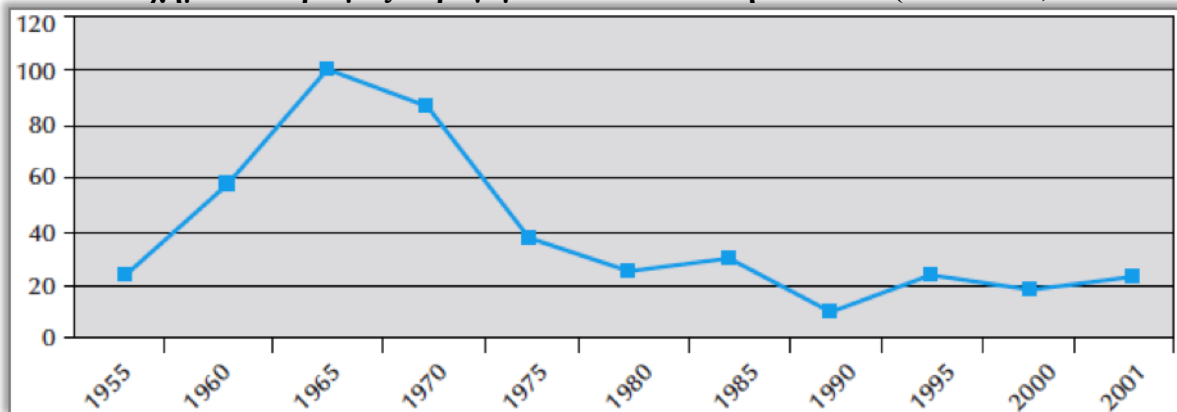
Η επικράτηση και η επιτυχία της εύπεπτης κινηματογραφίας του '60, βρέθηκε σε έντονη αντίθεση με το πρόσφατο κοινωνικοπολιτικό παρελθόν της χώρας, αφού οι παραγόμενες ταινίες της εποχής, δεν στάθηκαν ικανές να εκφράσουν τον πολιτικό αναβρασμό των περασμένων ετών. Ένας από τους βασικούς λόγους για τους οποίους η ελληνική κινηματογραφία του '60, δεν έγινε κομιστής της περιρρέουσας πολιτικής κατάστασης, υπήρξε η ίδια η ψυχολογία του κοινού, που έβρισκε στις ταινίες την

κατάλληλη αφορμή προκειμένου να ξεχαστεί και να διασκεδάσει (Μητροπούλου, 2009). Ο Παλιός Ελληνικός Κινηματογράφος (ΠΕΚ) αποτέλεσε άλλωστε την καταλληλότερη δίοδο διαφυγής για τον ελληνικό λαό, έναν λαό, όπως λέει και ο Λεβεντάκος (2002: 11) *«καθημαγμένο από τον πόλεμο, τις κακουχίες και την φτώχεια [...] που είχε προς στιγμήν πιστέψει στο όραμα της ελευθερίας και της κοινωνικής δικαιοσύνης, που αγωνίστηκε γι' αυτά και που τελικά ηττήθηκε»*.

Το μεγαλύτερο λάθος της μετέπειτα πορείας του ελληνικού κινηματογράφου, ήταν το γεγονός πως η τεράστια κινηματογραφική έκρηξη που συντελέστηκε στην χώρα την δεκαετία του '60, δεν λειτούργησε ποτέ ως βάση για την δημιουργία μιας αποτελεσματικής, εθνικής κινηματογραφίας, η οποία θα μπορούσε να σταθεί ισάξια στο πλευρό των μεγάλων κινηματογραφικών σχολών της Ευρώπης. Το μόνιμο πρόβλημα της έλλειψης μακροπρόθεσμων στόχων, η προχειρότητα και η ευκαιριακή ενασχόληση με τον κινηματογράφο, ανθρώπων που αποσκοπούσαν απλά στο γρήγορο κέρδος, περιόρισαν την ανάπτυξη και έδωσαν τέλος, στις όποιες προσπάθειες για την συγκέντρωση ενός ικανοποιητικού κεφαλαίου (Κολοβός, 1998). Ακόμα και οι προσπάθειες που συντελέστηκαν το 1966 στην χώρα, για την καλλιτεχνική επιρροή μέσω του κινηματογράφου του δημιουργού, δεν απέδωσαν, καθώς έναν χρόνο μετά, η επιβολή της δικτατορίας των Συνταγματαρχών, ανέκαμψε τις όποιες βλέψεις για την επάνοδο της ελληνικής παραγωγής, η οποία είχε πληγεί και από την έλευση της τηλεόρασης στην Ελλάδα, στις αρχές του '60 (Μαλαχία, 2000). Η επίδραση μάλιστα της τηλεοπτικής οθόνης υπήρξε τέτοια, ώστε οι θεατές των κινηματογραφικών αιθουσών *«μειώθηκαν μέσα σε λίγα χρόνια, κατά 1/3»* (Σωτηροπούλου, 1989: 61)

Η «χρυσή εποχή» του ελληνικού κινηματογράφου έμελλε να περάσει ανεπιστρεπτί. Η αδιαφορία της κρατικής εξουσίας, η εμπλοκή των ιδιωτικών συμφερόντων, ο καιροσκοπισμός πολλών παραγωγών, καθώς και το ελλιπές, νομικό καθεστώς γύρω από τον χώρο του κινηματογράφου (Σωτηροπούλου, 1989), ήταν μερικές μόνο από τις δυσκολίες που κλήθηκε να αντιμετωπίσει η ελληνική κινηματογραφία, που από την δεκαετία του '70 και έπειτα, θα ερχόταν μοιραία αντιμέτωπη με ζοφερές καταστάσεις, εν μέρει, αποτέλεσμα της κακοδιαχείρισης των περασμένων ετών.

Σχήμα 19: Αριθμός παραγόμενων ταινιών στην Ελλάδα (1955-2001)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, *Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003* (αναδημοσίευση)

Την ίδια στιγμή που η υπόλοιπη Ευρώπη θέσπιζε μέτρα για την υποστήριξη και την ενίσχυση της εθνικής κινηματογραφίας, η κρατική αδιαφορία στην Ελλάδα ήταν πιο έντονη από ποτέ. Όχι μόνο δεν υπήρξε μέριμνα για την θέσπιση μέτρων αναφορικά με την προστασία του κινηματογραφικού προϊόντος, αλλά ο πρώτος Νόμος που έκανε λόγο για «ανάπτυξη της κινηματογραφίας» στην χώρα, «είχε ως άμεσο στόχο την ενίσχυση των ξένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνταν στην Ελλάδα και όχι των εγχώριων εταιρειών παραγωγής» (Σωτηροπούλου, 1989: 44-45), που οδηγούνταν με ταχύτατους ρυθμούς σε πτώχευση.

Οι ευνοϊκές συνθήκες για τις μεγάλες εταιρείες που εδράζονταν στη χώρα, συνεχίστηκε και κατά τα επόμενα χρόνια, με τις εξαγγελίες για την υποστήριξη της εθνικής παραγωγής να μένουν μόνο σε επίπεδο υποσχέσεων. Οι ελάχιστες τροποποιήσεις που επιβλήθηκαν στην εγχώρια κινηματογραφία-έκπτωση 1% επί των εσόδων από την πώληση ταινιών στο εξωτερικό (άρθρο 12), μερική επιστροφή 6% εκ του φόρου (άρθρο 14)-κατέληξαν να ενισχύουν περισσότερο τους ήδη επιτυχημένους επιχειρηματίες, παρά εκείνους τους Έλληνες παραγωγούς που πάσχιζαν να ορθοποδήσουν.

Θα πρέπει να τονίσουμε πως η δράση του κράτους υπήρξε σχεδόν «εγκληματική» απέναντι στον ελληνικό κινηματογράφο. Πως αλλιώς θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε την απόφαση της κρατικής εξουσίας να επενδύσει το κέρδος από τις κινηματογραφικές εισπράξεις, σε τομείς ξένους, προς τον χώρο του κινηματογράφου, διατηρώντας παράλληλα την φορολογία σε δυσβάσταχτα, υψηλά επίπεδα για τους εργαζόμενους και τους αιθουσάρχες;

Η δραματική μείωση των εισιτηρίων από το '73 και μετά-137.000.000 το 1967 και μόλις 38.956.000 το 1977 (Μητροπούλου, 2006)-μπορεί να αποδοθεί σε έναν βαθμό και στην συγκυριακή συμπεριφορά του κοινού, καθώς όπως φάνηκε, η σχέση που απέκτησαν οι θεατές με τον κινηματογράφο κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '60, «δεν ήταν ούτε διαχρονική, ούτε ουσιαστική» (Σωτηροπούλου, 1989: 63). Σημαντικό ρόλο στην επιβάρυνση της κινηματογραφικής πραγματικότητας διαδραμάτισε και η τιμή του εισιτηρίου όπως αυτή διαμορφώθηκε, ιδιαίτερα κατά την περίοδο 1965-1975, καθώς η χαμηλή τιμή και η υπερβολική φορολογία υπέρ του κράτους, αλλά και υπέρ τρίτων (Σωτηροπούλου, 1989), συνέβαλαν στην χειροτέρευση της κατάστασης.

6.3 Τα χρόνια της παρακμής

Η εμφάνιση του «Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου» (NEK) στις αρχές της δεκαετίας του '70, πραγματοποιήθηκε εν μέσω αποκαρδιωτικών οικονομικών συνθηκών, τόσο εξαιτίας της αύξησης του κόστους παραγωγής, όσο και εξαιτίας της κάμψης που γνώρισε ο τομέας των εισπράξεων, της μεγαλύτερης μέχρι τότε, στην ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου (Σολδάτος κ.ά, 2002).

Εκτός από τα προϋπάρχοντα οικονομικά ζητήματα, η ανάδειξη του NEK «γέννησε» ένα ακόμη πρόβλημα που κυριάρχησε στη δεκαετία του '70, σε όλο το φάσμα του κινηματογραφικού χώρου: την σύγκρουση εμπορικού και καλλιτεχνικού κινηματογράφου.

Η κυριαρχία του «σκηνοθέτη-δημιουργού» επέφερε ουσιώδη αλλαγή στον τρόπο σκέψης και κινηματογραφικής έκφρασης, οδηγώντας σταδιακά τον σύγχρονο και τον κινηματογράφο των περασμένων δεκαετιών, σε ανοιχτή ρήξη. Η «Αναπαράσταση» (1970) του Θεόδωρου Αγγελόπουλου, βάθυνε ακόμα περισσότερο το χάσμα ανάμεσα στους υποστηρικτές του λαϊκού κινηματογράφου του παρελθόντος και των εκφραστών μιας νεότερης, καλλιτεχνικής οπτικής, με τις δυο πλευρές να αλληλοκατηγορούνται για την ολοένα και μεγαλύτερη αποχή του κοινού από τις αίθουσες (Σολδάτος κ.ά, 2002).

Η πτώση της ελληνικής παραγωγής, η εμφάνιση της τηλεόρασης, καθώς και η

προοδευτική αύξηση στην τιμή του εισιτηρίου, οδήγησαν γρήγορα στην απομάκρυνση του κοινού από τον κινηματογράφο, μια απομάκρυνση, μάλιστα, που ήταν οριστική. Ακόμα κι αν η αναζωπύρωση του ενδιαφέροντος γύρω από την καινούργια, κοινωνικοπολιτική προοπτική του ΝΕΚ υπήρξε σημαντική, εντούτοις δεν ήταν αρκετή προκειμένου οι θεατές να επαναπροσδιορίσουν την σχέση τους με τον κινηματογράφο. Γεγονός είναι πως το 1975, οι θεατές απάρτιζαν το 1/5 των θεατών της περιόδου 1969-70 (Σωτηροπούλου, 1989).

Πίνακας 12: Αριθμός εισιτηρίων (1964-1975)

Έτος	Α΄ Προβολή	Συνολικές	Περίχωρα
1964-65	9 -16	5 -11,5	4 -10
1965-66	11 -18	7 -13	5 -11,5
1966-67	11 -18	6 -14	6 -13
1967-68	12 -18	7,5-16	6 -13
1968-69	14,5-18,5	8 -13,5	6 -12
1969-70	12 -20	7 -17	6,5-11,5
1970-71	12,5-20	5,5-14,5	8 -13
1971-72	14 -20	5,5-14,5	8 -13,5
1972-73	14 -27,5	10 -18	8 -16
1973-74	20 -40	10 -27	9,5-18
1974-75	25 -50	14 -30	12 -25

Πηγή: *Ελληνική Κινηματογραφία: 1965-1975 Θεσμικό πλαίσιο – Οικονομική κατάσταση, 1989* (αναδημοσίευση)

Αν και τα προβλήματα στον χώρο της παραγωγής αποτελούσαν πλέον μια παγιωμένη κατάσταση, εντούτοις, η παραγωγή του 1970 χαρακτηρίστηκε από το ανανεωμένο, πολιτιστικό ενδιαφέρον πολλών ανεξάρτητων δημιουργών, που στην προσπάθειά τους να δραστηριοποιηθούν, «πειραματίστηκαν, ανέλαβαν νέες πρωτοβουλίες και στράφηκαν σε παράλληλα κυκλώματα, για την παραγωγή και την διανομή των ταινιών τους» (Σωτηροπούλου, 1989: 86). Μπορούμε έτσι να εντοπίσουμε την πρώτη, οργανωμένη προσπάθεια Ελλήνων δημιουργών να κοινωνήσουν τις ταινίες τους, υπό το πρίσμα μιας καθόλα, καλλιτεχνικής, κινηματογραφικής έκφρασης.

Κατά την δεκαετία 1965-1975, ενδιαφέρον παρουσίασε και το φαινόμενο της

διανομής στην Ελλάδα, κυρίως εξαιτίας της επικράτησης μιας ομάδας από ξένες εταιρείες-και δη αμερικάνικες-οι οποίες συνέχισαν να δραστηριοποιούνται ελεύθερες στη χώρα. Αν μάλιστα κρίνει κανείς τον αριθμό δράσης των συγκεκριμένων εταιρειών, σε σχέση με τη πληθυσμιακή δύναμη της Ελλάδας (Σωτηροπούλου, 1989), αντιλαμβάνεται αμέσως το μεγάλο μέγεθος της συγκεκριμένης επιχειρηματικής διείσδυσης των ΗΠΑ.

Μελετώντας κανείς τα δεδομένα της εποχής, αντιλαμβάνεται πως η επικρατούσα κατάσταση χαρακτηρίζεται από δυο σταθερές: η μια αφορά στη μη βιώσιμη πραγματικότητα, για πολλές από τις εταιρείες εκμετάλλευσης, λόγω της απουσίας ουσιαστικών και μακροπρόθεσμων σχεδίων και η άλλη, στην επικράτηση ενός μικρού μόνο αριθμού εταιρειών, που κατάφεραν να ισχυροποιηθούν οικονομικά, ελέγχοντας παράλληλα και τις κινηματογραφικές αίθουσες (Σωτηροπούλου, 1989).

Οι αποσχιστικές τάσεις των αρχών του '70, ανάμεσα στα γραφεία εκμετάλλευσης και τους αμερικάνικους κολοσσούς της διανομής, διαμόρφωσαν την επικρατούσα εικόνα των επόμενων χρόνων, δίνοντας παράλληλα το στίγμα μιας κατάστασης που θα χαρακτήριζε τον ελληνικό κινηματογράφο μέχρι και στις μέρες μας.

Η ηγετική θέση των αμερικάνικων εταιρειών στον χώρο της εισαγωγής και της προώθησης ταινιών στην ελληνική αγορά, οδήγησε σταδιακά στην οριστική συσπείρωση των πολυεθνικών δυνάμεων, με αποτέλεσμα από το 1972 και μετά, οι μεγάλες αμερικανικές εταιρείες να επιλέξουν την συγκέντρωση των δυνάμεών τους και την *«αυτόνομη οικονομικά και επιχειρηματικά παρουσία τους»* (Σωτηροπούλου, 1989: 121).

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το ισχύον νομικό και θεσμικό πλαίσιο της χώρας λειτουργούσε υπέρ της ελεύθερης δράσης των ιδιωτικών πρωτοβουλιών, που εκ των πραγμάτων προσέφεραν βήμα στην εύκολη εισαγωγή από το εξωτερικό, των κερδοφόρων, ξένων ταινιών. Τα αποτελέσματα από την στάση της Ελλάδας απέναντι στην απρόσκοπτη εισαγωγή αμερικάνικων ταινιών, προκάλεσαν τεράστιες συνέπειες στην εγχώρια κινηματογραφία, καθώς και στην προώθηση ταινιών άλλων χωρών, οι οποίες αδυνατούσαν να ανταγωνιστούν το αμερικανικό μονοπώλιο. Μέσα σε ένα πλαίσιο επικράτησης των νόμων της προσφοράς και της ζήτησης, η κρατική εξουσία συνέχισε να αδιαφορεί, αφήνοντας έτσι την κινηματογραφική βιομηχανία στο έλεος των μεγάλων εταιρειών και του αμερικανικού επεκτατισμού (Σωτηροπούλου, 1989).

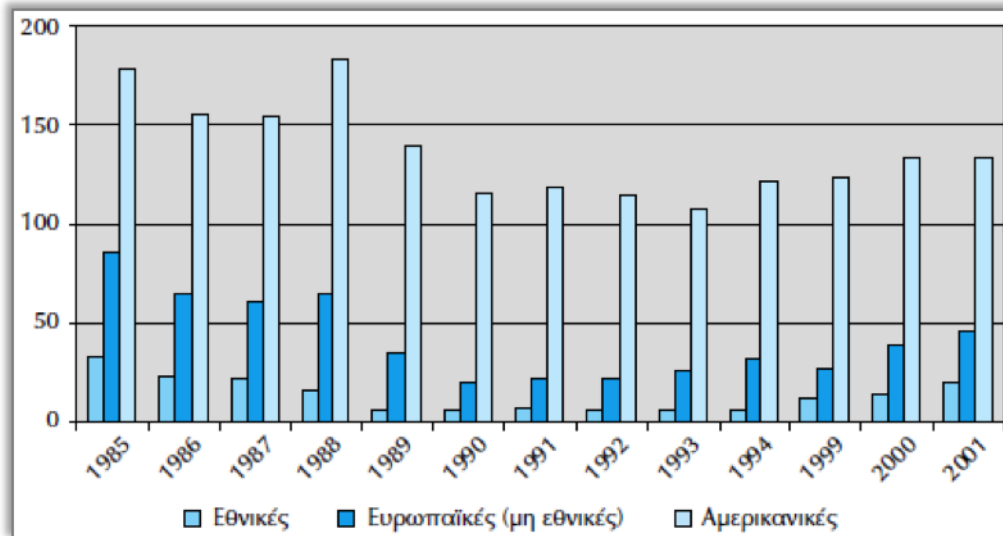
Η σημαντική, από άποψη καλλιτεχνικού ενδιαφέροντος, παραγωγή της

δεκαετίας του '70, δεν κατάφερε τελικά να αναπτυχθεί και εμπορικά, κάτι που έπαιξε τον δικό του ρόλο στην μείωση της προσέλευσης του κοινού. Παράλληλα, η έντονη παρουσία των ΗΠΑ, δεν επέτρεψε την *«εξασφάλιση των αναγκαίων δικτύων διανομής, για την οικονομική ανάπτυξη της εγχώριας παραγωγής»* (Μαλαχία, 2000: 45).

Ο ΝΕΚ επιδίωξε να ορθοποδήσει κατά τα τελευταία χρόνια της δεκαετίας του '70, μέσα σε ένα κλίμα «συμμαχίας» με τον εμπορικό κινηματογράφο, σε μια προσπάθεια να αντιμετωπιστούν τα κακώς κείμενα της ελληνικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας. Δυστυχώς, η εξάντληση των σκηνοθετών-παραγωγών και οι μακρόχρονες δυσκολίες της ελληνικής παραγωγής, δεν επέτρεψαν τον υπερκερασμό των δυσθεώρητων, για τους δημιουργούς, εμποδίων, που εντοπίζονταν κυρίως στην επιτακτική ανάγκη για απόσβεση του κόστους παραγωγής (Σολδάτος κ.α, 2002). Η παρακμή του ΝΕΚ συνεχίστηκε και κατά την δεκαετία του '80, η οποία χαρακτηρίστηκε κατά τον Μπράμο, από μια γενικότερη *«πνευματική και δημιουργική έκπτωση»* (Μπράμος κ.ά, 2002: 150). Οι πολιτικές συνθήκες και η εδραίωση της τηλεοπτικής κυριαρχίας, διαμόρφωσαν ένα δημιουργικό κενό, από το οποίο ο μετέπειτα ελληνικός κινηματογράφος, δεν μπόρεσε ποτέ να ξεφύγει ουσιαστικά, ούτε φυσικά και να επιστρέψει στην πρότερη, επιτυχημένη του πορεία.

Κατά τα πρώτα χρόνια της νέας δεκαετίας, οι ελληνικές ταινίες αυξήθηκαν, δεν συνέβη όμως το ίδιο και με την προσέλευση του κοινού στις αίθουσες. Με την τηλεόραση να κρατάει πλέον περίοπτη θέση στην καθημερινή διασκέδαση (Μαλαχία, 2000), οι θεατές απολάμβαναν τις ταινίες από την βολή του σπιτιού τους, αλλάζοντας μια για πάντα τις ψυχαγωγικές τους συνήθειες και κυρίως, την σχέση τους με το κινηματογραφικό μέσο.

Σχήμα 20: Συνολικός αριθμός ταινιών μεγάλου μήκους που προβλήθηκαν στην Ελλάδα (1985-2001)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003(αναδημοσίευση)

Η παραγωγή των ελληνικών ταινιών αυξήθηκε σε όγκο, οι περισσότερες όμως από τις ταινίες που παρήχθησαν την περίοδο αυτή, ανήκαν στην λεγόμενη εποχή της «βιντεοκασέτας», μιας εποχής που χαρακτηρίστηκε, κυρίως, από την επάνοδο της φαρσοκωμωδίας και της σεξοκωμωδίας.

Την ίδια περίοδο το μερίδιο των αμερικανικών ταινιών στην ελληνική αγορά ξεπερνούσε κατά πολύ αυτό των ελληνικών, κυριαρχώντας ολοκληρωτικά στο κινηματογραφικό τοπίο.

Πίνακας 13: Μερίδιο των αμερικάνικων και των ελληνικών ταινιών στη ελληνική αγορά (1980-1995)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Αμερικανικές ταινίες	58	56	51	56	63	77	79	81	85	86	87	88	88	89	88	87
Ελληνικές ταινίες	28	30	33	30	25	12	12	11	10	9	8	7	6	5	5	6

Πηγή: Διανομή και Μάρκετινγκ Ελληνικών Κινηματογραφικών Ταινιών: Σύγκριση Παραδειγμάτων Εμπορικού, Καλλιτεχνικού και Πειραματικού Κινηματογράφου κατά την περίοδο 1990-2000, 2000 (αναδημοσίευση)

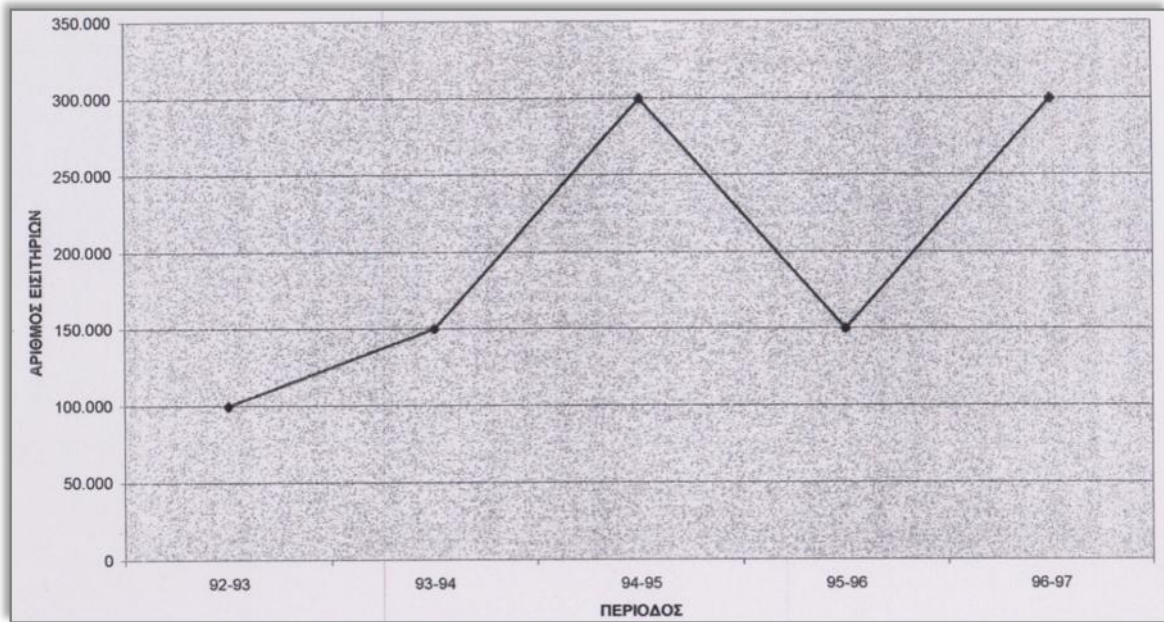
Οι παραγωγές του '80 δεν είχαν καμία κινηματογραφική αξία-το ενδιαφέρον για τον ΝΕΚ είχε παρέλθει από καιρό-το κοινό όμως αγάπησε τις ταινίες αυτές, που υπάγονταν σε μια ευρύτερη, πολιτισμική στασιμότητα. Εντούτοις, ακόμα κι έτσι, δεν έλειψαν οι δημιουργοί που ξεχώρισαν, χάρη στην εντελώς προσωπική και ιδιαιτέρως κινηματογραφική τους ματιά, όπως ο Κώστας Φέρρης, ο Θόδωρος Μαραγκός και ο Παύλος Τάσιος.

6.4 Κάτι αλλάζει

Η δημιουργία στις αρχές του '80 του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου (Ε.Κ.Κ), αποτέλεσε, ενδεχομένως, το σημαντικότερο, κινηματογραφικό γεγονός της δεκαετίας. Αν και η ίδρυσή του δημιουργούσε, εύλογα, υποσχέσεις για μια ενεργότερη συμμετοχή του κράτους στην χρηματοδότηση και την οργάνωση του ελληνικού κινηματογράφου, τα πράγματα δεν ήταν και τόσο απλά-όπως θα δούμε και στην επόμενη ενότητα-καθώς δεν ήταν λίγες οι φορές που το Ε.Κ.Κ κατηγορήθηκε για αναξιοκρατία (Μπαζάκα, 2010).

Η κινηματογραφική αγορά της Ελλάδας συνέχισε να καταγράφει αρνητικά ρεκόρ, και κατά την δεκαετία του '90, με την τηλεόραση να έχει επιβάλλει πλήρως το δικό της ψυχαγωγικό μοντέλο και την προσέλευση του κοινού στις αίθουσες να εξακολουθεί να παραπαίει.

Σχήμα 21: Εισιτήρια Ελληνικών Παραγωγών (1992-2007)



Πηγή: Διανομή και Μάρκετινγκ Ελληνικών Κινηματογραφικών Ταινιών: Σύγκριση Παραδειγμάτων Εμπορικού, Καλλιτεχνικού και Πειραματικού Κινηματογράφου κατά την περίοδο 1990-2000, 2000 (αναδημοσίευση)

Η παραγωγή των πρώτων ετών δεν υπήρξε σημαντική από άποψη όγκου, οι δημιουργοί δεν μπορούσαν να καλύψουν το κόστος παραγωγής των ταινιών τους, ενώ ακόμα και οι ταινίες του Θεόδωρου Αγγελόπουλου, του μοναδικού, «εξαγόγιμου προϊόντος» μας (Σολδάτος κ.ά, 2002: 11), δεν κατάφεραν να φέρουν το κοινό στα ταμεία, με το «Μετέωρο Βήμα του Πελαργού» να κόβει μόλις 60.000 εισιτήρια.

Ο Θεόδωρος Αγγελόπουλος υπήρξε ο σημαντικότερος εκπρόσωπος της ελληνικής σκηνης του '90. Η νίκη του Χρυσού Φοίνικα στο Φεστιβάλ των Καννών, το 1998, με το «Μια Αιωνιότητα και Μια Μέρα», έστρεψε για τα καλά στην χώρα μας την προσοχή των διεθνών φεστιβάλ κινηματογράφου. Η τεράστια αυτή επιτυχία του Έλληνα σκηνοθέτη, έθεσε τις βάσεις για την αποδοχή της ελληνικής κινηματογραφίας από το παγκόσμιο, κινηματογραφικό κύκλωμα, όπως αυτή εμφανίστηκε ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 2000. Ο ελληνικός κινηματογράφος απολαμβάνει σήμερα την διεθνή αναγνώριση, που αρκετά χρόνια πριν είχε δρομολογηθεί από το έργο ενός σπουδαίου δημιουργού.

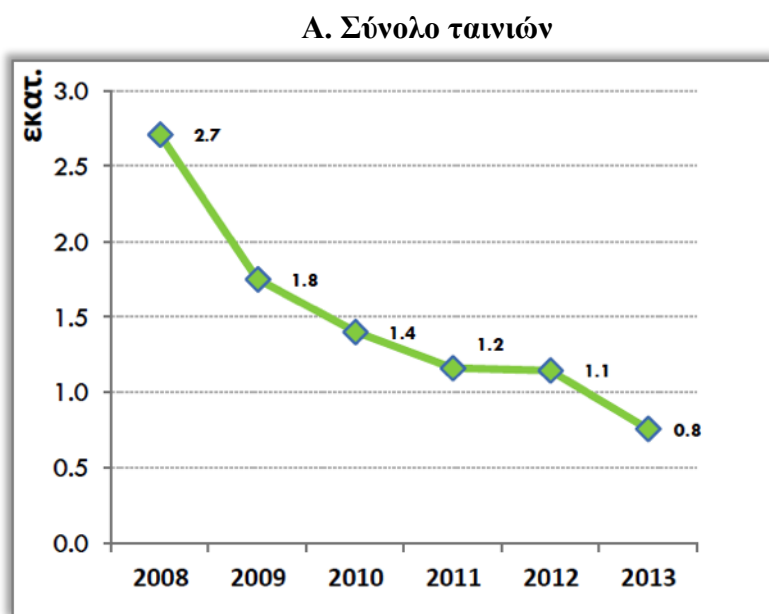
Χωρίς μεγάλες διαφοροποιήσεις, η δεκαετία του '90 έκλεισε με την απρόσμενη επιτυχία της ταινίας «Safe Sex», η οποία έκοψε 1.500.000 εισιτήρια, θυμίζοντας για λίγο τις ένδοξες, κινηματογραφικές στιγμές του παρελθόντος.

Εν έτη 2015 ο ελληνικός κινηματογράφος μπορεί να γνωρίζει εκ νέου καλλιτεχνική άνθηση, εντούτοις το πρόβλημα της προσέλευσης του κοινού στις αίθουσες και η πτώση των εισιτηρίων εξακολουθεί να ταλανίζει την κινηματογραφική πραγματικότητα της Ελλάδας.

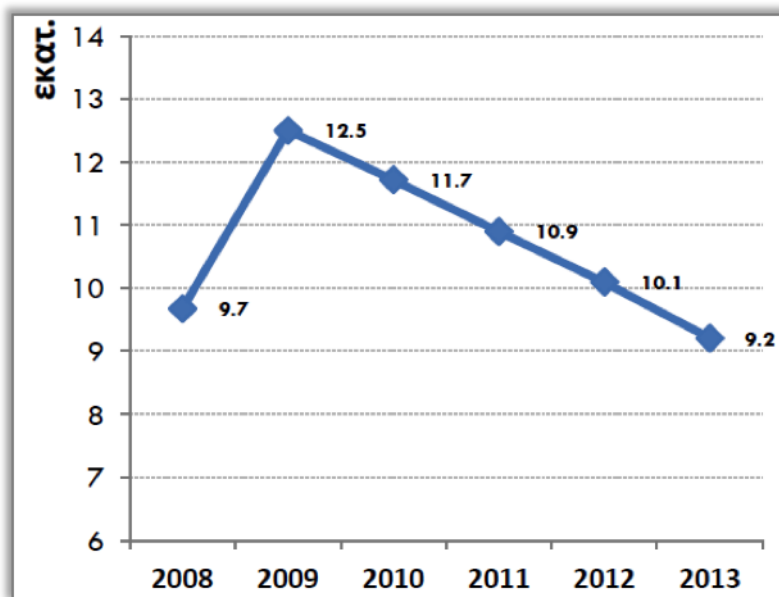
Όπως χαρακτηριστικά φαίνεται και στα διαγράμματα που ακολουθούν, κατά την περίοδο 2008-2013, η πτώση στον αριθμό των εισιτηρίων ήταν κατακόρυφη. Από τα 12,5 εκατομμύρια ευρώ του 2009-χρονιά με τον μεγαλύτερο συνολικό τζίρο-στα 9,2 εκατομμύρια, μόλις τέσσερα χρόνια μετά.

Κατά τον ίδιο τρόπο μειώθηκαν και οι εισπράξεις σε ότι αφορά μόνο τις ελληνικές ταινίες, καθώς από από τα 2,7 εκατομμύρια ευρώ, έπεσαν το 2013 στις 800 χιλιάδες, αποτέλεσμα ενδεικτικό της παρατεταμένης ύφεσης της χώρας.

Σχήμα 22: Αριθμός εισιτηρίων που κόπηκαν στις ελληνικές κινηματογραφικές αίθουσες (2008-2013)



Β. Ελληνικές ταινίες



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη IOBE, 2014 (αναδημοσίευση)

Σε ότι αφορά στον επαναπροσδιορισμό της φιλμικής της παράδοσης, η Ελλάδα βιώνει μια από τις καλύτερες περιόδους.

Η υποψηφιότητα το 2009, του «Κυνόδοντα» του Γιώργου Λάνθιμου, για Oscar Καλύτερης Ξενόγλωσσης, έστρεψε οριστικά πλέον στην Ελλάδα, τα φώτα των διεθνών κινηματογραφικών αγορών, καλλιεργώντας παράλληλα το μοντέλο ενός σύγχρονου, φεστιβαλικού-για πολλούς, arthouse-κινηματογραφικού ρεύματος, του λεγόμενου “weird wave”.

Αν και η ταμπελοποίηση του εγχώριου σινεμά, όπως αυτή έχει γίνει γνωστή τα τελευταία χρόνια-με τη στροφή προς ένα πιο ποιοτικό σινεμά να είναι ήδη εμφανής από την δεκαετία του 2000-έχει διχάσει κοινό και δημιουργούς, εντούτοις η κινηματογραφία της χώρας μοιάζει να κερδίζει διαρκώς έδαφος, με τις ελληνικές παραγωγές να συμμετέχουν στα διεθνή φεστιβάλ, κερδίζοντας βραβεία, αλλά και την αναγνώριση της διεθνούς, κινηματογραφικής κοινότητας.

Ίσως και να μιλάμε για την πρώτη φορά, κατά την οποία η Ελλάδα μετουσιώνει την πολύχρονη, ζοφερή, κοινωνικοπολιτική της κατάσταση, σε ένα εντελώς προσωπικό και συνάμα δημιουργικό σινεμά, που απεγκλωβίζεται πλέον από

τα εθνικά σύνορα, διεκδικώντας την δική του θέση στον παγκόσμιο, κινηματογραφικό χάρτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ-ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΑΙ ΕΓΧΩΡΙΑ ΜΕΡΙΜΝΑ

Η ανάδυση, τα τελευταία χρόνια, ενός ελληνικού κινηματογράφου πιο προσωπικού και δημιουργικά προσανατολισμένου, έχει ανοίξει τον δρόμο για την αναγνώριση της εθνικής κινηματογραφίας, ως μια από τις ταχύτατα ανερχόμενες, δίνοντας έτσι την ευκαιρία σε νέους και καταξιωμένους δημιουργούς να διεκδικήσουν στα διεθνή, κινηματογραφικά φεστιβάλ, βραβεία και σημαντικές οικονομικές ενισχύσεις για τις ταινίες τους.

Η οικονομική υποστήριξη του κινηματογραφικού τομέα, αποτελούσε ήδη από τα πρώτα χρόνια εμφάνισής του στην Ελλάδα, κυρίαρχο πρόβλημα, όχι μόνο λόγω της μικρής αγοράς της χώρας, αλλά και εξαιτίας της αδιαφορίας του κράτους που δεν αντιμετώπισε ποτέ τον κινηματογράφο, ως βιώσιμη βιομηχανία, αλλά ως έναν χώρο κερδοσκοπικής δράσης και γρήγορου κέρδους.

Στον αντίποδα της κρατικής αναληψίας βρέθηκε η Ε.Ε και πιο συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία εισήγαγε το πρόγραμμα MEDIA, θεσμοθετώντας έτσι μια σειρά από *«Μέτρα για την Ενθάρρυνση της Ανάπτυξης της Οπτικοακουστικής Βιομηχανίας»*, της Ευρώπης εν γένει. Βασική αρχή του προγράμματος, ήταν πως θα λειτουργούσε υποστηρικτικά στις υπάρχουσες, εθνικές ενισχύσεις, παρεμβαίνοντας μόνο σε ζητήματα, για τα οποία δεν υπήρχε εθνική μέριμνα, όπως για παράδειγμα για *«το θέμα της κυκλοφορίας των οπτικοακουστικών έργων στην Ευρώπη»* (Παπαγιαννακοπούλου κ.ά, 2003: 23).

Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα επιχειρήσουμε να δώσουμε μια σφαιρική εικόνα γύρω από τη χρηματοδότηση του ελληνικού κινηματογράφου, τόσο σε ευρωπαϊκό, όσο και εθνικό επίπεδο. Η καταγραφή της οικονομικής ενίσχυσης της ελληνικής κινηματογραφίας δεν θα περιλαμβάνει μόνο το κομμάτι της-όποιας-κρατικής μέριμνας, αλλά και αυτό της ιδιωτικής, η οποία στην κρίσιμη κατάσταση που βιώνει η χώρα, έχει βοηθήσει περισσότερο από ποτέ στις προσπάθειες για την ορθοπόδηση του εγχώριου σινεμά.

7.1 Η ευρωπαϊκή μέριμνα: Το πρόγραμμα MEDIA, το Eurimages και ο ρόλος των φεστιβάλ

Η συμβολή του χρηματοδοτικού προγράμματος MEDIA υπήρξε εξαιρετικά σημαντική για την Ελλάδα, αν και η εφαρμογή του πρώτου προγράμματος (MEDIA I), λειτούργησε περισσότερο διερευνητικά για τους Έλληνες δημιουργούς, οι οποίοι είχαν μόλις ξεκινήσει κάποιες αρχικές επαφές, στα πλαίσια της ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας.

Από το MEDIA II και μετά, η δραστηριοποίηση των Ελλήνων επαγγελματιών γίνεται εντονότερη, με αφορμή και τη δημιουργία του ελληνικού γραφείου ενημέρωσης, MEDIA DESK HELLAS. Στόχος του συγκεκριμένου γραφείου ήταν η ενδεδειγμένη ενημέρωση των δημιουργών του οπτικοακουστικού χώρου και η παροχή βοήθειας, για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων που προσέφερε το MEDIA, το οποίο εντάσσεται πλέον στο ευρύτερο πολιτιστικό πρόγραμμα της Ε.Ε, Δημιουργική Ευρώπη.

Με το πρόγραμμα MEDIA II να χρηματοδοτεί, συνολικά, την ελληνική κινηματογραφία, με το ποσό των 7 εκατομμυρίων ευρώ (υπό την μορφή δανείων και επιχορηγήσεων), οι Έλληνες δημιουργοί επιδίωξαν την υιοθέτηση ενός «επαγγελματικού, ευρωπαϊκού προτύπου», όπως αποδείχθηκε και από την συμμετοχή τους σε δράσεις κατάρτισης, σχετικά με θέματα παραγωγής, συγγραφής σεναρίου, νέων τεχνολογιών κ.α. (Παπαγιαννακοπούλου κ.ά, 2003).

Ανεξάρτητα από την οικονομική ενίσχυση του ελληνικού κινηματογράφου, το πρόγραμμα MEDIA-η συμμετοχή στο οποίο γίνεται μέσω του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου- έδωσε την δυνατότητα στους επαγγελματίες της χώρας να έρθουν σε επαφή με ένα πανευρωπαϊκό περιβάλλον επιχειρηματικής δράσης, καθιστώντας έτσι εμφανή την πραγματική σύλληψη πίσω από την ιδέα του προγράμματος MEDIA: την δράση του ως μοχλού στηριξης των αποφάσεων των κρατών μελών, αναφορικά με την άσκηση της κινηματογραφικής τους πολιτικής.

Σημαντική υπήρξε και η δράση του Ινστιτούτου Οπτικοακουστικών Μέσων (IOM) της Ελλάδος, το οποίο κατά την περίοδο εφαρμογής του δεύτερου προγράμματος MEDIA, επιδίωξε την ενεργή ενίσχυση των επαγγελματιών των «μικρών χωρών», όπως η Ελλάδα, καλώντας την Ε.Ε να λάβει ουσιαστικότερα μέτρα για την προστασία και την ενδυνάμωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, και δη των μικρότερων κινηματογραφικών αγορών της Ένωσης.

Η πρωτοβουλία του IOM οδήγησε τελικά στην αποτελεσματικότερη υποστήριξη των συμφερόντων των μικρών χωρών, με την εφαρμογή της αρχής της «θετικής διάκρισης» που περιελάμβανε μεταξύ άλλων, ευνοϊκότερους χρηματοδοτικούς όρους για τις ανεξάρτητες, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενθάρρυνση της επαγγελματικής κατάρτισης, καθώς και περαιτέρω ενίσχυση των πιλοτικών προγραμμάτων, ιδιαίτερα στο κομμάτι των «Νέων Τεχνολογιών».

Το 2011 το πρόγραμμα MEDIA διέθεσε περισσότερα από 1.5 εκατομμύρια ευρώ για την ενίσχυση της οπτικοακουστικής βιομηχανίας της χώρας, υποστηρίζοντας παράλληλα και την διοργάνωση ελληνικών φεστιβάλ, όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Θεσσαλονίκης (περιοδικό ΣΙΝΕΜΑ, 2012).

Εκτός από την παροχή χρηματοδοτήσεων για την υλοποίηση ελληνικών παραγωγών, η παρουσία του προγράμματος MEDIA υπήρξε σημαντική και στον χώρο των ελληνικών εταιρειών διανομής. Χαρακτηριστικό είναι πως από το 2010, μέχρι και το 2013 είχε διαθέσει περί τις 600 χιλιάδες ευρώ, για την προβολή ευρωπαϊκών ταινιών στις ελληνικές αίθουσες (περιοδικό ΣΙΝΕΜΑ, 2013). Η χρηματοοικονομική ενίσχυση του ελληνικού κινηματογράφου συνεχίζεται σταθερά μέχρι και σήμερα, στα πλαίσια της πολιτιστικής δράσης του υπό-προγράμματος πια, MEDIA - “Creative Europe”.

Όπως φάνηκε και από τα πρώτα αποτελέσματα χρηματοδότησης του νέου προγράμματος, ένας μεγάλος αριθμός ευρωπαϊκών εταιρειών θα λάβει συνολικά 15 εκατομμύρια ευρώ υπό την μορφή επιχορηγήσεων, για επενδύσεις στον χώρο της παραγωγής και της ανάπτυξης κινηματογραφικών έργων, ενώ ένα μερίδιο της τάξεως των 175 χιλιάδων διατίθεται σε έναν σημαντικό αριθμό ελληνικών εταιρειών.

Το πρόγραμμα MEDIA αποτέλεσε μια από τις σημαντικότερες ευρωπαϊκές δράσεις στον χώρο των οπτικοακουστικών, δίνοντας την ευκαιρία στις μικρότερες χώρες να διεκδικήσουν επί ίσοις όροις, την ανάπτυξη, την προβολή και την προώθηση των κινηματογραφικών τους, εν προκειμένω, έργων.

Αν και οι εθνικές πολιτικές των κρατών διαφέρουν αισθητά μεταξύ τους, εντούτοις, το πρόγραμμα MEDIA λειτούργησε, εν μέρει, ως συνδεδετικός κρίκος, με τις χώρες να προσανατολίζονται στην αναζήτηση μιας κοινής, κινηματογραφικής πολιτικής.

Η ανάπτυξη του συνεργατικού πνεύματος μεταξύ των κρατών και η ενδυνάμωση της κινηματογραφικής παραγωγής, είναι το αποτέλεσμα της δράσης του Eurimages, του Ταμείου του Συμβουλίου της Ευρώπης για την υποστήριξη των

Συμπααραγωγών.

Από τη σύστασή του το 1989, το Ταμείο Eurimages έχει υποστηρίξει περισσότερες από 1.500 συμπαραγωγές, επενδύοντας στον κινηματογραφικό τομέα περίπου μισό δισεκατομμύριο ευρώ, για την ενίσχυση της διεθνικής συνεργασίας και την προώθηση ετερόκλητων, κινηματογραφικών έργων.

Η υποστήριξη από το Eurimages τομέων, όπως οι συμπαραγωγές, η διανομή οπτικοακουστικών προϊόντων, αλλά και η δημιουργία ενός δικτύου αιθουσών που να επιτρέπει την ταχύτερη ενημέρωση και δραστηριοποίηση των επαγγελματιών (π.χ αιθουσάρχες) με τις νέες, κινηματογραφικές τεχνολογίες, εξασφαλίζει, καλύτερες συνθήκες συνεργασίας μεταξύ των συμμετεχόντων χωρών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός βελτιωμένου, σύγχρονου και αποτελεσματικού, ευρωπαϊκού μοντέλου υποστήριξης της κινηματογραφικής και εν γένει, της πολιτιστικής κληρονομιάς της Ε.Ε.

Έχοντας χρηματοδοτήσει μέχρι σήμερα, περισσότερες από 50 ελληνικές συμπαραγωγές, το Ταμείο Eurimages συνεχίζει να υποστηρίζει την φιλική παραγωγή της Ελλάδας, παρά το οικονομικό αδιέξοδο των τελευταίων ετών.

Το 2012 το Ταμείο διέθεσε συνολικά 730 χιλιάδες ευρώ για τέσσερις ελληνικές συμπαραγωγές, με την υποστήριξη του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου, καθώς εκτός από την ενίσχυση της ταινίας του Πάνου Κούτρα, “Xenia” κατά 230 χιλιάδες ευρώ, λίγους μήνες μετά, στην πρώτη συνάντηση του Eurimages εκτός Ευρώπης, αποφασίστηκε η υποστήριξη τριών ακόμη ταινιών (Καζέρο, 2013). Πιο συγκεκριμένα, το Ταμείο εξασφάλισε 500 χιλιάδες ευρώ, για τρεις ακόμη κινηματογραφικές συμπαραγωγές της Ελλάδας: τον «Εξαδάκτυλο» του Γιάννη Οικονομίδη» (Ελλάδα, Γερμανία και Κύπρος), το «I am not him» του Ταϊφούν Περσελιμόγλου (Τουρκία, Ελλάδα, Γερμανία, Γαλλία) και το «Modris» του Γιούρις Κουρσιέτις (Ελλάδα, Γερμανία, Λιθουανία). (Ζουμπουλάκης, 2012).

Στο πλαίσιο των διακρατικών συνεργασιών στον χώρο της κινηματογραφικής παραγωγής, τοποθετείται και η υπογραφή της ελληνογαλλικής, διμερούς συμφωνίας μεταξύ του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου (ΕΚΚ) και του Εθνικού Κέντρου Κινηματογράφου της Γαλλίας (CNC) τον Απρίλιο του 2014, με στόχο την τριετή ενίσχυση των κινηματογραφικών συμπαραγωγών μεταξύ των δυο χωρών.

Βασική προϋπόθεση των ελληνογαλλικών συμπαραγωγών αποτελεί η συμμετοχή μιας τουλάχιστον εταιρείας εγκατεστημένης στη Γαλλία και μιας στην Ελλάδα. Να σημειώσουμε πως από το καθορισμένο ποσό του 1 εκατομμυρίου ευρώ

που διέθεσε το Ταμείο για το 2014, το 80% προήλθε από το Εθνικό Κέντρο Κινηματογράφου της Γαλλίας, και το υπόλοιπο 20% από το ΕΚΚ (“Συμφωνία κινηματογραφικών συμπαραγωγών μεταξύ Γαλλίας και Ελλάδας”, 2014).

Η αύξηση των κινηματογραφικών συμπαραγωγών, τόσο μεταξύ κρατών μελών, όσο και με τρίτες χώρες, αποδεικνύει πως η οικονομική κρίση έχει πλήξει σημαντικά όλες τις κινηματογραφικές αγορές, οι οποίες στρέφονται πλέον εκτός της αποκλειστικότητας της εγχώριας παραγωγής, αναζητώντας συνεργασίες και προωθώντας την κινηματογραφική τους τεχνογνωσία και κατάρτιση.

Αν αναλογιστεί κανείς ότι τα περισσότερα προβλήματα εντοπίζονται στον τομέα της παραγωγής και της διανομής, δεν είναι δύσκολο να αντιληφθούμε την τεράστια συμβολή των συμπαραγωγών, στην ουσιώδη αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης, η οποία μοιάζει να έχει οδηγήσει τον κινηματογράφο σε νέα περίοδο ύφεσης.

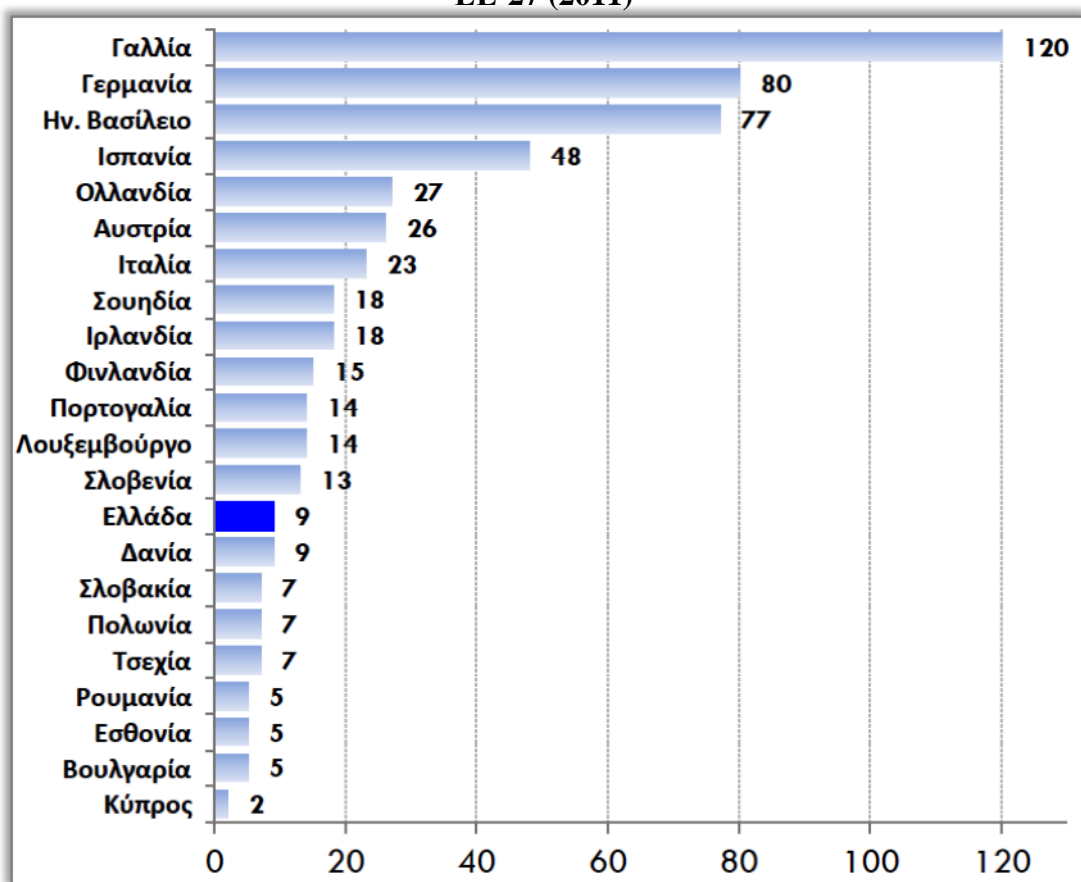
Τα κινηματογραφικά φεστιβάλ διαδραματίζουν εξίσου σημαντικό ρόλο στην ενθάρρυνση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, δίνοντας την ευκαιρία σε σκηνοθέτες, παραγωγούς, σεναριογράφους και λοιπούς δημιουργούς, να αναζητήσουν συμπαραγωγούς και να κοινωνήσουν την κινηματογραφική τους ιδέα, με όχημα μια πληθώρα σεμιναρίων, εργαστηρίων και συναντήσεων που «τρέχουν» καθ’ όλη την διάρκεια των φεστιβάλ.

«Τα πράγματα έχουν πλέον αλλάξει», παραδέχεται η κριτικός κινηματογράφου και παραγωγός, Βένια Βέργου. «Οι δημιουργοί μπορούν πλέον να αναζητούν συμπαραγωγούς μέσω της φεστιβαλικής αγοράς, συμμετέχοντας στα αντίστοιχα forums, όπως αυτά έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία». Η κατάσταση, σύμφωνα με την ίδια, μοιάζει βελτιωμένη και για την ελληνική πλευρά: «Τα ελληνικά projects συμμετέχουν πλέον ενεργά στα διάφορα εργαστήρια, μπαίνοντας δυναμικά στον κινηματογραφικό χάρτη».

Την ίδια άποψη φαίνεται πως ασπάζεται και η παραγωγός Αμάντα Λιβανού: «Το ελληνικό σινεμά και η Ελλάδα έχουν ενδιαφέρον. Σε αυτό βέβαια μεγάλο ρόλο παίζει και η διεθνοποίηση των ταινιών, κάτι στο οποίο συμβάλλουν πολύ τα κινηματογραφικά φεστιβάλ. Τα φεστιβάλ αποτελούν τεράστια βοήθεια για τους δημιουργούς, καθώς τα projects τους γίνονται ορατά στους κατάλληλους ανθρώπους του χώρου». Για την αύξηση του ευρωπαϊκού ενδιαφέροντος γύρω από τις ελληνικές ταινίες μας μιλάει και η παραγωγός Μαρία Δρανδάκη: «Υπάρχει ενδιαφέρον από την Ευρώπη για τις ελληνικές ταινίες, οι οποίες στρέφονται στα φεστιβάλ». Τι γίνεται όμως με την χρηματοδότηση; «Οι χρηματοοικονομικές πηγές αντιμετωπίζουν

μείωση σε παγκόσμιο επίπεδο-ακόμα και τα χρηματικά έπαθλα των φεστιβάλ έχουν μειωθεί-όμως οι επαφές με τους φορείς παραγωγής και διανομής, τους λεγόμενους “sales agents”, είναι σημαντικές για την δικτύωση των δημιουργών και των έργων τους. Τα βραβεία και τα εργαστήρια αποτελούν κίνητρα για τους επαγγελματίες του χώρου, γεγονός που ενισχύει σταδιακά την δυναμική των κινηματογραφικών αγορών».

Σχήμα 23: Διεθνείς κινηματογραφικές ταινίες συμπαραγωγής στις χώρες ΕΕ-27 (2011)



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη ΙΟΒΕ, 2014 (αναδημοσίευση)

Η ανάπτυξη των φεστιβαλικών αγορών και των επιμέρους τομέων τους, οδηγεί σε μια αυξανόμενη, ετήσια συμμετοχή που καθιστά την οικοδόμηση μιας συνεργατικής, κινηματογραφικής βάσης, ιδιαίτερα ενθαρρυντική.

Μερικά από τα μεγαλύτερα κινηματογραφικά φεστιβάλ της Ευρώπης, όπως

αυτό του Βερολίνου, του Ρότερνταμ και του Σεράγεβο, φιλοξενούν κάθε χρονιά, έναν τεράστιο αριθμό επαγγελματιών που αναζητούν τον επόμενο συμπαραγωγό για τις νέες τους ταινίες.

Στο φεστιβάλ Βερολίνου-τη περίφημη Μπερλινάλε-διεξάγεται κάθε χρονιά, μια τριήμερη συνάντηση (Profile Berlinale Co-Production Market) ανάμεσα σε 500, περίπου, διεθνείς παραγωγούς, διανομείς και εκπροσώπους από τον χώρο της συμπαραγωγής. Στόχος των συμμετεχόντων είναι η δικτύωση και η πραγματοποίηση επαφών με άλλους επαγγελματίες, που ιδανικά θα οδηγήσει στο «κλείδωμα» μιας νέας συμπαραγωγής. Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ λαμβάνει χώρα και μια από τις σημαντικότερες συναντήσεις επαγγελματιών (European Film Market), στην οποία συμμετέχουν περισσότεροι από 8 χιλιάδες αγοραστές, παραγωγοί, χρηματοδότες, διανομείς και εκπρόσωποι μεγάλων εταιρειών οπτικοακουστικών μέσων, προκειμένου να ενημερωθούν για τις τρέχουσες εξελίξεις στον χώρο του κινηματογράφου. Το *EFM* αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες κινηματογραφικές αγορές παγκοσμίως. Σημαντικές είναι και οι συναντήσεις που πραγματοποιούνται στα πλαίσια των φεστιβάλ του Ρότερνταμ και του Σεράγεβο. Τόσο το *CineMart*, όσο και το *CineLink* αντίστοιχα, αποτελούν εξαιρετικά ενδιαφέρουσες και ανερχόμενες αγορές, στις οποίες οι δημιουργοί προβάλλουν τις ιδέες τους και έρχονται σε επαφή με αγοραστές, επιδιώκοντας τη χρηματοδότησή των ταινιών τους.

Υπό τον μανδύα της οικονομικής κρίσης, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ έχουν μετατραπεί σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης για τις εθνικές κινηματογραφίες, αφού ολοένα και περισσότεροι δημιουργοί στρέφονται, είτε στην χρηματική βοήθεια-έστω μειωμένη-που προσφέρουν τα διαγωνιστικά τμήματα των φεστιβάλ, είτε στις συμπαραγωγές. Οι φεστιβαλικές αγορές λειτουργούν ως κυρίαρχο κίνητρο για την δραστηριοποίηση των δημιουργών, οι οποίοι στρέφονται πλέον μαζικά στα φεστιβάλ σε αναζήτηση ευκαιριών, που θα τους δώσουν την δυνατότητα να κάνουν την ιδέα τους πραγματικότητα.

7.2 Η εθνική μέριμνα: Το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, η ιδιωτική πρωτοβουλία και τα εγχώρια φεστιβάλ

Η υπό-χρηματοδότηση και η κρατική αδιαφορία στην Ελλάδα, εξακολουθούν να πορεύονται χέρι-χέρι με τις προσπάθειες των δημιουργών να παράγουν έργο σε μια χώρα που σπάνια αντιμετώπιζε τον κινηματογράφο, ως κυρίαρχο κομμάτι της πολιτιστικής της παράδοσης.

Η «χρυσή εποχή» του 1960 και 1970, μοιάζει περισσότερο με ένα εντυπωσιακό «πυροτέχνημα» στην ιστορία του ελληνικού κινηματογράφου, παρά με μια προσπάθεια που είχε διάρκεια στον χρόνο. Κατά ένα μεγάλο ποσοστό, η σημερινή κατάσταση του ελληνικού σινεμά αποτελεί απόρροια της καταστροφικής διαχείρισης που έτυχε ο κινηματογράφος από την κρατική εξουσία, την περίοδο εκείνη. Η ίδρυση του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου αποτέλεσε μια από τις σημαντικότερες στιγμές στην ιστορία του εγχώριου σινεμά, ιδιαίτερα από τις αρχές του 1980 και μετά, όταν πλέον οι αρμοδιότητες μεταβιβάστηκαν από το Υπουργείο Βιομηχανίας (εμφανής η μονοδιάστατη αντιμετώπιση του κινηματογράφου ως βιομηχανικό προϊόν), στο Υπουργείο Πολιτισμού, υπό την προεδρία της Μελίνας Μερκούρη.

Το 1982 η Μερκούρη κατάρτισε ένα νομοσχέδιο «για την προστασία και την ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης της ελληνικής κινηματογραφίας», το οποίο και έγινε νόμος του κράτους (Ν.1597/86) το 1986. Με τον νόμο αυτό, το ΕΚΚ περιερχόταν ολοκληρωτικά στη διαχείριση του κράτους, λειτουργώντας ως επίσημος μοχλός υποστήριξης του κινηματογράφου.

Τα προβλήματα που αντιμετώπισε ο κλάδος από την δεκαετία του '70 και μετά, τόσο εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, όσο και της υπολειτουργίας πολλών τομεακών εργαλείων που είχαν θεσπιστεί με τον νόμο, μετέτρεψαν το ΕΚΚ σε μοναδικό χρηματοδότη των ελληνικών παραγωγών, με το Κέντρο να ανταπεξέρχεται στις δυσκολίες της εποχής, προσαρμοζόμενο διαρκώς στις εκάστοτε απαιτήσεις των καιρών.

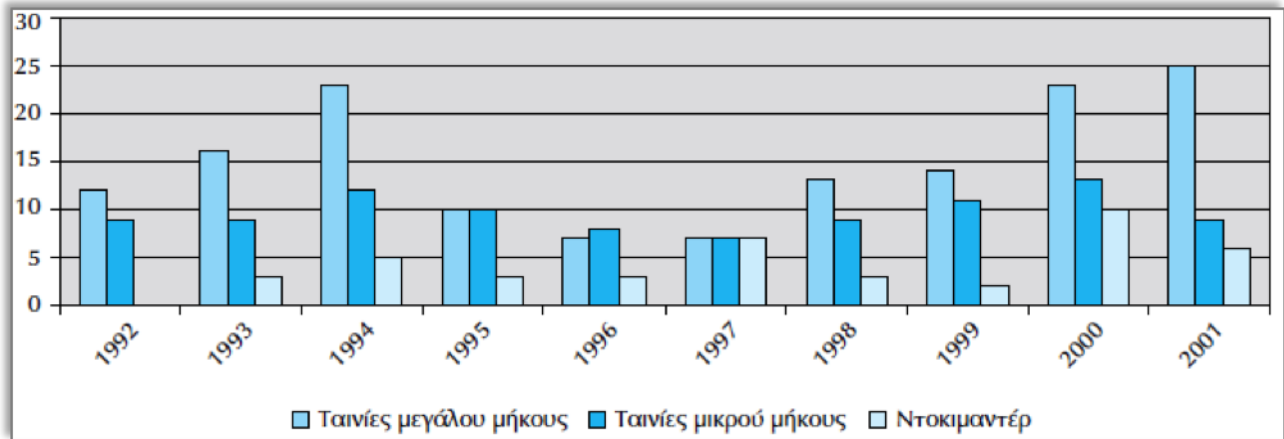
Βασικές επιδιώξεις του ΕΚΚ είναι η ανασυγκρότηση του κινηματογράφου, η βελτίωση των υποδομών, οι ιδιωτικές επενδύσεις στον χώρο και η υποστήριξη της εθνικής κληρονομιάς, όπως αυτές επιδιώκονται μέσω του νέου Κανονισμού του ΕΚΚ που περιλαμβάνει:

- Το Πρόγραμμα «Συγγραφή Σεναρίου-Development», για την ενίσχυση όλων των σταδίων της συγγραφής σεναρίου
- Το Βασικό Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων, για την υποστήριξη παραγωγής έργων αυξημένου οικονομικού κόστους (με την συμμετοχή και των νέων παραγωγών)
- Το Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων Χαμηλού Προϋπολογισμού, για την ενθάρρυνση καινοτόμων τάσεων
- Το Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων για Παιδιά και Εφήβους
- Το Πρόγραμμα για Νέους Σκηνοθέτες (συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΚΚ και την τότε ΕΡΤ)
- Το Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων Μικρού Μήκους
- Το Πρόγραμμα Παραγωγής Κινηματογραφικών Έργων Ντοκιμαντέρ (συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΚΚ και την τότε ΕΡΤ)
- Το Πρόγραμμα Κινήτρων για Προσέλκυση Ξένων Παραγωγών στην Ελλάδα με μειοψηφική συμμετοχή Έλληνα συμπαραγωγού και τέλος
- Το Πρόγραμμα Ενίσχυσης Ολοκληρωμένου Κινηματογραφικού Έργου

Η υποστήριξη και η χρηματοδότηση του ελληνικού κινηματογράφου από το Κέντρο έχει υπάρξει ιδιαίτερος σημαντική. Χαρακτηριστικό είναι, πως από την ίδρυσή του μέχρι και σήμερα, το ΕΚΚ έχει υποστηρίξει περισσότερες από 700 παραγωγές, οι περισσότερες εκ των οποίων έχουν διεκδικήσει βραβεία σε παγκόσμια φεστιβάλ.

Παρά το γεγονός, όμως, πως το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, έχει αποτελέσει έναν από τους πιο διαχρονικούς υποστηρικτές του ελληνικού σινεμά, εντούτοις, η πρόσφατη οικονομική κρίση έχει επιφέρει τεράστιο πλήγμα στην οικονομική συμβολή των νέων παραγωγών. Παράλληλα, το πέρασμα σε κρατικά χέρια, έχει προκαλέσει ανά περιόδους, έντονους τριγμούς στην εσωτερική διοίκηση του Κέντρου, το οποίο βρίσκεται συχνά σε «εμπόλεμη» κατάσταση, θέτοντας στο περιθώριο τον πραγματικό λόγο δημιουργίας του, που δεν είναι άλλος από την ενίσχυση της εθνικής κινηματογραφίας.

Σχήμα 24: Ταινίες που χρηματοδοτήθηκαν από το ΕΚΚ (1992-2001)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003(αναδημοσίευση)

Στον αντίποδα των προβλημάτων που εξακολουθεί να αντιμετωπίζει το ΕΚΚ, η ιδιωτική πρωτοβουλία αποτελεί την καλύτερη εναλλακτική, αν και η παγιωμένη, πλέον κατάσταση, δεν είναι εύκολη ούτε για τους ίδιους τους παραγωγούς που συνεχίζουν να αναζητούν κεφάλαια για τις νέες τους ταινίες, δίχως την παραμικρή, κρατική υποστήριξη: «Δεν υπάρχουν πλέον λεφτά για το σινεμά», υποστηρίζει η Αμάντα Λιβανού. «Η κρατική χρηματοδότηση αντιμετωπίζει προβλήματα λόγω της διαφοροποίησης των δεδομένων της κάθε χώρας. Για παράδειγμα, οι αυστηροί κανόνες και η γραφειοκρατία δημιουργούν επιπλέον δυσκολίες στην ελληνική κινηματογραφία. Οι παραγωγοί ότι κάνουμε, το κάνουμε μόνοι μας, αφού το κράτος επιλέγει τον δρόμο της αντι-διπλωματίας». Την ίδια άποψη συμμερίζεται και η Μαρία Δρανδάκη, η οποία θεωρεί επιπλέον πως το βασικότερο πρόβλημα είναι η έλλειψη πολιτικής βούλησης: «Δεν υπάρχει καμία νομοθεσία που να παρέχει κίνητρα για την ενίσχυση της κινηματογραφικής παραγωγής. Στην Ελλάδα υπάρχει ταλέντο, αλλά απουσιάζει η πολιτική βούληση και κατ' επέκταση η χρηματοδότηση. Αυτή η κατάσταση ανακυκλώνεται διαρκώς.

Υπάρχουν φυσικά και άτομα τα οποία δραστηριοποιούνται στον χώρο με λιγότερα χρήματα, προκειμένου να στηρίξουν τον ελληνικό κινηματογράφο, όμως αυτό δεν αποτελεί λύση». «Το ελληνικό σινεμά έχει αποκτήσει μια συντεχνιακή χροιά», τονίζει και η Βένια Βέργου, «το μοντέλο που κυριαρχεί, είναι αυτό της φιλικής συμπαραγωγής, μικρές ομάδες δηλαδή, που βοηθούν η μια την άλλη».

Ένα από τα διαχρονικά προβλήματα του ελληνικού κινηματογράφου, υπήρξε η πλήρης αδιαφορία των παρόχων υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων, σε ότι

αφορούσε στην κατάθεση του 1,5% του ετήσιου κύκλου εργασιών τους, για την ενίσχυση της κινηματογραφικής παραγωγής. Παρά τα όσα προέβλεπε ο νόμος του 2010 – γνωστός και ως Νόμος Γερουλάνου - για την «ενίσχυση και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης και άλλες διατάξεις» (Εφημερίς της Κυβερνήσεως, 2010), σχετικά με την υποστήριξη της κινηματογραφικής δημιουργίας από τους οπτικοακουστικούς φορείς, μόνο η ΕΡΤ εφάρμοζε μερικώς τον νόμο. «Η ΝΕΡΙΤ, όπως και τα ιδιωτικά κανάλια, δεν κατέβαλαν ποτέ το ελάχιστο ποσό που, βάσει νόμου, αποφασίστηκε το 2010», μας λέει η Μαρία Δρανδάκη. «Η μοναδική συμβολή είναι αυτή της συνδρομητικής τηλεόρασης, η οποία παρόλα αυτά, προτιμά να υποστηρίζει περισσότερο εμπορικές παραγωγές, ντοκιμαντέρ και μικρού μήκους ταινίες».

Με το ΕΚΚ σε κρίση και την βοήθεια των παροχών οπτικοακουστικών υπηρεσιών να παραμένει απύσχα, ο ελληνικός κινηματογράφος αναζητά βοήθεια στις ιδιωτικές πρωτοβουλίες, αλλά και τις συμπαραγωγές. Ακόμα και εκεί όμως, η κατάσταση δεν είναι καλύτερη. «Οι συμπαραγωγές αποτελούν πλέον διεθνές πρόβλημα», μας υπενθυμίζει η Αμάντα Λιβανού, «Η Ελλάδα είναι οικονομικά αδύναμη για να αποτελέσει τον κύριο παραγωγό. Τα λεφτά δεν φτάνουν πια για όλους. Πιο παλιά, επί εποχής MEDIA, τα πράγματα ήταν πιο απλά. Τώρα η Ευρώπη είναι δυσκίνητη και γραφειοκρατική».

Σε πείσμα των καιρών, ο σύγχρονος, ελληνικός κινηματογράφος συνεχίζει να εξελίσσεται. Η κρατική αποχή και η μη συμμόρφωση του κρατικού και του ιδιωτικού οπτικοακουστικού τομέα, έχουν αποτελέσει ανασταλτικούς παράγοντες στις προσπάθειες ενθάρρυνσης της εγχώριας κινηματογραφίας, προσπάθειες που υποκινούνται κυρίως από την ίδια τη δράση των δημιουργών και των παραγωγών. Ο κινηματογράφος αποτελεί ένα από τα γνησιότερα μέσα έκφρασης, των εκάστοτε κοινωνικοπολιτικών αλλαγών.

Αν μη τι άλλο, ο ελληνικός κινηματογράφος του σήμερα, αποτελεί γνήσιο εκφραστή, όλων όσων διαδραματίζονται τα τελευταία χρόνια στην χώρα μας, με τους δημιουργούς να διεκδικούν και να κερδίζουν τον σεβασμό και την αναγνώριση της διεθνούς κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Εκτός από την έμπρακτη υποστήριξη των ευρωπαϊκών και των διεθνών κινηματογραφικών φεστιβάλ, όπως είδαμε και παραπάνω, οι ελληνικές ταινίες αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι και της εγχώριας, φεστιβαλικής βιομηχανίας, η οποία τις τελευταίες δεκαετίες αναπτύσσεται διαρκώς, υποστηρίζοντας νέες

παραγωγές και δημιουργούς.

Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Θεσσαλονίκης αποτελεί το μακροβιότερο, κινηματογραφικό φεστιβάλ της χώρας, έχοντας κλείσει περισσότερο από μισό αιώνα ζωής και παραμένοντας μέχρι σήμερα, ένα από τα σημαντικότερα σημεία συνάντησης για τους επαγγελματίες του χώρου.

Οι Νύχτες Πρεμιέρας και το Φεστιβάλ Ελληνικών Ταινιών Μικρού Μήκους της Δράμας, αποτελούν εξίσου σημαντικές πρωτοβουλίες στον χώρο του κινηματογράφου, καθώς δεν ενθαρρύνουν μόνο την επαφή ενός ευρύτερου κοινού με την εθνική –και όχι μόνο– κινηματογραφία, αλλά προσφέρουν παράλληλα και την ευκαιρία για μια πιο άμεση επαφή με την κινηματογραφική δημιουργία, μέσα από σειρές σεμιναρίων και εργαστηρίων που προσφέρονται στα πλαίσια διεξαγωγής τους. Αν και δεν μπορούν να συναγωνιστούν τα χρηματικά έπαθλα που δίνονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εντούτοις η οικονομική ενίσχυση που λαμβάνουν, ανά περιπτώσεις, οι νικητές των φεστιβάλ, συνιστούν σημαντική αφετηρία για την υλοποίηση νέων σχεδίων.

7.3 IOBE: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα – Επιδράσεις στην Οικονομία

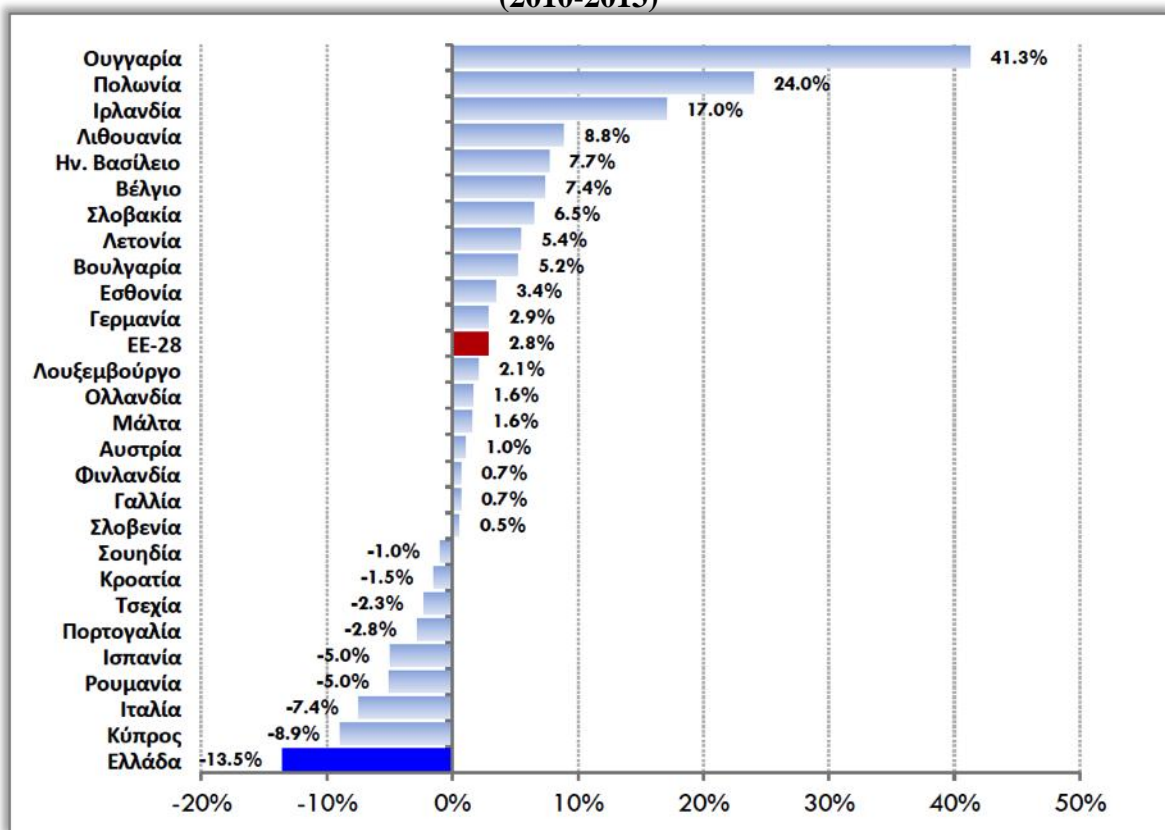
Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών παρουσίασε τον Δεκέμβριο του 2014, μια εκτεταμένη μελέτη σχετικά με την επίδραση του κινηματογράφου στην εγχώρια οικονομία, αναδεικνύοντας την σημαντικότητά του, τόσο ως κομμάτι της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας, όσο και ως τομέα οικονομικής επιρροής.

Σύμφωνα με το IOBE η προσέλκυση ξένων κινηματογραφικών ταινιών ενδέχεται να έχει οφέλη, όχι μόνο για την εγχώρια κινηματογραφία, αλλά και για τις οικονομικές επιδόσεις του κλάδου γενικότερα. Η ενίσχυση των οπτικοακουστικών υποδομών, οι τεχνολογικές επενδύσεις, καθώς και η μεταφορά τεχνογνωσίας από το εξωτερικό στην Ελλάδα, αποτελούν μερικές μόνο από τις δυνατότητες που προσφέρει στη χώρα, η ανάπτυξη ενός οργανωμένου και λειτουργικού, κινηματογραφικού πλαισίου (“Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία”, 2014).

Παρά την ανάγκη ύπαρξης ενός αποτελεσματικού, κινηματογραφικού μηχανισμού, τα αποτελέσματα από την έρευνα του IOBE για την κατάσταση του οπτικοακουστικού τομέα στη χώρα είναι αποκαρδιωτικά.

Σε διάστημα 3 ετών, από το 2010 έως και το 2013, ο κύκλος εργασιών της Ελλάδας στον κλάδο της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, συγκέντρωσε την μεγαλύτερη αρνητική απόδοση στην Ευρώπη των 28, καταδεικνύοντας για ακόμη μια φορά το οπτικοακουστικό αδιέξοδο της χώρας.

Σχήμα 25: Εξέλιξη Κύκλου Εργασιών στον κλάδο Παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων στην ΕΕ-27 (2010-2013)



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη IOBE, 2014 (αναδημοσίευση)

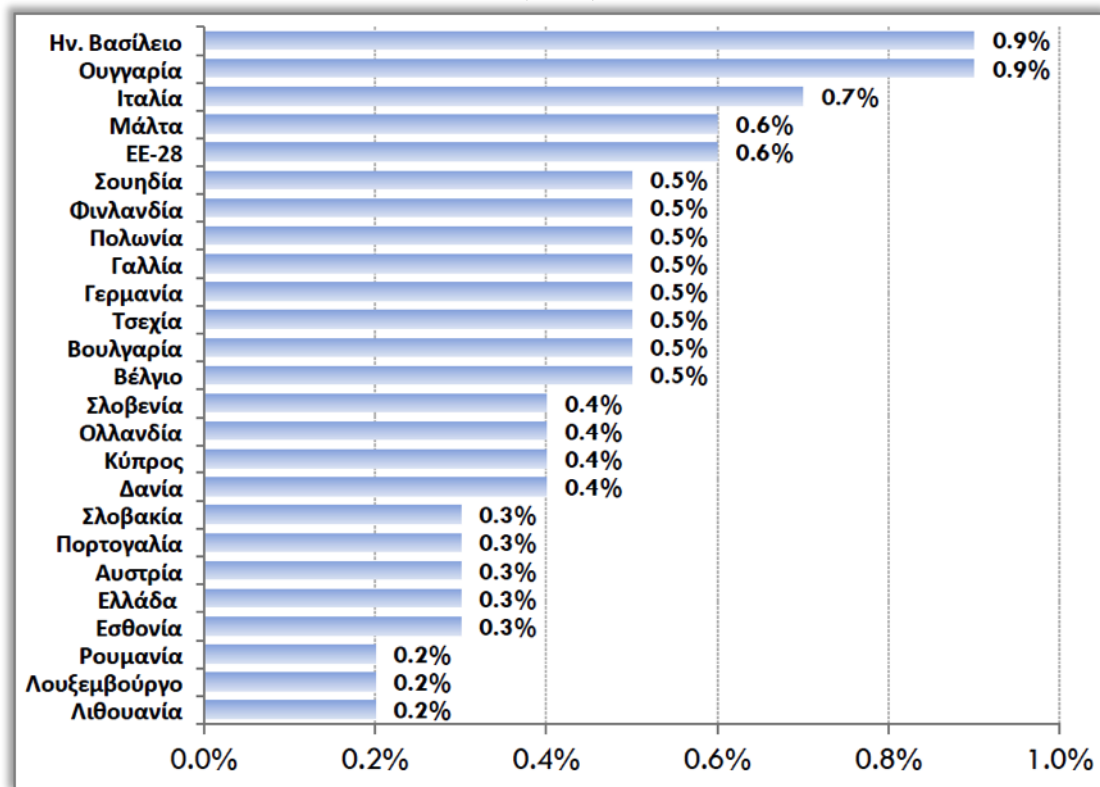
Στον αντίποδα της σημερινής κατάστασης, το IOBE προβλέπει πως η δημιουργία ενός αποδοτικού, κινηματογραφικού χώρου στην Ελλάδα, θα μπορούσε να έχει σημαντικά οφέλη για την ελληνική οικονομία, λόγω της προσέλκυσης ξένων

παραγωγών. Πιο συγκεκριμένα έχει υπολογιστεί ότι το ΑΕΠ της χώρας μπορεί να αυξηθεί ακόμη και κατά 39 εκατομμύρια, ως αποτέλεσμα των δαπανών ύψους 25 εκατομμυρίων για τα γυρίσματα μιας, σχετικά μεγάλης, για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, παραγωγής στην Ελλάδα (“Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία”, 2014). Περιπτώσεις ταινιών όπως «Το Μαντολίνο του Λοχαγού Κορέλι» και το «Mamma Mia!», απέδειξαν πως η αύξηση τουρισμού σε συγκεκριμένες ελληνικές περιοχές, σχετίζεται, σε μεγάλο βαθμό, με την διαφήμισή τους, ως τοποθεσίες γυρισμάτων μεγάλων χολιγουντιανών παραγωγών.

Μεταξύ άλλων, η μελέτη περιλαμβάνει και προτάσεις για τους τρόπους προσέλκυσης διεθνών παραγωγών στην Ελλάδα, όπως την *«απλοποίηση των διαδικασιών έκδοσης των απαιτούμενων αδειών για την διεξαγωγή γυρισμάτων»* (“Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία”, 2014: 62) και την μείωση της γραφειοκρατίας, η οποία αποτελεί τροχοπέδη για τα αυστηρά, χρονικά περιθώρια των μεγάλων παραγωγών.

Η μελέτη του IOBE αποτελεί την πρώτη στο είδος της και καταδεικνύει την τεράστια επίδραση του κινηματογράφου στην οικονομική ζωή της χώρας, φωτίζοντας πτυχές, όπως η τόνωση του ελληνικού τουρισμού και η προσέλκυση ξένων, κινηματογραφικών παραγωγών, η σημαντικότητα των οποίων δεν ελήφθη ποτέ υπόψη από την εκάστοτε κυβέρνηση.

Σχήμα 26: Η συμβολή του οπτικοακουστικού τομέα στη συνολική ακαθάριστη προστιθέμενη αξία σε ευρωπαϊκές χώρες (2011)

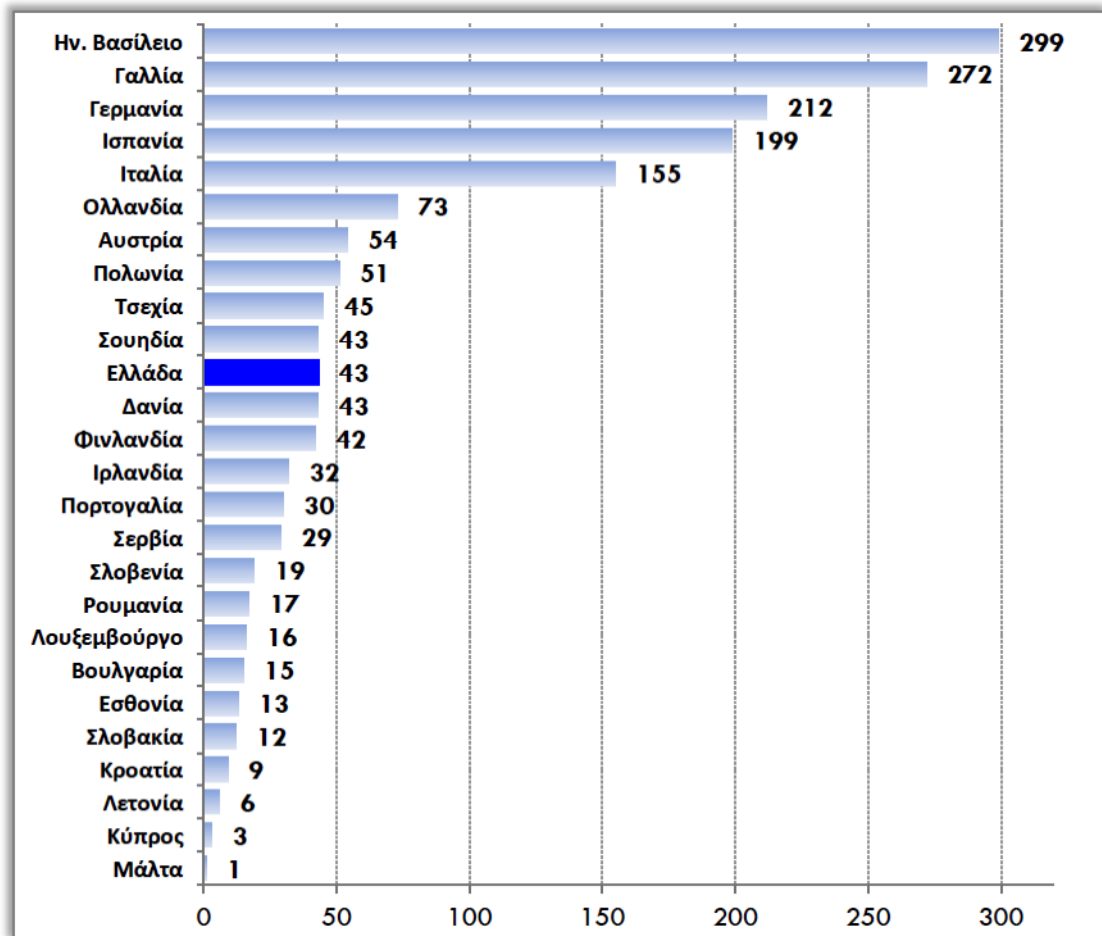


Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη IOBE, 2014 (αναδημοσίευση)

Όπως γίνεται εμφανές, η διττή φύση του κινηματογράφου μπορεί να αποτελέσει κυρίαρχο πυλώνα της οικονομικής πραγματικότητας των χωρών, αρκεί το κάθε κράτος να στηρίζει ουσιαστικά κάθε τομέα της κινηματογραφικής του βιομηχανίας, ενθαρρύνοντας τόσο την εγχώρια παραγωγή, όσο και την προσέλκυση ξένων κεφαλαίων στο εσωτερικό της χώρας.

Στην Ελλάδα η κατάσταση δεν μοιάζει εύκολα διαχειρίσιμη, δεδομένης της αντιμετώπισης του κινηματογράφου ως είδος «πολυτελείας», σε μια εποχή παρατεταμένης ύφεσης.

Σχήμα 27: Εγχώριες κινηματογραφικές παραγωγές σε χώρες της ΕΕ-27 (2011)



Πηγή: Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία, μελέτη IOBE, 2014 (αναδημοσίευση)

Παρόλα αυτά, αν κάτι πρέπει να γίνει κατανοητό, είναι πως η κινηματογραφική βιομηχανία πρέπει να αντιμετωπιστεί και να χρησιμοποιηθεί ως μοχλός ανάπτυξης και όχι ως τομέας ο οποίος στερεί από το κράτος χρήμα για την ανάπτυξή του. Τα ποικίλα κέρδη των κινηματογραφικών επενδύσεων, πρέπει και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την περαιτέρω πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας, η ανάπτυξη αυτή όμως δεν γίνεται να επιτευχθεί δίχως την οργάνωση και το ενδιαφέρον της κρατικής εξουσίας για την κινηματογραφική βιομηχανία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΑΠΟΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MEDIA

Η υιοθέτηση του προγράμματος MEDIA από τις αρχές του '90, αποτέλεσε την σημαντικότερη στρατηγική της ΕΕ για την υποστήριξη του κινηματογράφου και των οπτικοακουστικών μέσων εν γένει.

Η εφαρμογή του προγράμματος από τη Γενική Διεύθυνση Εκπαίδευσης και Πολιτισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Commission Directorate General for Education and Culture – DG EAC), σε συνεργασία με τον Εκτελεστικό Οργανισμό Εκπαίδευσης, Οπτικοακουστικών Θεμάτων και Πολιτισμού (Education, Audiovisual & Culture Executive Agency – EACEA), οδήγησε στην προοδευτική διαμόρφωση ενός πολιτιστικού και οικονομικού μοντέλου, το οποίο κυριάρχησε και συνεχίζει να κυριαρχεί.

Ο κινηματογράφος μετατράπηκε σε έναν από τους σημαντικότερους στυλοβάτες της ευρωπαϊκής οικονομίας, με το πρόγραμμα MEDIA να θέτει τις βάσεις για την δημιουργία μιας αξιόλογης και ανταγωνιστικής ευρωπαϊκής αγοράς.

Αν και η εφαρμογή του τα πρώτα χρόνια υπήρξε διστακτική (πολλοί επαγγελματίες του χώρου παρέμεναν μουνδιασμένοι και δίχως επαρκή πληροφόρηση κατά την περίοδο ισχύος του MEDIA 95), εντούτοις, στο σύνολό του, το πρόγραμμα MEDIA έχει ενισχύσει ουσιαστικά τον ευρωπαϊκό κινηματογράφο, ενθαρρύνοντας την διανομή χιλιάδων ταινιών, οργανώνοντας επιμορφωτικές δραστηριότητες, ημερίδες και ετήσια φεστιβάλ, προωθώντας παράλληλα τα ευρωπαϊκά έργα διεθνώς.

Η ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για την δημιουργία ενός προγράμματος που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως μοχλός ανάπτυξης της εθνικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας των κρατών, αποτέλεσε κεντρική ιδέα του MEDIA, καθώς οι μικρότερες χώρες, αλλά και όσες αντιμετώπιζαν προβλήματα παραγωγής, όπως η Ελλάδα, είχαν πλέον την ευκαιρία να ενισχύσουν αποτελεσματικά την εγχώρια κινηματογραφία τους, χάρη στην εφαρμογή της «θετικής διάκρισης».

Η μαζική ενεργοποίηση των χωρών που εξέφρασαν μεγάλο ενδιαφέρον για την συμμετοχή τους στο πρόγραμμα, υπήρξε μια από τις μεγαλύτερες επιτυχίες του MEDIA, η δύναμη του οποίου αυξανόταν χρόνο με τον χρόνο, όπως ακριβώς και οι υποχρεώσεις του, δεδομένης της εμφάνισης νέων τεχνολογιών και της εισόδου στην

ψηφιακή εποχή.

Η δράση του προγράμματος MEDIA υπήρξε καταλυτική για τον κινηματογράφο της Ευρώπης, ισχυροποιώντας την αγορά και παρέχοντας σε δημιουργούς, παραγωγούς, διανομείς και λοιπούς ανθρώπους του χώρου, την δυνατότητα να αποτελέσουν κομμάτι μιας διαρκώς εξελισσόμενης οικονομικής, αλλά και πολιτιστικής, ευρωπαϊκής «μηχανής».

8.1 MEDIA II: Διακρατική διανομή ευρωπαϊκών έργων και μέριμνα για μικρότερες χώρες

Σε αντίθεση με το MEDIA 95 που φάνηκε να λειτουργεί περισσότερο διερευνητικά κατά τα πρώτα χρόνια ζωής του, η εφαρμογή του MEDIA II στέφθηκε με μεγάλη επιτυχία, καθώς αποτέλεσε την πρώτη οργανωμένη προσπάθεια ενδυνάμωσης του κινηματογράφου, σε τομείς άμεσα σχετιζόμενους με τους νόμους της αγοράς.

Από το 1996 μέχρι και το 2000, το θέμα της συμμετοχής μέσω της καταβολής έργων, ξεπέρασε κατά πολύ τη συμμετοχή των προηγούμενων ετών, με την αύξηση να ανέρχεται στο 60% (από 408, σε 650 έργα). Η λεπτομερέστερη ενημέρωση των διανομέων για το ευρωπαϊκό πρόγραμμα, η υιοθέτηση κινήτρων για τον συντονισμό με τους «πράκτορες πωλήσεων» (sales agents) και κυρίως, η ίδια η ύπαρξη του προγράμματος, (Létang, Lefort & Rodriguez, 1997) ενθάρρυναν έτσι την θετική έκβαση του MEDIA II.

Η ύπαρξη ενός μηχανισμού υποστήριξης καταδείκνυε αν μη τι άλλο την «πραγματικότητα μιας διακρατικής διανομής ευρωπαϊκών ταινιών, καθώς και τις επενδύσεις των Ευρωπαϊών διανομέων» (Letang et al. 1997: 149), όπως αυτή εφαρμοζόταν με γνώμονα την αρχή της «θετικής διάκρισης» υπέρ των διανομέων που δραστηριοποιούνταν σε μικρότερες χώρες.

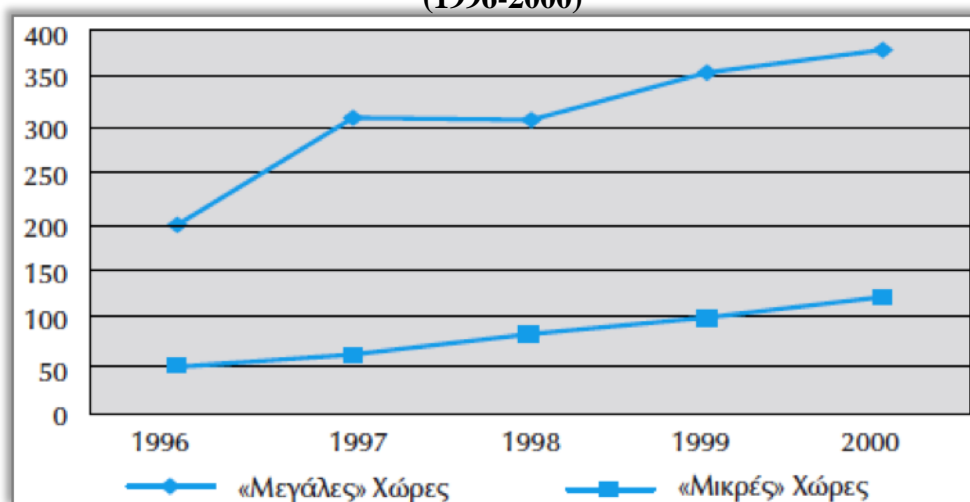
Η δημιουργία ενός λειτουργικού, ευρωπαϊκού δικτύου δεν αποτελούσε αυτοσκοπό του προγράμματος, καθώς εξίσου σημαντική ήταν και η γνωριμία του υπόλοιπου κόσμου με την αναπτυσσόμενη κινηματογραφική αγορά της Ευρώπης. Για τον λόγο αυτό, το MEDIA II συνήθιζε να υποστηρίζει έργα που φιλοδοξούσαν να διανεμηθούν και εκτός Ευρώπης, προσβλέποντας έτσι σε μια μεγαλύτερη οικονομική

επιτυχία.

Εμπνευσμένο από τον αντίστοιχο μηχανισμό που εφαρμοζόταν ήδη στη Γαλλία για αρκετά χρόνια, το «αυτόματο σύστημα υποστήριξης της κινηματογραφικής διανομής» εισήχθη στο MEDIA II τον Σεπτέμβριο του 1997, με στόχο «την βελτίωση της διακρατικής κυκλοφορίας των ταινιών» και «την ανάπτυξη συνδέσμων μεταξύ διανομής και παραγωγής, για την καλύτερη έκθεση των μη-εθνικών ευρωπαϊκών ταινιών» (Letang et al., 1997: 158).

Οι προσπάθειες του MEDIA II για την διανομή των ταινιών εκτός των εθνικών τους συνόρων ήταν εμφανείς, αν και η γλωσσική διαφοροποίηση των κρατών δημιουργούσε ανά περιπτώσεις προβλήματα, καθώς υπήρχαν χώρες που προτιμούσαν ταινίες από άλλα κράτη μεν, που μιλούσαν την δική τους γλώσσα δε, όπως συνέβη στην περίπτωση Γερμανίας-Αυστρίας.

Σχήμα 28: Αριθμός ταινιών που διανεμήθηκαν εκτός της χώρας παραγωγής τους (1996-2000)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Ένα από τα βασικότερα ζητήματα που κλήθηκε να αντιμετωπίσει το πρόγραμμα, ήταν η έλλειψη ενός συστήματος ευρωπαϊκών δομών, στο πλαίσιο του οποίου οι παίκτες της αγοράς θα έπρεπε συμβιβαστούν και να συνεργαστούν.

Όπως φάνηκε στην πορεία, αυτό δεν ήταν και τόσο απλό, καθώς δεν ήταν λίγοι εκείνοι που αδυνατούσαν να συμμορφωθούν απέναντι σε ένα κοινό σχέδιο δράσης.

Η αδυναμία αλλαγής παγιωμένων πολιτικών και πρακτικών, δεν φάνηκε να

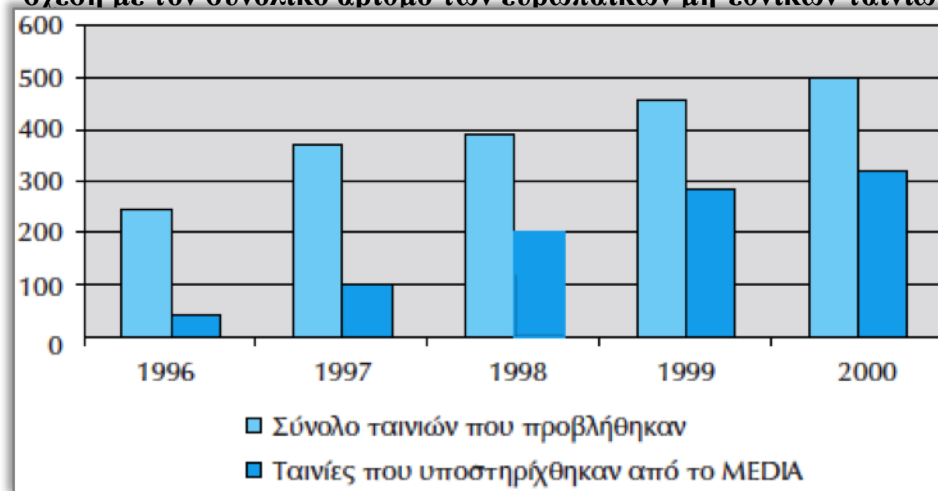
επιρεάζει τελικά το πρωταρχικό μέλημα του προγράμματος, που ήταν η διευκόλυνση της κυκλοφορίας των ευρωπαϊκών ταινιών. Στην τελική «ο κινηματογράφος παραμένει μια αγορά-κλειδί» (Letang et al., 1997: 179).

Από το 1996 μέχρι και το 2000, ο αριθμός των ευρωπαϊκών ταινιών που διανεμήθηκε εκτός των συνόρων τους διπλασιάστηκε από 246 ταινίες το 1996, σε 499 το 2000. Χαρακτηριστικό είναι πως οι περισσότερες από τις ταινίες που βρήκαν δίοδο σε άλλες χώρες, πέρα από την χώρα παραγωγής τους, είχαν την υποστήριξη του προγράμματος διανομής του MEDIA (Letang et al., 1997).

Η σημαντικότερη συμβολή του MEDIA II εξακολουθούσε να είναι η ενίσχυση της παραγωγής των χωρών με περιορισμένες δυνατότητες παραγωγής, καθώς όπως φάνηκε σε αυτές σημειώθηκε η μεγαλύτερη ανάπτυξη κατά την διάρκεια της περιόδου 1996-2000. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως την ίδια περίοδο, το 90% των εισπράξεων από ταινίες που κυκλοφορούσαν στην Ευρώπη, προέρχονταν από έργα που είχαν λάβει υποστήριξη διανομής από το MEDIA II (Letang et al., 1997).

Σε γενικότερο επίπεδο, η προσφορά του MEDIA II στο κομμάτι της διανομής ήταν ιδιαίτερα αποτελεσματική, με τους sales agents να δραστηριοποιούνται πιο ενεργά, την κυκλοφορία των ευρωπαϊκών έργων να επεκτείνεται και εκτός της εγχώριας κατανάλωσης και τις χώρες με περιορισμένες παραγωγικές ικανότητες, να βλέπουν επιτέλους περιθώρια ανάπτυξης.

Σχήμα 29: Αριθμός ταινιών που υποστηρίχθηκαν από το MEDIA II (διανομή) σε σχέση με τον συνολικό αριθμό των ευρωπαϊκών μη-εθνικών ταινιών



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003 (αναδημοσίευση)

Σημαντική ήταν και η ενθάρρυνση της λειτουργίας του ευρωπαϊκού δικτύου κινηματογραφικών αιθουσών Europa Cinemas, με το πρόγραμμα να αναλαμβάνει την χρηματοδοτική υποστήριξη πληθώρας αιθουσών, ανάλογα με τις εκάστοτε αιτήσεις των κινηματογράφων για την ένταξή τους στο πανευρωπαϊκό αυτό δίκτυο. Αξίζει να σημειωθεί πως οι κινηματογραφικές αίθουσες που στηρίζονταν από το MEDIA II, παρουσίασαν καλύτερα αποτελέσματα, έως και 30%, σε σχέση με όλους τους υπόλοιπους εθνικούς κινηματογράφους (Letang et al., 1997).

Θετική υπήρξε και η αποτίμηση του MEDIA II στο κομμάτι της προώθησης των ευρωπαϊκών έργων, με το πρόγραμμα να *«ενθαρρύνει και να διευκολύνει την διεθνή προώθηση των πανευρωπαϊκών ταινιών και προγραμμάτων»* (Letang et al., 1997: 299).

Σημαντικός ήταν ο ρόλος του προγράμματος και στην υποστήριξη των κινηματογραφικών δρώμενων και φεστιβάλ, βοηθώντας στην αποτελεσματικότερη συμμετοχή διανομέων, παραγωγών και πωλητών σε μεγάλες αγορές, εξισορροπώντας έτσι το κόστος συμμετοχής τους στη παγκόσμια κινηματογραφική αγορά.

Εκτός από την μέριμνα για την οπτικοακουστική βιομηχανία μικρότερων χωρών, η αποτελεσματικότητα του MEDIA II εκφράστηκε και σε όρους εκπαίδευσης και κατάρτισης επαγγελματιών.

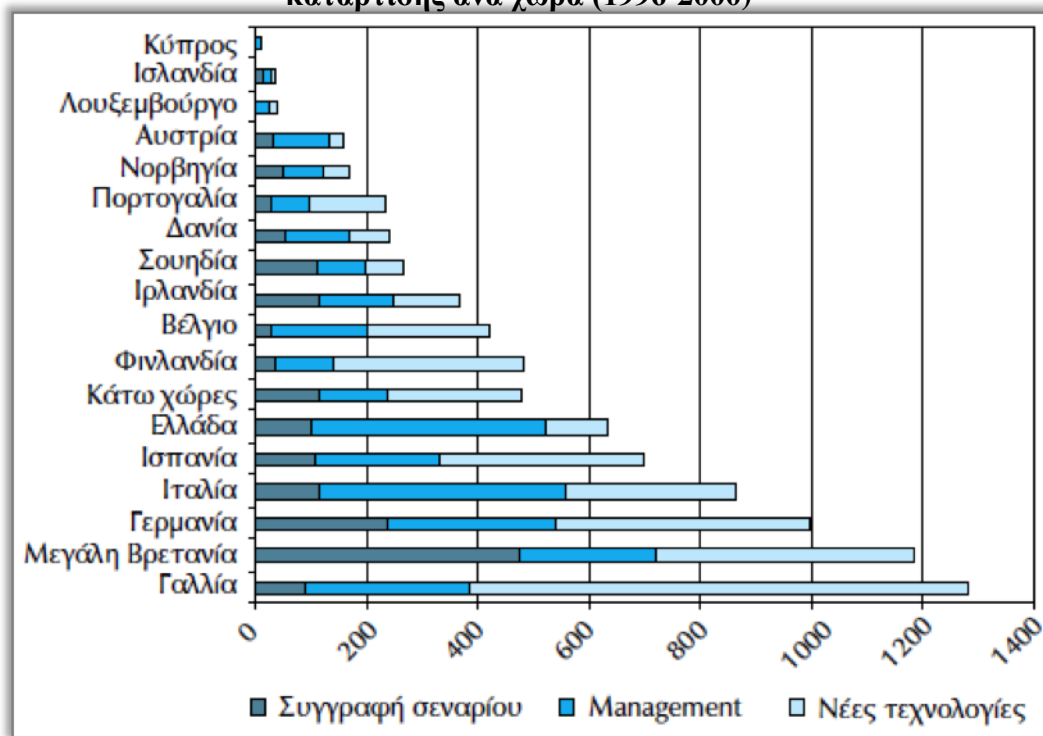
Η εφαρμογή του προγράμματος κρίθηκε ιδιαίτερος αποτελεσματική, με βάση τουλάχιστον τον αριθμό συμμετεχόντων που ξεπέρασε τους οκτώ χιλιάδες, με σχεδόν το μισό ποσοστό (41%) να απαρτίζεται από εκπαιδευόμενους που προέρχονταν από χώρες περιορισμένης παραγωγικής δύναμης. Το πρόγραμμα κατάρτισης απασχόλησε τέσσερις με έξι χιλιάδες επαγγελματίες, ενθαρρύνοντας παράλληλα τη συνεργασία, την ανταλλαγή τεχνογνωσίας και την δικτύωση των συμμετεχόντων.

Η δημιουργία ενός οργανωμένου πλαισίου εκπαίδευσης που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των ευρωπαϊκών έργων, προωθώντας ταυτόχρονα τη διεθνή τους διάθεση, αποτέλεσε μια από τις μεγαλύτερες επιτυχίες του προγράμματος εκπαίδευσης (training), το οποίο κατάφερε επί της ουσίας να κατασκευάσει ένα συνεργατικό οικοδόμημα που προσανατόλισε την κοινή δράση των επαγγελματιών του χώρου.

Στο σύνολό του το πρόγραμμα MEDIA II δημιούργησε τις κατάλληλες βάσεις για την σταδιακή διαμόρφωση μιας ανταγωνιστικής, κινηματογραφικής αγοράς, ενισχύοντας μέσα από τις δράσεις του, τους επιμέρους τομείς την κινηματογραφικής

βιομηχανίας.

Σχήμα 30: Αριθμός συμμετεχόντων επαγγελματιών στον τομέα κατάρτισης ανά χώρα (1996-2000)



Πηγή: Ινστιτούτο Οπτικοακουστικών Μέσων, *Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα, 2003*(αναδημοσίευση)

Η διακρατική διανομή των ευρωπαϊκών έργων, η υποστήριξη των παραγωγών και των διανομέων, η αποτελεσματική κατάρτιση των επαγγελματιών και η υποστήριξη των μικρότερων χωρών, βρέθηκαν στο επίκεντρο της πολιτικής του MEDIA II, κρατώντας τον δρόμο ανοιχτό και για την εφαρμογή των επόμενων προγραμμάτων.

8.2 MEDIA Plus: Αύξηση της ανταγωνιστικότητας και μετάβαση στις νέες τεχνολογίες

Η υποστήριξη της ανάπτυξης και της διανομής, όπως αυτή συστήθηκε με το MEDIA II, συνέχισε να παραμένει στην καρδιά του προγράμματος MEDIA Plus και MEDIA Training το οποίο εφαρμόστηκε για την περίοδο 2001-2006.

Το πρόγραμμα έμεινε για ακόμη μια φορά προσανατολισμένο στην βελτίωση του συνόλου της οπτικοακουστικής βιομηχανίας της Ευρώπης, στοχεύοντας στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και την ενδυνάμωση βασικών τομέων της κινηματογραφικής αγοράς, όπως ο τομέας της ανάπτυξης, της διανομής και της προώθησης ευρωπαϊκών έργων.

Η διακρατική διανομή των έργων και η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων βρέθηκαν και πάλι μεταξύ των βασικών επιδιώξεων του ευρωπαϊκού προγράμματος, στα πλαίσια μια διευρυμένης προσπάθειας για την προώθηση της πολιτιστικής ποικιλομορφίας και την προστασία της ευρωπαϊκής κληρονομιάς.

Το θέμα της εμφάνισης των νέων τεχνολογιών αποτέλεσε αναπόσπαστο κομμάτι του νέου προγράμματος, καθώς η προοδευτική εμφάνιση του ψηφιακού κατέστησε επιτακτική την ανάγκη για αναδιάρθρωση του τεχνολογικού εξοπλισμού των αιθουσών, καθώς και για τη περαιτέρω εκπαίδευση των επαγγελματιών.

Το MEDIA Plus το οποίο κλήθηκε να παραλάβει την σκυτάλη από το αρκούντως επιτυχημένο MEDIA II είχε παρόλα αυτά να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της κατακερματισμένης ευρωπαϊκής αγοράς, ένα πρόβλημα που παρέμενε υπαρκτό εξαιτίας των μεγάλων διαφορών μεταξύ των παραγωγικών δομών των κρατών (Modot, Monnier, Besrest, Catala, Angrisani & Delahais, 2006).

Το θέμα της κατακερματισμένης αγοράς εξακολουθεί μέχρι και σήμερα να προβληματίζει τους ευρωπαϊκούς μηχανισμούς, καθώς η επιδίωξη μιας κοινής, κινηματογραφικής βιομηχανίας, έρχεται σε σύγκρουση με τις προσπάθειες για την διατήρηση της ετερόκλητης πολιτιστικής κινηματογραφίας.

Το πέρασμα στις νέες τεχνολογίες ήταν ένα ακόμη πρόβλημα που έπρεπε να αντιμετωπίσει το νέο πρόγραμμα, καθώς η βελτίωση του ανταγωνισμού και της τεχνογνωσίας ήταν δυνατόν να επιτευχθούν μόνο με την αποτελεσματική υιοθέτηση των νέων πρακτικών και την ομαλή μετάβαση στις νέες τεχνολογίες, κάτι που όπως φάνηκε δεν ήταν και τόσο εύκολο.

Εξίσου σημαντικές υπήρξαν και οι προσπάθειες στο κομμάτι της χρηματοδοτικής ενίσχυσης των παραγωγών μέσω του “i2i Audiovisual”, όπως απαιτήθηκε εξάλλου από τους ίδιους τους παραγωγούς που απέβλεπαν στην οικονομική βοήθεια των τραπεζών.

Και εκεί όμως υπήρξαν καθυστερήσεις και προβλήματα, κυρίως εξαιτίας της άρνησης των τραπεζών να επενδύσουν σε έναν χώρο με τόσο μεγάλο οικονομικό ρίσκο, όπως ο οπτικοακουστικός, ιδιαίτερα μάλιστα από την στιγμή που ελάχιστες

ήταν αυτές του γνώριζαν τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ο χώρος αυτός.

Παρά το γεγονός πως η χρόνια υπό-επένδυση του παραγωγικού τομέα της Ευρώπης θεωρείται πως αποτελεί έναν «από τους βασικούς λόγους έλλειψης ανταγωνιστικότητας και προσέλκυσης ευρωπαϊκών, οπτικοακουστικών προϊόντων» (Modot et al., 2006: 50), εντούτοις η οργανωμένη παρουσία του MEDIA Plus χαρακτηρίστηκε πολύ ικανοποιητική, ανταποκρινόμενη αποτελεσματικά στις απαιτήσεις του ευρωπαϊκού, οπτικοακουστικού χώρου. Το ίδιο μπορεί να ειπωθεί και για το MEDIA Training χάρη στο οποίο «βελτιώθηκε η κατάρτιση των επαγγελματιών, ενώ αυξήθηκε και η ανταγωνιστικότητα του χώρου» (Modot et al., 2006: 50).

Ο τομέας της διανομής ήταν και εξακολουθεί να παραμένει ένας από τους βασικότερους τομείς της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Το MEDIA Distribution επιδίωξε την καθολική υποστήριξη της διανομής, τόσο μέσω επιλεκτικών επενδύσεων για την μετάβαση στο ψηφιακό φορμά, όσο και μέσω πιλοτικών σχεδίων που ενθάρρυναν τη χρήση νέων τεχνολογιών για την διάδοση του οπτικοακουστικού περιεχομένου εκτός της χώρας παραγωγής, συμβάλλοντας έτσι στη διακρατική κυκλοφορία των μη εθνικών ταινιών (Modot et al., 2006).

Όπως αναφέραμε και παραπάνω, το δίκτυο των φεστιβάλ διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην προώθηση και την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των ταινιών. Για τον λόγο αυτό η συμβολή του MEDIA και στον τομέα της προώθησης υπήρξε καταλυτικής σημασίας, με την ενίσχυση της προβολής των ευρωπαϊκών έργων μέσω της προσφερόμενης στήριξης των φεστιβάλ και της οργάνωσης ετήσιων εκδηλώσεων που δίνουν την ευκαιρία στους επαγγελματίες του χώρου να έρθουν σε επαφή, ανταλλάσσοντας ιδέες, απόψεις, προχωρώντας ακόμη και σε συνεργασίες.

Το θέμα της «θετικής διάκρισης» και της υποστήριξης μικρότερων χωρών χωρίς αυξημένη παραγωγική δύναμη, βρέθηκε για ακόμη μια φορά στο επίκεντρο του MEDIA, το οποίο συνέχισε να βοηθάει στην ενθάρρυνση των συγκεκριμένων κρατών ενδυναμώνοντας την ανταγωνιστικότητα, ισχυροποιώντας τα συνεργατικά δίκτυα μεταξύ παραγωγών, διανομέων και λοιπών ανθρώπων της κινηματογραφικής αγοράς και υποστηρίζοντας το κινηματογραφικό σύστημα ως όλον.

Σε αντίθεση με επιμέρους ενέργειες που εξακολουθούσαν να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εφαρμογή τους, όπως οι τραπεζική ανασφάλεια του i2i Audiovisual και η περιορισμένη επιρροή του δικτύου του Europa Cinemas (στο οποίο ανήκε μόλις ένα 2% του συνολικού αριθμού των εθνικών κινηματογράφων), το MEDIA συμμετείχε ενεργά στην βελτίωση των συνθηκών για την ευκολότερη πρόσβαση και

δράση των ανεξάρτητων παραγωγών στην κινηματογραφική βιομηχανία, γεγονός που αντικατοπτρίζεται στην *«αύξηση των έργων που υποστηρίζονται από το MEDIA Distribution, ανάμεσα στα ευρωπαϊκά έργα που κυκλοφορούν εκτός της χώρας προέλευσής τους»* (Modot et al., 2006: 68).

Η θετική αποτίμηση της δράσης του MEDIA εκτιμάται και με αφορμή την παρασχόμενη βοήθεια σε χώρες με περιορισμένη παραγωγική ικανότητα. Δεν ήταν λίγες οι φορές που η κοινοτική πολιτική αποτέλεσε την επίσημη γραμμή σε περιπτώσεις έλλειψης εγχώριας οπτικοακουστικής πολιτικής, προσφέροντας έτσι στην ενίσχυση των εθνικών, κινηματογραφικών δομών.

Η πολιτιστική αφύπνιση του ευρωπαϊκού λαού, βρέθηκε από νωρίς στα πρώτα σχέδια του προγράμματος MEDIA, που ευελπιστούσε πως ο αγοραστικός κατακερματισμός θα μπορούσε να μετουσιωθεί σε μια ισχυροποιημένη βιομηχανία με την δυνατότητα να διαφυλάσσει την πολιτιστική ποικιλία του ευρωπαϊκού κινηματογράφου (Modot et al., 2006).

Δεν είναι εύκολο να υπολογιστεί με ακρίβεια το επίπεδο της αποτελεσματικότητας του προγράμματος, παρόλα αυτά μπορεί να πει κανείς με βεβαιότητα πως η διατήρηση του προγράμματος και η συνολική του προσφορά στον οπτικοακουστικό χώρο, υπήρξε ιδιαίτερος σημαντική για τον κινηματογράφο της Ευρώπης.

Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας, η μεγιστοποίηση της διακρατικής κυκλοφορίας των μη-εθνικών ταινιών, η ενίσχυση της κινηματογραφικής βιομηχανίας των μικρότερων χωρών, η αφομοίωση και η ομαλή μετάβαση στις νέες τεχνολογίες, αποτέλεσαν βασικές επιδιώξεις του MEDIA Plus, το οποίο διατήρησε και ενίσχυσε σε μεγάλο βαθμό, τα κεκτημένα του προηγούμενου προγράμματος.

Η δραστηριοποίηση των επαγγελματιών και οι επενδύσεις τους σε μεγάλες χώρες, εξακολουθούσε να αποτελεί μεγάλο αγκάθι για τις μικρές χώρες, που την ίδια στιγμή πάσχιζαν να ανταγωνιστούν επί ίσοις όροις, χώρες με παράδοση στην κινηματογραφική βιομηχανία, όπως η Γερμανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Μεγάλη Βρετανία.

Δίχως το πρόγραμμα, η κατάσταση θα ήταν πολύ δυσκολότερη για αρκετά κράτη, καθώς το MEDIA πέτυχε έναν ικανοποιητικό συμβιβασμό «στις διαφορές ανταγωνιστικότητας ανάμεσα στις Α και στις Β χώρες» (Modot et al., 2006: 90).

Συνοψίζοντας, οι μηχανισμοί του MEDIA βοήθησαν ουσιαστικά σε ποικίλους τομείς της κινηματογραφικής βιομηχανίας, βελτιώνοντας τις ικανότητες των

επαγγελματιών στον τομέα της εκπαίδευσης (training), δίνοντας ώθηση στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής διάστασης των παραγόμενων έργων, ήδη από τη φάση της προ-παραγωγής, αναπτύσσοντας την ανταγωνιστικότητα του χώρου και ενθαρρύνοντας την προώθηση της διακρατικής κυκλοφορίας των οπτικοακουστικών έργων.

Με το πρόγραμμα MEDIA να επαναπροσδιορίζει ολοκληρωτικά την κατεύθυνση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου και του οπτικοακουστικού χώρου εν γένει, μόνο η συνέχισή του θα αποτελούσε εγγύηση για την διατήρηση, την βελτίωση και την ανανέωση των υπαρχόντων δομών τις φιλικής κινηματογραφίας της Ευρώπης, που για δεκαετίες προσπαθούσε να γίνει μια από τις πιο υπολογίσιμες δυνάμεις σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η υιοθέτηση του MEDIA υπήρξε καθοριστική για την βελτίωση του οπτικοακουστικού τομέα και την εκάστοτε προσαρμογή του στις τεχνολογικές εξελίξεις των καιρών. Χωρίς την υψίστης σημασίας κοινοτική πολιτική, ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος δεν θα είχε μετατραπεί σε μια από τις πιο υπολογίσιμες δυνάμεις της παγκόσμιας, κινηματογραφικής αγοράς, αλλά θα είχε παραμείνει κατακερματισμένος και εγκλωβισμένος στα αυστηρά εθνικά πλαίσια των χωρών παραγωγής.

8.3 MEDIA 2007: Κινηματογραφική ψηφιοποίηση και νέα καταναλωτικά πρότυπα

Η συνέχιση του προγράμματος MEDIA κρίθηκε επιτακτική εξαιτίας της εμφάνισης των νέων τεχνολογιών και των προσπαθειών που ακολούθησαν για την προσαρμογή της ευρωπαϊκής, κινηματογραφικής αγοράς στα νέα πρότυπα.

Η προοδευτική αντικατάσταση του φιλμ των 35 mm με ψηφιακές κόπιας, οι γρήγορες ταχύτητες του διαδικτύου, καθώς και η αναζήτηση κερδοφορίας στο μοντέλο του 3D, έφεραν σημαντικές αλλαγές στον χώρο της κινηματογραφικής βιομηχανίας, η οποία αναζητούσε την δική της θέση στην καινούργια, οικονομική πραγματικότητα.

Το κοινό άρχισε πλέον να αφομοιώνει νέα καταναλωτικά πρότυπα, με το φιλικό προϊόν να μην προβάλλεται πια μόνο στις κινηματογραφικές αίθουσες, αλλά σε οτιδήποτε είχε οθόνη: από τους υπολογιστές και την τηλεόραση, μέχρι τα

μετέπειτα κινητά τηλέφωνα.

Αυτή η σαρωτική τεχνολογική αλλαγή, επαναπροσδιόρισε το σύνολο της κινηματογραφικής συμπεριφοράς, φέρνοντας όμως στο προσκήνιο εξίσου θελκτικούς και ιδιαίτερα ανταγωνιστικούς παίκτες, όπως τη συνδρομητική τηλεόραση και τα κανάλια “pay per view”.

Η λειτουργία του προγράμματος MEDIA 2007 εξαρτήθηκε από την συνένωση των διαφόρων τύπων υποστήριξης, οι οποίοι στις προηγούμενες εφαρμογές του προγράμματος ήταν από την αρχή διαχωρισμένοι.

Ως πάγιο περιεχόμενο της κοινοτικής πολιτικής, το MEDIA 2007 επιδίωξε εκ νέου την υποστήριξη της πολιτιστικής ποικιλίας της ευρωπαϊκής αγοράς, την ενθάρρυνση της διακρατικής κυκλοφορίας των έργων (εκτός και εντός Ένωσης), καθώς και την γενικότερη αύξηση της ανταγωνιστικότητας της αγοράς (Interim Evaluation of MEDIA 2007, 2010).

Στη παρούσα φάση η αντιμετώπιση των ανισοτήτων στον τομέα της παραγωγής μεταξύ των μεγάλων και των μικρών χωρών, βρέθηκε και πάλι στο προσκήνιο του προγράμματος, παράλληλα με την μέριμνα για την επερχόμενη ψηφιοποίηση των οπτικοακουστικών έργων.

Ως λογική συνέχεια του προγράμματος MEDIA Plus και MEDIA Training, το MEDIA 2007 διατήρησε όλες τις δράσεις που είχαν πραγματοποιηθεί κατά τα προηγούμενα χρόνια, παρεμβαίνοντας παράλληλα σε νέους τομείς, όπως η ανάπτυξη διαδραστικών έργων, το video on demand (VOD), η ψηφιακή κινηματογραφική διανομή και το διαδίκτυο εν γένει (Interim Evaluation of MEDIA 2007, 2010).

Η μείωση της γραφειοκρατίας και η προσήλωση στην αφομοίωση των νέων τεχνολογιών υπήρξαν επίσης σημαντικές πρωτοβουλίες του MEDIA 2007, που δεν παρέλειψε να προσανατολίσει την δράση του και στην, μεγαλύτερη ενδεχομένως, συνολική προσπάθεια του προγράμματος, την αντιμετώπιση δηλαδή των πολιτιστικών και οικονομικών ανισοτήτων μεταξύ μεγάλων και μικρότερων χωρών.

Η παρουσία του νέου προγράμματος το οποίο διήρκεσε από το 2007 μέχρι και το 2013, λαμβάνοντας έναν προϋπολογισμό της τάξεως των 755 εκατομμυρίων ευρώ, κρίθηκε αποτελεσματική, καθώς στο μεγαλύτερο μέρος οι επιδιώξεις του ταυτίζονταν με αυτές των προηγούμενων προγραμμάτων.

Τόσο στο κομμάτι της εκπαίδευσης, όσο και της ανάπτυξης του οπτικοακουστικού χώρου, το MEDIA 2007 ενθάρρυνε μέσω των δομών του την

αύξηση της ευρωπαϊκής ανταγωνιστικότητας, καθώς και την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας της διακρατικής κυκλοφορίας των κινηματογραφικών έργων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ιστορική πραγματικότητα της κατακερματισμένης ευρωπαϊκής ηπείρου βρισκόταν διαρκώς μεταξύ σφύρας και άκμονος, γεγονός που καθιστούσε απαγορευτική οποιαδήποτε προσπάθεια για την διαμόρφωση μιας κοινής, παγιωμένης τακτικής πολιτιστικής ενδυνάμωσης, ιδιαίτερα από την στιγμή που το πολεμικό της παρελθόν και οι διαφορετικές οικονομικές ταχύτητες των χωρών, επιβάρυναν με τη σειρά τους τις όποιες προσπάθειες για ανάπτυξη.

Η εμφάνιση του κινηματογραφικού μέσου η οποία πραγματοποιήθηκε εν μέσω σφοδρών πολεμικών συγκρούσεων στην Ευρώπη, σηματοδότησε μια ουσιαστική αλλαγή πλεύσης, θέτοντας τις βάσεις για την ανάπτυξη μιας κοινής βιομηχανίας πολιτισμού, που μπορεί μέχρι σήμερα να μην έχει ολοκληρωθεί πλήρως, έχει όμως αποδείξει πως μπορεί να λειτουργήσει ως το αντίπαλο δέος των ΗΠΑ, τηρουμένων πάντα των αγοραστικών αναλογιών.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Γαλλίας, η οποία κατάφερε από τα πρώτα κιόλας χρόνια να αναδειχθεί σε κυρίαρχη κινηματογραφική δύναμη της Ευρώπης, όχι δίχως προβλήματα δεδομένου του ιστορικού υποβάθρου της ευρωπαϊκής ηπείρου, λειτουργώντας κατά τις πρώτες δεκαετίες ως κυρίαρχος μοχλός ενθάρρυνσης και δράσης του ευρωπαϊκού σινεμά.

Παρά το γεγονός πως η πορεία της γαλλικής κινηματογραφίας απέδειξε ότι η χώρα ενδιαφέρθηκε περισσότερο για την ενίσχυση της εσωτερικής της παραγωγής-κάτι το οποίο αποτέλεσε τη νόρμα και για τα υπόλοιπα κράτη μέλη-εντούτοις η Γαλλία λειτούργησε ως εν δυνάμει παράδειγμα προς μίμηση, διαθέτοντας ένα αρκούντως αποτελεσματικό, αναδιανεμητικό σύστημα ικανό να συντηρήσει την προοδευτικά, τεράστια παραγωγή της χώρας.

Σε αντίθεση με άλλα, μικρότερα σε παραγωγική δύναμη κράτη, που έβλεπαν την κινηματογραφική τους αγορά να συρρικνώνεται, η Γαλλία εξασφάλισε από νωρίς τον ρόλο του «μεγάλου παίκτη», καθορίζοντας σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο με τον οποίο ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος θα μπορούσε να αποτελέσει το έτερο, αντίπαλο δέος της κυρίαρχης Αμερικής.

Με το πρόγραμμα MEDIA να αποτελεί εκ των πραγμάτων γαλλική σύλληψη, η Γαλλία δεν άργησε να επικρατήσει στην ευρωπαϊκή αγορά, βασιζόμενη στο άκρως επιτυχημένο σύστημα της επαναδαπάνησης των κερδών από τα εισιτήρια, στο εγχώριο κινηματογραφικό της δίκτυο, δημιουργώντας έτσι ένα αειφόρο σύστημα

εσωτερικής κατανάλωσης ταινιών. Αυτού του είδους το παραγωγικό μοντέλο φάνηκε πως παρείχε τελικά στη χώρα τη δυνατότητα να κοινωνήσει το εθνικό της σινεμά, όχι μόνο στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές αγορές, αλλά και στη διεθνή κινηματογραφική σκηνή, καθιστώντας το σινεμά της Γαλλίας έναν από τους πιο ανταγωνιστικούς κινηματογράφους παγκοσμίως.

Αν και το γαλλικό σινεμά παραμένει ισχυρό, εντούτοις η ταχύτατη ενδυνάμωση της ασιατικής, κινηματογραφικής αγοράς, καθώς και του πληθωρικού Bollywood το οποίο μοιάζει να διεκδικεί τα σκήπτρα από την αμερικανική βιομηχανία του θεάματος-σε ό,τι τουλάχιστον αφορά την ετήσια παραγωγή η οποία ανέρχεται σε σχεδόν διπλάσιες ταινίες για την ινδική οπτικοακουστική βιομηχανία-μοιάζει να δημιουργεί τριγμούς στις προσπάθειες εξισορρόπησης με το σινεμά των ανταγωνιστικών ΗΠΑ. Από την στιγμή δε που νέοι, εξαιρετικά ισχυροί «παίκτες» αρχίζουν να μπαίνουν δυναμικά πια στο παιχνίδι, η παγκόσμια επιρροή του ευρωπαϊκού σινεμά δεν μοιάζει καθόλου δεδομένη σε ό,τι αφορά στους όρους αγοράς.

Η επιλογή της Γαλλίας και η μελέτη της κινηματογραφικής της παραγωγής στην παρούσα εργασία δεν ήταν διόλου τυχαία, καθώς σκοπός δεν ήταν μόνο η παράθεση της χρηματοδοτικής πραγματικότητας της ευρωπαϊκής ηπείρου, αλλά και η εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα, διαφορετικής δυναμικής κράτη μέλη, κατόρθωσαν να αφομοιώσουν και να ενσωματώσουν στην εθνική τους πολιτική τα διδάγματα του εξαιρετικά αποδοτικού προγράμματος MEDIA.

Κρατώντας τα ηνία ως η πρώτη δύναμη στην κινηματογραφική αγορά της Ευρώπης, η Γαλλία αποτελούσε και εξακολουθεί να αποτελεί υπολογίσιμη δύναμη, όχι μόνο απέναντι στην Αμερική-ή καλύτερα, όχι τόσο απέναντι στην Αμερική-όσο στο εσωτερικό της Γηραιάς Ηπείρου, καθώς μπορεί ο κινηματογράφος πολλών ευρωπαϊκών χωρών να παρουσιάζει άνοδο τα τελευταία χρόνια (φεστιβαλική αναγνωρισιμότητα και υποστήριξη ενός σινεμά του «είδους»), παρόλα αυτά η Γαλλία κυριαρχεί χωρίς καμιά αμφιβολία, χάρη στο οργανωμένο δίκτυο παραγωγής, την τεράστια συμβολή της κρατικής εξουσίας στην χρηματοδότηση της αγοράς, καθώς και στην διατήρηση ενός εντυπωσιακού αριθμού παραγόμενων ταινιών, αδύνατου να συγκριθεί με την, κατά πολύ, περιορισμένη ετήσια σοδιά των υπολοίπων χωρών.

Όπως φάνηκε σύντομα, στην Ευρώπη δεν είχαν όλες οι χώρες την τύχη της Γαλλίας, καθώς η κυριαρχία του αμερικανικού κινηματογράφου από τα πρώτα κιόλας χρόνια εμφάνισης της κινούμενης εικόνας, λειτούργησε επανειλημμένα ως τροχοπέδη στην ανάδειξη του ευρωπαϊκού σινεμά σε επιτυχημένο κινηματογράφο «πρώτης γραμμής», κάτι όμως που δικαιολογείται σε σημαντικό βαθμό από το τεράστιο μέγεθος της αμερικανικής αγοράς και την εδαφική ομοιογένεια της χώρας.

Σε αντίθεση με την Αμερική, η διασπασμένη αγορά της Ευρώπης και οι διαφορετικές-πολιτικά, οικονομικά, πολιτιστικά-χώρες της ηπείρου, δεν επέτρεπαν την δημιουργία μιας ισχυρής, ενιαίας κινηματογραφίας, με αποτέλεσμα να καθίσταται, σχεδόν αδύνατη, η ανάπτυξη μιας υγιούς και κοινά προσανατολισμένης κινηματογραφικής πολιτικής.

Μια από τις πιο ενδιαφέρουσες περιπτώσεις υπήρξε αυτή της Πορτογαλίας αποτελώντας με τη σειρά της μια εξίσου σημαντική περίπτωση, καθώς μπορεί εκ των πραγμάτων το μέγεθός της να μην ευνοούσε την δημιουργία μιας ισχυρής κινηματογραφίας, εντούτοις στην πορεία απέδειξε πως η αφομοίωση και η ενσωμάτωση της κοινοτικής πολιτικής στη χώρα έγινε με αποτελεσματικότερο τρόπο, απ'ότι σε περιπτώσεις άλλων, ιδίου μεγέθους κρατών μελών, όπως η Ελλάδα.

Το ενδιαφέρον γύρω από τη άνθηση του κινηματογράφου στην Πορτογαλία- και κατ'επέκταση η σχολαστική παρουσίαση της φιλικής της βιομηχανίας στην παρούσα εργασία-αφορά σε μεγάλο βαθμό στις εμφανείς ομοιότητες που μοιράζεται με την χώρα μας, ιδιαίτερα σε ότι αφορά στο ιστορικό τους παρελθόν και άρα και στην ικανότητα των δυο χωρών να δημιουργήσουν και να ενθαρρύνουν μια δυνατή, κινηματογραφική πολιτική.

Έχοντας να αντιμετωπίσουν αμφοτέρως δικτατορικά καθεστάτα και με τον κοινό, ευρωπαϊκό προσανατολισμό να μοιάζει ακόμη θολός-εν μέρει εξαιτίας της ολοκληρωτικής απουσίας ενός αποτελεσματικού, παραγωγικού δικτύου, μέχρι τουλάχιστον τις αρχές της δεκαετίας του '90 όταν και εφαρμόστηκε το πρόγραμμα MEDIA-οι δυο χώρες φάνηκαν να ακολουθούν διαφορετικά μονοπάτια δράσης, με την Πορτογαλία να ισορροπεί μεταξύ εθνικής, ιστορικής πραγματικότητας και νέας ευρωπαϊκής τάξης πραγμάτων.

Στον αντίποδα της περιορισμένης σε μέγεθος αγοράς της Ελλάδας η οποία δεν ευνοήθηκε και από την απουσία μιας κοινής γλώσσας, η Πορτογαλία κατόρθωσε να κοινωνήσει το σινεμά της εκτός εθνικών συνόρων, πράγμα σπουδαίο τηρουμένων των αναλογιών μιας κατακερματισμένης, γλωσσικά, ηπείρου όπως η Ευρώπη. Οι

γλωσσικοί δεσμοί, καθώς και οι ποικίλες οικονομικές και πολιτιστικές σχέσεις της Πορτογαλίας με την Βραζιλία, άνοιξαν τον δρόμο για τη δημιουργία μιας κινηματογραφικής αγοράς με διεθνές αντίκρισμα, την ίδια στιγμή που πολλές ευρωπαϊκές χώρες παρέμεναν εγκλωβισμένες στα εθνικά τους σύνορα. Η διεθνική κυκλοφορία των πορτογαλικών ταινιών ενίσχυσε την παραγωγή της χώρας, η οποία από τη δεκαετία του '80 και μετά είχε ήδη αρχίσει να γνωρίζει άνθηση, χάρη στην υιοθέτηση ενός σύγχρονου εγχώριου κινηματογράφου, γνωστού και ως Portuguese School.

Εκτός από την δυνατότητα διείσδυσης των ταινιών της στην αντίπερα όχθη του Ατλαντικού, η Πορτογαλία αποτέλεσε μια από τις χώρες που εκμεταλλεύτηκαν στο έπακρο την εφαρμογή του προγράμματος MEDIA, ενσωματώνοντας όσο καλύτερα μπορούσε-δεδομένων των εκάστοτε συνθηκών-την κοινοτική πολιτική στην ήδη ισχύουσα εθνική πολιτική σχετικά με την προστασία και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της κινηματογραφικής της βιομηχανίας.

Υπό την ευρύτερη σκέπη της ενωμένης Ευρώπης, το σχέδιο της πολιτιστικής ενοποίησης των κρατών-μελών βρέθηκε ψηλά στις επιδιώξεις των οργάνων, αν και όπως φάνηκε και στην πορεία, το στοιχείο της διαφορετικότητας, των ιστορικών ηθών, εθίμων και καταβολών, κατέστησε το συγκεκριμένο εγχείρημα δυσκολότερο, απ' ό,τι πιθανότατα είχαν πιστέψει σε πρώτη φάση τόσο τα ευρωπαϊκά όργανα, όσο και οι ίδιοι οι λαοί. Παρόλα αυτά και σε πείσμα των τρομερών δυσκολιών που κλήθηκε να αντιμετωπίσει η μετέπειτα ΕΕ (δυσκολίες προερχόμενες από διαφορετικά μέτωπα), η κοινοτική, κινηματογραφική πολιτική-στα σπάργανα ακόμη στις αρχές του '90-αποδείχτηκε ιδιαίτερος χρήσιμη, αφού έθεσε και επίσημα πλέον τον κινηματογράφο στον χάρτη της ευρωπαϊκής δράσης, ενθαρρύνοντας έτσι την σταδιακή δραστηριοποίηση και οργάνωση των επαγγελματιών του χώρου, δίνοντας έτσι την ευκαιρία στα κράτη μέλη να διεκδικήσουν αποτελεσματικότερα μια θέση στην διεθνή σκηνή της οπτικοακουστικής βιομηχανίας.

Η συνολική αποτίμηση του προγράμματος MEDIA υπήρξε κάτι παραπάνω από θετική, ιδιαίτερα για όσες χώρες αδυνατούσαν να ακολουθήσουν τους γρήγορους ρυθμούς της κινηματογραφικής ανάπτυξης χωρών όπως η Γαλλία και η Γερμανία. Με έμφαση στους ανεξάρτητους παραγωγούς και την ενίσχυση κρατών με περιορισμένη παραγωγική δράση, το MEDIA αποτέλεσε την πλέον σημαντική ευκαιρία για το σινεμά χωρών όπως η Ελλάδα, η οποία όμως δεν κατάφερε ποτέ να μετουσιώσει την κοινοτική πολιτική σε μια ουσιώδη βάση για την δημιουργία μιας

αποτελεσματικής, κινηματογραφικής βιομηχανίας.

«Από τα πρώτα κιόλας βήματά της, η Ελλάδα είχε πληγεί από τις αρνητικές συνέπειες των διεθνών δυνάμεων της αγοράς» (Κομνηνού, 2010: 71)), με την παραγωγή να ξεκινά στην χώρα αρκετά αργά, περίπου την περίοδο 1925-1947.

Σε αντίθεση με την στιβαρή βιομηχανία της Γαλλίας και τις εξισοροποιητικές τάσεις της Πορτογαλίας η οποία διέθετε αν μη τι άλλο το «άνοιγμα» της βραζιλιάνικης αγοράς, η Ελλάδα δεν αναδείχθηκε ποτέ σε υπολογίσιμη, ευρωπαϊκή δύναμη, εν μέρει αδυνατώντας από νωρίς να ανταγωνιστεί τις ξένες ταινίες που άρχιζαν σταδιακά να κατακλύζουν την εγχώρια αγορά (Κομνηνού, 2010). Ο ελληνικός κινηματογράφος έγινε έτσι από νωρίς έρμαιο των αμερικανικών ταινιών, καθώς και των ταινιών της ηπειρωτικής Ευρώπης, αντιμετωπίζοντας σοβαρά προβλήματα στις όποιες προσπάθειες ενδυνάμωσης μιας παραγωγής δίχως οργάνωση, κατάρτιση και τεχνογνωσία.

Ο ευκαιριακός χαρακτήρας της κινηματογραφικής βιομηχανίας, η απουσία κατάλληλων υποδομών, καθώς και το περιορισμένο μέγεθος της ελληνικής αγοράς (η οποία δεν διέθετε μια ανάλογη «Βραζιλία»), αποτέλεσαν μερικούς μόνο από τους λόγους που ο κινηματογράφος της χώρας δεν μπόρεσε να ισχυροποιηθεί ούτε κατά τις δεκαετίες '60 και '70, όταν οι εισπράξεις των εισιτηρίων ξεπέρασαν τα 100 εκατομμύρια, αριθμό-ρεκορ για τα παγκόσμια δεδομένα.

Η προοδευτική πτώση του ελληνικού κινηματογράφου υπήρξε χαρακτηριστική όλης της μετέπειτα ιστορίας της βιομηχανίας του θεάματος στην Ελλάδα, ιδιαίτερα και μετά την είσοδο της τηλεόρασης, η οποία οδήγησε στην σταδιακή μετατόπιση των θεατών της λαϊκής τάξης από το λαϊκό θέαμα του κινηματογράφου, στο μοντέλο της κατ'οίκον ψυχαγωγίας, σηματοδοτώντας την αναπόφευκτη πτώση του ελληνικού εμπορικού κινηματογράφου (Κομνηνού, 2010).

Με την επέλαση των αμερικανικών ταινιών να συνεχίζεται, η κυβέρνηση δεν προέβει σε καμία ουσιαστική προσπάθεια για την προστασία της εγχώριας κινηματογραφικής βιομηχανίας, γεγονός που σε συνδυασμό με την απήχηση του τηλεοπτικού μέσου, έδωσε την δυνατότητα σε διανομείς ξένων κινηματογραφικών ταινιών-ιδιαίτερα από τις ΗΠΑ-να ισχυροποιήσουν ακόμη περισσότερο τη θέση τους στο δίκτυο ελέγχου των αιθουσών προβολής, απομονώνοντας έτσι την ελληνική κινηματογραφική βιομηχανία εκ των έσω.

Αναμφίβολα η υιοθέτηση του κοινοτικού προγράμματος MEDIA, καθώς και η εξαιρετικά σημαντική συμβολή του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου στην

προώθηση του εγχώριου σινεμά, συνετέλεσαν τα μέγιστα στις μετέπειτα οργανωμένες απόπειρες για την ενίσχυση της ελληνικής παραγωγής, *«με το Κέντρο να λειτουργεί ως βασικός εταίρος για την απόκτηση κεφαλαίων τόσο μέσω του MEDIA, όσο και μέσω του ταμείου συμπαραγωγών του Eurimages»* (Κομνηνού, 2010: 74). Δεν θα ήταν υπερβολή αν λέγαμε πως η ελληνική παραγωγή συνέχισε να υπάρχει χάρη στο χρηματοδοτικό πρόγραμμα της Ε.Ε, στην πρώτη γραμμή του οποίου βρέθηκαν εξάλλου χώρες με μικρή παραγωγή ικανότητα.

Αν και σε μεγάλο βαθμό το πρόγραμμα MEDIA εντάχθηκε στο πλαίσιο της προσπάθειας για την ενθάρρυνση μιας κοινής, ευρωπαϊκής ταυτότητας-και κατ'επέκταση την ενδυνάμωση μιας ενιαίας, ευρωπαϊκής κινηματογραφίας-εντούτοις η Jackel αναφέρει πως σύμφωνα με τον John Hill αυτό που κρατούσε τελικά ενωμένη την ευρωπαϊκή βιομηχανία κατά τις δεκαετίες 1980 και 1990 δεν ήταν η κοινή ταυτότητα, *«αλλά μια κοινή κατάσταση και μια σειρά προβλημάτων τα οποία ορισμένες μορφές της ευρωπαϊκής συνεργασίας ίσως βοηθούσαν να ανακουφιστούν»* (Κομνηνού, 2010: 76).

Συνολικά η κινηματογραφική βιομηχανία της Ελλάδας επωφελήθηκε σημαντικά από τον συνδυασμό κρατικών επιδοτήσεων και ευρωπαϊκών κονδυλίων (προγράμματα MEDIA, Eurimages), δράσεις ιδιαίτερες πολύτιμες για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας της εγχώριας βιομηχανίας. Παρά την διατήρηση, ωστόσο, μιας σταθερής ετήσιας παραγωγής, ο ελληνικός κινηματογράφος εξακολουθεί να βρίσκεται εγκλωβισμένος στο διαρκές δίλλημα του ευρωπαϊκού σινεμά-τέχνη ή εμπορικός προσανατολισμός-γεγονός που σε συνδυασμό με την απουσία κρατικής στήριξης, την έλλειψη ενός ευνοϊκότερου φορολογικού καθεστώτος προσέλκυσης ιδιωτικών κεφαλαίων (Κομνηνού, 2010) καθώς και την εντεινόμενη οικονομική ύφεση, δεν αφήνουν περιθώρια για ουσιαστική αντιμετώπιση του προβλήματος μιας παραγωγής που παραμένει μεν σταθερή, ανίκανη δε να μετουσιωθεί σε κάτι μεγαλύτερο, πιο ισχυρό και πιο φιλόδοξο.

Σκοπός της παρουσίασης της κινηματογραφικής βιομηχανίας των παραπάνω ευρωπαϊκών χωρών ήταν η σφαιρική ανάδειξη των διαφορετικών ταχυτήτων που χαρακτηρίζουν το σύνολο της κινηματογραφικής παραγωγής, προβάλλοντας παράλληλα τις δυσκολίες δημιουργίας μιας κοινής ενιαίας αγοράς στην Ε.Ε. Με την Γαλλία να ηγείται της κινηματογραφικής παραγωγής, την Πορτογαλία να χαρακτηρίζεται από μια ενδιάμεση κατάσταση και την Ελλάδα να αποτελεί τον πιο αδύναμο κρίκο, γίνεται μάλλον εμφανές πως ο ευρωπαϊκός κινηματογράφος έχει

μεγάλη απόσταση να διανύσει μέχρι να επιτύχει τελικά το πολυπόθητο όραμα της ενιαίας κινηματογραφικής αγοράς.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Αρκολάκης, Μ. (2009). *Ελληνικός Κινηματογράφος (1896-1939). Συγκρίσεις σε ευρωπαϊκό και μεσογειακό πλαίσιο. Τρόποι Παραγωγής και Διανομής*. (Δημοσιευμένη Διδακτορική Διατριβή). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
- Βαλούκος, Σ. (2003). *Ιστορία του Κινηματογράφου*. Αθήνα: Εκδόσεις Αιγόκερως.
- Βέργου Βένια, προσωπική συνέντευξη, 03/12/2014.
- Δρανδάκη Μαρία, προσωπική συνέντευξη, 21/01/2015.
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (17-10-89). *Οδηγία 89/552/ΕΟΚ*, αριθ. L 298/23. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου 2015, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31989L0552&from=EL>
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (31-12-90). *Απόφαση 90/685/ΕΟΚ*, αριθ. L 380/37-380/38. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου 2015, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:31990D0685>
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (30-12-95). *Απόφαση 95/56/ΕΚ*, αριθ. L 321/25. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου 2015, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31995D0563&from=LV>
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (6-3-2001). *Ψήφισμα 2001/C 73/02*, αριθ. C73/3. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου 2014, από <http://old.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:073:0003:0004:EL:PDF>
- Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, (27-1-2001). *Απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου*, L 26/1. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου 2014, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32001D0163&from=EN>
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (9-12-2005). *Σύσταση 2005/86/ΕΚ*, L 323/57-323/61. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου 2014, από

<http://old.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:323:0057:0061:EL:PDF>

- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (24-11-2006). *Απόφαση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, L 327/12*. Ανακτήθηκε 8 Νοεμβρίου 2014, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006D1718&from=EN>
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (4-11.2009). *Απόφαση 1041/2009/EK, L 288/10-288/17*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου 2014, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009D1041&from=EL>
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (15-4-2010). *Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και Συμβουλίου, L 95/1*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου 2014, από <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EL>
- Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, (20-12-2013). *Κανονισμός, L 347/221*. Ανακτήθηκε 10 Νοεμβρίου 2014, από <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0221:0237:ES:PDF>
- Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας, (23-12-2010). *Νόμος Γερουλάνου*. Τεύχος 1, Αρ. Φύλλου 219.
- Ζουμπουλάκης, Γ. (2012, 19 Δεκεμβρίου). Στήριξη 500.000 ευρώ σε κινηματογραφικές συμπαραγωγές της Ελλάδας. *Το Βήμα*. Ανακτήθηκε 22 Νοεμβρίου, 2014, από <http://www.tovima.gr/culture/article/?aid=489503>
- Καζέρου, Α. (2013). Τέσσερις ελληνικές συμπαραγωγές χρηματοδοτούνται από το Eurimages. *Υποστήριξη Ελληνικών Συμπαραγωγών*, Τεύχος 39. Τριμηνιαία ενημερωτική έκδοση. MEDIA Desk Hellas, 8-9.
- Κανονισμός Χρηματοδοτικών Προγραμμάτων (2013). Κέντρο Ελληνικού Κινηματογράφου.
- Κολοβός, Ν. (2000). *Κινηματογράφος, Η Τέχνη της Βιομηχανίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

- Κολοβός, Ν. (1998). *Ο Κινηματογράφος ως ΜΜΕ στο τέλος του 20^{ου} αιώνα*. (Δημοσιευμένη Διδακτορική Διατριβή). Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Σπουδών, Αθήνα.
- Κομνηνού, Μ. (2010). Ελληνική Κινηματογραφική Βιομηχανία: Μεταβαλλόμενες Τάσεις, Μεταβαλλόμενα Ακροατήρια. *Ζητήματα Επικοινωνίας*, Τεύχος 10, 71-81, Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Κωνσταντοπούλου, Φ. (2000). *Κινηματογραφικό Αρχείο*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Λεβεντάκος, Δ., Αθανασάτου, Γ., Αραμπατζής, Γ., Κολοβός, Ν., Κυριακός, Κ., Νικολαΐδου, Α., Σκοπετάς, Γ., Σολδάτος, Γ., Σούμας, Θ., Στάθη, Ε. & Χαρίτος, Δ. (2002). *Ανιχνεύοντας τον Σύγχρονο Ελληνικό Κινηματογράφο*. Αθήνα: Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών-Κέντρο Οπτικοακουστικών Μελετών.
- Λεβεντάκος, Δ. (2002). *Ξαναβλέποντας τον παλιό ελληνικό κινηματογράφο: Μια Εισαγωγή*, Τεύχος 1, 9-13. Περιοδική Έκδοση Μελετών Οπτικοακουστικής Κουλτούρας.
- Λιβανού Αμάντα, προσωπική συνέντευξη, 12/02/2015.
- Μακρής, Γ.Ν. (1933). *Ο Κινηματογράφος: Ο «Κακός Δρόμος»*, Τόμος 13 (Τεύχος 151), 394-396.
- Μαλαχία, Α. (2000). *Διανομή & Μάρκετινγκ ελληνικών κινηματογραφικών ταινιών: Σύγκριση παραδειγμάτων εμπορικού, καλλιτεχνικού και πειραματικού κινηματογράφου κατά την περίοδο 1990-2000. Τα παραδείγματα: «Η Διακριτική Γοητεία των Αρσενικών» & «Safe Sex», «Μια Αιωνιότητα και μια Ημέρα» & «Η Εαρινή Σύναξη των Αγροφυλάκων» και «Polaroid» & «No Budget Story»*. Αδημοσίευτη Μεταπτυχιακή Εργασία, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα.
- Μητροπούλου, Α. (1980). *Ελληνικός Κινηματογράφος*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Μπαζάκα, Μ. (2015). *Ελληνικός Κινηματογράφος: Συνοπτική ιστορική αναδρομή*. Ανακτήθηκε 12 Φεβρουαρίου, 2015 από <http://www.pokethe.gr/wordpress/?p=127>

- Μπαζέν, Α. (1988). *Τι είναι ο Κινηματογράφος, 1. Οντολογία και Γλώσσα*. Μετάφραση από Γαλλικά από Σφήκας, Κ. Αθήνα: Εκδόσεις Αιγόκερως (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1958-1962).
- Μπράμος, Γ. (2002). Πολιτικό Πρόταγμα και Αμηχανία. *Όψεις του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου* (145-150). Αθήνα: Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών-Κέντρο Οπτικοακουστικών Μελετών.
- Μωραΐτης, Μ. (1996). Η Κοινοτική πολιτική για την πενταετία 1996-2000. *Καθρεφτής, Τόμος 1* (Τεύχος 2), 87-91.
- Παναγοπούλου, Χ. (2015). Πρόγραμμα MEDIA: τι είναι και τι κάνει. *Συχνότητες, Τόμος 2* (Τεύχος 7), 11-16. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου, 2015 από <http://www.iom.gr/inst/iom/gallery/syxnothtes07.pdf>
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2005). Η τηλεόραση στον 21^ο αιώνα, Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών στην Ελλάδα: Επιδράσεις στην οικονομία. (2014). [Μελέτη]. Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE).
- Πατσαβός, Θ. (2012). I2i Audiovisual από τη θεωρία στην πράξη. *Νέες Τεχνολογίες*, Τεύχος 37, 14-15, Τριμηνιαία Ενημερωτική Έκδοση, MEDIA Desk Hellas, Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου.
- Πολιτιστικός και Οπτικοακουστικός Τομέας (2013). Μέρος της σειράς *Η Ευρωπαϊκή Ένωση με απλά λόγια*. Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Ραμουτσάκη, Ι. (επιμ.) (2012-2013). *Η Χρυσή Εποχή του Ελληνικού Κινηματογράφου*. Ερευνητική εργασία, Α' Λυκείου Μοιρών. (2015, 15 Νοεμβρίου). Ανακτήθηκε από http://11yk-moiron.ira.sch.gr/docs/prj_2012_13/Greek_Cinema_A%20%5B2012-2013%5D.pdf
- Ρήντερ, Κ. (2000). *Ιστορία του Παγκόσμιου Κινηματογράφου (1895-1975)*. Μετάφραση από τα Αγγλικά από Τριανταφύλλου, Σ. Αθήνα: Εκδόσεις Αιγόκερως (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1961).
- Σολδάτος, Γ. (2002). Μια Δύσκολη Πορεία προς το Κοινό. *Όψεις του Νέου Ελληνικού Κινηματογράφου* (47-54). Αθήνα: Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών-Κέντρο Οπτικοακουστικών Μελετών.

- Σολδάτος, Γ. (1995). *Ο Ελληνικός Κινηματογράφος: Συνοπτική Ιστορία*. Αθήνα: Εκδόσεις Αιγόκερως.
- Συμφωνία κινηματογραφικών συμπαραγωγών μεταξύ Γαλλίας και Ελλάδας. (2014, 15 Νοεμβρίου). Ανακτήθηκε από <http://www.ambafrance-gr.org/%CE%A3%CF%85%CE%BC%CF%86%CF%89%CE%BD%CE%AF%CE%B1>
- Συναδινού, Α. (2003). *Ο Οπτικοακουστικός Τομέας στην Ελλάδα*. Παπαγιαννακοπούλου, Ο. (Επιμ.). Αθήνα: Ευρωπαϊκή Επιτροπή – Αντιπροσωπεία στην Ελλάδα.
- Σωτηροπούλου, Χ. (1989). *Ελληνική Κινηματογραφία 1965-1975*. Αθήνα: Εκδόσεις Θεμέλιο.
- Τασόπουλος, Η. (2013). Το MEDIA υποστηρίζει το ελληνικό σινεμά. *Περιοδικό ΣΙΝΕΜΑ*, Τεύχος 228, 22.
- Τασόπουλος, Η. (2012) 1.5 εκ. ευρώ στον ελληνικό οπτικοακουστικό τομέα από το MEDIA. *Περιοδικό ΣΙΝΕΜΑ*, Τεύχος 227, 20.

Ξενόγλωσση

- Aitken, I. (2001). *European Film Theory and Cinema, A Critical Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Andersen, C. M. (2014). *European Cinema & American Movies: Defining the evolution of two world*. Retrieved December 12, 2014, from https://www.academia.edu/8183096/EUROPEAN_CINEMA_and_AMERICAN_MOVIES_Defining_the_evolution_of_two_worlds
- Baptista, T. (2015). *Nationally Correct: The Invention of Portuguese Cinema*. Retrieved January 18, 2015, from <http://scholarworks.umass.edu/p/vol3/iss1/4/>
- Baudry, S., Correa, P., Doyen, D., Macq, B., Maetz, Y., Marneffe, D. O., Ribés, M. J., Nguyen, P., Nivart, J. F. & Wolf, I., (2014). *European Digital Cinema Security White Book [eBook version]*. Ribés, M. J. (Edt.). Retrieved December 20, 2014 from https://apertus.org/sites/default/files/77347edcine_white_bookint_1005404.pdf
- Baujard, T., Cadio, S., Lauriac, M. & Robert, M. (2015). *Study on the Role of Banks in the European Film Industry*. Retrieved November 15, 2014, from http://www.media-italia.eu/files/doc/1139_12May-Banks_Final_Report.pdf
- Bickerton, E. (2009). *A Short History of Cahiers du Cinema*. London: Verso.
- Bordwell, D. & Thomson, K. (2006). *Εισαγωγή στην Τέχνη του Κινηματογράφου*. Μετάφραση από τα Αγγλικά από Κοκκινίδη, Κ. Αθήνα: Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1979).
- Cardoso, J. A. (2013, October 3). Braço de ferro sobre taxa anual pode criar “sucessivos anos zero do cinema português”. *Público*. Retrieved December 3, 2014, from <http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/produtores-de-cinema-exigem-solucao-politica-para-sobreviver-a-falta-de-pagamento-da-taxa-anual-1607994>
- Cowie, P. & Edelmann, P. (2007). *Projections 15, European Cinema*. Cowie, P. & Edelmann, P. (Eds.). London: Faber and Faber.
- De Vinck, S. & Lindmark, S. (2012). *Statistical Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector*. Simon, J. P. (Edt.). Luxembourg: Publications Office of the European Union.

- Dolt, A. (Edt.) (2003). *Cinema, TV and radio in the EU: Statistics on audiovisual services*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Elsaesser, T. (2005). *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- European Audiovisual Observatory (2013). *Television, cinema, video and on-demand audiovisual services in 39 European States, Vol. 1* Strasbourg: Council of Europe.
- European Audiovisual Observatory (2013). *Television, cinema, video and on-demand audiovisual services- the pan-European picture, Vol. 2* Strasbourg: Council of Europe.
- *Final Evaluation of the MEDIA Plus and MEDIA Training Programmes* (2007). [Synthesis of the Final Report]. Centre or European Evaluation Expertise.
- Fowler, C. (2002). *The European Cinema Reader*. London: Routledge.
- Gomery, D. (1998). *Η Ιστορία του Κινηματογράφου*. Μετάφραση από τα Αγγλικά από Ταλαντοπούλου, Μ. Αθήνα: Εκδόσεις “ΕΛΛΗΝ” (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1991).
- Hayward, S. (1996). *Key Concepts in Cinema Studies*. New York: Routledge.
- Herold, A. (2014). EU Film Policy: between Art and Commerce. *European Autonomy and Diversity Papers (EDAP)*, Retrieved December 12, 2014 from <http://aei.pitt.edu/6160/>
- Holmes, D. & Smith, A. (2000). *100 years of European cinema, Entertainment or ideology?*. Manchester: Manchester University Press.
- Is Portuguese Cinema in Danger, or Does It Just Reflect a Country in Turmoil? (2013, September 25). Retrieved from <http://blogs.indiewire.com/criticwire/is-portuguese-cinema-in-danger-or-does-it-just-reflect-a-country-in-turmoil>
- *Interim Evaluation of MEDIA 2007 (2010)*. [Final Report]. Centre for European Evaluation Expertise.
- Kea European Affairs (2012). *The Media Strand of the Creative Europe Programme 2014-2020*. Part, L. (Edt.). Brussels: European Union.

- Lange, A. & Renaud, J. L. (1989). *The Future of the European Audiovisual Industry* (EIM Media Monographs). Manchester: The European Institution for the Media.
- Lanzoni, F. R. (2004). *French Cinema: From Its Beginnings to the Present*. London: Bloomsbury Academic.
- Lemerancier, F. (2014). *French film financing system under threat*. Retrieved October 20, 2014, from <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=210788>
- Létang, V., Lefort, P. & Rodriguez, M. (1997). *Final evaluation of the MEDIA II*. [Report]. Paris: BIPE.
- Maggiore, M. (1990). *Audiovisual Production in the Single Market*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- MEDIA Initiatives (1994). *MEDIA Programme*. Edition 4. Brussels: Commission of the European Union.
- Modot, A., Monnier, E., Besrest, V., Catala, F., Angrisani, S. & Delahais, T. (2006). *Second Interim Evaluation of the Media Plus and Media Training Programmes*. [Final Report].
- Nowell-Smith, G. (1996). *The Oxford History of World Cinema*. G. Nowell-Smith (Edt.). Oxford: Oxford University Press.
- Pinto, V. (2015). *ICA: €14.9 millions for the cinema and audiovisual industry in 2014*. Retrieved January 18, 2015, from <http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=254189>
- Pinto, V. (2015). *Portugal's Film law: a new bill to unlock an unsatisfactory situation*. Retrieved January 18, 2015, from <http://www.cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=en&did=250233>
- Powrie, P. & Reader, K. (2002). *French Cinema: A Student's Guide*. London: Hodder & Stoughton Education.
- Reding, V. (2000). Editorial. *Media Programme Newsletter* (No 19), 1-4.
- Rizov, V. (2015). *Spain and Portugal the latest countries facing film-industry budget cuts*. Retrieved January 18, 2015, from <https://thedissolve.com/news/622-spain-portugal-the-latest-countries-facing-film-in/>

- Sadoul, G. (1980). *Η Ιστορία του Παγκόσμιου Κινηματογράφου*. Μετάφραση από τα Γαλλικά Μοσχοβάκης, Α. Αθήνα: Εκδόσεις Δωδώνη (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1946).
- Sorlin, P. (2004). *Ευρωπαϊκός κινηματογράφος, Ευρωπαϊκές κοινωνίες 1939-1990*. Μετάφραση από Αγγλικά από Λατίφη, Ε. Αθήνα: Εκδόσεις Νεφέλη (το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε 1991).
- The History of Early Portuguese Cinema. (2014, October 5). Retrieved from <http://www.cinemaportugues.net/2010/10/the-history-of-early-portuguese-cinema/>
- Thompson, K. & Bordwell, D. (2011). *Ιστορία του Κινηματογράφου* (σσ. 716-718). Αθήνα: Πατάκη.
- Tsaliki, L. (2007) The Construction of European Identity and Citizenship Through Cultural Polity. Sarikakis (Edt.), *European Studies: An Interdisciplinary Series in Europe Culture, History and Politics* (σσ. 157-182). Amsterdam – New York: Rodopi.
- Vieira, P. (2013). *Portuguese Film, 1930-1960*. London: Bloomsbury Academic.
- Wayne, M. (2002). *Politics in Contemporary European Cinema: Histories, Borders, Diasporas*. Bristol: Intellect.
- Wiegand, C. (2005). *French New Wave*. Vermont: Trafalgar Square.
- Zkelj, S. & Briski, S. (2010). *European Film Production Banking Schemes*. Slovenia: MEDIA desk Slovenia.
- *20 years of passion, MEDIA, Europe Loves cinema 1991-2011* (2011). Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- <https://www.berlinale.de/en/HomePage.html>
- <http://www.coe.int/en/web/portal/home>
- <http://www.cineuropa.org/>
- <http://www.efp-online.com/en/>
- <https://www.europa-cinemas.org/en/>
- <https://www.europeanfilmacademy.org/>
- <http://www.ica-ip.pt/>
- <http://www.iom.gr/default.aspx?lang=el-GR&page=148>
- <http://www.obs.coe.int/>

- <http://www.mediasalles.it/>
- <https://www.iffir.com/nl/>
- <http://www.sff.ba/>

Παράρτημα

Πίνακας 1:.....	21
Σχήμα 1:.....	22
Σχήμα 2:.....	23
Σχήμα 3:.....	25
Σχήμα 4:.....	27
Σχήμα 5:.....	30
Πίνακας 2:.....	31
Σχήμα 6:.....	33
Σχήμα 7:.....	34
Σχήμα 8:.....	35
Πίνακας 3:.....	36
Σχήμα 9:.....	37
Πίνακας 4:.....	39
Σχήμα 10:.....	41
Πίνακας 5:.....	44
Πίνακας 6:.....	50
Πίνακας 7:.....	55
Σχήμα 11:.....	58
Πίνακας 8:.....	61
Σχήμα 12:.....	63
Σχήμα 13:.....	64
Σχήμα 14:.....	64
Σχήμα 15:.....	66
Πίνακας 9:.....	74
Πίνακας 10:.....	75
Σχήμα 16:.....	77
Σχήμα 17:.....	78
Πίνακας 11:.....	90
Σχήμα 18:.....	90
Σχήμα 19:.....	92
Πίνακας 12:.....	94
Σχήμα 20:.....	97
Πίνακας 13:.....	97
Σχήμα 21:.....	99
Σχήμα 22:.....	100-
101	
Σχήμα 23:.....	108
Σχήμα 24:.....	112
Σχήμα 25:.....	115
Σχήμα 26:.....	117
Σχήμα 27:.....	118

Σχήμα 28:	121
Σχήμα 29:	122
Σχήμα 30:	124