



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Εθνικόν και Καποδιστριακόν
Πανεπιστήμιον Αθηνών

— ΙΔΡΥΘΕΝ ΤΟ 1837 —

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
Π.Μ.Σ.: Πολιτισμικές και Κινηματογραφικές Σπουδές

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

της Παναγιώτας Νικολάου Μπουγά

A.M.: 7983082200013

**Πόλη και Κινηματογράφος: Η σχέση των κινηματογραφικών φεστιβάλ με
τις πόλεις που τα φιλοξενούν - Η περίπτωση του Διεθνούς Φεστιβάλ
Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας»**

Επιβλέποντες:

- α) Ελένη Τζουμάκα
- β) Αφροδίτη Νικολαΐδου
- γ) Γιώργος Κραββαρίτης

Αθήνα, Φεβρουάριος 2024

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	3
Κεφάλαιο 1ο	6
1.1 Πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες: Από την πολιτιστική στη δημιουργική οικονομία	8
1.2 Δημιουργικότητα και ανάπτυξη	10
1.3 Πολιτιστική συγκέντρωση - Cluster	13
1.4 Τα φεστιβάλ ως «εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας»	17
Κεφάλαιο 2ο	19
2.1 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου και τα οφέλη για τη διοργανώτρια πόλη	19
2.2 Τα φεστιβάλ και η οικονομία της εμπειρίας	22
2.3 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου και η εικόνα της πόλης - Η φεστιβαλική εικόνα	24
2.4 Τα φεστιβάλ ως δίκτυο και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους	29
Κεφάλαιο 3ο	33
3.1 Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας»	33
3.2 Βασικά χαρακτηριστικά των Διεθνών Φεστιβάλ Κινηματογράφου. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας - 29η Διοργάνωση	37
3.3 Το θέμα του Φεστιβάλ - Το ζήτημα της «αίθουσας» στον πυρήνα του Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας	44
3.4 Προστιθέμενη Αξία - Πως η ανάδειξη ζητημάτων που αφορούν στη σύγχρονη πόλη καθιέρωσε την 29η διοργάνωση των «Νυχτών Πρεμιέρας»	45
Συμπεράσματα	52
Βιβλιογραφία	56

Περίληψη

Η σχέση των κινηματογραφικών φεστιβάλ με τις πόλεις που τα φιλοξενούν αποτελεί παράδειγμα μιας διαφορετικής προσέγγισης της συνάντησης των επιστημών του αστικού χώρου και των κινηματογραφικών σπουδών. Τα φεστιβάλ κινηματογράφου είναι σημαντικά σε τοπικό, εθνικό και πανεθνικό επίπεδο. Φέρνουν επισκέπτες στις πόλεις, έσοδα στις εθνικές κινηματογραφικές βιομηχανίες και εισάγουν τις εθνικές κινηματογραφικές κουλτούρες στο παγκόσμιο κινηματογραφικό σύστημα. Οι πόλεις επιδιώκουν να καθιερώσουν μια ευδιάκριτη αίσθηση ταυτότητας και κοινότητας – τη δική τους ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα – μέσω της προώθησης των φεστιβάλ κινηματογράφου, για την κατάκτηση του κύρους ενός παγκόσμιου γεγονότος, αλλά και την επίτευξη διεθνούς εμβέλειας και φήμης. Στην περίπτωση του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας» επιδιώκεται να αναλυθεί το πως η πόλη αποκτά προστιθέμενη αξία μέσω του Φεστιβάλ, όχι μόνο μέσω της διοργάνωσης ενός πολιτιστικού γεγονότος μεγάλης εμβέλειας, αλλά και μέσω του προγραμματισμού, της επιλογής των ταινιών, που στρέφει το ενδιαφέρον σε ζητήματα που αφορούν στη σύγχρονη πόλη. Το ζήτημα που αναδείχθηκε το 2023 ήταν η οργανική σχέση του κινηματογράφου με την ίδια την πόλη, κάτω από τον τίτλο: «Χωρίς σινεμά, δεν υπάρχει πολιτισμός. Χωρίς πολιτισμό, δεν υπάρχει πόλη» και αφορούσε στην πόλη που χάνει τα σινεμά της και κατ' επέκταση χάνει μαζί τους και ένα σημαντικό κομμάτι από τον πολιτισμό της, υλικό και άυλο.

Λέξεις - Κλειδιά

Πόλη, Φεστιβάλ Κινηματογράφου, Αστικός Χώρος, Κινηματογραφικές Σπουδές, Αθήνα, Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», Εκδήλωση Μεγάλης Κλίμακας, Ορατότητα, Ταυτότητα, Προστιθέμενη Αξία, Άυλος Πολιτισμός

Abstract

The relation between film festivals and their host cities introduces a different approach to the interdisciplinary connection of urban and film studies. Film festivals are important at a local, national and international level. Festivals bring visitors to cities, revenue to national film industries and introduce national cinemas into the global film system. Cities seek to establish a distinct sense of identity and community – their own particularity and uniqueness – through the promotion of film festivals, to gain the prestige of a global event, but also to achieve international reputation and visibility. In the case of the Athens International Film Festival "Opening Nights" it is sought to analyze how the city acquires added value through the Festival, not only through the organization of a large-scale cultural event, but also through the programming, the selection of films, which turns the interest in issues concerning the city. The issue that emerged in 2023 was the organic relationship of cinema with the city itself, under the title: "Without cinema, there is no culture. Without culture, there is no city" and it referred to the city that loses its cinemas and, consequently, loses an important part of its culture.

Key - Words

City, Film Festival, Urban Space, Film Studies, Athens, Athens Film Festival "Opening Nights", Large Scale Event, Visibility, Identity, Added Value, Intangible Culture

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον γύρω από τη σχέση αστικού χώρου και κινηματογράφου, το οποίο εκδηλώνεται μέσα από ποικίλες διεπιστημονικές προσεγγίσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, η σχέση των κινηματογραφικών φεστιβάλ με τις πόλεις που τα φιλοξενούν αποτελεί παράδειγμα της σύνδεσης των επιστημών του αστικού χώρου και των κινηματογραφικών σπουδών.

Η αύξηση στον αριθμό των φεστιβάλ κινηματογράφου σε παγκόσμια κλίμακα τις τελευταίες δεκαετίες συνδέεται άμεσα με την ίδια τη σύγχρονη πόλη και την εικόνα που αυτή προβάλλει. Τα φεστιβάλ λειτουργούν ως «πολιτισμικό πλέγμα» εντός του οποίου βρίσκονται υπό διαπραγμάτευση οι σκοποί, δραστηριότητες και ταυτότητες διαφορετικών ομάδων που εντοπίζονται σε μια πόλη. Η προβολή, αγορά και διακίνηση των κινηματογραφικών ταινιών, άλλωστε, ευθυγραμμίζεται με τις τοπικές και διεθνείς τάσεις. Παράλληλα, δεν πρέπει να παραβλέπονται οι οικονομικές, τουριστικές, πολιτικές, πολιτιστικές και πολιτισμικές διαστάσεις των φεστιβάλ ως προς την επίδρασή τους στις πόλεις. (Stringer, 2011, σ. 186)

Τα φεστιβάλ κινηματογράφου είναι σημαντικά σε τοπικό, εθνικό και πανεθνικό επίπεδο. Φέρνουν επισκέπτες στις πόλεις, έσοδα στις εθνικές κινηματογραφικές βιομηχανίες και εισάγουν τις εθνικές κινηματογραφικές κουλτούρες στο παγκόσμιο κινηματογραφικό σύστημα. Οι πόλεις επιδιώκουν να καθιερώσουν μια ευδιάκριτη αίσθηση ταυτότητας και κοινότητας – τη δική τους ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα – μέσω της διοργάνωσης και φιλοξενίας ενός φεστιβάλ κινηματογράφου. Πόλεις σε όλο

τον κόσμο κρίνουν αναγκαία τη διοργάνωση των δικών τους εκδηλώσεων, για την κατάκτηση του κύρους ενός παγκόσμιου γεγονότος αλλά και την απόκτηση διεθνούς εμβέλειας και φήμης.

Στην Αθήνα, εδώ και σχεδόν 30 χρόνια διοργανώνεται το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου «Νύχτες Πρεμιέρας», το οποίο δημιουργήθηκε το 1995 από την Κινηματογραφική Εταιρία Αθηνών και έχει καθιερωθεί σε ένα από τα σημαντικότερα φεστιβάλ κινηματογράφου στην Ελλάδα. Πλήθος κόσμου κάθε χρόνο αναμένει τη διοργάνωση, καθώς ο προγραμματισμός, η επιλογή δηλαδή των ταινιών, περιλαμβάνει τις μεγαλύτερες ταινίες του παγκόσμιου κινηματογράφου κι αυτές που αναμένεται να συγκεντρώσουν τη μεγαλύτερη απήχηση. Στόχος του Φεστιβάλ είναι να αναδείξει τις καλύτερες ταινίες της χρονιάς και να φέρει κοντά τους λάτρεις του κινηματογράφου με τον ευρωπαϊκό, παγκόσμιο και τον ανεξάρτητο αμερικάνικο κινηματογράφο.

Στην παρούσα εργασία επιδιώκεται να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ του κινηματογραφικού φεστιβάλ και της πόλης που το φιλοξενεί. Με δεδομένο ότι κάθε πόλη, μέσω της διοργάνωσης ενός φεστιβάλ, προβάλλει όχι μόνο τις ταινίες και τους δημιουργούς τους αλλά και την ίδια την εικόνα της, δηλαδή την πολιτιστική μοναδικότητά της, θα χρησιμοποιήσουμε την περιπτωσιολογική μελέτη του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας για να υπεισέλθουμε στη σχέση της πόλης με το Φεστιβάλ. Συμβάλει η διοργάνωση στην ανάδειξη της εικόνας της πόλης και, αν ναι, με ποιον τρόπο; Ποια οφέλη προκύπτουν από τη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων και ποια ζητήματα αναδεικνύονται; Κερδίζει η Αθήνα σε προστιθέμενη αξία σε σχέση με άλλες πόλεις στις οποίες πραγματοποιούνται φεστιβάλ;

Πιο αναλυτικά, στο πρώτο κεφάλαιο, θα αποσαφηνίσουμε έννοιες, όπως δημιουργικότητα, δημιουργικός κλάδος, δημιουργική οικονομία, δημιουργική τάξη, δημιουργική πόλη, οι οποίες ολοένα και κερδίζουν έδαφος στις πολιτισμικές και αστικές σπουδές. Θα μας απασχολήσουν τόσο η παραγόμενη αξία -συμβολική και μη- αλλά και η απασχόληση στους κλάδους αυτούς, όσο και ο ρόλος του πολιτισμού και της δημιουργικότητας στη διαμόρφωση της «εικόνας» των σύγχρονων πόλεων.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο, θα εξετάσουμε τα φεστιβάλ κινηματογράφου ως εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας. Θα αναλύσουμε τη σχέση των φεστιβάλ με την πόλη, την εικόνα της πόλης και τα οφέλη που προκύπτουν από τη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων, με γνώμονα την καλούμενη «οικονομία της εμπειρίας». Θα αναφερθούμε, τέλος, στα φεστιβάλ ως δίκτυα και στη σχέση των πόλεων που διοργανώνουν φεστιβάλ μεταξύ τους.

Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο, θα χρησιμοποιήσουμε το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας» και συγκεκριμένα την 29η εκδοχή του -που έλαβε χώρα το 2023- ως περιπτωσιολογική μελέτη. Στόχος είναι να αναδειχθεί το πως η πόλη, η Αθήνα, αποκτά προστιθέμενη αξία μέσω της φιλοξενίας του Φεστιβάλ, όχι μόνο μέσω της διοργάνωσης ενός πολιτιστικού γεγονότος μεγάλης εμβέλειας αλλά και μέσω του προγραμματισμού, της επιλογής δηλαδή των ταινιών, που στρέφει το ενδιαφέρον σε ζητήματα που αφορούν στη σύγχρονη πόλη.

Κεφάλαιο 1ο

Για να μπορέσουμε να προχωρήσουμε στην ανάλυση της σχέσης των κινηματογραφικών φεστιβάλ με τις πόλεις που τα φιλοξενούν ως παράδειγμα της σχέσης των σπουδών πόλης και αυτών του κινηματογράφου, θα ξεκινήσουμε από την αποσαφήνιση εννοιών, όπως δημιουργικότητα, δημιουργικός κλάδος, δημιουργική οικονομία, δημιουργική τάξη, δημιουργική πόλη, οι οποίες ολοένα και κερδίζουν έδαφος στις πολιτισμικές και αστικές σπουδές. Τόσο η παραγόμενη αξία -συμβολική και μη- αλλά και η απασχόληση στους κλάδους αυτούς όσο και ο ρόλος του πολιτισμού και της δημιουργικότητας στη διαμόρφωση της «εικόνας» των σύγχρονων πόλεων τοποθετούν τον πολιτισμό και τη δημιουργικότητα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος.

Ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα αποτελούν, εξάλλου, ένα πεδίο ανάλυσης ιδιαίτερης σημασίας για την κατανόηση της χωρικής και, πιο συγκεκριμένα, αστικής ανάπτυξης. Ο ρόλος του πολιτισμού και της δημιουργικότητας έχει αλλάξει αρκετές φορές τις τελευταίες δεκαετίες, τείνοντας σήμερα να μετατραπεί σε παράγοντας της οικονομικής ανάπτυξης μέσω της αυξανόμενης -οικονομικής- σημασίας των συμβολικών ιδιοτήτων των σύγχρονων πολιτιστικών προϊόντων, όπως ένα φεστιβάλ, αλλά και του χώρου, μέσω της σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ πόλης, πολιτισμού και δημιουργικότητας. Κατά συνέπεια, οι πολιτιστικοί και δημιουργικοί κλάδοι αποτελούν πλέον βασικό συστατικό της ανάπτυξης περιοχών και -ιδίως- πόλεων στο σύνολο σχεδόν του αναπτυσσόμενου κόσμου. (Καραχάλης, 2007, σ. 34-35)

Ως προς τα φεστιβάλ ως συμβολικά αγαθά, αυτά τα πολιτιστικά γεγονότα συνδέονται άμεσα με την αναπτυξιακή διαδικασία των πόλεων. Ειδικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες παρουσιάζεται διεθνώς σημαντική αύξηση στον αριθμό των φεστιβάλ κάθε είδους και μεγέθους, τόσο στις μεγάλες όσο και στις μικρότερες πόλεις, με αποτέλεσμα να εντείνεται ο σχετικός ανταγωνισμός μεταξύ τους, παράγοντας οφέλη για τις πόλεις που τα φιλοξενούν, γεγονός που θα εξετάσουμε παρακάτω. Η αύξηση αυτή συνδέεται με την ιδιαίτερη βαρύτητα που δίνεται στον πολιτιστικό τουρισμό και την τάση των επισκεπτών να αναζητούν αυθεντικές και πρωτότυπες εμπειρίες. (Stringer, 2011, σ. 179-180)

Αξίζει να σημειώσουμε, ότι οι εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας (mega events) και τα σημαντικά πολιτιστικά φεστιβάλ, αλλά και γενικότερα η διαδικασίες πολιτιστικής παραγωγής και κατανάλωσης συνδέονται με τα μεγαλύτερα αστικά κέντρα. Η Νέα Υόρκη, το Λονδίνο, το Βερολίνο, το Σίδνεϊ, η Βαρκελώνη, το Εδιμβούργο κ.ά. αποτελούν φημισμένα κέντρα πολιτισμού και διοργανώνουν έναν μεγάλο αριθμό πολιτιστικών γεγονότων διεθνούς χαρακτήρα. Στις μικρότερες πόλεις, όπως η Αθήνα, τα φεστιβάλ είναι συνήθως τοπικής ή εθνικής εμβέλειας. (Stringer, 2011, σ. 185)

Πιο αναλυτικά, τα οφέλη ενός φεστιβάλ στην τοπική ανάπτυξη αναφέρονται σε διαφορετικούς τομείς: στον εκπαιδευτικό, μέσω της συμμετοχής διαφορετικών ομάδων και οργανισμών, τον καλλιτεχνικό, μέσω της προώθησης της καινοτομίας και της επανεκτίμησης διαφορετικών μορφών καλλιτεχνικής έκφρασης, τον κοινωνικό, μέσω της ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής και του διαλόγου, τον πολιτικό, μέσω της τόνωσης της τοπικής ταυτότητας, και τον οικονομικό μέσω της δημιουργίας νέων

θέσεων εργασίας και εισοδήματος, και γενικότερα μέσω της αναζωογόνησης του συνόλου ή συγκεκριμένων περιοχών της πόλης. (Allen, 2000)

1.1 Πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες: Από την πολιτιστική στη δημιουργική οικονομία

Δεν είναι απολύτως σαφές το πότε ακριβώς ο όρος «δημιουργικοί κλάδοι» άρχισε να χρησιμοποιείται ή και να υποκαθιστά τον κυρίαρχο όρο «πολιτιστικοί κλάδοι». Ο Garnham (2005) αναφέρει πως το κομβικό σημείο είναι το κείμενο του βρετανικού Υπουργείου Πολιτισμού, Μέσων και Αθλητισμού (DCMS, 1998), ένα από τα πρώτα της νέας κυβέρνησης των Νέων Εργατικών, η οποία συγκρότησε μία ομάδα εργασίας για τους δημιουργικούς κλάδους (Creative Industries Task Force), που σε συνεργασία με το DCMS ανέλαβε τη χαρτογράφηση της δραστηριότητας στους δημιουργικούς κλάδους, καθώς και τη σύνταξη πολιτικών μέτρων που θα μπορούσαν να προωθήσουν την περαιτέρω ανάπτυξή τους. (Αυδίκος, 2014, σ. 31-34)

Σύμφωνα με το DCMS, λοιπόν, «δημιουργικοί κλάδοι» είναι εκείνες οι δραστηριότητες που η προέλευσή τους έγκειται στην ατομική δημιουργικότητα, ικανότητα και ταλέντο και οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να παράγουν πλούτο και θέσεις εργασίας μέσω της γένεσης και της βιομηχανικής εκμετάλλευσης της διανοητικής ιδιοκτησίας. Για ένα μεγάλο διάστημα υπήρχε ταύτιση των δημιουργικών με τους πολιτιστικούς κλάδους, με το DCMS να προσπαθεί να διαχωρίσει τις έννοιες αυτές και να δώσει έναν πιο σαφή ορισμό, διακρίνοντας τους πολιτιστικούς κλάδους ως «καλλιτεχνικά προσανατολισμένους» και τους δημιουργικούς κλάδους ως εκείνους που βασίζονται στην τεχνολογική αναπαραγωγή. (Αυδίκος, 2014, σ. 56-57)

Σε έναν πιο συμπαγή ορισμό, οι δημιουργικοί κλάδοι ορίζονται ως εκείνοι που παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες που ευρέως συνδέονται με πολιτιστικές, καλλιτεχνικές ή απλά ψυχαγωγικές αξίες. Σε αυτές περιλαμβάνονται επίσης η δημοσίευση βιβλίων και περιοδικών, οι πλαστικές τέχνες (ζωγραφική και γλυπτική), οι εκφραστικές τέχνες (θέατρο, χορός, όπερα), ο κινηματογράφος και η τηλεόραση, ακόμα και η μόδα και τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Πρόκειται για τους τομείς στους οποίους τα αγαθά και οι υπηρεσίες που παράγονται είναι αποτέλεσμα δημιουργικής εργασίας. Η υλική και η συμβολική αξία είναι σημαντικά στοιχεία σε αυτόν τον ορισμό και θα μας απασχολήσουν ιδιαίτερα στο παρόν. Από αυτή την άποψη, οι δημιουργικοί κλάδοι διαδραματίζουν ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας στην κοινωνία. (Αυδίκος, 2014, σ. 61-64)

Οι πολιτιστικοί κλάδοι περιλαμβάνουν την πολιτιστική κληρονομιά, τις τέχνες, το ντιζάιν, την τηλεόραση, τον κινηματογράφο και τα ηλεκτρονικά μέσα, ενώ οι δημιουργικοί κλάδοι περιλαμβάνουν όλα τα παραπάνω εκτός από την πολιτιστική κληρονομιά, αλλά περιλαμβάνουν και κλάδους όπως η πληροφορική (Brecknock, 2004). Οι ορισμοί αυτοί δεν συμπίπτουν με τον μεταγενέστερο ορισμό που δίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τους πολιτιστικούς κλάδους, όπου εκτός από τους παραδοσιακούς τομείς των τεχνών (τέχνες του θεάματος, εικαστικές τέχνες, πολιτιστική κληρονομιά) περιλαμβάνονται και οι κινηματογραφικές ταινίες, οι ταινίες DVD και τα βίντεο, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, τα βιντεοπαιχνίδια, τα νέα μέσα επικοινωνίας, η μουσική, τα βιβλία και ο Τύπος. (Αυδίκος, 2014, σ. 56-57)

1.2 Δημιουργικότητα και ανάπτυξη

Η σύνδεση των δημιουργικών κλάδων και της οικονομικής ανάπτυξης οφείλεται κατά κύριο λόγο στη δουλειά του Richard Florida. Η θεωρία του Florida αφορά στην άνοδο της δημιουργικής τάξης ως φορέα ανάπτυξης της πόλης και αναδείχθηκε σε μια εποχή που σημειώθηκε αλματώδης τεχνολογική ανάπτυξη. Η άνοδος της δημιουργικής τάξης επικεντρώνεται στην ποικιλομορφία και τη δημιουργικότητα ως βασική κινητήρια δύναμη της καινοτομίας και της περιφερειακής και εθνικής ανάπτυξης. Η μελέτη του Florida βασίστηκε στις προϋπάρχουσες θεωρίες περί της κοινωνικής γεωγραφίας ως παράγοντα ανάπτυξης και της θεωρίας του κοινωνικού κεφαλαίου. (Αυδίκος, 2014, σ. 40-43)

Ο Florida, πιο αναλυτικά, μέσα από έρευνες που πραγματοποίησε κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η θέση και η κοινότητα είναι πιο κρίσιμοι παράγοντες από ό,τι ποτέ πριν, όπως και η τοποθεσία, ως μη αφηρημένος «χώρος», είναι απαραίτητη στην οικονομική ζωή. Η ίδια η οικονομία μορφοποιείται όλο και περισσότερο γύρω από πραγματικές συγκεντρώσεις ανθρώπων σε πραγματικές γεωγραφικές θέσεις. Ο χώρος παραμένει σημαντικός ως τόπος της οικονομικής δραστηριότητας, λόγω της τάσης των επιχειρήσεων να συσπειρώνουν δημιουργικές ομάδες μαζί. (Florida, 2002)

Σύμφωνα με τον Florida, η δημιουργικότητα προκαλεί ανάπτυξη μέσω της έλξης που ασκεί στις επιχειρήσεις έντασης γνώσης η δημιουργική τάξη. Αυτό που ωστόσο προσελκύει αυτούς τους ανθρώπους είναι οι ανεκτικές, φιλελεύθερες κοινότητες και περιβάλλοντα εργασίας, αλλά και ένας «μποέμικος» χώρος κατανάλωσης (Αυδίκος,

2014 σ. 44-45). Κατά συνέπεια, προκύπτει το ερώτημα αν «οι άνθρωποι προσελκύουν τις δουλειές ή οι δουλειές τους ανθρώπους»;

Ιδιαίτερα οι εργαζόμενοι που ανήκουν στη λεγόμενη «δημιουργική τάξη» (και στους κλάδους που αυτή εντοπίζεται) δεν ακολουθούν τις δουλειές, αλλά αντίθετα οι δουλειές ακολουθούν τη δημιουργική τάξη. Είναι προφανές πως το παραπάνω επιχείρημα έχει σημαντικές συνέπειες, καθώς το αντικείμενο των τοπικών και περιφερειακών πολιτικών ανάπτυξης μπορεί πλέον να μετατοπιστεί από την προσέλκυση επιχειρήσεων (μέσω φορολογικών και άλλων κινήτρων), οι οποίες υποτίθεται πως δημιουργούν θέσεις εργασίας, στην προσέλκυση ανθρώπων (μέσω της βελτίωσης του ανθρώπινου περιβάλλοντος). (Florida, 2002)

Κατά συνέπεια, προϋπόθεση για την προσέλκυση τέτοιων ανθρώπων είναι η ύπαρξη δραστηριοτήτων (και επιχειρήσεων) που να τους επιτρέπει να βρουν απασχόληση υψηλού επιπέδου και αμοιβής. Σε κάποιες περιοχές η ύπαρξη επιτυχημένων και καινοτόμων επιχειρήσεων προσελκύει υψηλής ποιότητας ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο με τη σειρά του ενισχύει περαιτέρω τις επιχειρήσεις και προσελκύει κι άλλες, οι οποίες δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας για δημιουργικούς ανθρώπους κ.ο.κ. Αντίστροφα, η έλλειψη επιχειρήσεων και ανθρώπων, μέσω της ίδιας διαδικασίας, μπορεί να οδηγήσουν σταδιακά σε αποδυνάμωση πόλεων και περιοχών. (Florida, 2002)

Σχετικά με το ρόλο των δημιουργικών ανθρώπων στην ανάπτυξη μιας πόλης ή περιοχής, ο Florida έχει επίσης υποστεί κριτική, κυρίως, επειδή η έμφαση που αποδίδει στους παράγοντες προσέλκυσης δημιουργικών ανθρώπων τείνει να

υποτιμά τον ρόλο άλλων σημαντικών παραγόντων, αλλά και επειδή δεν μπορεί να ερμηνεύσει την έναρξη της αναπτυξιακής διαδικασίας σε μια πόλη/περιοχή. Σύμφωνα με την κριτική, πέρα από τη φυσιογνωμία ενός τόπου για την προσέλκυση δημιουργικών ανθρώπων, αναγκαία συνθήκη αποτελεί επίσης η δυνατότητα εύρεσης εργασίας αντίστοιχης με τα προσόντα τους. Τα μέλη της δημιουργικής τάξης, τα οποία έχουν επενδύσει σημαντικά στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτεχνιών, θα διστάζουν να αφήσουν την τρέχουσα απασχόληση τους και να μετακινηθούν προς άλλο μέρος παραμονής και εργασίας, παρά μόνον αν έχουν εξασφαλίσει (ή έχουν πολλές πιθανότητες για) ανάλογη ή καλύτερη απασχόληση και αμοιβή στο μέρος αυτό. (Αυδίκος, 2014 σ. 41-42)

Η αναγνώριση του γεγονότος ότι η «προσωπικότητα» μιας περιοχής με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μπορεί να είναι ένας σημαντικός παράγοντας προσέλκυσης δημιουργικών ανθρώπων με υψηλό επίπεδο μόρφωσης και κατάρτισης προσθέτει μια νέα δέσμη εργαλείων για την περιφερειακή πολιτική. Ενώ μέχρι σήμερα οι πολιτικές περιφερειακής ανάπτυξης επικεντρώνονται αποκλειστικά στη δημιουργία συνθηκών για την προσέλκυση επενδύσεων και νέων επιχειρήσεων (υποδομές, τηλεπικοινωνίες, βιομηχανικές περιοχές κ.λπ.), η αναγνώριση αυτής της διάστασης επιτρέπει στις αρχές πόλεων και περιφερειών να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους με μέτρα που θα αποβλέπουν στην προσέλκυση των «κατάλληλων» ανθρώπων που θα μπορέσουν να δώσουν ώθηση σε αναπτυξιακές διαδικασίες (Κουρτέσης, 2008).

Ταυτόχρονα, η στρατηγική αστικής αναζωογόνησης μέσω του πολιτισμού (urban regeneration through culture) εφαρμόζεται διεθνώς από μεγάλες και μεσαίου

μεγέθους πόλεις οι οποίες επιζητούν τη φυσική, οικονομική και κοινωνική αναζωογόνησή τους και τη διεκδίκηση μιας υψηλότερης θέσης στο εθνικό ή, τις περισσότερες φορές, στο διεθνές αστικό σύστημα.

Παρά την κριτική που έχει υποστεί η θέση του Florida για τη «δημιουργική τάξη» και τη συχνά «αμερικανοκεντρική» οπτική του γωνία, αυτή εμπεριέχει μια σημαντική συνεισφορά στις σύγχρονες θεωρίες περιφερειακής ανάπτυξης. Μετατοπίζεται, ουσιαστικά, το κέντρο βάρους από τις επιχειρήσεις στους ανθρώπους και ιδιαίτερα σε αυτή την ομάδα ανθρώπων που ο ίδιος αποκαλεί «δημιουργικούς». Σε συνδυασμό με άλλες σύγχρονες θεωρητικές εργασίες (όπως π.χ. των Scott, Lund-vall, Miles) σχετικά με τα χαρακτηριστικά της κοινωνίας της μάθησης, προκύπτει ότι η προσέλκυση αξιόλογου ανθρώπινου δυναμικού, με υψηλό επίπεδο μόρφωσης, δημιουργικότητας και δυναμισμού, μπορεί να έχει ευεργετικά αποτελέσματα στην ανάπτυξη πόλεων και ευρύτερων περιοχών στις σημερινές συνθήκες του συνεχώς εντεινόμενου διεθνούς ανταγωνισμού. (Αυδίκος, 2014 σ. 46-47)

Παρατηρούμε, συνεπώς, ότι ο χώρος -η πόλη- καταλαμβάνει κεντρικό ρόλο, καθώς η γνώση, ως απαραίτητος όρος για την ανάπτυξη της δημιουργικότητας δημιουργεί πολύμορφες οικονομίες (αστικοποίησης, συγκέντρωσης, κλίμακας), οι οποίες κατά κανόνα ευνοούν και ευνοούνται από τις υψηλές πυκνότητες των αστικών περιοχών.

1.3 Πολιτιστική συγκέντρωση - Cluster

Πολιτιστική συγκέντρωση είναι η χωρική συγκέντρωση ενός μεγάλου αριθμού «πολιτιστικών βιομηχανιών» (με την ευρεία έννοια του όρου) με σκοπό τη δημιουργία περιβάλλοντος που θα ενισχύσει την πολιτιστική παραγωγή και δημιουργικότητα. Γενικά, στο πεδίο της πολιτιστικής πολιτικής διαπιστώνεται μια χωρικού προσανατολισμού στρατηγική πολιτιστικής ανάπτυξης που συνδέει τις πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες με τους σκοπούς της οικονομικής, χωροταξικής και κοινωνικής πολιτικής. (Mommmaas, 2004)

Ο όρος πολιτιστική συγκέντρωση μπορεί να χαρακτηρίσει μια μεγάλη ποικιλία από χωρικές συγκεντρώσεις πολιτιστικών προϊόντων και δραστηριοτήτων. Συχνά χρησιμοποιείται για τις ονομαζόμενες «πολιτιστικές περιοχές» (cultural quarters or clusters), που δημιουργούνται σε υποβαθμισμένες συνοικίες του κέντρου της πόλης, τις οποίες μεταβάλλουν σε δημοφιλείς ελκυστικές γειτονιές για αναψυχή αλλά και πολιτιστική παραγωγή και κατανάλωση. Οι «συγκεντρώσεις» σχηματίζονται μετά από μεγάλης κλίμακας παρεμβάσεις στο αστικό περιβάλλον που στοχεύουν στη δημιουργία ενός πολεοδομικού συνόλου ο πυρήνας του οποίου συγκροτείται από γειτονικά πολιτιστικά προϊόντα ή δραστηριότητες. (Κόνσολα, 2011 α, σ. 2)

Στο παρόν, μας απασχολεί η ανάδειξη των λεγόμενων συγκεντρώσεων (clusters) ως μέρος της διαδικασίας αστικής ανάπλασης και ανάδειξης της εικόνας μιας πόλης. Ένα φεστιβάλ ή ένα πολιτιστικό γεγονός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο για την αισθητική αναβάθμιση του δομημένου περιβάλλοντος, την αναζωογόνηση του συχνά υποβαθμισμένου κέντρου της πόλης και τη δημιουργία ενός φιλόδοξου «πολιτιστικού εμβλήματος» που θα αποτελέσει σημείο αναφοράς στο παρόν και πολιτιστική παρακαταθήκη στο μέλλον.

Επιπλέον, συμβάλλει στην αισθητή βελτίωση της εικόνας της πόλης και την ισχυροποίηση της ιδιαίτερης ταυτότητάς της. Το πολεοδομικό σύνολο της συνοικίας -το κέντρο της πόλης στην προκειμένη περίπτωση- που συχνά περιλαμβάνει, εκτός από τα μεγαλόπρεπα παλιά οικοδομήματα, και εντυπωσιακά σύγχρονα κτίρια και στο οποίο λαμβάνουν χώρα ποικίλες μεγάλης κλίμακας δραστηριότητες, αποτελεί πλέον ένα αναγνωρίσιμο ισχυρό όνομα (brand name) που συμβάλλει στη δημιουργία της εικόνας μιας πόλης δυναμικής και σύγχρονης με κοσμοπολίτικο και καινοτόμο χαρακτήρα. Η αναβαθμισμένη αυτή εικόνα μπορεί κατόπιν να προβληθεί στις διεθνείς εκστρατείες προώθησης της πόλης με τεχνικές του μάρκετινγκ (μάρκετινγκ προορισμού). Τέλος, ένα πολιτιστικό γεγονός μεγάλης κλίμακας προσελκύει πολιτιστικό τουρισμό που συμβάλλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της οικονομίας, όπως θα δούμε και παρακάτω. (Κόνσολα, 2011 α, σ. 2)

Σημαντική για την ανάλυσή μας είναι και η δικτύωση μεταξύ πόλεων που φιλοξενούν φεστιβάλ τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό και ποια μορφή μπορεί αυτή να πάρει, ώστε τα δημιουργούμενα δίκτυα να συνεισφέρουν στην πολιτιστική, οικονομική και τουριστική ανάπτυξη μιας πόλης ή και μιας ευρύτερης περιοχής. Όσον αφορά τα ίδια τα φεστιβάλ, τα αναμενόμενα αποτελέσματα της δικτύωσης σχετίζονται με την μεταξύ τους ανταλλαγή ιδεών, πληροφοριών και τεχνογνωσίας, τη συνεργασία στη διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων και άλλων δραστηριοτήτων, την πιο αποτελεσματική και σε μεγαλύτερη κλίμακα προβολή τους, την προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών, και τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας. (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010)

Ωστόσο, είναι δυνατό να αναγνώσουμε το δίκτυο των φεστιβάλ και από μια άλλη οπτική, αυτή της άνιση γεωγραφικής ανάπτυξης που χαρακτηρίζει τον κόσμο της διεθνούς κινηματογραφικής κουλτούρας. (Stringer, 2011, σ. 184) Περιφερειακά και νεαρά φεστιβάλ -σε μικρότερες πόλεις ή πέραν των μεγάλων κινηματογραφικών κέντρων- είναι δύσκολο να ανταγωνιστούν τα ήδη καθιερωμένα φεστιβάλ που μετρούν μακρόχρονη ιστορία και διαμορφώνουν τις κινηματογραφικές τάσεις, όπως αυτά της Βενετίας, των Καννών και του Βερολίνου στην Ευρώπη.

Η ανάπτυξη των εμπορικών και πληροφοριακών συνδέσμων που συντελείται μέσω των φεστιβάλ κινηματογράφου ανάμεσα στις διοργανώτριες πόλεις ή περιοχές έχει καταστήσει αναγκαία την εδραίωση καινούργιων σχέσεων πυρήνα-περιφέρειας. Υπάρχει μια φανερή ανάγκη ύπαρξης ενός κυρίαρχου κέντρου (τα μεγάλα φεστιβάλ) και δευτερευόντων ή εξαρτώμενων από αυτό το κέντρο περιφερειών (τα μικρά φεστιβάλ). Ο «χάρτης» των φεστιβάλ κινηματογράφου δεν αναπαριστά μονάχα την ύπαρξή τους σε μια τεράστια χωρική κλίμακα, αλλά προσδίδει επίσης και μια χρονική διάσταση στην οργάνωση του κυκλώματος. (Stringer, 2011, σ. 184)

Στο δίκτυο, δεν μας απασχολεί μόνο ότι κάποια φεστιβάλ είναι μεγαλύτερα από τα άλλα, αλλά επίσης και ότι το χρονοδιάγραμμα ή ο προγραμματισμός ή η χρονική διαχείριση της περιόδου των φεστιβάλ καθορίζει τις δραστηριότητες της κάθε πόλης ξεχωριστά σε σχέση με τις άλλες. Οι εκδηλώσεις μετρώνται και συγκρίνονται, τα μέρη που συγκεντρώνουν τους προβολείς διαφοροποιούνται από τα μέρη χαμηλού προφίλ, οι γεμάτες αίγλη και γοητεία τοποθεσίες διαχωρίζονται από τις όχι και τόσο λαμπερές και όχι και τόσο ελκυστικές. Έτσι η ανισότητα ενσωματώνεται στην ίδια τη δομή του δικτύου των διεθνών φεστιβάλ κινηματογράφου. Εν μέρει, η γοργή

ανάπτυξη τέτοιων εκδηλώσεων στη δεκαετία του 1980 και εξής μπορεί να θεωρηθεί ως το λογικό αποτέλεσμα της ανάγκης της παγκόσμιας οικονομίας να παράγει ένα μεγάλο απόθεμα διαφορετικών τοποθεσιών σε διαφορετικές πόλεις, προκειμένου να ανανεώνεται συνεχώς το δίκτυο των φεστιβάλ μέσα από τον ανταγωνισμό και τη συνεργασία. Ακριβώς, όπως οι πόλεις επιδιώκουν να μιμηθούν και να αναπαράγουν η καθεμία την επιτυχία της άλλης μέσα από το χωρικό και πολεοδομικό σχεδιασμό τους. (Stringer, 2011, σ. 184-185)

1.4 Τα φεστιβάλ ως «εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας»

Πριν προχωρήσουμε, κρίνεται χρήσιμο να δώσουμε έναν ορισμό για τις «εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας» στις οποίες εμπίπτουν και τα φεστιβάλ κινηματογράφου. Πρόκειται για εκδηλώσεις που δύνανται να επηρεάσουν τη διοργανώτρια πόλη ή ολόκληρες οικονομίες με την απήχησή τους τόσο στο ευρύ κοινό όσο και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Τα πολιτιστικά γεγονότα, όπως τα φεστιβάλ κινηματογράφου, εμπίπτουν σε μια κατηγορία γεγονότων που ονομάζονται ειδικά γεγονότα (special events), όπως έχει επικρατήσει στη διεθνή βιβλιογραφία (Allen et al, 2005). Τα ειδικά γεγονότα μπορούν να διακριθούν σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με τη διάσταση που λαμβάνουν, όπως:

Mega events: πρόκειται για γεγονότα με πολύπλευρες διαστάσεις, έχουν συνήθως διεθνή απήχηση και επηρεάζουν σε τεράστιο βαθμό τις περιοχές που τα

διοργανώνουν είτε οικονομικά είτε κοινωνικά, ενώ, ταυτόχρονα, δημιουργούν συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των πόλεων που τα φιλοξενούν.

Major events: γεγονότα που αποτελούν ένα αξιόλογο μέσο για τη δημιουργία αναπτυξιακών ευκαιριών για μια περιοχή ή μια πόλη, κυρίως λόγω της απήχησης που λαμβάνουν από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Hallmark Events: γεγονότα που ταυτίζονται με την περιοχή που τα φιλοξενεί και αναδεικνύονται ως το μέσο για τη δημιουργία ελκυστικής εικόνας και αναγνωσιμότητας.

Τοπικά γεγονότα: γεγονότα με τοπική διάσταση που λειτουργούν με κύριο γνώμονα τη συμμετοχικότητα κατοίκων μιας πόλης ή περιοχής σε αυτά. (Allen et all, 2005, σ. 12-16)

Οι εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας αξιοποιούν ένα ευρύ, έως και παγκόσμιο ακροατήριο, λόγω του αριθμού των συμμετεχόντων που προέρχονται από διαφορετικές χώρες σε αυτές. Στην περίπτωση των φεστιβάλ κινηματογράφου που εξετάζεται εδώ, πέραν των θεατών, αναφερόμαστε και στην προσέλκυση ταινιών, καλλιτεχνών και επαγγελματιών του χώρου από διάφορες χώρες. Αυτό καθιστά τον κεντρικό διοργανωτή, την πόλη, επίκεντρο της προσοχής, μέσω της απήχησης τόσο στο ευρύ κοινό όσο και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, εγχώρια και διεθνή. Ταυτόχρονα, μέσω της φιλοξενίας ειδικών γεγονότων, εκδηλώσεων μεγάλης κλίμακας, οι δημοτικές ή μητροπολιτικές αρχές εξασφαλίζουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν και να μετατρέψουν τις υπάρχουσες υποδομές της πόλης, όχι μόνο δηλαδή να διαχειριστούν τη μαζική εισροή των επισκεπτών, αλλά και να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό προορισμό, παρακαταθήκη για τις μέλλουσες γενιές.

Κεφάλαιο 2ο

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, αφού δόθηκε το θεωρητικό πλαίσιο, θα εξετάσουμε τα φεστιβάλ κινηματογράφου ως εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας. Στη συνέχεια, θα υπεισέλθουμε στη σχέση των φεστιβάλ με την πόλη, την εικόνα της πόλης και τα οφέλη που προκύπτουν από τη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων, με γνώμονα την καλούμενη «οικονομία της εμπειρίας». Θα αναφερθούμε, τέλος, στα φεστιβάλ ως δίκτυα και στη σχέση των πόλεων που διοργανώνουν φεστιβάλ μεταξύ τους.

2.1 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου και τα οφέλη για τη διοργανώτρια πόλη

Η άνοδος των φεστιβάλ κινηματογράφου σε παγκόσμια κλίμακα από τη δεκαετία του 1980 κι έπειτα συνδέεται άμεσα με τη διαμόρφωση της ίδιας της σύγχρονης πόλης. Τα φεστιβάλ λειτουργούν ως «πολιτισμικό πλέγμα» εντός του οποίου εντοπίζονται οι σκοποί, δραστηριότητες και ταυτότητες διαφορετικών ομάδων που κινούνται σε μια πόλη. Η άνοδος των φεστιβάλ κινηματογράφου φέρει επίσης οικονομικές, τουριστικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαστάσεις για τις πόλεις που τα φιλοξενούν. Τέλος, μια επιπλέον διάσταση αφορά στην προβολή, αγορά και διακίνηση των κινηματογραφικών ταινιών ανάλογα με τις τοπικές και διεθνείς τάσεις που εντοπίζονται στις σύγχρονες πόλεις. (Stringer, 2011, σ. 179)

Τα φεστιβάλ κινηματογράφου είναι σημαντικά σε τοπικό, εθνικό αλλά και διεθνές επίπεδο. προσελκύουν επισκέπτες για τις πόλεις, εξασφαλίζουν έσοδα για τις εθνικές

κινηματογραφικές βιομηχανίες και εισάγουν τους εθνικούς κινηματογράφους στο παγκόσμιο σύστημα. Οι πόλεις, σε αυτό το πλαίσιο, επιδιώκουν να καθιερώσουν μια ευδιάκριτη αίσθηση ταυτότητας – τη δική τους ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα – αλλά και την εικόνα μια εύρωστης καλλιτεχνικής κοινότητας που τις αποτελεί. Πόλεις σε όλο τον κόσμο, κάτω από αυτό το πρίσμα, κρίνουν αναγκαία τη διοργάνωση των δικών τους εκδηλώσεων, για την κατάκτηση του κύρους ενός παγκόσμιου γεγονότος, αλλά και την επίτευξη διεθνούς εμβέλειας και φήμης. (Stringer, 2011, σ. 183)

Τα οφέλη ενός φεστιβάλ στην τοπική ανάπτυξη αναφέρονται σε διαφορετικούς τομείς: στον εκπαιδευτικό, μέσω της συμμετοχής διαφορετικών ομάδων και οργανισμών, τον καλλιτεχνικό, μέσω της προώθησης της καινοτομίας και εναλλακτικών μορφών καλλιτεχνικής έκφρασης, τον κοινωνικό, μέσω της ενίσχυσης του διαλόγου και την επίτευξη συνοχής, τον πολιτικό, μέσω της τόνωσης της υπερηφάνειας και της ταυτότητας και, φυσικά, τον οικονομικό, μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, εισοδήματος για την πόλη που προέρχεται από τους επισκέπτες και της αναζωογόνησης του συνόλου ή συγκεκριμένων περιοχών. (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010, σ. 2)

Πιο αναλυτικά σχετικά με τον οικονομικό τομέα, τα φεστιβάλ δύνανται να κινητοποιήσουν παράγοντες που συμβάλλουν σε μια γενικότερη οικονομική δραστηριότητα. Δίνουν τη δυνατότητα σε πολλές επιχειρήσεις και οργανισμούς μέσω του θεσμού της χορηγίας να αποκτήσουν έμμεσα ανταποδοτικά οφέλη. Οι ανάγκες τεχνικών-κτιριακών ή άλλων υποδομών που είναι απαραίτητες για ένα φεστιβάλ ωφελούν πολλές άλλες κατηγορίες επαγγελματιών (μηχανικούς, αρχιτέκτονες, κατασκευαστικές εταιρείες, επιχειρήσεις της πολιτιστικής βιομηχανίας). Στα έμμεσα

οικονομικά οφέλη, τέλος, συγκαταλέγεται και η μετάδοση τεχνογνωσίας από ανθρώπους που δουλεύουν για το φεστιβάλ (Σκούλτσος, 2014, σ. 24-26).

Τα φεστιβάλ ως εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας είναι εκδηλώσεις εξ ορισμού σχεδιασμένες για τη συμμετοχή του κοινού. Από την οπτική της κοινότητας, τα φεστιβάλ μπορούν να βοηθήσουν στη διατήρηση των αξιών μέσω της αύξησης του αισθήματος της κοινωνικής ταυτότητας αλλά και μέσω της ανάδειξης της τοπικής κουλτούρας. Παράλληλα, συνιστούν βασικό διαθέσιμο εργαλείο των τοπικών κοινοτήτων, περιφερειών, ακόμα και χωρών, για να αυξήσουν τον τουρισμό τους, να δημιουργήσουν ισχυρές ευκαιρίες branding, να φέρουν τους ανθρώπους κοντά, να εξασφαλίσουν θετική κάλυψη από τα ΜΜΕ, να ενισχύσουν την οικονομία τους και να συμβάλλουν θετικά στη ποιότητα ζωής των ανθρώπων τους. Οι εκδηλώσεις αυτού του είδους προσθέτουν ένα άυλο στοιχείο στον υλικό πολιτισμό της πόλης που τις φιλοξενεί. (Page & Connell, 2014)

Τα φεστιβάλ, τέλος, προωθούν το αίσθημα για τη διατήρηση και ενίσχυση της ιστορικής και πολιτιστικής παράδοσης της πόλης (Hede & Rentschler, 2007, σ. 157). Οι επισκέπτες κατά την διάρκεια των φεστιβάλ έχουν την ευκαιρία να έρθουν σε επαφή με τον τοπικό πολιτισμό, γνωρίζοντας τις αξίες, τα ήθη και τα έθιμα των κατοίκων της περιοχής. Παράλληλα, οι κάτοικοι αλληλεπιδρούν με τους επισκέπτες λαμβάνοντας καινούργια ερεθίσματα. Η επαφή επισκεπτών και μόνιμων κατοίκων δεν θεωρείται μια εύκολη υπόθεση, αλλά, όταν επιτυγχάνεται μια αμοιβαία και ειλικρινής επικοινωνία, τότε το πνευματικό και ηθικό όφελος είναι πολύ μεγάλο. Επίσης, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις ενισχύουν την πολιτιστική εκπαίδευση των ίδιων των κατοίκων, φέρνοντάς τους πιο κοντά στη πολιτιστική τους κληρονομιά.

Παράλληλα, ενθαρρύνουν την ενασχόληση τους με τα πολιτιστικά δρώμενα και τα κοινά του δημόσιου βίου. Αναγκαία προϋπόθεση κρίνεται, όμως, η ίδια η διοργάνωση να αποτελεί έναν αξιόλογο πολιτιστικό θεσμό ο οποίος δύναται να παρακινήσει θετικά την τοπική κοινωνία. (Σκούλτσος, 2014, σ. 27-30)

Πέρα από τα οφέλη, ωστόσο, εντοπίζονται και κάποιες επιπτώσεις, όπως η ανομοιόμορφη αναδιανομή του πλουτισμού στον τοπικό πληθυσμό. Επιπλέον, κοινωνικές αντιπαραθέσεις επιδεινώνονται, λόγω των διαδικασιών της ανάπτυξης και ωραιοποίησης (beautification) της πόλης, οι οποίες εστιάζουν συνήθως σε υποβαθμισμένες περιοχές όπου κατοικούν επί το πλείστον ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Με την πάροδο του χρόνου οι συγκεκριμένες περιοχές αναβαθμίζονται και αυξάνεται η τιμή των ενοικίων. Συνεπώς, οι αρχικοί κάτοικοι και οι μικρές επιχειρήσεις, των οποίων το εισόδημα δεν είναι πλέον βιώσιμο για την εν λόγω περιοχή μετατοπίζονται (φαινόμενο του εξευγενισμού).

2.2 Τα φεστιβάλ και η οικονομία της εμπειρίας

Επιπλέον, από τα βασικά χαρακτηριστικά της σύγχρονης οικονομίας είναι η σπουδαιότητα των «εμπειριών». Οι καταναλωτές αναζητούν όλο και περισσότερες εμπειρίες πέραν των απλών υπηρεσιών, καθώς οι υπηρεσίες χαρακτηρίζονται από την εύκολη αναπαραγωγιμότητα, ενώ οι εμπειρίες είναι εξ ορισμού μοναδικές, απαιτώντας την αλληλεπίδραση του καταναλωτή με τον παραγωγό. (Richards & Palmer, 2010, σ. 21-22)

Τα φεστιβάλ αποτελούν εξαιρετικά μέσα παραγωγής εμπειριών, τόσο λόγω του συγκεκριμένου χρόνου διεξαγωγής τους, όσο και της αλληλεπίδρασης, όχι μόνο μεταξύ των παραγωγών και των καταναλωτών, αλλά και των ίδιων των καταναλωτών -του κοινού- μεταξύ τους. Η κοινή ή αλλιώς συλλογική εμπειρία των φεστιβάλ, η εμπειρία δηλαδή της θέασης που μοιράζεται το κοινό- είναι συχνά αυτό που τα κάνει ξεχωριστά, και προσελκύει συμμετοχές σε αυτά. Επιπλέον, τέτοιου είδους εκδηλώσεις στη σύγχρονη πόλη δημιουργούν την αίσθηση της κοινότητας που πολλοί πιστεύουν ότι η σύγχρονη πόλη έχει χάσει. (Richards & Palmer, 2010, 21-22)

Τα φεστιβάλ, ευρύτερα, μπορούν να αποτελέσουν ένα βήμα για την ανάπτυξη και βελτίωση των κοινωνικών δεσμών του ντόπιου πληθυσμού. Αυτό για να πραγματοποιηθεί θα πρέπει να καλυφθούν όλες εκείνες οι αναγκαίες συνθήκες που θα οδηγήσουν στην υψηλή διασύνδεση του φεστιβάλ με την τοπική κοινωνία. Ο υψηλός βαθμός διασύνδεσης οδηγεί στην ενεργοποίηση συνεργασιών ή συνεργιών, δημιουργώντας αλληλεγγύη στην κοινότητα.

Η αίσθηση των κατοίκων ότι το φεστιβάλ αποτελεί ένα κοινό αγαθό για όλους διαδραματίζει επίσης σημαντικό ρόλο. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ μπορούν, συνεπώς, να συμβάλουν στην επέκταση του κοινωνικού κεφαλαίου δημιουργώντας μια πιο ανθρώπινη, ευέλικτη και ευχάριστη διαβίωση μέσα στην πόλη. Τα φεστιβάλ, επιπλέον, ενεργοποιούν την εθελοντική διάθεση για προσφορά για τον ντόπιο πληθυσμό. Αυτή, όμως, η προσφορά πρέπει να βασίζεται στην πίστη για την παραγωγή πολιτιστικού έργου για την περιοχή. (Σκούλτσος, 2014, σ. 27-30)

2.3 Τα φεστιβάλ κινηματογράφου και η εικόνα της πόλης - Η φεστιβαλική εικόνα

Εκτός από τα άμεσα οφέλη, οικονομικά και κοινωνικά, πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη η σχέση των φεστιβάλ με την εικόνα μιας πόλης. Στην προσπάθεια των πόλεων να προσελκύσουν επενδυτές, κατοίκους -υψηλής εισοδηματικής τάξης- και επισκέπτες και να ανελιχθούν στις σχετικές αστικές ιεραρχήσεις, οι εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας λειτουργούν ως σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Τα φεστιβάλ υποστηρίζουν συνήθως την αλλαγή της εικόνας της πόλης, καθώς την βοηθούν να διαφοροποιηθεί και να αναδείξει την ιδιαίτερη ταυτότητα της. Για να μπορέσουν να τραβήξουν το ενδιαφέρον του κοινού, τα φεστιβάλ θα πρέπει να παρουσιάσουν το αστικό τοπίο διαφορετικά, ως έναν χώρο δηλαδή ειδικά διαμορφωμένο για την πραγματοποίηση ενός μεγάλης κλίμακας γεγονότος, το οποίο, φυσικά, προετοιμάζεται από εξειδικευμένες ιδιωτικές εταιρείες, κρατικούς φορείς και το φορέα διοργάνωσης.

Η διοργάνωση ενός μεγάλου καλλιτεχνικού γεγονότος προϋποθέτει ότι η διοργανώτρια πόλη χαρακτηρίζεται από κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα, διαθέτει ζωντανή πολιτιστική σκηνή, ανοιχτή καλλιτεχνική κοινότητα, πλούσια νυχτερινή ζωή και σηματοδοτεί το «καλό γούστο». Μια τέτοιου είδους θετική πολιτιστική εικόνα προσελκύει τα μέλη της «δημιουργικής τάξης», στην οποία αναφερθήκαμε, η οποία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση της αστικής οικονομικής ανάπτυξης. (Florida, 2002)

«Τα φεστιβάλ είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες της οικονομίας του θεάματος, ακόμη και αν δεν είναι όλα τόσο προσανατολισμένα προς την αγορά, όπως το

Φεστιβάλ των Καννών. Εκείνο το οποίο διαγωνίζεται στα φεστιβάλ δεν είναι τόσο μεμονωμένες ταινίες όσο κινηματογραφικές έννοιες, κινηματογραφικές ιδέες, τρόποι πώλησης, ή αυτό που ο Stephen Heath αποκαλεί 'αφηγηματική εικόνα' ενός κινηματογραφικού έργου». (Elsaesser στο Stringer, 2011, σ. 186)

Αυτό που στην ουσία εμπορεύονται και προβάλλουν πλέον πολλά φεστιβάλ δεν είναι μόνο «αφηγηματικές εικόνες», αλλά η ίδια η «φεστιβαλική εικόνα» μιας πόλης, οι δικές της αντιλήψεις για τη θέση που κατέχει στην παγκόσμια οικονομία, ιδιαίτερα σε σχέση με άλλες πόλεις και φεστιβάλ. (Stringer, 2011, σ. 186)

Αντιμετωπίζοντας τα φεστιβάλ ως συστατικό στοιχείο της σύγχρονης πόλης – ως κάτι που είναι απαραίτητο να διαθέτει κάθε μεγάλη πόλη και σε συνάρτηση με το διεθνή ανταγωνισμό μεταξύ των πόλεων ως προς την προσφορά πολιτιστικών προϊόντων, μπορεί να οδηγηθεί κανείς προς δύο κατευθύνσεις. Η πρώτη αφορά σε εκδηλώσεις που καθιερώνουν φεστιβαλικές εικόνες, μπορούν δηλαδή να παράγουν μια γνήσια τοπική και μοναδική ταυτότητα της πόλης, βασισμένη σε μια κοινή αίσθηση κινηματογραφοφιλίας, στην προκειμένη περίπτωση, και σε μια εμπλοκή με τις δυναμικές διαδικασίες της πολιτισμικής ανταλλαγής. Η δεύτερη κατεύθυνση αφορά στην επικράτηση μιας τουριστικής και εμπορευματοποιημένης αισθητικής, εφόσον ο σχεδιασμός δεν είναι προσεκτικός. (Stringer, 2011, σ. 187-189)

Η φιλοδοξία ενός φεστιβάλ, σε κάθε περίπτωση, ασχέτως του πραγματικού του μεγέθους και της περιοχής από την οποία αντλεί συμμετέχοντες και κοινό, είναι η κατάκτηση του κύρους διοργάνωσης ενός γεγονότος, τόσο μέσα από την εφαρμογή των στρατηγικών προγραμματισμού του όσο και μέσα από την επίτευξη διεθνούς εμβέλειας και φήμης. Παράλληλα, η φιλοδοξία μιας πόλης είναι να χρησιμοποιήσει τα υπάρχοντα μεγάλα φεστιβάλ -του εξωτερικού- ως πρότυπα, έτσι ώστε να φέρει τον

κόσμο των φεστιβάλ σε αυτή και παράλληλα να απλώσει τη φήμη της στο εξωτερικό. (Stringer, 2011, σ. 187-189)

Τα φεστιβάλ, όπως γίνεται αντιληπτό, σχεδιάζονται και προωθούνται εμπορικά γύρω από μία σαφή έννοια ορατότητας. Το φεστιβαλικό κοινό δεν φαίνεται να παρευρίσκεται στα φεστιβάλ με πρωταρχικό σκοπό τόσο να απολαύσει το θέαμα που προσφέρει η εκάστοτε εκδήλωση όσο να αποδείξει την παρουσία του στους εξωτερικούς παρατηρητές. Το θέαμα σχεδιάζεται γύρω από την ιδιαίτερη φεστιβαλική εικόνα μιας πόλης, ώστε να αποτελέσει ταυτόχρονα και μία μοναδική εμπειρία για το κοινό που συνδέεται αναπόσπαστα με την ίδια τη διοργανώτρια πόλη και ό, τι έχει να προσφέρει αυτή στον επισκέπτη. (Stringer, 2011, σ. 188)

Επιπλέον, με δεδομένο ότι εταιρείες στους κλάδους της πληροφορίας, της υψηλής τεχνολογίας και της γνώσης αναζητούν πλέον «περιβάλλοντα πλούσια σε πολιτιστικές δράσεις» για τις επιχειρησιακές τους βάσεις, ώστε να προσελκύσουν τους ειδικευμένους εργαζόμενους και να διατηρήσουν το προσωπικό που χρειάζονται για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί και καινοτόμοι, δηλαδή τη «δημιουργική τάξη», οι πόλεις πρέπει να προσπαθούν όλο και περισσότερο να προβάλλουν τα αντιληπτά πλεονεκτήματά τους σε ό, τι αφορά όχι μόνο την τοποθεσία, τις υποδομές και τα δίκτυα, αλλά και τις πολιτιστικές διεξόδους που προσφέρουν. (Elsaesser, 2005, σ. 94-95)

Η συλλογική μόχλευση της «δημιουργικής τάξης» είναι τέτοια που οι βασικές βιομηχανίες υπηρεσιών βασίζονται στην αγοραστική δύναμη των δημιουργικών εργαζομένων. Για να εξυπηρετήσουν αυτή τη νέα οικονομική τάξη, οι δημοτικές ή

μητροπολιτικές αρχές προσπαθούν να «προικίσουν» την πόλη τους με την αίσθηση ότι είναι ένας τόπος όπου λαμβάνουν χώρα πολιτιστικά γεγονότα, μικρής ή μεγάλης κλίμακας.

Ουσιαστικά, η χωρική διάσταση του αστικού χώρου (κτίρια, υποδομές κτλ) συμπληρώνεται πλέον με μια χρονική διάσταση, με την πόλη να μετατρέπεται στην «προγραμματισμένη» – ή «προγραμματιζόμενη» – πόλη, δηλαδή στον τόπο όπου λαμβάνουν χώρα καθόλη τη διάρκεια του έτους πολιτιστικές εκδηλώσεις με σκοπό την προσέλκυση της «δημιουργικής τάξης». Το γεγονός, βέβαια, ότι ο αστικός χώρος θεωρείται προγραμματιζόμενος και κυκλικός (εκδηλώσεις καθόλη τη διάρκεια του έτους), ωθεί τις πόλεις υποδοχής να ανταγωνίζονται μεταξύ τους όσον αφορά την ελκυστικότητα της τοποθεσίας, την ευκολία για διεθνή πρόσβαση και την αποκλειστικότητα των πολιτιστικών αγαθών που είναι σε θέση να παρουσιάσουν. (Elsaesser, 2005, σ. 94-95)

Μεταξύ των διαφόρων ειδών εκδηλώσεων και φεστιβάλ, ένας ειδικός ρόλος διαμορφώνεται για τα διεθνή φεστιβάλ κινηματογράφου. Πρόκειται για ένα ρόλο σχετικά αποδοτικό, καθώς προσελκύεται τόσο ο τοπικός πληθυσμός όσο και επισκέπτες από το εξωτερικό, με τα φεστιβάλ να συμβάλλουν με αυτόν τον τρόπο στην ανάπτυξη μιας υποδομής κοινωνικότητας -μια κοινότητα των συμμετεχόντων στο φεστιβάλ αλλά και των θεατών-, καθώς και εγκαταστάσεων -αίθουσες και άλλες τοποθεσίες- που εκτιμώνται ιδιαίτερα από τη «δημιουργική τάξη» ως προς την επιλογή μιας πόλης αναφορικά με τις πολιτιστικές διεξόδους που προσφέρει. (Elsaesser, 2005, σ. 98-99)

Τα φεστιβάλ βοηθούν, λοιπόν, στην αναβάθμιση της αναγνωρισιμότητας μιας πόλης, προσφέροντάς της ένα ιδιαίτερο πολιτιστικό προφίλ. Η δημιουργία ενός ισχυρού brand name για μια πόλη θεωρείται βασικό στοιχείο που απασχολεί την αστική πολιτιστική πολιτική. Το μάρκετινγκ πόλεων, ασφαλώς, προσπαθεί να αναβαθμίσει την πολιτιστική προσφορά της πόλης, εν προκειμένου να αποκτήσει σοβαρό προβάδισμα έναντι των ανταγωνιστών-πόλεων, με τα φεστιβάλ να αποτελούν ένα εργαλείο τόνωσης της αναγνωρισιμότητας μιας πόλης, ειδικά όταν προσελκύουν υψηλά επίπεδα δημοσιότητας (Καραχάλης, 2007, σ. 1-14).

Στο ίδιο πλαίσιο, τα φεστιβάλ σε πολλές περιπτώσεις αποτελούν το κύριο τουριστικό παράγοντα προσέλκυσης επισκεπτών. Η βελτίωση της πολιτιστικής ατζέντας μιας πόλης, αποτελεί μια ενδεδειγμένη στρατηγική για τη βελτίωση της τουριστικής προσφοράς. Επίσης, η επαναλαμβανόμενη πραγματοποίηση ενός φεστιβάλ την ίδια περίοδο κάθε έτους το εντάσσει αυτόματα στον πολιτιστικό πλούτο της πόλης αλλά και σε ένα τρόπον τινά αξιοθέατο. Επιπροσθέτως, τα φεστιβάλ μπορούν να σχεδιαστούν μέσω ενός γενικότερου στρατηγικού σχεδίου τουριστικής ανάπτυξης και ανάλογα με τις ανάγκες αυτού του σχεδίου να καθορίζεται και ο χρόνος διεξαγωγής τους. Σε αρκετές περιπτώσεις η υλοποίηση των φεστιβάλ πραγματοποιείται σε περιόδους χαμηλής τουριστικής ζήτησης χωρίς, όμως, αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν εξαιρέσεις. (Σκούλτσος, 2014, σ. 31-32) Πολλές πόλεις έχουν, κατά συνέπεια, επενδύσει αρκετούς πόρους είτε αξιοποιώντας καθιερωμένα φεστιβάλ είτε δημιουργώντας νέα, με γνώμονα την τουριστική ανάπτυξη (Quinn, 2010, σ. 270).

Έτσι, στο πλαίσιο της ανάπτυξης των πόλεων, από τις αρχές του 1980 υπήρξε μια διαδικασία που μπορεί να χαρακτηριστεί ως «φεστιβαλοποίηση», η οποία αφορά

τόσο στη διαδικασία ανάπτυξης των φεστιβάλ όσο και στην αυξανόμενη επιρροή τους στο περιβάλλον τους. Ο όρος αυτός έχει συνδεθεί με την οικονομική αναδιάρθρωση, την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα μεταξύ των πόλεων ως πλατφόρμα μεγάλης κλίμακας για τη δημιουργία και την κατανάλωση της «πολιτιστικής εμπειρίας» (Cudny, 2013, σ. 107).

2.4 Τα φεστιβάλ ως δίκτυο και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους

Η δικτύωση πολιτιστικών και άλλων εμπλεκόμενων φορέων με κοινά χαρακτηριστικά και σκοπούς είναι ένα ακόμη μέσο ανάδειξης των πολιτιστικών πόρων μιας περιοχής, είτε εκείνων που συνδέονται με την πολιτιστική κληρονομιά είτε εκείνων που αφορούν τη σύγχρονη καλλιτεχνική παραγωγή.

Τα δίκτυα φεστιβάλ χρησιμοποιούνται σήμερα για την προβολή και διασύνδεση τόσο των διεθνών φεστιβάλ, τα οποία μπορεί να χαρακτηριστούν ως εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας και υψηλών προδιαγραφών (mega events ή special events), όσο και των τοπικών φεστιβάλ, που φιλοδοξούν, όμως, όχι μόνο να προσελκύσουν επισκέπτες από την ευρύτερη περιοχή του τόπου διοργάνωσης, αλλά και να γίνουν γνωστά, σε εθνικό τουλάχιστον επίπεδο.

Τα δίκτυα, είτε εθνικά είτε διεθνή (όπως τα γνωστά European Festival Association και το International Festivals & Events Association), προωθούν γενικά τη συνεργασία, επικοινωνία και συντονισμό των εμπλεκόμενων φορέων με την ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών, τη διευκόλυνση συμπαραγωγών, την εκπόνηση ερευνών κοινού, την ενημέρωση για πηγές χρηματοδότησης κ.λπ. Σημαντικό

πλεονέκτημα από τη συμμετοχή σε τέτοια δίκτυα είναι, επίσης, η δυνατότητα προβολής, η ενίσχυση της αναγνωσιμότητας και γενικά οι συνέργειες που δημιουργούνται από τη δικτύωση αυτή. (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010)

Τονίζοντας τη σημαντικότητα της δικτύωσης των ευρωπαϊκών φεστιβάλ, με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια το Πρόγραμμα EFFE (Europe for Festivals, Festivals for Europe) από την European Festivals Association (EFA). Είναι μια νέα ευρωπαϊκή πλατφόρμα που έχει ως στόχο να φέρει σε επαφή καλλιτεχνικά/πολιτιστικά Φεστιβάλ που έχουν ως γνώμονα τη βαθιά τους δέσμευση στις τέχνες και τις κοινότητές τους, να αυξήσει την πρόσβαση στα διάφορα ευρωπαϊκά φεστιβάλ μέσω της πληροφόρησης και να εμπλουτίσει το τοπίο των φεστιβάλ προωθώντας τάσεις καλλιτεχνικής αριστείας και καινοτομίας στην παραγωγή τους. (Κόνσολα & Καραχάλης, 2010)

Στο πλαίσιο του δικτύου των φεστιβάλ δεν αποκλείεται ο ανταγωνισμός. Τα φεστιβάλ ανταγωνίζονται μεταξύ τους τόσο για τις πιο επιθυμητές ημερομηνίες στο ετήσιο ημερολόγιο όσο και για την απόκτηση καλύτερου περιεχομένου, όπως ταινίες στην περίπτωση που εξετάζουμε. Αλλά, σε ένα άλλο επίπεδο, αλληλοσυμπληρώνονται κατά μήκος των ίδιων αξόνων. Ο ανταγωνισμός ανεβάζει τα ζητούμενα και προσθέτει αξία στις ταινίες που παρουσιάζονται. Ο ανταγωνισμός, βέβαια, προσκαλεί τη σύγκριση, με αποτέλεσμα τα φεστιβάλ να μοιάζουν όλο και περισσότερο μεταξύ τους στην εσωτερική τους οργάνωση, ενώ επιδιώκουν να διαφοροποιηθούν στην εξωτερική τους αυτοπαρουσίαση και την πρωτοδοτήση που δίνουν στον (θεματικό) προγραμματισμό τους. Πρέπει, επίσης, να βεβαιωθούν ότι ακολουθούν το ένα το άλλο σε μια προκαθορισμένη ακολουθία, η οποία επιτρέπει στους διεθνείς πελάτες

τους – παραγωγούς, κινηματογραφιστές, δημοσιογράφους – να ταξιδεύουν άνετα από το ένα φεστιβάλ στο άλλο. (Stringer, 2011, σ. 182-183)

Με τη βελτιστοποίηση των αντίστοιχων τοπικών πλεονεκτημάτων του -σε απόλυτη σχέση με την εικόνα της πόλης- κάθε φεστιβάλ συμβάλλει στην επίδραση του παγκόσμιου δικτύου, αντισταθμίζοντας τις αρνητικές συνέπειες του ανταγωνισμού (πάνω από τον πεπερασμένο αριθμό ταινιών και το χρονοδιάγραμμα). Τα θετικά αποτελέσματα της οικείας -πανομοιότυπης- μορφής των φεστιβάλ μεταξύ τους και της αξίας αναγνώρισης μιας συγκεκριμένης εκδήλωσης δίνουν, παράλληλα, τη δυνατότητα στους καινοτόμους προγραμματιστές (διαμορφωτές περιεχομένου) να καθορίσουν τις τάσεις ή να αναδείξουν ζητήματα που αφορούν στο πολιτιστικό γίνεσθαι στην πόλη.

Για τις ταινίες, ειδικότερα, που προέρχονται από μη καθιερωμένους δημιουργούς ή από καλλιτέχνες που κάνουν τα πρώτα βήματά τους στο χώρο, η συμμετοχή σε ένα φεστιβάλ καλλιεργεί προσδοκίες αναφορικά με την αναγνώριση και την απόκτηση κύρους. Οι ταινίες γίνονται τώρα για φεστιβάλ, με τον τρόπο που το Χόλιγουντ κατά τη διάρκεια της εποχής των στούντιο έκανε τις ταινίες του για τις ημερομηνίες αποκλειστικότητας των πρώτων κινηματογράφων. Δημιουργείται ένα εναλλακτικό πλαίσιο προβολής των ταινιών, πέραν των μεγάλων στούντιο και ενισχύεται η πολυφωνία. (Stringer, 2011, σ. 185-186)

Θεωρούμενο ως παγκόσμιο, το δίκτυο των φεστιβάλ διαμορφώνει το πλαίσιο της προβολής-εξόδου στο κοινό των περισσότερων ανεξάρτητων ταινιών στο πλαίσιο τόσο μιας διοργάνωσης αλλά και της παγκόσμιας αγοράς (μεγάλα φεστιβάλ, όπως το

Βερολίνο, μπορούν να εξασφαλίσουν μια τέτοια έξοδο). Με βάση την επιτυχημένη συμμετοχή τους στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ, μια ταινία ή ένας δημιουργός μπορούν να συγκεντρώσουν το πολιτιστικό κεφάλαιο και την έκθεση στα ΜΜΕ που απαιτούνται για να εισέλθουν στη συνέχεια στις εθνικές ή τοπικές αγορές. Καμία αφίσα ανεξάρτητης παραγωγής δεν μπορεί να πετύχει διανομή χωρίς το λογότυπο συμμετοχής σε ένα από τα κορυφαία φεστιβάλ του κόσμου, καθώς αυτό προβάλλεται εμφανώς στους τίτλους, όπως οι παραγωγές του Χόλιγουντ φέρουν το λογότυπο του στούντιο. (Elsaesser, 2005, σ. 102)

Τα φεστιβάλ συγκεντρώνουν έναν συνδυασμό οικονομικών, πολιτιστικών, πολιτικών, καλλιτεχνικών και προσωπικών παραγόντων, οι οποίοι αλληλεπιδρούν σε ένα μοναδικό είδος ανταγωνισμού. Βλέποντας τον τρόπο με τον οποίο ανταγωνίζονται και εξαρτώνται από μια τακτική ετήσια προσφορά ενδιαφερόντων, καινοτόμων ή άλλως αξιοσημείωτων ταινιών, δεν είναι περίεργο ότι τα πιο διάσημα μεταξύ των φεστιβάλ προσφέρουν ως βραβεία χρηματοδότηση για την παραγωγή μιας ταινίας, γενικότερα χρήματα έπαθλα ή οργανώνουν ειδικές εκδηλώσεις για νέους δημιουργούς, προκειμένου να δεσμεύσουν νέο και δημιουργικό δυναμικό στην εικόνα (brand) ενός συγκεκριμένου φεστιβάλ. Αυτό σημαίνει ότι για ορισμένες ταινίες η ημερομηνία ολοκλήρωσής τους, η πρώτη προβολή τους ή η χρηματοδότησή τους συνδέεται στενά με τα χρονοδιαγράμματα ενός συγκεκριμένου φεστιβάλ, ενώ πολλοί κινηματογραφιστές στοχεύουν σε μια τέτοια δυνατότητα προβολής για το έργο τους. Εξ ου και η κάπως κυνική αναφορά στο είδος της «φεστιβαλικής ταινίας», η οποία αναφέρεται σε ένα γνήσιο φαινόμενο και στα πλεονεκτήματα που δυνητικά προσφέρει για μια ταινία η συμμετοχή της σε ένα φεστιβάλ. (Elsaesser, 2005, σ. 102)

Κεφάλαιο 3ο

Στο τρίτο μέρος, θα χρησιμοποιήσουμε το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας - «Νύχτες Πρεμιέρας» και συγκεκριμένα την 29η εκδοχή του (τη διοργάνωση του 2023) ως περιπτώσιολογική μελέτη. Στόχος είναι να αναδειχθεί το πως η πόλη, η Αθήνα στην προκειμένη περίπτωση, αποκτά προστιθέμενη αξία μέσω του Φεστιβάλ, όχι μόνο μέσω της διοργάνωσης ενός πολιτιστικού γεγονότος μεγάλης εμβέλειας, αλλά και μέσω του προγραμματισμού-επιλογής των ταινιών (programming) του Φεστιβάλ που, πέραν των ταινιών, στρέφει το ενδιαφέρον στη σύγχρονη πόλη και σε ζήτημα, όπως αυτό της κινηματογραφικής αίθουσας και της συλλογικής εμπειρίας θέασης, με τη δυσάρεστη αφορμή του κλεισίματος του κινηματογράφου INTEAL στο κέντρο της Αθήνας, σταθερού τόπου φιλοξενίας του Φεστιβάλ.

3.1 Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας»

Το φεστιβάλ «Νύχτες Πρεμιέρας» δημιουργήθηκε το 1995 από τη μη κερδοσκοπική Κινηματογραφική Εταιρία Αθηνών και μέχρι σήμερα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα φεστιβάλ κινηματογράφου στην Ελλάδα. Πλήθος κόσμου κάθε χρόνο αναμένει τη διοργάνωση, καθώς ο προγραμματισμός περιλαμβάνει τις μεγαλύτερες ταινίες του παγκόσμιου κινηματογράφου -που έχουν ήδη διακριθεί σε μεγάλα φεστιβάλ του εξωτερικού- κι αυτές που αναμένεται να συγκεντρώσουν τη μεγαλύτερη απήχηση. Περισσότερα από 60 χιλιάδες άτομα παρακολουθούν κάθε χρόνο τις ταινίες που προβάλλονται στο πλαίσιο της διοργάνωσης, οι οποίες κατανέμονται σε κατηγορίες, όπως το διαγωνιστικό μέρος, τα ντοκιμαντέρ, οι ειδικές προβολές και τα

ειδικά αφιερώματα. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024)

Όσον αφορά τα βραβεία του Φεστιβάλ, κάθε χρόνο συστήνεται Επιτροπή από καταξιωμένους επαγγελματίες του κινηματογράφου. Οι κατηγορίες βραβείων είναι το Διεθνές Διαγωνιστικό, τα Ντοκιμαντέρ, οι Ελληνικές Μικρές Ιστορίες (μικρού μήκους), Βραβεία Πρωτοεμφανιζόμενων και το Βραβείο Σκηνοθεσίας της Πόλης των Αθηνών το οποίο απονέμεται στην ταινία με την πιο ολοκληρωμένη σκηνοθετική άποψη. Παράλληλα, το φεστιβάλ έχει θεσπίσει Βραβείο Κοινού για την καλύτερη ταινία, η οποία επιλέγεται με βάση τις καθημερινές ψηφοφορίες του κοινού. Χορηγός βραβείου κοινού είναι η εταιρία Fischer Beer. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024)

Στόχος του Φεστιβάλ είναι να αναδείξει τις καλύτερες ταινίες της χρονιάς -κάνουν πρεμιέρα στο Φεστιβάλ και στη συνέχεια αποκτούν διανομή στις κινηματογραφικές αίθουσες- και να φέρει κοντά τους λάτρεις του κινηματογράφου με τον ευρωπαϊκό, παγκόσμιο και τον ανεξάρτητο αμερικάνικο κινηματογράφο. Το Φεστιβάλ έχει αναδείξει, μέσω των επιλογών του προγράμματός του, μετέπειτα σπουδαίες φωνές του παγκόσμιου σινεμά, όπως οι σκηνοθέτες Πολ Τόμας Άντερσον, Σοφία Κόπολα, Τζέιμς Γκρέι, Πάολο Σορεντίνο, Ντάνι Μπόιλ και Σον Μπέικερ. Επίσης, έχει φιλοξενήσει μεγάλα ονόματα του ξένου και ελληνικού κινηματογραφικού χώρου, όπως οι Γιώργος Λάνθιμος, Κώστας Γαβράς, Πίτερ Γκρίναγουεϊ, Γουίτ Στίλμαν, Φατίχ Ακίν, Κιμ Κι Ντουκ, Άρι Φόλμαν, Πάβελ Παβλικόφσκι, Τζέιν Μπίρκιν, Σάλι Πότερ, Αλεξάντρ Ντεσπλά, Γκασπάρ Νοέ, Κρίστιαν Πέτζολντ, Τομ Τίκβερ, Λοράν Καντέ, Άντρεα Άρνολντ, Λιν Ράμσεϊ, Τζούλιαν Τεμπλ, Θόδωρος Αγγελόπουλος. (29ο Διεθνές

Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024) Πρόκειται για την ανάγκη να δει το κοινό κάτι που δεν μπορεί να παρακολουθήσει αλλού, η προσπάθεια για προβολή ενός διαφορετικού κινηματογράφου από αυτόν που κυρίως προβάλλουν οι εταιρείες διανομής ταινιών. (Αϊβαλιώτης, 2014, σελ. 73)

Ως Φεστιβάλ έχει οργανωτική δομή και τμήματα σχετικά με τις διάφορες κατηγορίες προγράμματος, όπως είναι ενδεικτικά του διεθνούς διαγωνιστικού, αφιερωμάτων, ελληνικών μικρού μήκους, καθώς επίσης συντονισμού, προβολής, ιστοσελίδας, social media, επικοινωνίας, παραγωγής κ.α.. Το Φεστιβάλ «Νύχτες Πρεμιέρας» πραγματοποιείται σε συνεργασία με το περιοδικό Cinemagazine και σε συνδιοργάνωση με τον Οργανισμό Πολιτισμού, Αθλητισμού και Νεολαίας του Δήμου Αθηναίων (ΟΠΑΝΔΑ), με την ενίσχυση του Υπουργείου Πολιτισμού και Αθλητισμού. Την εν λόγω διοργάνωση υποστηρίζουν όμιλοι εταιρειών ως χορηγοί, καθώς επίσης και μια σειρά από χορηγούς επικοινωνίας και προβολής του Φεστιβάλ. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023)

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο όγκος των ταινιών είναι ιδιαίτερα μεγάλος για να καλύψει επαρκώς όλες τις ημέρες διεξαγωγής και γι αυτό οι προβολές πραγματοποιούνται σε μια σειρά από κινηματογράφους της Αθήνας παράλληλα. Εισιτήρια μπορεί το κοινό να προμηθεύεται ηλεκτρονικά, από το Φεστιβάλ και τις αίθουσες προβολής. Το κοινό δύναται, επίσης, να προμηθευτεί κάρτες διαρκείας για πολλαπλές προβολές, ενώ υπάρχουν ειδικές ρυθμίσεις εισόδου με κάρτες ΑμεΑ. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024 β)

Όσον αφορά τη δράση και τη δικτύωση του Φεστιβάλ, σε ευρωπαϊκό επίπεδο αξίζει να σημειωθεί η συμμετοχή του στο πανευρωπαϊκό δίκτυο των φεστιβάλ «Eurora Film Festivals» από το Φεστιβάλ Κινηματογράφου του Galway, με στόχο την ανταλλαγή απόψεων, τη δημιουργία κοινών θέσεων, ανταλλαγή στρατηγικών, ανάπτυξη πόρων και επιχειρηματικών πρακτικών, ενισχύοντας και ενδυναμώνοντας τον ρόλο και τη θέση των ευρωπαϊκών φεστιβάλ κινηματογράφου. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας αποτελεί ένα από τα 12 ιδρυτικά μέλη του δικτύου. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024)

Σήμερα, το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας έχει αλλάξει πολύ, με τις αλλαγές να γίνονται ευμενώς αποδεκτές από το κοινό. Τα τελευταία χρόνια έχει συμπεριλάβει περισσότερα τμήματα, όπως το Διεθνές Διαγωνιστικό, το τμήμα Μουσική και Κινηματογράφος, ένα τμήμα με ελληνικές ταινίες μικρού μήκους, ενώ καθιέρωσε το βραβείο «Χρυσή Αθηνά» για τα διαγωνιστικά του τμήματα. Επίσης, έχει καλεσμένους και παράλληλες εκδηλώσεις, ενώ τα τμήματα του προγραμματισμού και το γραφείο τύπου έχουν αναβαθμιστεί σε σχέση με το παρελθόν, γεγονός που φαίνεται κυρίως από την προβολή του Φεστιβάλ στα μέσα επικοινωνίας, αλλά και από τον τρόπο που επιλέγονται οι ταινίες. Παραμένει πάντως ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα φεστιβάλ για το κοινό, αφού δεν έχει τα χαρακτηριστικά εκείνα που θα το καθιστούσαν ανταγωνιστικό σε διεθνές επίπεδο φεστιβάλ κινηματογράφου. (Αϊβαλιώτης, 2014, σ. 71)

3.2 Βασικά χαρακτηριστικά των Διεθνών Φεστιβάλ Κινηματογράφου. Το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας - 29η Διοργάνωση

Με αναφορά τα όσα αναπτύξαμε στα δύο προηγούμενα κεφάλαια, συνοψίζουμε εδώ ότι για να κατανοήσουμε τα φεστιβάλ κινηματογράφου και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, είναι απαραίτητο να εστιάσουμε σε αυτά ως συγκεκριμένους χώρους έκθεσης, σε συνάρτηση με την πόλη που τα φιλοξενεί, και να καθορίσουμε τι τα διαφοροποιεί από άλλους τρόπους προβολής και παρακολούθησης ταινιών. Τι ξεχωρίζει, ουσιαστικά, μια προβολή στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ από μια προβολή σε ένα σινεμά; Εκτιμώνται οι ταινίες που προβάλλονται σε φεστιβάλ διαφορετικά από όταν προβάλλονται κάπου αλλού; Αποκτούν επιπρόσθετη αξία σε συνάρτηση με τη διοργάνωση και την πόλη; Και πώς επηρεάζει η προβολή στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ τους δημιουργούς-κινηματογραφιστές;

Τα φεστιβάλ αποτελούν μέσα παραγωγής εμπειριών, τόσο λόγω της διεξαγωγής τους στο πλαίσιο της ίδιας της πόλης όσο και της αλληλεπίδρασης, όχι μόνο μεταξύ των καλλιτεχνών και δημιουργών που συμμετέχουν σε αυτά αλλά και των θεατών μεταξύ τους. Η κοινή ή αλλιώς συλλογική εμπειρία των φεστιβάλ, η εμπειρία δηλαδή της θέασης που μοιράζεται το κοινό, είναι συχνά αυτό που τα κάνει ξεχωριστά, και προσελκύει συμμετοχές σε αυτά. Επιπλέον, τέτοιου είδους εκδηλώσεις στη σύγχρονη πόλη δημιουργούν την αίσθηση της κοινότητας. Οι πόλεις, από την πλευρά τους, μέσω τέτοιου είδους διοργανώσεων οι οποίες λειτουργούν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, επιδιώκουν να προσελκύσουν επενδυτές, κατοίκους -υψηλής εισοδηματικής τάξης- ή και, γενικότερα, επισκέπτες.

Σημαντική είναι και η γιορτινή διάσταση του θεσμού όπως αυτή αντικατοπτρίζεται στην ίδια τη λέξη «φεστιβάλ». Πρόκειται για ένα θέαμα που χαρακτηρίζεται από την εορταστική ατμόσφαιρα, με όλους τους συμμετέχοντες, επισκέπτες και εργαζόμενους ενός φεστιβάλ να συμμετέχουν σε μια γιορτή στο επίκεντρο της οποίας βρίσκεται ο κινηματογράφος και ενίοτε η ίδια η πόλη. Η γιορτή αυτή διαρκεί για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και συμπεριλαμβάνει προβολές, συζητήσεις, σεμινάρια και πολλές ακόμα παράλληλες εκδηλώσεις. Η πόλη «φοράει τα καλά της» θέλοντας να δείξει το καλύτερό της πρόσωπο, ενώ και οι άνθρωποι που θα βρεθούν σε κοντινούς στο φεστιβάλ χώρους καταλαβαίνουν, ακόμα και αν δεν το γνωρίζουν, ότι κάτι ξεχωριστό συμβαίνει. (Αϊβαλιώτης, 2014, σ. 81)

Όπως κάθε γιορτή, έτσι και το Φεστιβάλ Κινηματογράφου κάνει αισθητή την ύπαρξή του στην πόλη με πολλούς και διάφορους τρόπους, από την ανάρτηση αφισών και πανό στους δημόσιους χώρους και την κυκλοφορία διαφημιστικών σποτ στα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας μέχρι τη δημοσίευση άρθρων σε εφημερίδες και περιοδικά. Χαρακτηριστικό γνώρισμα είναι και ο ασυνήθιστα μεγάλος αριθμός ανθρώπων που συγκεντρώνεται και κινείται στην ευρύτερη περιοχή όπου πραγματοποιείται το φεστιβάλ. Το φεστιβάλ αναδεικνύεται, κατά συνέπεια, ως το γεγονός των ημερών -κατά τις οποίες διεξάγεται- και συγχρόνως συνδέεται άμεσα με το αντικείμενό του, που είναι ο κινηματογράφος, οι προβολές, δηλαδή, των ταινιών στις αίθουσες. (Αϊβαλιώτης, 2014, σ. 83)

Πέρα από την επίσημη προβολή της γιορτινής διάστασης, υπάρχει και η προσωπική πλευρά, ο τρόπος δηλαδή που βιώνουν τη συμμετοχή τους στο φεστιβάλ οι κινηματογραφιστές, το κοινό αλλά και οι εργαζόμενοι σε αυτό. Οι περισσότεροι

αναφέρονται σε ένα έντονο συναίσθημα που αφορά στο ότι κάποιος βρίσκεται τόσο κοντά σε κάτι που τον γοητεύει. Πρόκειται για έναν, κατά κάποιον τρόπο, εξωραϊσμό, που κάνει τον εκάστοτε συμμετέχοντα να αποτιμά ως θετικό ό,τι συμβαίνει γύρω του. Μόνο όμως τις μέρες που πραγματοποιείται το φεστιβάλ, τότε που η γιορτή για τον επισκέπτη, είναι γιορτή και για τον οικοδεσπότη. (Αίβαλιώτης, 2014, σ. 84)

Προχωρώντας στα ειδικά χαρακτηριστικά των φεστιβάλ, το μέγεθος είναι ένα από τα πιο προφανή στοιχεία της διάκρισης μεταξύ τέτοιου είδους εκδηλώσεων. Συνήθως ο αριθμός των ταινιών που προβάλλονται, ο αριθμός των επισκεπτών και ο οικονομικός προϋπολογισμός για τη διεξαγωγή μιας τέτοιας εκδήλωσης συσχετίζονται. Αναφορικά με τα μεγέθη που εξετάζουμε εδώ, το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας είναι μια εκδήλωση μεγάλης κλίμακας που αναπτύσσεται συνεχώς. Η 29η διοργάνωση διήρκεσε 12 μέρες, περιέλαβε 3 διαγωνιστικά τμήματα, 150 ταινίες, πολυαναμενόμενες πρεμιέρες, 35 διεθνείς καλεσμένους (σκηνοθέτες και παραγωγούς), καθώς και πλήθος παράλληλων εκδηλώσεων. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 α)

Επιπλέον, για τα νεότερα φεστιβάλ, όπως αυτό της Αθήνας, η ανάπτυξη σε όλα τα επίπεδα (περιεχόμενο, κοινό κτλ) συνήθως σηματοδοτεί και την επιτυχία, παρέχοντας πρόσβαση σε περισσότερους οικονομικούς πόρους και προωθώντας τη βιωσιμότητα για τη διοργάνωση. Το μέγεθος, με άλλα λόγια, μπορεί να είναι ένδειξη ωριμότητας, με τις περισσότερες διοργανώσεις να ξεκινούν μικρές και να χρειάζονται χρόνο για να αναπτυχθούν και να αποκτήσουν σημασία για το κοινό. (de Valck, 2016, σ. 2)

Το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας ξεκίνησε πριν από 29 χρόνια χειροποίητο σχεδόν να διοργανώνεται με πρωτοβουλία του εξειδικευμένου περιοδικού κινηματογράφου «Σινεμά», φτάνοντας το 2023 να αποτελεί εκδήλωση μεγάλης κλίμακας για την πόλη της Αθήνας, φιλοξενώντας ταινίες και καλλιτέχνες διεθνούς κύρους, με πολυάριθμο αριθμό επισκεπτών. Συγκεκριμένα ως προς τα στοιχεία προσέλευσης, όπως αναφέρθηκε από τον παρουσιαστή της εκδήλωσης κ. Αλέξανδρο Πέρρο, στην Τελετή Λήξης της διοργάνωσης, η συμμετοχή του κοινού στο φετινό φεστιβάλ στάθηκε εντυπωσιακή συνοψίζοντας τις προβολές των 29ων Νυχτών Πρεμιέρας σε δύο λέξεις: sold out! (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 α)

Μια άλλη παράμετρος που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι η προβολή που εξασφαλίζεται για τα φεστιβάλ. Τα μεγάλα κινηματογραφικά φεστιβάλ κατά κανόνα διαφημίζονται ως «διεθνείς» εκδηλώσεις, που σημαίνει ότι δεν απευθύνονται μόνο σε τοπικό ή εθνικό κοινό, αλλά στοχεύουν συγκεκριμένα στην προσέλκυση διεθνών επισκεπτών και προσκεκλημένων. Η διοργάνωση ενός διεθνούς φεστιβάλ κινηματογράφου περιλαμβάνει πρόσθετες υπηρεσίες, όπως τον υποτιτλισμό ταινιών σε παγκοσμίως ομιλούμενες γλώσσες (συνήθως αγγλικά ή γαλλικά), τη λειτουργία γραφείων Τύπου, τη λειτουργία παράλληλων εκδηλώσεων για τους εκπροσώπους του κλάδου (παραγωγοί, διανομείς κτλ), την οργάνωση προβολών Τύπου και τη διευκόλυνση των ευκαιριών δικτύωσης αλλά και των κοινωνικών εκδηλώσεων (πάρτυ). Τέτοιες υπηρεσίες απαιτούν σημαντική χρηματοδότηση και, ως εκ τούτου, τα διεθνή φεστιβάλ κινηματογράφου εξαρτώνται περισσότερο από την οικονομική υποστήριξη της εκδήλωσης από διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη. (de Valck, 2016, σ. 3)

Το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας εξελίσσεται κι αυτό κατά αυτόν τον τρόπο, εξασφαλίζοντας τις συνέργειες του Δήμου της Αθήνας (Οργανισμός Πολιτισμού και Αθλητισμού του Δήμου Αθηναίων), κατά κύριο λόγο, της Περιφέρειας Αττικής και το Επιχειρησιακό της Πρόγραμμα ΕΣΠΑ, του Υπουργείου Ανάπτυξης και του Υπουργείου Πολιτισμού, του ΕΚΟΜΕ (Εθνικό Κέντρο Οπτικοακουστικών Μέσων και Επικοινωνίας) αλλά και μεγάλου αριθμού χορηγών. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 β)

Εκτός από τις προφανείς τοποθεσίες, όπως οι κοσμοπολίτικες πόλεις (Βερολίνο, Βενετία, Κάννες), μπορεί κανείς να συναντήσει φεστιβάλ που διοργανώνονται σε μικρότερες πόλεις με στόχο να ενισχύσουν την ελκυστικότητα της τοποθεσίας ως τουριστικού προορισμού. Εκτός από τους κατοίκους της περιοχής, όλα αυτά τα φεστιβάλ απευθύνονται σε διεθνή ακροατήρια που επισκέπτονται την πόλη ή την περιοχή με άλλους πρωταρχικούς σκοπούς. (Lee, 2013) Αυτό σηματοδοτεί μια βασική διαφορά από τα μεγάλα διεθνή φεστιβάλ κινηματογράφου, τα οποία έχουν διανομείς, αγοραστές, αντιπροσώπους πωλήσεων και χορηγούς ως το κύριο κοινό τους (Peranson στη de Valck, 2016, σ. 2-3). Στην περίπτωση της Αθήνας, με το φεστιβάλ, να βρίσκεται στο μεταίχμιο ανάμεσα στο τοπικό και στο διεθνές, θα υποστηρίξαμε ότι η διοργάνωση απευθύνεται τόσο σε εξειδικευμένο σινεφίλ τοπικό κοινό αλλά και σε διεθνές ακροατήριο που, πέραν της επίσκεψης στην πόλη, αναζητά μια αυθεντική εμπειρία -οικονομία της εμπειρίας- που συνδέεται με την πόλη (μοναδικότητα εκδήλωσης).

Αναφορικά με την προβολή των κινηματογραφικών φεστιβάλ, δε θα πρέπει να εξετάζουμε μόνο τον τρόπο με τον οποίο τα φεστιβάλ διαφέρουν ως προς την απήχησή τους σε διεθνές, εθνικό και τοπικό κοινό, αλλά να λαμβάνουμε, επίσης, υπόψη ότι ορισμένα φεστιβάλ στοχεύουν σε συγκεκριμένες κοινότητες ή δημογραφικές ομάδες. (Lee, 2013) Αυτή η κατηγορία εκδηλώσεων μπορεί να περιγραφεί ως «φεστιβάλ με βάση την ταυτότητα», καθώς η θεματική επιλογή των ταινιών που προβάλλονται σε αυτά γίνεται με βάση κρίσιμα ζητήματα που αφορούν συγκεκριμένες κοινότητες και ομάδες. (de Valck, 2016, σ. 3)

Τα μικρά φεστιβάλ, συμπληρωματικά, διαχειρίζονται εξειδικευμένα κοινά και δημιουργούν νέες ευκαιρίες, ενώ τα μεγάλα φεστιβάλ και ιδιαίτερα τα φεστιβάλ παγκόσμιας εμβέλειας προσελκύουν καθιερωμένους στο χώρο επαγγελματίες και απευθύνονται σε μια ευρύτερη αγορά. Για τα μικρότερα φεστιβάλ, επίσης, οι διαδικασίες του χωρικού σχεδιασμού είναι εξαιρετικά σημαντικές. Ο καθορισμός των τοπικών χαρακτηριστικών των φεστιβάλ μέσω της ταύτισής τους με συγκεκριμένες πόλεις προϋποθέτει τις σχέσεις που αυτά δημιουργούν και σταδιακά παγιώνουν μέσω των τοπικών συμβουλίων, επιχειρήσεων, κυβερνήσεων και κοινοτήτων, όπως επίσης και το πώς όλα τα παραπάνω συσχετίζονται με τα παγκόσμια δίκτυα φεστιβάλ που διαθέτουν ισχύ και επιρροή. (Stringer 2011, σ. 188)

Εκτός από τις γενικές εκδηλώσεις, οι οποίες προβάλλουν όλους τους τύπους ταινιών, πολλά φεστιβάλ επιλέγουν να επικεντρωθούν σε ένα είδος. Τέτοιες εξειδικευμένες ή θεματικές εκδηλώσεις μπορεί να καλύπτουν όλο το φάσμα της κουλτούρας υψηλού έως χαμηλού επιπέδου, να καλύπτουν εξειδικευμένες προτιμήσεις ή και να απευθύνονται μόνο σε επαγγελματίες του χώρου. Πιθανώς, τα πιο γνωστά φεστιβάλ

με βάση το είδος είναι αυτά για ντοκιμαντέρ. (de Valck, 2016, σ. 3) Στην περίπτωση της Αθήνας, η έμφαση δίνεται στη μυθοπλασία, με ένα κεντρικό διαγωνιστικό τμήμα, στο ντοκιμαντέρ, με ένα δεύτερο διαγωνιστικό τμήμα, στις ταινίες μικρού μήκους αλλά και σε αφιερώματα-ρετροσπεκτίβες με θεματικό προσανατολισμό που διαφοροποιείται κάθε χρόνο. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2024)

Μπορεί να μην είναι πάντα ξεκάθαρο, ωστόσο, εάν ένα φεστιβάλ πρέπει να αναλυθεί με βάση την προβολή που εξασφαλίζει ως διοργάνωση ή με τις ταινίες που συμπεριλαμβάνει, καθώς τα δύο αυτά τείνουν να είναι αλληλένδετα. Με αυτόν τον τρόπο, εναπόκειται στη βασική δραστηριότητα του προγραμματισμού να «γεφυρώσει» προβολή και περιεχόμενο, ξεκινώντας με τις ταινίες και στη συνέχεια προσπαθώντας να βρούμε το κατάλληλο κοινό γι αυτές (de Valck 2016, σ. 4).

Συνοψίζοντας, η φιλοδοξία ενός φεστιβάλ, σε κάθε περίπτωση, ασχέτως του μεγέθους και της περιοχής υλοποίησης, είναι η κατάκτηση του κύρους διοργάνωσης ενός γεγονότος, τόσο μέσα από την εφαρμογή των στρατηγικών προγραμματισμού του όσο και μέσα από την επίτευξη διεθνούς εμβέλειας και φήμης. Παράλληλα, η φιλοδοξία μιας πόλης είναι να χρησιμοποιήσει τα υπάρχοντα μεγάλα φεστιβάλ -του εξωτερικού- ως πρότυπα, έτσι ώστε να φέρει τον κόσμο των φεστιβάλ σε αυτή και παράλληλα να απλώσει τη φήμη της στο εξωτερικό. (Stringer, 2011, σ. 185-186)

Εκδηλώσεις όπως το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας, βάσει και των ανωτέρω χαρακτηριστικών, μπορούν να παράγουν μια γνήσια τοπική και μοναδική ταυτότητα για την πόλη. Το θέαμα σχεδιάζεται γύρω από την ιδιαίτερη φεστιβαλική

εικόνα μιας πόλης, ώστε να αποτελέσει ταυτόχρονα και μία μοναδική εμπειρία για το κοινό. Στην περίπτωση των «Νυχτών Πρεμιέρας», οι προβολές στους κινηματογράφους του κέντρου της Αθήνας αλλά και οι παράλληλες εκδηλώσεις σε τοποθεσίες του κέντρου της πόλης συνιστούν μια τέτοιου είδους εμπειρία για το θεατή-επισκέπτη. Η επίσκεψη, δηλαδή, στην Αθήνα μπορεί να συνδυαστεί και με μια κινηματογραφική εμπειρία η οποία διαδραματίζεται σε συγκεκριμένη τοποθεσία της πόλης, όπως, για παράδειγμα, ένα από τα πιο παλιά σινεμά του ιστορικού κέντρου.

3.3 Το θέμα του Φεστιβάλ - Το ζήτημα της «αίθουσας» στον πυρήνα του Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας

Κύριο κομμάτι στη διοργάνωση ενός φεστιβάλ είναι η ύπαρξη ενός κεντρικού θέματος, γεγονός που θα μας απασχολήσει ιδιαίτερα στη συγκεκριμένη ενότητα. Το κεντρικό θέμα έχει ως βασικό ρόλο να διαδώσει τον κύριο στόχο ενός φεστιβάλ και αποτελεί τον κεντρικό άξονα γύρω από τον οποίο θα οργανωθούν τα υπόλοιπα μέρη του φεστιβάλ. Αυτό το κεντρικό θέμα μπορεί να έχει πολιτισμικό, πολιτικό, περιβαλλοντολογικό κ.α. χαρακτήρα, ή μπορεί να είναι ένας συνδυασμός όλων αυτών και αυτό ποικίλει ανάλογα με την εκάστοτε διοργάνωση. Δύναται δε να διαφοροποιείται κάθε χρόνο βάσει των γενικότερων τάσεων, καθώς και των πολιτικών, κοινωνικών και λοιπών συνθηκών.

Η χρήση του θέματος έχει γίνει σημαντική, επειδή παρέχει μια μορφή αναγνώρισης και ασφάλειας για τον καταναλωτή. Επιλέγοντας το αναγνωρίσιμο-κεντρικό θέμα, ένα φεστιβάλ μπορεί να συνδεθεί με σημαντικές δυνητικές αγορές ανθρώπων που

ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο ζήτημα ή τα προϊόντα με τα οποία αυτό σχετίζεται. (Richards & Palmer, 2010, σ. 49) Για παράδειγμα, η διοργάνωση φεστιβάλ προς τιμή κάποιου καλλιτέχνη διεθνούς φήμης θα προσελκύσει κοινό που ενδιαφέρεται για το συγκεκριμένο καλλιτέχνη ή τη σχολή που ακολουθεί. Άλλα θέματα μπορεί να είναι λιγότερο ελκυστικά σε διεθνές κοινό, αλλά δημοφιλή στο κοινό μιας τοπικής κοινωνίας, όπως το κλείσιμο των κινηματογράφων στο κέντρο της Αθήνας που θα εξετάσουμε παρακάτω.

Το θέμα πολλών φεστιβάλ, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη σύνδεση τους με το δομημένο περιβάλλον μιας πόλης ή με συγκεκριμένα κτίρια ή χαρακτηριστικές τοποθεσίες μέσα σε αυτή. Για παράδειγμα, οι εκδηλώσεις ενός φεστιβάλ για τον εορτασμό της ίδρυσης της πόλης να πραγματοποιούνται, με εμβληματικά κτίρια της πόλης ως φόντο. Θέματα μπορούν να δημιουργηθούν από σχεδόν οποιαδήποτε πολιτιστική αναφορά σε μια πόλη. Με τον τρόπο αυτό, η περιοχή έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει την εικόνα μιας ζωντανής, δυναμικής τοποθεσίας (Richards & Palmer, 2010, σ. 49-50). Η περσινή διοργάνωση του Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας, όπως αναφέραμε, με κεντρική θεματική την «αίθουσα προβολής» έστρεψε το ενδιαφέρον στη σύγχρονη πόλη και στα ζητήματα της συλλογικής εμπειρίας θέασης, με τη δυσάρεστη αφορμή του κλεισίματος του κινηματογράφου INTEAL, σταθερού τόπου φιλοξενίας του Φεστιβάλ.

3.4 Προστιθέμενη Αξία - Πως η ανάδειξη ζητημάτων που αφορούν στη σύγχρονη πόλη καθιέρωσε την 29η διοργάνωση των «Νυχτών Πρεμιέρας»

Πιο αναλυτικά ως προς το θέμα του φεστιβάλ και την απόκτηση αξίας μέσα από αυτό, τα φεστιβάλ παραδοσιακά επιλέγουν ως περιεχόμενό τους ταινίες ιδιαίτερης καλλιτεχνικής, πολιτιστικής, εθνικής ή κοινωνικοπολιτικής αξίας. Υπενθυμίζουμε, άλλωστε, ότι τα φεστιβάλ δημιουργήθηκαν ως ξεχωριστή ζώνη, όπου τέτοιες ταινίες θα μπορούσαν να προβληθούν εκτός της κυρίαρχης κινηματογραφικής βιομηχανίας, και δεν ισχύουν εμπορικές συμβάσεις. Στα φεστιβάλ οι ταινίες δεν χρειάζεται να αποφέρουν έσοδα. Η συμβολή τους, στο πλαίσιο ενός φεστιβάλ, δεν είναι να αποφέρουν έσοδα (ως προϊόντα), αλλά να προβληθούν «τα καλύτερα» των εθνικών κινηματογράφων, ως καλλιτεχνικά επιτεύγματα και έκφραση μιας ιδιαίτερης πολιτιστικής ταυτότητας. (de Valck 2008, σ. 210)

Σε κάθε περίπτωση, τα κινηματογραφικά φεστιβάλ δεν συνιστούν απλώς εναλλακτικούς χώρους προβολής ταινιών, καθώς παίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση μιας συγκεκριμένης κινηματογραφικής κουλτούρας. Αυτό που κάνει τα φεστιβάλ κινηματογράφου να ξεχωρίζουν είναι αυτή καθεαυτή η δυνατότητα που φέρουν, ώστε να προσθέτουν αξία στις ταινίες και στους δημιουργούς τους. Διαγωνιστικά και λοιπά τμήματα, αφιερώματα και βραβεία χρησιμοποιούνται από μέρους των φεστιβάλ για να τιμήσουν συγκεκριμένες ταινίες και κινηματογραφιστές, τοποθετώντας τους πάνω από την όποια διαδικασία προσέλκυσης εσόδων. (de Valck 2008, σ. 210)

Απαραίτητη στη διαδικασία ανάδειξης νέων ταινιών και των δημιουργών τους είναι η παρουσία στις διοργανώσεις εκπροσώπων των μέσων ενημέρωσης, με στόχο την επίτευξη παγκόσμιας προβολής. Επιπλέον, η παρουσία εκπροσώπων των μέσων στα φεστιβάλ προσθέτει επιπλέον αξία για τις ταινίες, καθώς τα Μέσα καλύπτουν ό, τι

είναι άξιο λόγου και υψηλού ενδιαφέροντος, με αποτέλεσμα και να αυξάνεται η αξία των ταινιών που ανάγονται σε πολιτιστικά αγαθά αλλά και των δημιουργών τους. (de Valck 2008, σ. 210)

Πέραν της εξασφάλισης επιπλέον αξίας για τις ταινίες που συμμετέχουν ή διαγωνίζονται σε ένα φεστιβάλ, ο ανεξάρτητος προγραμματισμός (δηλ. η επιλογή των ταινιών στο πλαίσιο μιας διοργάνωσης) σηματοδοτεί τη δεύτερη όψη του νομίσματος ως προς την απόκτηση προστιθέμενης αξίας. Η τάση στα φεστιβάλ είναι να δίνεται μεγαλύτερη βαρύτητα στις ταινίες ως έργα τέχνης, δηλαδή στην ποιότητα, και στους κινηματογραφιστές ως δημιουργούς. Τα μεγάλα φεστιβάλ κινηματογράφου προσάρμοσαν τις διαδικασίες επιλογής τους και άρχισαν να επιλέγουν-προγραμματίζουν τα ίδια τις ταινίες τους αντί να προσκαλούν τις χώρες να στείλουν συμμετοχές σε αυτά. (de Valck 2008, σ. 211)

Από αυτό το σημείο και μετά, τα φεστιβάλ δεν ήταν μόνο σε θέση να προσθέσουν αξία μέσω ανταγωνιστικών προγραμμάτων προβολής και διαδικασιών βράβευσης, αλλά επίσης να παρέμβουν πιο άμεσα στη διαμόρφωση μιας κινηματογραφικής κουλτούρας, θέτοντας τα ίδια το πρόγραμμα (περιεχόμενο), ως μεγάλες εκδηλώσεις με παρουσία εκπροσώπων του Τύπου. Παραδείγματα θεμάτων που μπορούν να αποτελέσουν μέρος του προγραμματισμού ενός φεστιβάλ κυμαίνονται από την κινηματογραφική καινοτομία και τις βιογραφίες έως τους αγώνες πολιτικής ελευθερίας και θέματα ταμπού όπως η σεξουαλικότητα, η φυλή και το φύλο. Στο σύγχρονο δίκτυο φεστιβάλ κινηματογράφου, όπως ήδη αναφέραμε, ορισμένα φεστιβάλ έχουν εξειδικευμένο θεματικό προγραμματισμό, για παράδειγμα, με

έμφαση στην επιστημονική φαντασία ή στον queer κινηματογράφο. (de Valck 2008, σ. 211)

Ο αυξημένος ανταγωνισμός μεταξύ των φεστιβάλ, καθώς ολοένα και μεγαλώνει ο αριθμός τους παγκοσμίως, είχε καταστήσει πλέον απαραίτητο οι διοργανώσεις αυτές να μιμούνται η μία την άλλη, αφενός, ως προς τη μορφή, δηλαδή τις πρώτες προβολές, τα τμήματα κτλ, αφετέρου, ως προς το θέμα, προσδιορίζοντας την περιοχή στην οποία θα κινηθούν για να «παρέμβουν» στην κινηματογραφική κουλτούρα. Κατά συνέπεια, γίνεται αντιληπτό ότι τα φεστιβάλ προσπαθούν συνεχώς να βελτιώσουν τη θέση τους στο δίκτυο των φεστιβάλ, ενώ χρησιμοποιούν τη δύναμη της προστιθέμενης αξίας και του προγραμματισμού του περιεχομένου τους, προωθώντας τις ταινίες και τους κινηματογραφιστές που θεωρούν ότι έχουν ιδιαίτερο καλλιτεχνικό, πολιτιστικό, εθνικό ή κοινωνικοπολιτικό ενδιαφέρον, κερδίζοντας και τα ίδια σε αξία μέσα από αυτό. (de Valck 2008, σ. 211)

Τα «νέα» φεστιβάλ, όπως αυτό της Αθήνας που εξετάζουμε εδώ, είναι πιο φιλόξενα για το ευρύ κοινό. Το περιεχόμενό τους, επιλέγοντας θεματικές που άπτονται σύγχρονων πολιτικών, κοινωνικών και καλλιτεχνικών ζητημάτων γίνεται περισσότερο επίκαιρο από ποτέ, προσελκύοντας περισσότερους θεατές. Η συγκεκριμένη τάση, φυσικά, σχετίζεται άμεσα με την «οικονομία της εμπειρίας», στην οποία αναφερθήκαμε εκτενώς σε προηγούμενη ενότητα. Το πλαίσιο των φεστιβάλ, άλλωστε, προσθέτει ένα άλλο επίπεδο εμπειρίας για τις προβολές ταινιών οι οποίες απευθύνονται σε έναν αυξανόμενο αριθμό θεατών (που κυρίως ανήκουν δημιουργική τάξη). Σήμερα, ο μέσος θεατής ενός φεστιβάλ δεν είναι πλέον ο κλασικός σινεφίλ, του

οποίου το κύριο ενδιαφέρον αφορά τις ταινίες που προβάλλονται. Τα φεστιβάλ προσελκύουν μια ποικιλία κινηματογραφόφιλων, και για μερικούς θεατές η εμπειρία του να αποτελέσουν μέρος του φεστιβάλ, του μοναδικού περιβάλλοντος, των πρώτων προβολών, των επίσημων προσκεκλημένων είναι εξίσου σημαντική και μερικές φορές πιο σημαντική από το περιεχόμενο αυτό καθαυτό. (de Valck 2008, σ. 213)

Προσελκύοντας ένα μεγαλύτερο και πιο διευρυμένο κοινό, τα φεστιβάλ δίνουν την ευκαιρία σε περισσότερους ανθρώπους να εξοικειωθούν με πιο σύνθετο και υψηλής καλλιτεχνικής αξίας περιεχόμενο. Σε κάθε περίπτωση, δεν πρέπει να παραβλέπουμε ότι στη διαδικασία της διαμόρφωσης ενός κριτηρίου -αισθητικής και ποιότητας- για το κοινό χρειάζεται πολλή έκθεση και κριτική επεξεργασία. Τα φεστιβάλ ενθαρρύνουν, μέσω του προγραμματισμού του περιεχομένου τους, τους θεατές να εξερευνήσουν τις άγνωστες και πιο τολμηρές πτυχές του προγράμματός τους. (de Valck 2008, σ. 213)

Στην περίπτωση που εξετάζουμε εδώ, το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας, μέσω του προγραμματισμού του τόσο σε επίπεδο επιλογής ταινιών όσο και σε επίπεδο ανάδειξης ζητημάτων που αφορούν στη σύγχρονη πόλη στην 29η εκδοχή του κατάφερε να προσδώσει προστιθέμενη αξία στη διοργάνωση συνολικά. Το ζήτημα που αναδείχθηκε το 2023 ήταν η οργανική σχέση του κινηματογράφου με την ίδια την πόλη, κάτω από τον τίτλο: «Χωρίς σινεμά, δεν υπάρχει πολιτισμός. Χωρίς πολιτισμό, δεν υπάρχει πόλη.» Το ζήτημα που αναδείχθηκε αφορούσε στην πόλη

που χάνει τα σινεμά της και κατ' επέκταση χάνει μαζί τους και ένα σημαντικό κομμάτι από τον πολιτισμό της, υλικό και άυλο.

Σύμφωνα με την ομιλία του Καλλιτεχνικού Διευθυντή του Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας, κ. Λουκά Κατσίκας, στη συνέντευξη Τύπου για την έναρξη του Φεστιβάλ:

«Τι είναι ένα κινηματογραφικό φεστιβάλ, πέρα από τις ταινίες που προβάλλει, τις εκδηλώσεις που φιλοξενεί, το κοινό που υποδέχεται, τις προτάσεις που συστήνει, τις ανακαλύψεις και συγκινήσεις που μοιράζεται με τους αγαπημένους του θεατές; Ένα κινηματογραφικό φεστιβάλ είναι πάνω απ' όλα η αίθουσα. Χωρίς αυτή δεν υπάρχει φεστιβάλ. Χωρίς αυτή δεν υπάρχει σινεμά. Και χωρίς αυτή δεν υπάρχει πολιτισμός, εκτός κι αν ως πολιτισμός γίνεται πλέον αντιληπτή η συνήθεια της οικιακής ψυχαγωγίας κι αν ως αίθουσα έχουμε φτάσει σε σημείο να θεωρούμε το σαλόνι, το καθιστικό ή την κρεβατοκάμαρα του σπιτιού μας.» (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 β)

Το 29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», μέσω του προγραμματισμού του θέλησε να προσδώσει προστιθέμενη αξία στη διοργάνωση εστιάζοντας στην πόλη που το φιλοξενεί και στις αλλαγές που έχουν συντελεστεί σε αυτή αναφορικά με τα πολιτισμικά τοπία, με αφορμή το κλείσιμο του ιστορικού κινηματογράφου INTEAL. Παράλληλα, πέραν της ανάδειξης του συγκεκριμένου ζητήματος, ένα από τα τμήματα - αφιερώματα του Φεστιβάλ, με 14 επιλεγμένες ταινίες, επικεντρώθηκε στην κινηματογραφική αίθουσα και, συγκεκριμένα, στη βραχύβια ιστορία του κινηματογράφου Scala στο Λονδίνο. Μιας αίθουσας που πρόλαβε να αφήσει πίσω της σεβαστό πολιτιστικό αποτύπωμα και να επηρεάσει μια ολόκληρη γενιά, κατ' αναλογία της περίπτωσης του INTEAL, του ιστορικού κινηματογράφου της Αθήνας που, έπειτα από 100 χρόνια λειτουργίας, έκλεισε το Δεκέμβριο του 2023. (29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 β)

Σύμφωνα πάλι με τον κ. Κατσίκας:

«Το κέντρο της πρωτεύουσας που κάποτε φιλοξενούσε τις περισσότερες κινηματογραφικές αίθουσες του αστικού χάρτη, συρρικνώνεται και σταδιακά αφανίζεται. Τα σινεμά κλείνουν το ένα μετά το άλλο. Για τον λόγο αυτό, λοιπόν, και για το μέλλον που ξημερώνει για τη βιωσιμότητα της αίθουσας στην πρωτεύουσά μας και για τη βιωσιμότητα της κινηματογραφικής εμπειρίας, οι Νύχτες Πρεμιέρας φέτος δεν γιορτάζουν, αλλά αποχαιρετούν το INTEAL.»
(29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», 2023 β)

Συμπεράσματα

Η σχέση των κινηματογραφικών φεστιβάλ με τις πόλεις που τα φιλοξενούν αποτελεί ένα ενδεικτικό παράδειγμα της συνάντησης των επιστημών του αστικού χώρου και των κινηματογραφικών σπουδών. Τα φεστιβάλ κινηματογράφου είναι σημαντικά σε τοπικό, εθνικό και πανεθνικό επίπεδο, καθώς φέρνουν επισκέπτες στις πόλεις, έσοδα στις εθνικές κινηματογραφικές βιομηχανίες και εισάγουν τις εθνικές κινηματογραφικές κουλτούρες στο παγκόσμιο κινηματογραφικό σύστημα.

Οι πόλεις, μέσω της προώθησης και διοργάνωσης των φεστιβάλ κινηματογράφου, επιδιώκουν να καθιερώσουν μια ευδιάκριτη αίσθηση ταυτότητας και κοινότητας, τη δική τους ιδιαιτερότητα και μοναδικότητα. Πόλεις σε όλο τον κόσμο κρίνουν αναγκαία τη διοργάνωση των δικών τους εκδηλώσεων, για την κατάκτηση του κύρους της διοργάνωσης μιας εκδήλωσης μεγάλης κλίμακας αλλά και την επίτευξη διεθνούς εμβέλειας και φήμης.

Σημαντική για την ανάλυση της σχέσης των κινηματογραφικών φεστιβάλ με τις πόλεις που τα φιλοξενούν είναι η αποσαφήνιση εννοιών, όπως δημιουργικότητα, δημιουργικός κλάδος, δημιουργική οικονομία, δημιουργική τάξη, δημιουργική πόλη, οι οποίες ολοένα και κερδίζουν έδαφος στις πολιτισμικές και αστικές σπουδές. Τόσο η παραγόμενη αξία -συμβολική και μη- αλλά και η απασχόληση στους κλάδους αυτούς όσο και ο ρόλος του πολιτισμού και της δημιουργικότητας στη διαμόρφωση της «εικόνας» των σύγχρονων πόλεων τοποθετούν τον πολιτισμό και τη δημιουργικότητα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος.

Ο πολιτισμός και η δημιουργικότητα αποτελούν, εξάλλου, ένα πεδίο ανάλυσης απαραίτητο για την κατανόηση της χωρικής και, πιο συγκεκριμένα, αστικής ανάπτυξης. Ο ρόλος του πολιτισμού και της δημιουργικότητας έχει αλλάξει αρκετές φορές τις τελευταίες δεκαετίες, τείνοντας σήμερα να μετατραπεί σε παράγοντας της οικονομικής ανάπτυξης μέσω της αυξανόμενης σημασίας των συμβολικών ιδιοτήτων των σύγχρονων πολιτιστικών προϊόντων, όπως ένα φεστιβάλ, αλλά και του χώρου, μέσω της σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ πόλης, πολιτισμού και δημιουργικότητας. Κατά συνέπεια, οι πολιτιστικοί και δημιουργικοί κλάδοι αποτελούν πλέον βασικό συστατικό της ανάπτυξης περιοχών και -ιδίως- πόλεων στο σύνολο σχεδόν του αναπτυγμένου κόσμου.

Επιπλέον, με δεδομένο ότι εταιρείες στους κλάδους της πληροφορίας, της υψηλής τεχνολογίας και της γνώσης αναζητούν πλέον «περιβάλλοντα πλούσια σε πολιτιστικές δράσεις» για τις επιχειρησιακές τους βάσεις, ώστε να προσελκύσουν τους ειδικευμένους εργαζόμενους και να διατηρήσουν το προσωπικό που χρειάζονται για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί και καινοτόμοι, δηλαδή τη «δημιουργική τάξη», οι πόλεις πρέπει να προσπαθούν όλο και περισσότερο να προβάλλουν τα αντιληπτά πλεονεκτήματά τους σε ό, τι αφορά όχι μόνο την τοποθεσία, τις υποδομές και τα δίκτυα, αλλά και τις πολιτιστικές διεξόδους που προσφέρουν. (Florida, 2022)

Σε αυτό το πλαίσιο, εξετάζοντας τα φεστιβάλ κινηματογράφου ως εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας αλλά και πολιτιστικά αγαθά, επικεντρωθήκαμε στα οφέλη που προκύπτουν για μια πόλη από τη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων. Τα φεστιβάλ υποστηρίζουν την αλλαγή της εικόνας της πόλης, καθώς την βοηθούν να διαφοροποιηθεί και να αναδείξει την ιδιαίτερη ταυτότητα της. Για να μπορέσουν να

τραβήξουν το ενδιαφέρον του κοινού, της «δημιουργικής τάξης», τα φεστιβάλ πρέπει να παρουσιάσουν το αστικό τοπίο διαφορετικά, ως έναν χώρο δηλαδή ειδικά διαμορφωμένο για την πραγματοποίηση ενός μεγάλης κλίμακας γεγονότος.

Η διοργάνωση, άλλωστε, ενός μεγάλου καλλιτεχνικού γεγονότος προϋποθέτει ότι η διοργανώτρια πόλη χαρακτηρίζεται από κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα, διαθέτει ζωντανή πολιτιστική σκηνή, ανοιχτή καλλιτεχνική κοινότητα, πλούσια νυχτερινή ζωή και σηματοδοτεί το «καλό γούστο». Η πόλη μέσω της διοργάνωσης μιας εκδήλωσης μεγάλης κλίμακας καθίσταται επίκεντρο της προσοχής, μέσω της απήχησης τόσο στο ευρύ κοινό όσο και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, εγχώρια και διεθνή. Ταυτόχρονα, μέσω της φιλοξενίας ειδικών γεγονότων, οι τοπικές αρχές εξασφαλίζουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν και να μετατρέψουν τις υπάρχουσες υποδομές, όχι μόνο δηλαδή να διαχειριστούν τη μαζική εισροή των επισκεπτών, αλλά και να δημιουργήσουν ένα ελκυστικό προορισμό, παρακαταθήκη για τις μέλλουσες γενιές.

Τέλος, χρησιμοποιώντας την περίπτωση της Αθήνας και το Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας - «Νύχτες Πρεμιέρας» (29η διοργάνωση - 2023) επιχειρήσαμε να αναδείξουμε το πως η πόλη αποκτά προστιθέμενη αξία μέσω του Φεστιβάλ, όχι μόνο μέσω της διοργάνωσης ενός πολιτιστικού γεγονότος μεγάλης εμβέλειας, αλλά και μέσω του προγραμματισμού, της επιλογής των ταινιών, που στρέφει το ενδιαφέρον σε ζητήματα που αφορούν στη σύγχρονη πόλη.

Το ζήτημα που αναδείχθηκε το 2023 ήταν η οργανική σχέση του κινηματογράφου με την ίδια την πόλη, κάτω από τον τίτλο: «Χωρίς σινεμά, δεν υπάρχει πολιτισμός. Χωρίς πολιτισμό, δεν υπάρχει πόλη» και αφορούσε στην πόλη που χάνει τα σινεμά

της και κατ' επέκταση χάνει μαζί τους και ένα σημαντικό κομμάτι από τον πολιτισμό της, υλικό και άυλο.

Τα φεστιβάλ βοηθούν, λοιπόν, στην αναβάθμιση της αναγνωρισιμότητας μιας πόλης, προσφέροντάς της ένα ιδιαίτερο πολιτιστικό προφίλ. Αποτελούν μέσα παραγωγής εμπειριών, τόσο λόγω της διεξαγωγής τους στο πλαίσιο της ίδιας της πόλης όσο και της αλληλεπίδρασης, όχι μόνο μεταξύ των καλλιτεχνών και δημιουργών που συμμετέχουν σε αυτά αλλά και των θεατών μεταξύ τους. Η κοινή ή αλλιώς συλλογική εμπειρία των φεστιβάλ, η εμπειρία δηλαδή της θέασης που μοιράζεται το κοινό, είναι συχνά αυτό που τα κάνει ξεχωριστά, και προσελκύει συμμετοχές σε αυτά.

Το 29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας», μέσω του προγραμματισμού του θέλησε να προσδώσει προστιθέμενη αξία στη διοργάνωση εστιάζοντας στην πόλη που το φιλοξενεί και στις αλλαγές που έχουν συντελεστεί σε αυτή αναφορικά με τα πολιτισμικά τοπία, με αφορμή το κλείσιμο του ιστορικού κινηματογράφου INTEAL.

Βιβλιογραφία

Allen, J., O 'Toole, W., McDonnell, I., Harris, R. (2005). *Festival and special event management*. John Wiley & Sons, Australia.

Allen J., Shaw P., (2000). *Festivals mean Business, The shape of Arts Festivals in the UK*. British Arts Festival Association Report, London.

Cudny, W. (2013). Festival tourism - The concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geograficky Casopis*, 65, 105–118.

de Valck, M. (2016). Introduction: What is a Film Festival? How to Study Festivals and Why You Should. In *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice* (pp. 1-11). Routledge.

de Valck, M. (2008). Conclusion – Successful or Safe? The Strengths and Weaknesses of the Film Festival Network. In *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia* (pp. 203-216). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048506729-007>

Elsaesser, T. (2005). Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe. In *European Cinema: Face to Face with Hollywood* (pp. 82-107). Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.1515/9789048505173-005>

Elsaesser, T. (1993). Images for Sale: The “New British Cinema”. In Lester Friedman (ed.) *Fires Were Started: British Cinema and Thatcherism* (pp. 52-69). London: UCL Press.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, life, community and everyday life*. London, England: Basic Books.

Hede, A.-M., & Rentschler, R. (2007). Mentoring volunteer festival managers: Evaluation of a pilot scheme in regional Australia. *Managing Leisure*, 12(2–3), 157–170. doi:10.1080/13606710701339397

Lee, T.-K. (2013). *Public Culture and Cultural Citizenship at the Thessaloniki International Film Festival*. Doctoral dissertation, Harvard University.

Mommaas, H. (2004). Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, 41, 507–532. doi:10.1080/0042098042000178663

Page, S., & Connell, J. (Eds.). (2014). *The Routledge handbook of events*. London, England: Routledge.

Quinn, B. (2009). *Festivals, events and tourism*. doi:10.4135/9780857021076.n27

Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. doi:10.4324/9780080940960

Stringer, J. (2011). Οι παγκόσμιες πόλεις και η οικονομία των διεθνών φεστιβάλ κινηματογράφου. Στο Σηφάκη, Πούπου, Νικολαΐδου (επιμ.) *Πόλη και κινηματογράφος: θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις* (σ. 179-192). Νήσος, Αθήνα.

Αϊβαλιώτης, Κ. (2014). Πολιτισμός, ντοκιμαντέρ και κινηματογραφικό Φεστιβάλ: μια εθνογραφική προσέγγιση. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα. Διαθέσιμο στο: <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/36779>

Αυδίκος, Β. (2014). *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Εκδόσεις Επίκεντρο, Αθήνα.

Καραχάλης, Ν.-Γ. (2007). Πολιτισμός και Τοπική Ανάπτυξη: Ο ρόλος των πολιτιστικών και τουριστικών περιοχών στη σύγχρονη πόλη. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα. Διαθέσιμο στο: <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/15382#page/1/mode/2up>

Κόνσολα Ν. (2011 α). Δίκτυα μουσείων στη σύγχρονη πόλη. Πρακτικά 9ου Συνεδρίου Του Ελληνικού Τμήματος Της Ευρωπαϊκής Εταιρείας Περιφερειακής Επιστήμης.

Κόνσολα Ν. (2011 β). Αστική αναζωογόνηση και πολιτιστική κληρονομιά. Τόμος Τιμητικός Για Τον Καθηγητή Παύλο Λουκάκη.

Κόνσολα, Ν., & Καραχάλης, Ν. (2010). Πολιτιστική Δράση και Τοπική Ανάπτυξη: Τα φεστιβάλ στις ελληνικές πόλεις της περιφέρειας. Στο Πρακτικά 16ου Συνεδρίου Συλλόγου Ελλήνων Περιφερειολόγων - Η Περιφερειακή Διάσταση της Νέας Στρατηγικής Ευρώπη 2020 (σ. 364-375.). Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Σύλλογος Ελλήνων Περιφερειολόγων.

Κουρτέσης, Α. (2008). Δημιουργικές πόλεις και Θεσσαλονίκη: Μια αρχική θεώρηση. Στο Καυκαλάς Γρ, Λαμπριανίδης Λ. και Παπαμίχος Ν. (επιμ.) *Η Θεσσαλονίκη στο Μεταίχμιο: Η πόλη από τη σκοπιά των αλλαγών*. Κριτική, Αθήνα.

Σκουлтσος Σ., (2014). Τα event/εκδηλώσεις ως τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου: χαρακτηριστικά της αγοράς και σχεδιασμός. Διδακτορική Διατριβή. Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Μυτιλήνη. Διαθέσιμο στο: <http://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/34754#page/1/mode/2up>

29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας». (2024, 26 Φεβρουαρίου). Editorial. https://www.aiff.gr/editorial/arthro/29o_diethnes_festibal_kinimatografou_tis_athinas_nyxtes_premieras-15554475/

29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας». (2023 α, 11 Οκτωβρίου), *ΤΕΛΕΤΗ ΛΗΞΗΣ & ΑΠΟΝΟΜΗ ΒΡΑΒΕΙΩΝ: Χωρίς σινεμά, δεν υπάρχει πολιτισμός. Χωρίς πολιτισμό, δεν υπάρχει πόλη*. [δελτίο Τύπου]. <https://www.aiff.gr/nea/>

29ο Διεθνές Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Αθήνας «Νύχτες Πρεμιέρας». (2023 β, 21 Σεπτεμβρίου), *ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΥΠΟΥ: Οι πανηγυρικές 29ες Νύχτες Πρεμιέρας* [δελτίο Τύπου]. <https://www.aiff.gr/nea/>