

# ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



## ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ

### ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΗ: ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΜΑΥΡΙΚΟΣ

ΑΜ: 3821051

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ: ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ ΝΤΑΝΑ

**«Η σύγχρονη βιομηχανία του κινηματογράφου και η διάκριση του  
κοινού της.»**

Contemporary film industry and the distinction of its audience»

ΒΟΛΟΣ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2025

## Περίληψη

Οι ραγδαίες αλλαγές στην παραγωγή και κατανάλωση του κινηματογράφου τον 21<sup>ο</sup> αιώνα προκαλούν συζητήσεις για την φύση της έβδομης τέχνης σήμερα, με το σχόλιο του πολυβραβευμένου σκηνοθέτη Μάρτιν Σκορσέζε -σχετικά με την σειρά ταινιών με υπερήρωες της Μάρβελ- ότι «δεν είναι σινεμά»(Nick de Semlyen, 2019) να προκαλεί αντιδράσεις. Συνδυάζοντας τις θεωρίες του Μπαζέν για το τί είναι κινηματογράφος, τις ιδέες του ΜακΛούαν για τα μέσα, την προσέγγιση του Αντόρνο και Χορκχάιμερ για την μαζική κουλτούρα και την βιομηχανία του πολιτισμού του Μπουρντιέ για τη διάκριση και το πολιτισμικό κεφάλαιο καθώς και μια μαρξιστική ανάλυση της τάξης, θα μελετήσω στοιχεία της βιομηχανίας του κινηματογράφου σήμερα, αναλύοντας το ιστορικό της πλαίσιο και την πολιτισμική διαφοροποίηση του κοινού της βιομηχανίας αυτής από τις απαρχές της μέχρι σήμερα.

Ο κινηματογράφος έχει μετατραπεί σε ένα μέσο πολύ διαφορετικό από αυτό που ήταν όταν ξεκινούσε να είναι διαθέσιμο στο κοινό του. Οι λόγοι γι' αυτή τη διαφοροποίηση είναι πολλοί: αρχικά ήταν ο τρόπος διανομής με την άνοδο των διαδικτυακών υπηρεσιών βίντεο κατ' απαίτηση (video on demand, streaming), ενώ ακολούθησαν η στροφή της βιομηχανίας προς τα πολυμεσικά franchise, η περιορισμένη διανομή ταινιών στις κινηματογραφικές αίθουσες και η χρήση των φεστιβάλ κινηματογράφου ως εργαλείο εξευγενισμού. Όλα τα παραπάνω έχουν μετατρέψει τον κινηματογράφο σε έναν καλλιτεχνικό πεδίο όπου διακρίνονται αρκετές ταξικές και πολιτισμικές διαφορές στο πλαίσιο του κοινού που τον επιλέγει.

Συγκεκριμένα ο κινηματογράφος στον δυτικό κόσμο έχει παραλλαχθεί ως προς τους ανθρώπους που τον παρακολουθούν. Στις αρχές ήταν ένα μέσο που προτιμούσε η βιομηχανική εργατική τάξη του στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, λόγω της προσβασιμότητας που υπήρχε σε αυτόν. Καθώς όμως γίνεται μια ολοένα και λιγότερο προσβάσιμη προς αυτή μορφή τέχνης, οι υψηλότεροι εισοδηματίες παρακολουθούν πιο συχνά σινεμά από τις χαμηλότερα μισθολογικές τάξεις. Έτσι, η ταξική σύνθεση του κινηματογραφικού κοινού προς τα ανώτερα στρώματα, την αστική τάξη και την εργατική αριστοκρατία γίνεται εμφανής στη σύσταση των επισκεπτών στις κινηματογραφικές αίθουσες.

**ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ:** Κινηματογραφική Βιομηχανία, Μαζική Κουλτούρα, Πολιτισμικό Κεφάλαιο, Θεωρία Των Μέσων, Διάκριση, Πολυμέσικο Φραντσαίζ, Πλατφόρμες Κατ' Απαιτησή/Streaming

## **SUMMARY**

The rapid changes in film production and viewership in the 21st century have sparked debates about the nature of the 7th art today, with award-winning director Martin Scorsese's comment—regarding Marvel's superhero film series—that “they're not cinema” causing a stir. Combining Bazin's theories on what cinema is, McLuhan's ideas on media, Adorno and Horkheimer's approach to mass culture and Bourdieu's culture industry theory on distinction and cultural capital, as well as a Marxist analysis of class, I will examine elements of the film industry today, analyzing its historical context and the cultural differentiation of its audience from its beginnings to the present day.

Cinema has become a medium very different from what it was when it first became available to the public. There are many reasons for this change: initially, it was the mode of distribution with the rise of online video-on-demand services (video on demand, streaming), followed by the industry's shift towards multimedia franchises, limited distribution of films in cinemas, and the use of film festivals as a tool for gentrification. All of the above have transformed cinema into an artistic field where there are significant class and cultural differences among its audience.

Specifically, cinema in the Western world has changed in terms of the people who attend it. In the beginning, it was a medium preferred by the industrial working class in the early 20th century because of its accessibility. However, as this art form becomes less and less accessible, higher income earners go to the cinema more often than lower income groups. Thus, the class composition of the cinema audience towards the upper tier, the bourgeoisie, and the labor aristocracy becomes apparent in the composition of cinema attendees.

**KEYWORDS:** film industry, mass culture, cultural capital, media theory, distinction, multimedia franchise, video on demand/streaming

## **Πίνακας Περιεχομένων**

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ 4**

**ΚΕΦ. 1<sup>ο</sup> – Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΗ 7**

**ΚΕΦ. 2<sup>ο</sup> – ΜΑΖΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ 10**

2.1. Κινηματογράφος και τεχνολογία .....10

2.2. Ο κινηματογράφος ως Μαζική κουλτούρα ..... 11

2.3. Η Πολιτιστική βιομηχανία .....13

**ΚΕΦ. 3<sup>ο</sup> - ΤΟ ΣΙΝΕΜΑ ΣΗΜΕΡΑ, Α24, ΦΕΣΤΙΒΑΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ**

**ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΣ 19**

3.1. Η κατάσταση της βιομηχανίας του κινηματογράφου σήμερα .....20

3.2. Η επιτυχία των φεστιβάλ κινηματογράφου και η Α24 .....21

3.3. Το καλλιτεχνικό κοινό και ο εξευγενισμός .....23

**ΚΕΦ. 4<sup>ο</sup> – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ 25**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 26**

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το φθινόπωρο του 2019 ο σκηνοθέτης Μάρτιν Σκορσέζε προωθούσε την καινούρια του ταινία. Η ταινία «Ο Ιρλανδός» (The Irishman, 2019) αποτελούσε το επόμενο βήμα για τον βραβευμένο με Όσκαρ και χρυσό φοίνικα σκηνοθέτη, καθώς ήταν η πρώτη φορά που μια συνδρομητική πλατφόρμα βίντεο κατ' απαίτηση (video on demand) θα αναλάμβανε την διανομή και την παραγωγή ταινίας του. Παράλληλα, θα χρησιμοποιούσε εφέ αντιγήρανσης στον χαρακτήρα του Ρόμπερτ Ντε Νίρο, εφέ τα οποία είχαν χρησιμοποιηθεί σε ταινίες μεγάλων πολυμεσικών σειρών/franchise όπως αυτές της Marvel. Στο πλαίσιο αυτό, ο Σκορσέζε ερωτήθηκε -σε συνέντευξη για το περιοδικό Empire- σχετικά με την γνώμη του για τις ταινίες της Marvel, και δήλωσε ότι:

*«Αυτό δεν είναι κινηματογράφος. Ειλικρινά, το πιο κοντινό που μπορώ να σκεφτώ, όσο καλοφτιαγμένες και αν είναι, με ηθοποιούς που κάνουν ό,τι καλύτερο μπορούν υπό τις περιστάσεις, είναι τα θεματικά πάρκα. Δεν είναι ο κινηματογράφος των ανθρώπων που προσπαθούν να μεταφέρουν συναισθηματικές, ψυχολογικές εμπειρίες σε έναν άλλο άνθρωπο» (Nick de Semlyen, 2019).*

Η δήλωση του αντιμετωπίστηκε με μικτές αντιδράσεις. Σκηνοθέτες και συντελεστές ταινιών με υπερήρωες όπως ο James Gunn υπερασπίστηκαν τα έργα τους, παρά την απογοήτευση που τους προκάλεσε η δήλωση του Σκορσέζε (Breznican, 2019). Ο Chris Hemsworth, ο ηθοποιός πίσω από τον Captain America στο franchise της Marvel, ήταν απόλυτος θεωρώντας την κριτική του Σκορσέζε λανθασμένη, και υποστήριξε ότι οι ταινίες με υπερήρωες είναι από τις λίγες που γεμίζουν τις κινηματογραφικές αίθουσες (Vena, 2024). Αντίθετα σκηνοθέτες της ίδιας γενιάς/ηλικίας με τον Σκορσέζε υποστήριζαν την θέση του. Ο Francis Ford Coppola, σκηνοθέτης του «Ο Νονός» (1972) και του «Αποκάλυψη τώρα» (1979) χαρακτήρισε με πιο αυστηρό τρόπο τις ταινίες Marvel: «είναι ειδεχθείς, περιμένεις να κερδίσεις κάτι [από τον κινηματογράφο], λίγη γνώση, λίγη έμπνευση...δεν ξέρω αν κερδίζει κανείς κάτι βλέποντας την ίδια ταινία ξανά και ξανά» (Shoard, 2019). Ο βρετανός αριστερός σκηνοθέτης Ken Loach συμφώνησε με τους χαρακτηρισμούς του Σκορσέζε, συγκρίνοντας τις ταινίες αυτές με εμπορεύματα μαζικής παραγωγής, με στόχο μόνο τα κέρδη ενός επιχειρηματικού ομίλου (Cotter, 2019). Σε αντίστοιχο τόνο ο Ισπανός Pedro Almodovar τόνισε την έλλειψη σεξουαλικότητας που χαρακτηρίζει τις ταινίες με

υπερήρωες: θεωρεί ότι οι συγγραφείς τους αυτό-λογοκρίνονται και δεν μπορούν να γράψουν διαφορετικές ιστορίες από την πεπατημένη φόρμουλα της ταινίας περιπέτειας, δηλώνοντας ότι το δικό του στυλ δε συμβιβάζεται με το σύστημα του Χόλυγουντ (Harris, 2019).

Ο προβληματισμός του Σκορσέζε δεν αφορούσε απλά την έλλειψη αυθεντικότητας και τη φορμουλαϊκή φύση της μανιέρας των ταινιών μεγάλων franchise. Σε μετέπειτα άρθρο του στους New York Times (Scorsese, 2019), όπου θέλησε να επεξηγήσει τη ριζοσπαστική του θέση, εξέφρασε τις ανησυχίες του για το μέλλον της τέχνης του κινηματογράφου μέσα από τις αλλαγές που φέρνει η εξάπλωση της διανομής ταινιών μέσω διαδικτυακών υπηρεσιών προβολής περιεχομένου κατ' απαίτηση (video on demand ή streaming) και των μεγάλων πολυμεσικών franchise. Σύμφωνα με τον Σκορσέζε, οι παραγωγές αυτών των franchise δεν έχουν σχέση με την τέχνη του κινηματογράφου καθώς «οι ταινίες κατασκευάζονται για να ικανοποιήσουν ένα συγκεκριμένο σύνολο απαιτήσεων και σχεδιάζονται ως παραλλαγές ενός πεπερασμένου αριθμού θεμάτων» (ibid.).

Για τον Σκορσέζε, οι ταινίες franchise καταλαμβάνουν χώρο στις κινηματογραφικές αίθουσες, εκτοπίζοντας όλες τις υπόλοιπες παραγωγές που βασίζονται στο όραμα ενός καλλιτέχνη, και αποτελούν αυτό που ο ίδιος ορίζει ως Σινεμά. Σε συνέντευξη του για το φεστιβάλ κινηματογράφου Λονδίνου του Βρετανικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου, ορίζει τον κινηματογράφο ως μια μορφή τέχνης που έχει τις ρίζες της στην έκφραση των προσωπικών, συναισθηματικών και πνευματικών διαστάσεων της ανθρώπινης ζωής (BFI, 2023) : δεν ορίζεται από το θέαμα ή την εμπορική απήχηση, αλλά από την ικανότητά του να αποκαλύπτει την αλήθεια, να εξερευνά πολύπλοκους χαρακτήρες και να αντανakλά το μοναδικό όραμα του κινηματογραφιστή. Πιο συγκεκριμένα, στους New York Times έγραφε ότι «ο κινηματογράφος είναι μια αποκάλυψη -αισθητική, συναισθηματική και πνευματική αποκάλυψη. Πρόκειται για τους χαρακτήρες -την πολυπλοκότητα των ανθρώπων και την αντιφατική φύση τους» (Scorsese, 2019). Σε αντίθεση με τις ταινίες franchise που θεωρεί «βόλτες σε θεματικά πάρκα», ο Σκορσέζε υποστηρίζει ότι ο αληθινός κινηματογράφος προκαλεί σκέψη, προκαλεί συναισθήματα και ενέχει καλλιτεχνικό ρίσκο -είναι «μια μορφή τέχνης που σου φέρνει το απροσδόκητο» (Scorsese, 2019a). Γ' αυτόν, ο κινηματογράφος δεν είναι απλώς περιεχόμενο προς κατανάλωση, αλλά μια μεταμορφωτική εμπειρία που διαμορφώνεται από την ανθρώπινη διορατικότητα και τη

δημιουργική πρόθεση, αποτυπώνοντας την πραγματικότητα της ανθρώπινης ύπαρξης. Παρόμοια άποψη έχουν και σκηνοθέτες όπως ο Ken Loach που υπερασπίστηκε τον Σκορσέζε, λέγοντας σε μία συνέντευξή του ότι «η αντανάκλαση του κόσμου μπορεί να δημιουργήσει καλό κινηματογράφο καθώς χαιρετίζει την ύπαρξη μας» (Cotter, 2019).

Στο πλαίσιο των προβληματισμών του Σκορσέζε, θα εξετάσω πώς διάφορες συνθήκες συμβάλλουν στην αλλαγή των ταξικών δημογραφικών του κινηματογραφικού κοινού, από τα λαϊκά στρώματα προς ένα σινεφίλ αστικό κοινό. Οι συνθήκες αυτές είναι η άνοδος των πολυμεσικών franchise, η ταυτόχρονη αλλαγή του μοντέλου διανομής προς το βίντεο κατ' απαίτηση, η περιορισμένη διανομή σε κινηματοθέατρα του κινηματογράφου εκτός franchise, καθώς και η σχέση των φεστιβάλ κινηματογράφου με τον αστικό εξευγενισμό.

Τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα μου στην παρούσα εργασία προέρχονται από διαφορετικά πεδία και συνδυάζουν τεχνολογικές, πολιτισμικές και κοινωνικές αλλαγές στη βιομηχανία του κινηματογράφου. Με ενδιαφέρει ο τρόπος με τον οποίο η εμφάνιση των πολυμεσικών franchise (όπως της Marvel) και των πλατφορμών streaming επηρεάζει την ταυτότητα και τη θεώρηση του κινηματογράφου ως μορφής τέχνης. Με ποιους τρόπους η κοινωνική τάξη και το πολιτισμικό κεφάλαιο διαμορφώνουν σήμερα το κινηματογραφικό κοινό; Πώς επηρεάζει η αλλαγή του τρόπου πρόσβασης (αίθουσα, streaming, διαδικτυακή πλατφόρμα) την εμπειρία και το νόημα της κινηματογραφικής τέχνης;

Βασικό μεθοδολογικό μου εργαλείο ήταν η βιβλιογραφική επισκόπηση πρωτογενούς και δευτερογενούς βιβλιογραφίας γύρω από το θέμα. Παράλληλα, μελέτησα το ιστορικό πλαίσιο της βιομηχανίας του κινηματογράφου μέσα από τις σχετικές ταινίες, αλλά και θεωρητικά κείμενα όπου αναφέρονται ιστορικά στοιχεία και σχολιασμοί τους. Τέλος, συνδύασα γνώσεις και στοιχεία από σχετικά φεστιβάλ που αναφέρονται στην εργασία με τις θεωρητικές γνώσεις και τις βιβλιογραφικές αναφορές τις οποίες χρησιμοποίησα.

## ΚΕΦ 1: Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΗ

Η ιδέα ότι ο κινηματογράφος αποτελεί ένα μέσο για την ολική αποτύπωση της πραγματικότητας είχε αναπτυχθεί από τον Αντρέ Μπαζέν. Στο δοκίμιό του «Ο μύθος του ολικού σινεμά» που αποτελεί το πρώτο κεφάλαιο του βιβλίου «Τι είναι σινεμά» (Bazin, 1967), ο Γάλλος κριτικός και θεωρητικός ορίζει τον κινηματογράφο ως ένα ιδεαλιστικό φαινόμενο, μια προσπάθεια αποτύπωσης της πραγματικότητας που προϋπάρχει των τεχνολογικών εξελίξεων που οδήγησαν στη σύγχρονη κινηματογραφία, όπως είναι δηλαδή η εφεύρεση της κάμερας και επινοήσεις των αδελφών Lumière και του Edison. Για τον Μπαζέν, όλα αυτά αποτελούν έναν ακόμη τρόπο αποτύπωσης της ανθρώπινης ύπαρξης, καλλιτεχνικός στόχος που προϋπάρχει ήδη στη ζωγραφική και τη φωτογραφία, αλλά και σε όλες τις υπόλοιπες τέχνες. Ο κινηματογράφος είναι το αποτέλεσμα μιας τεχνολογικής εξέλιξης, καθώς από την φύση του συνδυάζει πολλές άλλες μορφές τέχνης: για τον Akira Kurosawa ο συνδυασμός και η γνώση της λογοτεχνίας, της ζωγραφικής, του θεάτρου και της μουσικής, υφιστάμενων τεχνών πριν την εξέλιξη της κινηματογραφίας, συνοψίζει τις παραπάνω θέσεις (Kurosawa, 1981).

Για τη Θεωρία των Μέσων, ο κινηματογράφος αποτελεί συνδυασμό και προέκταση της υπάρχουσας μορφής καλλιτεχνικής έκφρασης, θέση που συμβαδίζει με τις θεωρίες του Μάρσαλ ΜακΛούαν για την φύση των μέσων και τον τεχνολογιών ως προεκτάσεις του ανθρώπου (McLuhan, 1964/1990). Για τον ΜακΛούαν, η τεχνολογία δεν έρχεται για να «εκφράσει» μια προκαθορισμένη ιδέα, αλλά μεταμορφώνει τον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε, νιώθουμε, αντιλαμβανόμαστε το περιβάλλον γύρω μας. Συγκεκριμένα για τον κινηματογράφο, ο ΜακΛούαν θεωρεί βασική απασχόληση της κινηματογραφικής ή λογοτεχνικής δημιουργίας την αυτόματη μεταφορά του αναγνώστη ή θεατή στην πραγματικότητα που πλάθει ο δημιουργός, χωρίς να το αντιλαμβάνεται ο ίδιος ο θεατής / αναγνώστης, συμφωνώντας με την άποψη του Μπαζέν περί δημιουργίας μιας προσωποποιημένης πραγματικότητας (McLuhan, 1964, σ. 344). Ο ΜακΛούαν θεωρεί ότι η λογοτεχνία και ιδιαίτερα τα μυθιστορήματα της βικτοριανής εποχής, επηρεασμένα από την δημοσιογραφική αφήγηση στον τύπο του 18<sup>ου</sup>-19<sup>ου</sup> αιώνα αποτέλεσαν κύρια πηγή έμπνευσης στους πρώτους σκηνοθέτες, χαρακτηρίζοντας τα ως «πλήρη προανακρούσματα της φιλικής φόρμας» (McLuhan, 1964, σ.348).



Ο Τζον Μπέλτον, στο άρθρο του «Εάν το φιλμ είναι νεκρό, τι είναι το Σινεμά», κάνει έναν διαχωρισμό μεταξύ Κινηματογράφου και Ταινιών. Χρησιμοποιώντας την θεωρία της συσκευής (apparatus theory), η οποία πρεσβεύει ότι η τέχνη του κινηματογράφου καθορίζεται από τους μηχανισμούς προβολής ταινιών, ο Μπέλτον συνδέει το μέσο με τη λειτουργία. Το σινεμά δηλαδή καθορίζεται από τον τρόπο προβολής: υπάρχει διαχωρισμός ανάμεσα στην προβολή σε αίθουσα μπροστά σε κοινό και την ιδιωτική/ατομική προβολή σε μια τηλεόραση ή φορητή συσκευή μικρού μεγέθους. Για τον Μπέλτον, «η θεωρία των συσκευών ορίζει τον κινηματογράφο αρχιτεκτονικά, ως μια σύνθεση τριών στοιχείων: βίντεο-προβολέας/ταινία, οθόνη και θεατής» (Belton, 2014, σσ. 466–470). Η αλλαγή λειτουργίας, μέσου και συσκευής δημιουργεί μία παρέκκλιση χρήσης, τη λεγόμενη «αποσταθεροποίηση του κινηματογράφου» (Belton, 2024, 468), κάτι που συνέβαινε και στις πρώτες κινούμενες εικόνες του 1890, καθώς η προβολή τους ήταν ατομική μέσω μηχανημάτων όπως το kinetoscope (Belton, 2014, σσ. 466–470).

Η θεωρία της συσκευής μπορεί να συνδεθεί και με την θεωρία του ΜακΛούαν. Η φράση «το μέσο είναι το μήνυμα», δηλαδή ο τρόπος που θα μεταδοθεί ένα μήνυμα έχει εξίσου σημασία με το περιεχόμενο του μηνύματος, μπορεί να έχει εφαρμογή και στον κινηματογράφο. Σύμφωνα με τον ΜακΛούαν (1964, σσ. 25–42) η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικής αλληλογραφίας θα μπορούσε να θεωρείται πιο επίσημη από ένα σύντομο μήνυμα στο κινητό, καθιστώντας την επιλογή του ενός ή του άλλου τρόπου επικοινωνίας κομμάτι του ίδιου του μηνύματος. Ομοίως, η προβολή μιας ταινίας σε κινηματογραφική αίθουσα έχει διαφορετική αξία από την προβολή της στην πρωινή τηλεόραση ή σε ένα τάμπλετ ενός παιδιού που κάνει φασαρία σε ένα εστιατόριο με τους γονείς του. Η προβολή στην κινηματογραφική αίθουσα μπορεί να οριστεί ως «Σινεμά», αλλά οι υπόλοιπες προβολές θεωρούνται παραχαράξεις σε σχέση με την αρχική πρόθεση.

Και οι δύο παραπάνω θεωρίες αναγνωρίζουν ότι τα μέσα δεν είναι απλώς ουδέτερα εργαλεία μετάδοσης πληροφοριών, αλλά διαμορφώνουν ενεργά τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε και κατανοούμε τον κόσμο. Παράλληλα, υποδηλώνουν ότι τα μέσα μπορούν να έχουν βαθύ αντίκτυπο στις κοινωνικές δομές και τους πολιτισμικούς κανόνες, διαφέροντας ωστόσο στην εφαρμογή τους -με την θεωρία της συσκευής να περιορίζεται αποκλειστικά στον κινηματογράφο και την θεωρία του

ΜακΛούαν να έχει καθολική εφαρμογή σε όλα τα μέσα από το αλφάβητο μέχρι το ραδιόφωνο.

Συνδυάζοντας τις παραπάνω θεωρίες με τις σκέψεις του Σκορσέζε, μπορούμε να δούμε ότι η θεωρία της συσκευής αντανάκλαται μερικώς στις απόψεις του όπως τις είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Ο σκηνοθέτης οριοθετεί τον κινηματογράφο στην αίθουσα και στο κοινό, δίνοντας έμφαση στη σημασία αφενός της κοινοτικής εμπειρίας του κινηματοθέατρου, και αφετέρου της προβολής στην μεγάλη οθόνη. Η ύπαρξη του Σινεμά, όπως το ορίζει ο ίδιος, εξαρτάται και από την προβολή του μπροστά σε κοινό σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους. Έτσι, οι προβολές σε κινητά τηλέφωνα, τάμπλετς, ακόμα και στο σπίτι, κρίνονται ως «μη ιδανικές» (Franklin, 2017). Αυτές οι «μη ιδανικές» προβολές, δεν αντανάκλουν αυτό που περιέγραφε ο Σκορσέζε ως «μοναδικό όραμα του κινηματογραφιστή» στον ορισμό του, καθώς δεν καλύπτουν την πρόθεση του δημιουργού να παρουσιαστεί το έργο του σε μεγάλη οθόνη, και να μην είναι «απλώς περιεχόμενο προς κατανάλωση» (Scorsese, 2019a).

## ΚΕΦ. 2: ΜΑΖΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

### 2.1 Κινηματογράφος και τεχνολογία

Η τεχνολογία βρίσκεται στον πυρήνα της τέχνης του κινηματογράφου. Στο πλαίσιο αυτό, η συνεχής και αδιάκοπη τεχνολογική εξέλιξη από το 1895 μέχρι σήμερα θέτει τον κινηματογράφο σε μια διαρκή κρίση ταυτότητας, καθώς πρέπει συνεχώς να επαναπροσδιορίζεται ως μορφή τέχνης (Belton, 2014, σ. 464). Οι εξελίξεις αυτές είναι διακριτές σε διάφορα στάδια και ορόσημα του κινηματογράφου. Αρχικά, ένα σημαντικό ορόσημο ήταν η «άφιξη του τραίνου στο σταθμό της Λα Σιοτά» των αδερφών Λουμιέρ (Lumière & Lumière, 1896), γυρισμένη σε φιλμ με την κάμερα *Cinématographe* Lumière, που προβλήθηκε σε πανί και κοινό. Ομοίως, τα θέατρα τύπου Nickelodeon και τα θεάματα βοντβίλ<sup>1</sup> ήταν μέρη συγκέντρωσης και αγαπημένα θεάματα του κόσμου της εργατικής τάξης στη βιομηχανική δύση. Τα παραδείγματα είναι πολλά καθ' όλον τον προηγούμενο και τρέχοντα αιώνα: αρχικά από τον βωβό κινηματογράφο (όπου όλη αφήγηση γινόταν στο μοντάζ και τη σκηνοθεσία), και ύστερα στη σοβιετική πρωτοπορία, αλλά και τον ομιλούντα και αργότερο έγχρωμο κινηματογράφο, την ευρεία οθόνη (wide screen), τα τεχνητά εφέ, την ψηφιακή κάμερα, και εν τέλει τις τεχνολογίες αντιγήρανσης, όπως είδαμε στον «Ιρλανδό» (2019) του Σκορσέζε.

Αυτή η συνεχής εξέλιξη του κινηματογράφου ως καλλιτεχνικού μέσου αποτυπώνεται στην τελευταία σκηνή του «Βαβυλώνα» (Chazelle, 2022). Πρόκειται για ένα τρίλεπτο μοντάζ 56 ταινιών, ξεκινώντας από την άφιξη του τραίνου των αδερφών Λουμιέρ μέχρι το *Avatar* (Cameron, 2009). Στο μοντάζ του «Βαβυλώνα» παρουσιάζονται η μία μετά την άλλη σκηνές από διάφορες ταινίες που θεωρούνται τεχνολογικά άλματα στην ιστορία του κινηματογράφου, όπως είναι τα χρώματα *technicolor* του «Μάγου του Οζ» (Fleming & Vidor, 1939) ή η μετάβαση στην ευρεία οθόνη μέσω της τεχνολογίας *cinerama* (M. C. Cooper κ.ά., 1955). Στη «Βαβυλώνα», ο Σαζέλ χρησιμοποιεί το μοντάζ των αποσπασμάτων αυτών για να δείξει τη συνεχή

---

<sup>1 1</sup> Το Βοντβίλ (γαλ. *vaudeville*) είναι θεατρικό είδος που γνώρισε μεγάλη δημοφιλία στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και στον Καναδά από τα τέλη του 19ου αιώνα μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1930.

εξέλιξη και προσαρμοστικότητα του κινηματογράφου, παρά τις καταγιγιστικές τεχνολογικές αλλαγές.

Γενικότερα το «Βαβυλώνα» αποτυπώνει την επίπονη μετάβαση του Χόλυγουντ από τις βωβές στις ομιλούσες ταινίες στο τέλος της δεκαετίας του 1920. Η γιγάντια τεχνολογική αλλαγή που έφερε η ομιλία στον κινηματογράφο άλλαξε εντελώς την φύση του μέσου και του τρόπου παραγωγής. Οι χαρακτήρες της ταινίας δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν στην βιομηχανία μετά την εισαγωγή του ήχου: οι ηθοποιοί αστέρες του βωβού κινηματογράφου δεν μπόρεσαν να κάνουν το βήμα στον ομιλούντα κινηματογράφο, χάνοντας την αίγλη τους σαν αστέρες του σινεμά και βρήκαν τον θάνατο τους (και όντως πεθαίνουν στην ταινία που αναφέρεται), μέσα στη σκοτεινή πλευρά της βιομηχανίας του θεάματος, ανήμποροι να διαχειριστούν την πνευματική και οικονομική πτώση τους.

Το «Βαβυλώνα» (Babylon, 2022) είναι μια ταινία για τη μετάβαση του κινηματογράφου από μια εποχή στην άλλη, και κυκλοφόρησε εν μέσω όλων αυτών των τεχνολογικών και οικονομικών συζητήσεων της σύγχρονης μετάβασης στη βιομηχανία αυτή. Αυτή η μετάβαση όμως δεν αποτελεί ένα απλό τεχνολογικό άλμα, όπως το άλμα από τις κάμερες φιλμ στον ψηφιακό κινηματογράφο ή από τις βωβές στις ομιλούσες ταινίες. Η μεταβολή σήμερα βρίσκεται περισσότερο στο μοντέλο διανομής, στη φύση των ταινιών που προβάλλονται και στον χώρο προβολής. Το σχολιάζει και ο Σκορσέζε στο άρθρο του στους New York Times (2019) ως καταληκτικό συμπέρασμα: Υπάρχουν δύο κατηγορίες ταινιών που προβάλλονται στις κινηματογραφικές αίθουσες, το Σινεμά (όπως το ορίζει ο ίδιος) και η παγκόσμια οπτικοακουστική ψυχαγωγία. Ο Σκορσέζε (2019) ανησυχεί ότι «η οικονομική κυριαρχία του ενός χρησιμοποιείται για να περιθωριοποιήσει ή και να υποβαθμίσει την ύπαρξη του άλλου». Μια τέτοια εξέλιξη δεν μπορεί να αποδοθεί αποκλειστικά στις ταινίες υπερηρώων ή στα μεγάλα franchise, αλλά είναι αποτέλεσμα μιας σταθερής εξέλιξης της βιομηχανίας του κινηματογράφου, από το σύστημα των στούντιο του Χόλυγουντ στα blockbuster, την εξάπλωση της προβολής κατ' οίκον (βιντεοκασέτα και οπτικός δίσκος), μέχρι το πολυμεσικό franchise της Marvel και το video on demand.

## **2.2 Ο κινηματογράφος ως Μαζική κουλτούρα και η πολιτισμική βιομηχανία.**

Ο μπολσεβίκος επαναστάτης και πρώτος ηγέτης της σοβιετικής ένωσης, Βλαντιμίρ Ίλιτς Λένιν, σε επιστολή του προς τον Ανατόλι Λουνάτσαρσκι, κομισάριο της Παιδείας της ΕΣΣΔ, επισήμανε ότι «από όλες τις τέχνες η πιο σημαντική για εμάς είναι ο κινηματογράφος». Η λαϊκή απήχηση και προσβασιμότητα του μέσου σε όλα τα επίπεδα μόρφωσής - ακόμα και στον μεγάλο αναλφάβητο πληθυσμό της νεοσύστατης ΕΣΣΔ - καθιστούσε αυτή την μορφή τέχνης την πιο σημαντική για τις καμπάνιες μαζική προπαγάνδας του σοσιαλιστικού κράτους (Napper, 2019). Η έμφαση στην μαζικότητα και προσβασιμότητα του κινηματογράφου σε σχέση με άλλες μορφές τέχνης δεν είναι αποκλειστικό χαρακτηριστικό του υπαρκτού σοσιαλισμού. Ακόμα και στο καπιταλιστικό μοντέλο παραγωγής ο κινηματογράφος θεωρούνταν -κυρίως στο πρώτο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα- μια πιο προσιτή στα εργατικά στρώματα μορφή τέχνης. Και τα δύο αντίπαλα μοντέλα, κατά τον Ψυχρό Πόλεμο, χρησιμοποίησαν τη μαζικότητα του μέσου για προπαγάνδα και συμμόρφωση με την κρατική γραμμή.

Το κινηματογραφικό κοινό κατά την γέννηση της κινηματογραφικής βιομηχανίας στις Ηνωμένες Πολιτείες και στο Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούνταν από άτομα κυρίως εργατικής τάξης, τα οποία παρακολουθούσαν ένα «μαζικό θέαμα» (Stead, 2013, σ. 6). Η αστικοποίηση, η εκβιομηχάνιση και οι τεράστιες επακόλουθες κοινωνικές αλλαγές του αγγλόφωνου κόσμου στο τέλος του 19<sup>ου</sup> αιώνα/αρχές 20<sup>ου</sup> έκανε δυνατή την διαμόρφωση μιας καινούριας λαϊκής κουλτούρας στην εργατική τάξη. Οι εργάτες στα αστικά κέντρα είχαν επίσης αρχίσει να αποκτούν τα υποτυπώδη στοιχεία μιας εκπαίδευσης και είχαν και λιγοστά χρήματα και χρόνο στη διάθεσή τους. Σιγά σιγά αποτέλεσαν μια πελατειακή βάση για διάφορες επιχειρήσεις που έστηναν έμποροι, τραπεζίτες, αλλά και στεγαστικά ταμιευτήρια ή σιδηροδρομικές εταιρίες. Στον τομέα της ψυχαγωγίας, το ρόλο αυτό επιτελούσαν τα λαϊκά μυθιστορήματα, αλλά και διάφοροι σόουμαν και θεατρίνοι.

Η κουλτούρα του κινηματοθέατρου πηγάζει από τα ζωντανά θεάματα λαϊκού θεάτρου τύπου βοντβίλ (στις ΗΠΑ) και music hall (στο ΗΒ), ψυχαγωγία ελαφρού τύπου που συνδύαζε μουσική, χορό, μαγικά κόλπα, χυδαίο και άξεστο χιούμορ (Cullen, 2023). Αυτά τα θεάματα του 19<sup>ου</sup> αιώνα αποτελούν ένα σημείο αναφοράς για τον νεοσύστατο κινηματογράφο (Stead, 2013, σσ. 1–2). Ο ΜακΛούαν επισημαίνει ότι ο κινηματογράφος «συνόδευσε την πρώτη μεγάλη καταναλωτική εποχή» στο πρώτο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα (McLuhan, 1964, σ. 351). Κατά την γέννηση της κινηματογραφικής βιομηχανίας στον αγγλόφωνό κόσμο, το κοινό της εργατικής τάξης θεωρούνταν

δεδομένο από τους παραγωγούς, οι οποίοι πάσχιζαν να προσεγγίσουν το πιο αξιοσέβαστο αστικό κοινό (Stead, 2013, σ. 234), με στόχο να μετατρέψουν τον κινηματογράφο σε μέσο αντίστοιχο με την λογοτεχνία και το θέατρο, άξιο να το επισκεφτεί και η αστική τάξη (ibid, σσ. 18–19).

Εδώ αξίζει να παραθέσουμε ξανά την ταινία «Βαβυλώνα» (Babylon, 2022), όπου ο χαρακτήρας του Τζακ Κόνταντ (σε ερμηνεία Μπραντ Πιτ) ενσαρκώνει τη μετάβαση από την βωβή στην ομιλούσα ταινία, ερμηνεύοντας έναν αστέρα του βωβού κινηματογράφου που αδυνατεί να κάνει την μετάβαση στον ομιλούντα κινηματογράφο, καθώς αυτός απαιτεί αρκετές θεατρικές γνώσεις. Παράλληλα, όμως, ο χαρακτήρας δείχνει και την προσπάθεια για αναγνώριση της τέχνης της κινηματογραφίας ως «πραγματικής» / υψηλής τέχνης, αξίας σεβασμού όπως ήταν το θέατρο ή η όπερα. Η αντιδιαστολή μεταξύ της λαϊκής φύσης του κινηματογράφου και του ελιτισμού του θεάτρου και της όπερας τον οδηγεί σε σύγκρουση με την κλασικά εκπαιδευμένη / ηθοποιό του Broadway σύζυγο του (που την υποδύεται η Ολίβια Γουάιλντ). Κατά την διαφωνία τους που προέρχεται από ένα σχόλιο της σχετικά με την ερμηνεία του Jack και την χροιά της φωνής του, ο Jack ξεσπάει, υπερασπίζοντας την τέχνη του ως σημαντική:

*«Δεν είναι χαμηλή τέχνη, να ξέρεις. Θέλω να το ξέρεις αυτό. Αυτό που κάνω σημαίνει κάτι για εκατομμύρια ανθρώπους. Οι γονείς μου δεν είχαν τα χρήματα ή την μόρφωση για να πάνε στο θέατρο, έτσι πήγαιναν στα βοντβίλ και μετά πήγαιναν στο nickelodeon, και ξέρεις τι; Υπάρχει ομορφιά εκεί. Ότι συμβαίνει στην οθόνη σημαίνει κάτι ... Εκατό χιλιάδες άνθρωποι σε βλέπουν στο Μπρόντγουεϊ και είναι η μεγαλύτερη επιτυχία του αιώνα, σωστά; Εδώ [στο Χόλυγουντ] το λένε αποτυχία» (Babylon, 2022, σκηνή 166).*

### 2.3 Η Πολιτιστική βιομηχανία

Στις Ηνωμένες Πολιτείες και στον ανεπτυγμένο βιομηχανικά και καπιταλιστικά δυτικό κόσμο κατά την διάρκεια του μεσοπολέμου άρχισε να αναπτύσσεται μια μαζική κουλτούρα. Οι εγγράμματοι –πλέον- εργάτες μπορούσαν να καταναλώσουν μια ποικιλία πολιτιστικών προϊόντων, που παράγονται μαζικά λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων, και με στόχο την κερδοφορία που επιφέρει αυτή η μαζική απήχηση. Η ανάπτυξη του ραδιοφώνου, του κινηματογράφου και των έντυπων μέσων την περίοδο των δεκαετιών 1920-40 διαμόρφωσε μια μαζική παραγωγή πολιτισμικών προϊόντων, η οποία χαρακτηρίστηκε ως πολιτιστική βιομηχανία από την Σχολή της Φρανκφούρτης.

Οι κύριοι θεωρητικοί της σχολής αυτής, Theodor Adorno και Max Horkheimer, εκδιώχθηκαν από την Γερμανία λόγω της άνοδός του ναζισμού (και λόγω της εβραϊκής καταγωγής τους) και εγκαταστάθηκαν Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, στο κέντρο της Αμερικάνικης βιομηχανίας του θεάματος στο Hollywood. Στις ΗΠΑ συνέχισαν το θεωρητικό τους έργο γύρω από την ανάλυση της πολιτιστικής βιομηχανίας.

Οι Adorno και Horkheimer ανέλυσαν την δημοφιλή κουλτούρα και την πολιτιστική βιομηχανία ως όργανο για την διατήρηση και εδραίωση του καπιταλισμού. Συγκεκριμένα στο κεφάλαιο «The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception» (Horkheimer & Adorno, 1993) του έργου τους «Dialectic of Enlightenment» καταγγέλλουν την φορμουλαϊκή και κερδοσκοπική φύση της βιομηχανίας του θεάματος, θεωρώντας την πλήρως εναρμονισμένη με το αστικό κράτος, υπερασπίζοντας, εδραιώνοντας και διαιωνίζοντας την εξουσία του. Τα πολιτιστικά προϊόντα τυποποιούνται και αναπαράγονται μαζικά, όπως ένα τυποποιημένο μαζικά εργοστασιακά παραγόμενο εμπόρευμα, ακριβώς λόγω της μετατροπής τους σε προϊόντα. Ο κινηματογράφος, κατά την άποψή τους, ακολουθεί άκαμπτες φόρμουλες -ίδιες ιστορίες, παρόμοιους τύπους χαρακτήρων και προβλέψιμα αποτελέσματα (Horkheimer & Adorno, 1993, σ. 3). Αυτή η τυποποίηση εξασφαλίζει ότι τα αφηγηματικά στοιχεία γίνονται εύκολα αντιληπτά από «τη μάζα», και άρα τα κέρδη μεγιστοποιούνται, ενώ μειώνεται ο χώρος για κριτικό προβληματισμό ή καλλιτεχνική καινοτομία. Οι υφολογικές διαφοροποιήσεις αποτελούν ψευδαίσθηση στη μαζική κουλτούρα, καθώς το σύνολο της πολιτιστικής παραγωγής προωθεί τις ίδιες ιδέες και νοήματα, πάρα τις όποιες διαφορές στη φόρμα. Ένα θρίλερ και μια κωμωδία θα έχουν τα ίδια στοιχεία στην πλοκή τους, στη σκηνοθεσία, στην κινηματογραφία, στη φωτογραφία, στο μοντάζ, αλλά επίσης θα προωθούν και τις ίδιες αξίες και νοήματα.

Παράλληλα το σύμπλεγμα της πολιτιστικής βιομηχανίας καθιστά τον θεατή «γρανάζι» του συστήματος, προωθώντας τον κατευνασμό των μαζών και εναρμόνιση του με το κυρίαρχο σύστημα παραγωγής και εξουσίας. Έτσι, αποσπά την προσοχή των ανθρώπων από τις πραγματικές συνθήκες της ζωής τους: «Η διασκέδαση στον ύστερο καπιταλισμό είναι η παράταση της εργασίας», καθώς το εργατικό κοινό θα παρακολουθήσει το πολιτισμικό προϊόν που του σερβίρεται χωρίς να έχει τη δυνατότητα κριτικής σκέψης. Αυτή η συνθήκη εμπεριέχει τις ίδιες δυναμικές που αντιμετωπίζει ο εργάτης όλη μέρα στην εργασία του. Με αυτόν τον τρόπο

διαγωνίζονται οι δυναμικές αυτές, καθώς η εργατική τάξη δεν μπορεί να «σηκώσει κεφάλι» υπό αυτές τις συνθήκες (Horkheimer & Adorno, 1993). Έτσι, η Σχολή της Φρανκφούρτης, κατά το μέσο του 20<sup>ου</sup> αιώνα, όρισε και ανέλυσε το φαινόμενο της πολιτιστικής βιομηχανίας, ως βιομηχανία ικανή να παράγει μαζικά και προς ευρεία κατανάλωση ταινίες, μουσική, τηλεόραση και έντυπα παντός τύπου, σαν να είναι ένα τυποποιημένο προϊόν σε ράφι καταστήματος, με κύριο στόχο την κερδοφορία, θυσιάζοντας βέβαια την καλλιτεχνική αξία προς όφελος του κέρδους.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι επακόλουθες εξελίξεις στον κινηματογράφο οφείλονται στην αναζήτηση της κερδοφορίας από τις εταιρίες παραγωγής. Η βιομηχανία του κινηματογράφου των Ηνωμένων Πολιτειών που αντίκρισαν οι Adorno & Horkheimer ήταν το Hollywood στην ακμή του συστήματος των στούντιο (Studio). Από το 1910 μέχρι τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, η παραγωγή ταινιών στις Ηνωμένες Πολιτείες συγκεντρώθηκε και τυποποιήθηκε στα στούντιο παραγωγής. Τα αυξανόμενα κόστη του ομιλούντος κινηματογράφου και η κερδοφορία του κατέστησαν τη διαμόρφωση του συστήματος των στούντιο αναπόφευκτη, καθώς η οργάνωση σε στούντιο έφερε τον απαραίτητο επαγγελματισμό στο νεοσύστατο Χόλυγουντ (Kuhn & Westwell, 2020).

Οκτώ στούντιο παρήγαγαν το 90% των αμερικάνικων ταινιών του 1930, πέντε «μεγάλα» (Metro Goldwyn Meyer, 20<sup>th</sup> Century Fox, Paramount, RKO, και Warner bros) και τρία «μικρά» (Columbia, Universal, United Artists), με την διαφορά μεταξύ τους να βρίσκεται στην κάθετη ενσωμάτωσή τους σε όλη την βιομηχανία, καθώς τα μεγάλα στούντιο ήλεγχαν και τα περισσότερα κινηματοθέατρα των Ηνωμένων Πολιτειών. Έτσι, μπορούσαν να ελέγξουν όλη την διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης μιας ταινίας, από την συγγραφή έως την προβολή. Οι δημιουργοί και ηθοποιοί υπέγραφαν μακροχρόνια συμβόλαια με ένα στούντιο και παρήγαγαν αρκετές ταινίες για αυτό, με τους παραγωγούς να κρατούν τα ηνία στη διαδικασία παραγωγής. Όλες οι ταινίες παράγονταν με στόχο το κέρδος, ελαχιστοποιώντας οποιοδήποτε ρίσκο, καλλιτεχνικό και οικονομικό.

Η MPA (Motion picture Association, ένωση/trust των στούντιο), στον απόηχο μεγάλων σκανδάλων στο Χόλυγουντ και φοβούμενη αντιδράσεις του τότε ηθικά συντηρητικού αμερικάνικου προτεστάντικου κοινού σχετικά με το περιεχόμενο των ταινιών του Χόλυγουντ, εφάρμοσε έναν αυστηρό κώδικα αυτολογοκρισίας. Πρόκειται για τον περίφημο κώδικα Χέιζ, με στόχο να κατευνάσει τις αντιδράσεις του



συντηρητικού κοινού, κρατώντας το στις κινηματογραφικές αίθουσες (Χαρμής, 2023). Με την επέμβαση της αμερικάνικης αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας, το 1948, έπεσε η αυλαία στο σύστημα των στούντιο (Kuhn & Westwell, 2020), καθώς η κάθετη ενσωμάτωση κρίθηκε παράνομη (vertical integration), ως μία ολοκληρωτική παραγωγή ταινιών από τα στούντιο. Όμως η λογική της κερδοφορίας μέσα από την παραγωγή μιας ταινίας και την είσπραξη των εισιτηρίων είχε ήδη εδραιωθεί.

Το τέλος της κάθετης ενσωμάτωσης έφερε καταγιστικές αλλαγές στο Χόλυγουντ: η διανομή μέσω της ομαδικής κράτησης ταινιών (block booking) από τα μεγάλα στούντιο προς τα κινηματοθέατρα απαγορεύτηκε ως μονοπωλιακή, ανοίγοντας τον δρόμο για την παραγωγή πακέτου (package unit). Η παραγωγή πακέτου σημαίνει ότι μια παραγωγή θεωρείται ως μονάδα με επικεφαλής έναν παραγωγό. Αυτός συγκεντρώνει τους απαραίτητους συντελεστές (σεναριογράφος, σκηνοθέτης, ηθοποιοί) και τους προσφέρει σαν πακέτο στα στούντιο, τα οποία δεν μπορούν να επιλέξουν μεταξύ των σκηνοθετών-ηθοποιών με τους οποίους έχουν συμβόλαιο, αυξάνοντας κατά κράτος την δύναμη των συντελεστών/καλλιτεχνών. Έτσι, ανατράπηκε η δυναμική του προηγούμενου συστήματος.

Αυτή η εξέλιξη οδήγησε στη δημιουργία του «Νέου Χόλυγουντ» την δεκαετία του 70. Δεν ήταν όμως μόνο αυτό: παράλληλα βοήθησε η άνοδος σε δημοφιλία του ανεξάρτητου κινηματογράφου και της καλλιτεχνικής ελευθερίας που συνδεόταν με αυτόν. Την ίδια στιγμή, τα στούντιο επένδυσαν σε νέες τεχνολογίες με σκοπό την διαφοροποίηση του κινηματογραφικού προϊόντος στις αίθουσες από την οικιακή τηλεόραση. Τέλος, σημαντικός παράγοντας ήταν οι επιρροές από τον ακμάζοντα μεταπολεμικό ευρωπαϊκό κινηματογράφο, καθώς και από το γενικό πολιτικό κλίμα της περιόδου (Μάης 68, Βιετνάμ, Ψυχρός Πόλεμος). Η δύναμη βρισκόταν πλέον στους σκηνοθέτες και οι Francis Ford Copola, Martin Scorsese, Sidney Lumet, Hal Ashby είχαν χώρο να εκφραστούν.

Παράλληλα εμφανίζονται τα «Blockbuster», ταινίες με εξαιρετικά υψηλό κόστος παραγωγής και εξαιρετικά υψηλές εισπράξεις στα ταμεία: μεγαλύτερες παραγωγές, μεγαλύτερο ρίσκο, μεγαλύτερα κέρδη. Πάρα την ύπαρξη μεγάλων παραγωγών και πριν τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο (ακόμα και στην εποχή του βωβού κινηματογράφου), σύμφωνα με το λεξικό της Οξφόρδης για τις σπουδές κινηματογράφου, blockbuster χαρακτηρίστηκαν για πρώτη φορά οι ταινίες του Stephen

Spielberg και George Lucas την δεκαετία του 70 και 80 (Kuhn & Westwell, 2020). «Τα Σαγόνια του καρχαρία» (Jaws, 1975) αποτελέσαν την πρώτη ταινία που έσπασε το φράγμα των εκατό εκατομμυρίων δολαρίων σε εισπράξεις, αποτέλεσμα της μεγάλης καμπάνιας μάρκετινγκ που προώθησε την ταινία. Το γενικό κοινό, βασικός στόχος στην χρυσή εποχή του Χόλυγουντ με το σύστημα των στούντιο, θα γινόταν ξανά ο επιθυμητός θεατής, με τα blockbuster να γίνονται όλο και πιο πολύ τυποποιημένα, αναμασώντας την ίδια θεματολογία και την ίδια πλοκή.

Το 2011 δύο ρομαντικές κωμωδίες, το «Όχι μόνο φίλοι» (Friends With Benefits, 2011) και το «Μόνο το σεξ δεν φτάνει» (No Strings Attached, 2011), ακολουθούν σχεδόν ταυτόσημη ρομαντική φόρμουλα. Εστιάζουν σε δύο φίλους που ξεκινούν μια σχέση χωρίς συναισθηματική δέσμευση. Καθώς η πλοκή εξελίσσεται, οι χαρακτήρες αναγνωρίζουν τα αληθινά τους αισθήματα. Η ομοιότητα των δύο ταινιών παρατηρήθηκε και από τον τύπο της εποχής ("Friends With Benefits vs. No Strings Attached", 2011). Ένα χρόνο νωρίτερα, το 2010 είχε τρεις παρόμοιες ταινίες δράσης - περιπέτειας με το «RED: Πράκτορες παροπλισμένοι αλλά πάντα επικίνδυνοι» (Schwentke, 2010), «Ομάδα Α» ( *The A-Team*, 2010) και «Οι Αναλώσιμοι» (The Expendables, 2010). Συγκεκριμένα, βασίζονται στη συγκρότηση μιας ομάδας εξειδικευμένων χαρακτήρων –συνήθως πρώην στρατιωτικών ή πρακτόρων– που επιστρέφουν στη δράση για μια αποστολή υψηλού κινδύνου. Η δομή της αφήγησης περιλαμβάνει συνήθως μια προδοσία ή συνομωσία, μια φάση στρατολόγησης των μελών, μια κλιμακωμένη σύγκρουση, και τέλος μια μεγάλη τελική αναμέτρηση. Εκτός από εισπρακτικές επιτυχίες (2010 *Worldwide Box Office*, χ.χ.) και οι τρεις ταινίες αποτελούν κομμάτι ενός franchise πολυμέσων, είτε ως αρχή μιας σειράς ταινιών (μέχρι την ημερομηνία συγγραφής έχουν γυριστεί άλλες τρεις ταινίες με τους «αναλώσιμους» και άλλη μια ταινία RED) ή ως αναβίωσης μιας τηλεοπτικής σειράς (η «Ομάδα Α» αποτελεί αναβίωση της ομώνυμης τηλεοπτικής σειράς του 70).

Ο όρος franchise αναφέρεται σε μια σειρά ταινιών που βασίζονται σε κοινό σύμπαν, χαρακτήρες, αφήγηση ή επώνυμο τίτλο, και οι οποίες λειτουργούν ως ενιαία εμπορική και αφηγηματική οντότητα. Ένα franchise μπορεί να περιλαμβάνει συνέχειες (sequels), προϊστορίες (prequels), spin-offs, αλλά και προϊόντα πέραν του κινηματογράφου, όπως τηλεοπτικές σειρές, video games, βιβλία ή εμπορεύματα. Τα franchise αποτελούν βασικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης βιομηχανίας του κινηματογράφου και λογική συνέχεια της βιομηχανίας του κινηματογράφου μετά την

εμφάνιση του φαινομένου των franchise, καθώς τα κινηματογραφικά στούντιο μπορούσαν πλέον να εισπράξουν χρήματα από εμπορεύματα που βασίζονται σε μια ταινία.

Ο George Lucas αποτέλεσε πρωτοπόρος στον τομέα αυτό. Κατά την διάρκεια της αναζήτησης χρηματοδότησης για τον «Πόλεμο των Άστρων» (Star Wars, 1977), αναφέρθηκε ειδικά στην προοπτική για την εμπορευματική εκμετάλλευση της ταινίας μέσω παιχνιδιών, δηλώνοντας ότι «μόνο τα κέρδη από τα παιχνίδια star wars θα βγάζαν περισσότερα κέρδη από τον Νόβο» (Rivas Romero, 2021, σσ. 95–97). Σήμερα το franchise Star Wars περιλαμβάνει 11 κινηματογραφικές ταινίες, τηλεοπτικές σειρές κινουμένων σχεδίων, ζωντανής δράσης και σειρές streaming, καθώς και μυθιστορήματα, κόμικς, βιντεοπαιχνίδια, ραδιοφωνικές διασκευές, αξιοθέατα θεματικών πάρκων και φιγούρες δράσης, με τους ιθύνοντες του franchise να ομολογούν ότι οι ταινίες και σειρές Star Wars κυρίως υπάρχουν για να πουλάνε εμπορεύματα (Kamal, 2024). Αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο franchise ταινιών στον κόσμο (σε αριθμό εισπράξεων), με πρώτο το κινηματογραφικό σύμπαν της Marvel (*Franchises (US & Canada, χ.χ.; Movie Franchises - Box Office History, χ.χ.)*).

Η απόλυτη φύση των franchise ως προσεκτικά μελετημένων προϊόντων αποτελεί την βάση του χαρακτηρισμού του κινηματογραφικού σύμπαντος της Marvel ως Παγκόσμια Οπτικοακουστική Ψυχαγωγία, που έχει περισσότερη σχέση με ατραξιόν θεματικού πάρκου παρά με το Σινεμά όπως είδαμε να λέει ο Σκορσέζε (Scorsese, 2019a). Η σημερινή κατάσταση της κινηματογραφικής βιομηχανίας, που δίνει κομβικό ρόλο στα πολυμεσικά προϊόντα των διαφόρων πνευματικών ιδιοκτησιών, καθιστά την κριτική της Σχολής της Φρανκφούρτης για την πολιτιστική βιομηχανία και τον κινηματογράφο ξανά επίκαιρη: μεγάλες παραγωγές, φτιαγμένες για το άμεσο ή έμμεσο κέρδος, προσεγμένες ώστε να έχουν την μεγαλύτερη δυνατή απήχηση, χωρίς να προσβάλουν κανέναν, και βέβαια με τη συνδρομή του Αμερικάνικου Υπουργείου Άμυνας.

Το Αμερικάνικο Πεντάγωνο έχει εγκάρδιους δεσμούς με την εγχώρια πολιτιστική βιομηχανία, όπως και στην Σοβιετική Ένωση η μαζική απήχηση του κινηματογράφου κατέστησε το μέσο ως ιδανικό για την μαζική προπαγάνδα, με το Χόλυγουντ να επιστρατεύεται κατά τον Β' Π.Π. με τη δημιουργία εκπαιδευτικών κινούμενων σχεδίων (Decuers, 2020) και για την προώθηση αντιφασιστικών –

πατριωτικών μνημάτων στον εγχώριο πληθυσμό (McClure, 1972). Σήμερα το Πεντάγωνο και το Αμερικάνικο στρατιωτικό-βιομηχανικό σύμπλεγμα χρηματοδοτούν παραγωγές του Χόλυγουντ παραχωρώντας χρήματα και εξοπλισμό, με αντάλλαγμα την προώθηση νέων προϊόντων του στρατιωτικού-βιομηχανικού συμπλέγματος (Elisson, 2022) και την θετική προβολή του Αμερικάνικου στρατιωτικού συστήματος ξεπλένοντας την δράση του (Alford, 2016).

### ΚΕΦ 3: ΤΟ ΣΙΝΕΜΑ ΣΗΜΕΡΑ, Α24, ΦΕΣΤΙΒΑΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΣ

#### 3.1 Η κατάσταση της βιομηχανίας σήμερα

Το 2019, εκτός από την κυκλοφορία του «Ιρλανδού» του Martin Scorsese η κινηματογραφική χρονιά σημαδεύτηκε από το «Εκδικητές: Η τελευταία πράξη» (Avengers: Endgame, 2019). Η τρίωρη τελευταία πράξη του «Έπους της Αιωνιότητας» του κινηματογραφικού σύμπαντος της Marvel, μιας σειράς 23 ταινιών ξεκινώντας από τον «Ατσαλένιο Άνθρωπο» (Iron Man, 2008), εισπράξε πάνω από 2.700.000.000 δολάρια. Έτσι έγινε η ταινία με τις μεγαλύτερες εισπράξεις στην ιστορία του εγχώριου box office των ΗΠΑ (All Time Worldwide Box Office, χ.χ.). Η επιτυχία της Marvel και του MCU είναι αντιπροσωπευτική μιας γενικότερης τάσης της βιομηχανίας του κινηματογράφου: πλέον οι πιο εμπορικά επιτυχημένες ταινίες αποτελούν κομμάτι μεγάλων franchise. Μια ματιά στις είκοσι πιο επιτυχημένες ταινίες του παγκόσμιου box office του 2024 αποκαλύπτει ότι οι 16 από τις 20 ταινίες (συμπεριλαμβανομένης της πρώτης δεκάδας) είναι sequel prequel ή spin-off ήδη υπάρχουσών franchise (2024 Worldwide Box Office, πρ.2025.). Στην αντίστοιχη λίστα για το 2010, οι ταινίες franchise ήταν 9 (2010 Worldwide Box Office, πρ.2025.), ενώ στη λίστα του 2000 ήταν 2 (2000 Worldwide Box Office, πρ.2025).

Παράλληλα, οι αίθουσες κλείνουν η μία πίσω από την άλλη. Τα μεγάλα franchise σπάνε ρεκόρ προσέλευσης και εισπράξεων σε ολόένα και λιγότερους κινηματογράφους που αδυνατούν να βγάλουν κέρδος. Τα οικονομικά προβλήματα των κινηματοθεάτρων είναι παγκόσμιο φαινόμενο, με τον κλάδο να μην έχει ανακάμψει από τα lockdown του κορονοϊού. Η αλυσίδα AMC (η μεγαλύτερη στον κόσμο) βρίσκεται σε συνεχή οικονομικά προβλήματα, με την τάση να οδηγεί τους κινηματογράφους να αλλάζουν τις τακτικές τους: Χρησιμοποιούν φορμάτ πολυτελείας όπως τα IMAX και 4DX που προσφέρουν μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους, αλλά κάνουν επίσης δυναμική διατίμηση εισιτηρίων, και βάζουν περισσότερες διαφημίσεις, θέλοντας να κρατήσουν τον κόσμο περισσότερη ώρα στον κινηματογράφο (P. Cooper, 2025; Meyersohn, 2023; Rubin, 2025). Η Ελλάδα ακολουθεί τις τάσεις, με emblematicούς κινηματογράφους να κλείνουν στην Αθήνα (Ζάρκου, 2024), και ολόκληρες πόλεις να μένουν χωρίς χειμερινό κινηματογράφο (Τίτλοι Τέλους Και Για Το Odeon Κομοτηνή - FLIX team, 2021) (Χάνου, 2023).

Ο κινηματογράφος, ως μια εμπειρία προβολής κινούμενης εικόνας σε κοινό με στόχο την δημιουργία μιας εναλλακτικής πραγματικότητας που καθρεπτίζει την δικιά μας, φαίνεται να χάνει έδαφος από την παγκόσμια οπτικοακουστική ψυχαγωγία. Παράλληλα όμως ένα διαφορετικό κοινό αναδεικνύεται που αναζητεί ολοένα και περισσότερο το «Σινεμά» του Scorsese. Τα φεστιβάλ κινηματογράφου παγκοσμίως σπάνε ρεκόρ προσέλευσης, με τα προγράμματα τους να απαρτίζονται κυρίως από ανεξάρτητες ή διεθνείς παραγωγές.

### 3.2 Η επιτυχία των φεστιβάλ κινηματογράφου και η A24

Το πρώτο φεστιβάλ κινηματογράφου διοργανώθηκε στην Βενετία το 1932, και ακολούθησε το φεστιβάλ των Καννών στη Γαλλία το 1946. Αυτά τα δύο, μαζί με το φεστιβάλ του Βερολίνου, αποτελούν τα τρία πιο σημαντικά φεστιβάλ στην Ευρώπη. Αποτελούν διοργανώσεις στις οποίες προβάλλονται πολλές ταινίες σε διαδοχικές ημέρες σε έναν ενιαίο χώρο, συχνά με απονομή βραβείων σε διάφορες κατηγορίες. Τα κινηματογραφικά φεστιβάλ αποτελούν σημαντική αγορά για παραγωγούς και διανομείς από όλο τον κόσμο και, εν μέρει λόγω της παρουσίας μεγάλων αστέρων του Χόλυγουντ, προσελκύουν σημαντική κάλυψη από τον Τύπο. Από την δεκαετία του 60 και έπειτα, ο αριθμός των φεστιβάλ κινηματογράφου έχει εκτοξευτεί, με πάνω από 3500 να διοργανώνονται παγκοσμίως το 2020, σύμφωνα με έρευνες του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης (Kuhn & Westwell, 2020).

Πλέον, έχει δημιουργηθεί ένα ολόκληρο «σφικτού» (δίκτυο) φεστιβάλ κινηματογράφου ανά τον κόσμο, με ιεραρχίες ανάλογα την σημασία τους και το κοινό τους. Η διάκρισή τους γίνεται ανάλογα με τον σκοπό λειτουργίας τους. Τα μεγάλα Ευρωπαϊκά φεστιβάλ, με τα σημαντικά τους βραβεία και διαγωνιστικά προγράμματα, έχουν διαφορετική θέση στη βιομηχανία από τα φεστιβάλ της Θεσσαλονίκης ή της Δράμας που δίνουν βάση σε νέους δημιουργούς. Τα τελευταία συλλέγουν την τοπική κινηματογραφική βιομηχανία σε έναν τόπο και διοργανώνουν φόρουμ για την δικτύωση των επαγγελματιών του κλάδου και την χρηματοδότηση ταινιών, όπως η agora του ΔΦΚ Θεσσαλονίκης με στόχο την χρηματοδότηση ταινιών (*TIFF AGORA*, 2025) . Αντίθετα, φεστιβάλ όπως οι Νύχτες Πρεμιέρας της Αθήνας δίνουν έμφαση στο σινεφίλ κοινό, παρά στη βιομηχανία του κινηματογράφου (AIFF, 2025) (Vogel, 2023, σσ. 39–40). Αυτό το σινεφίλ κοινό αποτελεί εξειδικευμένο στόχο για εταιρίες και

κρατικές πολιτικές, λόγω του κοινωνικο-οικονομικό επίπεδου του. Οι εταιρίες στοχεύουν στο σινεφίλ κοινό καθώς μπορούν να λάβουν κέρδη, φήμη και περιεχόμενο από αυτό, ενώ το κράτος επενδύει σε αυτό μέσω φεστιβάλ και επιδοτήσεων, για να ενισχύσει την πολιτιστική παραγωγή και να προβάλει διεθνώς έναν δημιουργικό χαρακτήρα, προσελκύοντας επενδύσεις και τουρισμό.

Μια τέτοια επιχείρηση είναι η εταιρία παραγωγής και διανομής A24. Η A24 διανέμει και παράγει ταινίες που δημιουργήθηκαν με κύριο γνώμονα το καλλιτεχνικό όραμα του κάθε σκηνοθέτη ή συγγραφέα. Παρά την μικρή της ιστορία (η εταιρία ιδρύθηκε το 2012), η A24 κατάφερε να εξελιχθεί από εταιρία διανομής ανεξάρτητων ταινιών σε παραγωγό δυο νικητών Όσκαρ καλύτερης ταινίας (Lodge, 2023). Η στρατηγική που ακολούθησε χαρακτηρίζεται από καινοτόμες στρατηγικές μάρκετινγκ με κύριο χαρακτηριστικό την δυνατή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για παράδειγμα, στο Letterboxd (ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης αποκλειστικά για τον κινηματογράφο) προώθησε το «Τα πάντα όλα» (Everything Everywhere All at Once 2022) αλλάζοντας εικονίδια στην σελίδα της ταινίας στο Letterboxd με αντικείμενα από την ταινία (Tasha [@TashaRobinson], 2022) ή μέσα από το tinder, φτιάχνοντας προφίλ στην εφαρμογή γνωριμιών για τους χαρακτήρες του «Από μηχανής» (Ex Machina, 2015) κατά την διάρκεια του φεστιβάλ SXSW όπου προβαλλόταν η ταινία (Pullen, 2020).

Η στρατηγική της περιορισμένης θεατρικής διανομής ή της ταυτόχρονης κυκλοφορίας μιας ταινίας σε ψηφιακές πλατφόρμες διανομής είναι επίσης βασικός πυλώνας του A24. Συμφωνίες με πλατφόρμες όπως το DIRECTV το 2017 και το Netflix για το «Άκοπο διαμάντι» (Safdie & Safdie, 2020) (Athreiyia, 2023), και πρόσφατα με το HBOMAX (Khalid, 2023) μεγιστοποιούν την προσβασιμότητα στο επιθυμητό νεανικό κοινό. Παράλληλα, αυξάνουν τα έσοδα μέσω ψηφιακής διανομής, ενώ περιορίζουν το ρίσκο μιας γενικευμένης διανομής, κυκλοφορώντας σε μεγάλα αστικά κέντρα με στόχο την δημιουργία «ντόρου». Αν χρειαστεί, προχωρούν σε γενικότερη διανομή μόνο όταν έχει εξασφαλιστεί η επιτυχία (Savitsky, 2025). Οι περιορισμένες διανομές είναι χαρακτηριστικό του Netflix, το οποίο τις χρησιμοποιεί ως ευκαιρίες προώθησης των παραγωγών του, καθώς και ως απαραίτητες για την συμμετοχή τους σε βραβεία (Shanfeld, 2025) (Keates, 2025).

Σύμφωνα με τον Γκι Πούλεν του πανεπιστήμιου Queen Mary του Λονδίνου, η A24 δημιούργησε μια πιστή βάση οπαδών που ασχολείται με την εταιρεία ως μάρκα lifestyle, με έξυπνες αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, λανσάροντας δημοφιλείς περιεχόμενο πολυμέσων, και πουλώντας μοναδικά εμπορεύματα. Το κοινό που δημιούργησε χαρακτηρίζεται ως φιλότεχνο, νέο, αστικής τάξης, και ακαδημαϊκά μορφωμένο (Pullen, 2020). Αυτά είναι χαρακτηριστικά που συχνά συνδέονται με τον εξευγενισμό μέσω των δημογραφικών ομάδων: άτομα που μετακομίζουν σε ιστορικά εργατικές ή περιθωριοποιημένες γειτονίες, προσελκύονται από την αυθεντικότητά τους και τα χαμηλά ενοίκια τους, αλλάζοντας τον χαρακτήρα της περιοχής ανεβάζοντας τις αξίες της γης, εκδιώκοντας εν τέλει τους παλαιότερους κατοίκους της περιοχής.

### **3.3 Το καλλιτεχνικό κοινό και ο εξευγενισμός**

Η εκμετάλλευση αυτού του καλλιτεχνικού κοινού αποτελεί και λόγο ύπαρξης αρκετών φεστιβάλ κινηματογράφου. Ένα φεστιβάλ μπορεί χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο από κυβερνήσεις και τοπικές διοικήσεις για την ανάπλαση και εξευγενισμό αρκετών υποβαθμισμένων αστικών περιοχών (Vogel, 2023, σσ. 303–311). Η Θεσσαλονίκη αποτελεί παράδειγμα, με αρκετό από τον προϋπολογισμό του οργανισμού πολιτισμικής πρωτεύουσας του 1997 να πηγαίνει προς την ανακαίνιση του κινηματογράφου Ολύμπιον και του Α' προβλήτα του λιμανιού της πόλης, χώροι που στεγάζουν τα γραφεία και της αίθουσες του Διεθνούς Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης (Παπαδόπουλος & Τζήμου, 2016). Η διοργάνωση του 2024 αριθμήσε 89.000 επισκέπτες, 583 συναντήσεις ανάμεσα σε 648 επαγγελματίες του κλάδου με 211 ταινίες διαθέσιμες για χρηματοδότηση μέσω της αγοράς, με χορηγούς εταιρίες όπως η Mastercard, Alpha Bank, Aegean Airlines, ΔΕΗ και Cosmote-Telekom (User, 2024). Η τουριστική προβολή, η παρουσία επαγγελματιών του πολιτιστικού κλάδου, καθώς και η πρόσβαση σε ανθρώπινο δυναμικό που θέλει να κάνει τα πρώτα βήματα στην πολιτιστική βιομηχανία δουλεύοντας ως εθελοντές σε ένα φεστιβάλ (Vogel, 2023, σσ. 250–254), μετατρέπει το φεστιβάλ σε μοχλό αξιοποίησης του πολιτιστικού κεφαλαίου.

Διακρίνονται δύο διαφορετικές τάσεις του κοινού στον κινηματογράφο. Οι «σινεφίλ» προέρχονται από πιο αστικά στρώματα και προτιμούν τον κινηματογράφο των φεστιβάλ και του A24 σνομπάροντας τα εμπορικά blockbusters και το «παγκόσμιο οπτικοακουστικό περιεχόμενο». Αντίθετα το πιο μαζικό κοινό, σύμφωνα με τους



Rodianov, Arzumanov και Konnikov, δε διακρίνει καμία διαφορά στην φύση των δύο, καθώς «έχουν συνηθίσει να βλέπουν τον κινηματογράφο ως ένα προϊόν που πρέπει να ικανοποιεί τις προσδοκίες και τις απαιτήσεις τους» (Rodionov κ.ά., 2022).

Σύμφωνα με έρευνα των κοινωνιολόγων Lisa A. Barnett και Michael Patrick Allen στις ΗΠΑ το 2000, η κοινωνική τάξη επηρεάζει τα πρότυπα κατανάλωσης ταινιών. Μέσω μιας συγκριτικής έρευνας σε δύο εισοδηματικά διαφορετικές γειτονίες μιας μεσαίου μεγέθους πόλης, η μία κατεχοχήν ανωτέρου εισοδήματος και ακαδημαϊκής μόρφωσης και η άλλη χαμηλότερου, η μελέτη αποκαλύπτει ότι τα ακροατήρια ανώτερου-μεσαίου εισοδήματος ασχολούνται με ένα ευρύτερο φάσμα κινηματογραφικών ειδών -συμπεριλαμβανομένων των ανεξάρτητων/καλλιτεχνικών, κλασικών και blockbuster ταινιών. Αντίθετα, τα κοινά χαμηλότερου εισοδήματος παρουσιάζουν στενότερο πολιτιστικό ρεπερτόριο, με μεγαλύτερη εξάρτηση από την προβολή κατ' οίκον (Barnett & Allen, 2000). Καθώς δεν έχουμε στοιχεία σχετικά με την σχέση του κοινού με τα μέσα παραγωγής, μπορούμε να υποθέσουμε ότι οι υψηλοί εισοδηματίες ήταν μέλη της αστικής τάξης καθώς και της εργατικής αριστοκρατίας, ενώ η χαμηλότεροι μέλη της αστικής τάξης ή μικροαστοί, χωροθετώντας έτσι τα δύο κοινά ως προς την ταξική καταγωγή τους.

Η μελέτη υποστηρίζει τη θέση του Bourdieu ότι τα ακροατήρια υψηλότερου εισοδήματος, είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν «νόμιμες» ή υψηλού κύρους πολιτιστικές προτιμήσεις (όπως ο ανεξάρτητος/πρωτότυπος κινηματογράφος) μέσω ευρύτερης πρόσβασης και πολιτιστικής έκθεσης.

Η ενασχόληση με τις τέχνες, η πρόσβαση σε κινηματογραφικές αίθουσες και η εκτίμηση του κινηματογράφου είναι συνδεδεμένη με την ταξική καταγωγή, με τα αστικά κοινωνικά στρώματα να κατέχουν κυριολεκτικά χρήματα μαζί με ένα πολιτισμικό, συμβολικό κεφάλαιο, δηλαδή γνώσεις, στάσεις, δεξιότητες που διαφοροποιούνται ανάλογα με την κοινωνική τάξη προέλευσης του ατόμου. Οι φτωχότεροι σε πολιτισμικό κεφάλαιο αντιμετωπίζουν εχθρικά και απαξιωτικά την αισθητική και τις ασχολίες των πλουσιότερων, οι οποίοι χρησιμοποιούν την τέχνη και την κατανόηση της ως απόδειξη κοινωνικής καταγωγής, διακρίνοντας τους εαυτούς τους ακριβώς από αυτή τη μάζα. Σε αυτό το πλαίσιο η παρακολούθηση «δύσκολων», ανεξάρτητων ταινιών γίνεται μέσο κοινωνικής διαφοροποίησης και συμβολικού κύρους (Bourdieu κ.ά., 2006, σ. 60–83).

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η μετάβαση του κινηματογράφου που παρατήρησε ο Σκορσέζε δεν αποτελεί μια απλή αλλαγή τεχνολογίας ή φόρμας. Η ταυτόχρονη άνοδος και ο συνδυασμός των πολυμεσικών franchise τύπου Marvel και των πλατφορμών streaming έχει αλλάξει το κοινό του κινηματογράφου. Πλέον το σινεμά, όπως το ορίζουν ο Μπαζέν και ο Σκορσέζε αποτελεί μια αστική μορφή τέχνης. Τα μαζικά λαϊκά στρώματα που στην αρχή του προηγούμενου αιώνα αποτελούσαν το βασικό κοινό της έβδομης τέχνης δεν διακρίνουν μεταξύ της εύκολα προσβάσιμης «παγκόσμιας οπτικοακουστικής ψυχαγωγίας» και του «Σινεμά».

Η εμπειρία παρακολούθησης σε μια αίθουσα με κοινό μιας ταινίας που θέλει να αποτυπώσει την πραγματικότητα της ύπαρξης χωρίς να λαμβάνει υπόψιν τα κέρδη, βασικών προϋποθέσεων για το «Σινεμά» σύμφωνα με την θεωρία των συσκευών και τον Μπαζέν γίνεται δυσκολότερη για τις μάζες. Οι κινηματογράφοι είτε κλείνουν, είτε βασίζονται αποκλειστικά στα franchise, με τους εναπομείναντες οικοδεσπότες του «Σινεμά» να βρίσκονται στα εξευγενισμένα αστικά κέντρα, και με το κοινό τους να είναι μια πλούσια σε συμβολικό κεφάλαιο αστική τάξη (ή υψηλόμισθα μέλη της εργατικής αριστοκρατίας) που χρησιμοποιεί τον κινηματογράφο ως εργαλείο διάκρισης από την μάζα. Τα λαϊκά στρώματα μένουν με τα πολυμεσικά θεάματα στους κινηματογράφους, τα οποία απορρίπτονται από τους σκηνοθέτες της γενιάς του Scorsese λόγω της φύσης τους ως καταναλωτικά ή ευτελή προϊόντα, και με τις πλατφόρμες βίντεο κατ' απαίτηση στο σπίτι, και οι οποίες απορρίπτονται σαν παραχαράξεις της κινηματογραφικής εμπειρίας.

Οι εξελίξεις αυτές τοποθετούν τον κινηματογράφο σε ένα σημείο καμπής σχετικά με την φύση του. Στην ίδια συνέντευξη που μελετήσαμε εδώ, ο Σκορσέζε παραδέχθηκε ότι η έκφραση μέσω της κινούμενης εικόνας βρίσκεται και σε φόρμες όπως ένα σύντομο βίντεο στο ίντερνετ και σε τηλεοπτικές σειρές (Shafer, 2024). Η προβολή σε μια αίθουσα μπορεί πλέον να γίνεται κτήμα της αστικής τάξης, αλλά η δημοκρατική πρόσβαση σε ποιοτικό, ανεξάρτητο, διεθνή κινηματογράφο που φέρνει το διαδίκτυο και οι νέες μορφές έκφρασης του 21<sup>ου</sup> αιώνα, μπορούν να οδηγήσουν σε μια αναθεώρηση της φύσης και τέχνης του κινηματογράφου και της κινούμενης εικόνας.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

*2000 Worldwide Box Office*. (χ.χ.). Box Office Mojo. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2000/>

*2010 Worldwide Box Office*. (χ.χ.). Box Office Mojo. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2010/>

*2024 Worldwide Box Office*. (χ.χ.). Box Office Mojo. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2024/>

Alford, M. (2016). The Political Impact of the Department of Defense on Hollywood Cinema. *Quarterly Review of Film and Video*, 33(4), 332–347.  
<https://doi.org/10.1080/10509208.2015.1086614>

*All Time Worldwide Box Office*. (χ.χ.). The Numbers. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.the-numbers.com/box-office-records/worldwide/all-movies/cumulative/all-time>

Amoweb. (χ.χ.). | φεστιβάλ, προφίλ. AIFF • Νύχτες Πρεμιέρας. Ανακτήθηκε 14 Ιούνιος 2025, από <https://www.aiff.gr/r.asp?catid=11256>

Athereiya, V. (2023, Ιούλιος 7). *The Key to A24's Continued Success* | 3Vision. 3vision.tv. <https://www.3vision.tv/news-insights/the-key-to-a24s-continued-success>

Barnett, L. A., & Allen, M. P. (2000). Social class, cultural repertoires, and popular culture: The case of film. *Sociological Forum*, 15, 145–163.

Bazin, A. (1967). What is Cinema? Volume I. *Trans. Hugh Gray. Berkeley: University of California Press*, 108.

Belton, J. (2014). If film is dead, what is cinema? *Screen*, 55(4), 460–470.  
<https://doi.org/10.1093/screen/hju037>

Bourdieu, P., Kaphampēlē, K., Panagiōtōpoylos, N., & Bourdieu, P. (2006). *Η διάκριση. Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης* (7. Aufl). Patakis.

Breznican, A. (2019, Οκτώβριος 4). *Scorsese Takes On Marvel—And Nobody Wins*. Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/hollywood/2019/10/martin-scorsese-marvel-movies>

- Cooper, P. (2025, Ιανουάριος 2). *What does the future hold for our cinemas?* Bbc.Com. <https://www.bbc.com/news/articles/clyx4g8z1r8o>
- Cotter, L. (2019, Οκτώβριος 21). *Ken Loach: Marvel superhero films 'boring' and 'nothing to do with art of cinema'*. Sky News. <https://news.sky.com/story/ken-loach-marvel-superhero-films-boring-and-nothing-to-do-with-art-of-cinema-11841486>
- Cullen, F. (2023). *What is Vaudeville? – The American Vaudeville Museum & UA Collections*. <https://sites.arizona.edu/vaudeville/what-is-vaudeville-draft/>
- Decuers, L. (2020, Μάιος 20). *Private Snafu Cartoon Series*. The National WWII Museum | New Orleans. <https://www.nationalww2museum.org/war/articles/private-snafu-cartoon-series>
- Elisson, J. (2022, Μάιος 26). *Propaganda with your popcorn: How cinema became the military's key promotional tool*. The Independent. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/top-gun-maverick-military-propaganda-b2086968.html>
- Ζάρκου, Δ. (2024, Απρίλιος 13). *Το Παλάς κλείνει και το Παγκράτι δεν θα είναι ποτέ ξανά το ίδιο*. Newsbeast. <https://www.newsbeast.gr/entertainment/cinema/arthro/10786012/to-palas-kleinei-kai-to-pagkrati-den-tha-einai-pote-xana-to-idio>
- Franchises (US & Canada)*. (χ.χ.). Box Office Mojo. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.boxofficemojo.com/franchise/>
- Franklin, G. (2017, Φεβρουάριος 26). *Scorsese Not A Fan Of Viewing Films At Home*. *Dark Horizons*. <https://www.darkhorizons.com/scorsese-not-a-fan-of-viewing-films-at-home/>
- Friends With Benefits vs. No Strings Attached: A Comparison. (2011, Ιούλιος 21). *Wall Street Journal*. <http://online.wsj.com/article/SB10001424053111903461104576457872214566178.html>
- Harris, H. (2019, Απρίλιος 30). *Marvel Movies Aren't Sexy Enough for Pedro Almodóvar, Says Pedro Almodóvar*. Vulture.

<https://www.vulture.com/2019/04/marvel-movies-arent-sexy-enough-for-pedro-almodovar.html>

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1993). *The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*. Στο G. S. Noeri (Επιμ.), *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press.

<https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9780804788090-007/html>

Kamal, N. (2024, Ιούλιος 8). Lucasfilm Chief Confirms ‘Star Wars’ Is Just About Selling Toys. *Inside the Magic*. <https://insidethemagic.net/2024/07/lucasfilm-chief-confirms-star-wars-is-just-about-selling-toys-nk1/>

Keates, E. (2025, Ιανουάριος 22). Netflix not rethinking theatrical releases despite Narnia getting a somewhat normal one. *AV Club*. <https://www.avclub.com/netflix-theatrical-strategy-narnia>

Khalid, A. (2023, Δεκέμβριος 6). *A24’s new home for its theatrical releases is Warner Bros. Discovery*. The Verge. <https://www.theverge.com/2023/12/6/23991039/a24-hbo-max-cinemax-deal-warner-bros-discovery>

Kuhn, A., & Westwell, G. (2020). *A dictionary of film studies* (2nd edition). Oxford University Press, Incorporated.

Kurosawa, A. (1981). *Something Like An Autobiography*. Knopf Doubleday Publishing Group.

Kwan, D., & Scheinert, D. (Διευθυντές). (2022, Απρίλιος 28). *Everything Everywhere All at Once* [Action, Adventure, Comedy]. A24, IAC Films, AGBO.

Lodge, G. (2023, Μάρτιος 11). ‘A24 finds the zeitgeist and sets the trend’: How a small indie producer came to dominate the Oscars. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/film/2023/mar/11/a24-oscars-indie-producer-everything-everywhere-all-at-once>

Lucas, G. (Διευθυντής). (1977, Νοέμβριος 8). *Star Wars* [Action, Adventure, Fantasy]. Lucasfilm, Twentieth Century Fox.

Lumière, A., & Lumière, L. (Διευθυντές). (1896, Ιανουάριος 25). *L’arrivée d’un train à La Ciotat* [Documentary, Short]. Lumière.

McClure, A. F. (1972). Hollywood at War: The American Motion Picture and World War II, 1939-1945. *Journal of Popular Film*, 1(2), 123–135.

McLuhan, M. (1964). *MEDIA: ΟΙ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ* (Δεκέμβριος 1990, μτφ ΜΑΝΔΡΟΣ ΣΠΥΡΟΣ). ΚΑΛΒΟΣ.

Meyersohn, N. (2023, Αύγουστος 9). *Even 'Barbie' may not be able to rescue AMC Theaters* | *CNN Business*. CNN. <https://www.cnn.com/2023/08/09/business/amc-theaters-barbie-oppenheimer>

*Movie Franchises—Box Office History*. (χ.χ.). The Numbers. Ανακτήθηκε 12 Ιούνιος 2025, από <https://www.the-numbers.com/movies/franchises>

Napper, L. (2019). 3. Russia—‘Of all the arts, the most important for us is the cinema’. Στο *Silent Cinema: Before the Pictures Got Small* (σσ. 50–70). Columbia University Press. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.7312/napp18118-005/html>

Nick de Semlyen. (2019, Νοέμβριος 7). *The Irishman Week: Empire's Martin Scorsese Interview*. Empire. <https://www.empireonline.com/movies/features/irishman-week-martin-scorsese-interview/>

Pullen, G. E. (2020). *Short Guide to A24* [Mapping Contemporary Cinema]. <https://mcc.sllf.qmul.ac.uk/?p=2175>

Rivas Romero, M. A. (2021). Cinema and its relationship with merchandising at the beginning of the 21st century. *AVANCA Cinema 2021*, 92–100.

Rodionov, D., Arzumanov, O., & Konnikov, E. (2022). Exploring Consumer Differentiation in Information Products: A Comparative Analysis of Mass Cinema and Auteur Cinema. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 14(4), 290–314.

Rubin, B. L., Rebecca. (2025, Μάρτιος 26). With 5,700 Movie Screens Shut Down and the Box Office in a Slump, Theaters Are Still Waiting for a Post-Pandemic Comeback. *Variety*. <https://variety.com/2025/film/news/movie-theaters-comeback-screens-shut-down-box-office-slump-1236347993/>

- Savitsky, S. (2025, Ιανουάριος 5). *Why your town's theater prefers blockbusters over Oscar contenders*. Axios. <https://www.axios.com/2025/01/05/oscar-nominations-limited-release-explained>
- Scorsese, M. (2019a, Νοέμβριος 5). Opinion | Martin Scorsese: I Said Marvel Movies Aren't Cinema. Let Me Explain. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2019/11/04/opinion/martin-scorsese-marvel.html>
- Shafer, E. (2024, Φεβρουάριος 20). Martin Scorsese Doesn't Think Cinema Is 'Dying,' but 'Transforming': 'It Was Never Meant to Be One Thing'. *Variety*. <https://variety.com/2024/film/festivals/martin-scorsese-cinema-dying-transforming-berlin-film-festival-1235916743/>
- Shanfeld, E. (2025, Απρίλιος 24). Netflix CEO Ted Sarandos Says Movie Theater Model Is 'Outdated': 'Most of the Country' Cannot 'Walk to a Multiplex'. *Variety*. <https://variety.com/2025/film/news/netflix-ceo-ted-sarandos-movie-theaters-outdated-1236376565/>
- Shoard, C. (2019, Οκτώβριος 21). Francis Ford Coppola: Scorsese was being kind – Marvel movies are despicable. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/film/2019/oct/21/francis-ford-coppola-scorsese-was-being-kind-marvel-movies-are-despicable>
- Stead, P. (2013). *Film and the Working Class: The Feature Film in British and American Society*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315855684>
- Τίτλοι τέλους και για το Odeon Κομοτηνή—FLIX. (2021, Αύγουστος 25). <https://flix.gr/en/news/titloi-teloys-kai-gia-odeon-komotini.html>
- Παπαδόπουλος, Λ., & Τζήμου, Κ. (2016, Δεκέμβριος 28). 1997-2017: Η Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης 20 χρόνια μετά. Parallaxi Magazine. <https://parallaximag.gr/epikairota/reportaz/1997-2017-politistiki-protevousa-tis-evropis-20-chronia-meta>
- Tasha [@TashaRobinson]. (2022, Μάρτιος 24). "Oh wow. Haven't seen @Letterboxd do this before, but I guess we're in the one specific timeline where EVERYTHING EVERYWHERE ALL AT ONCE got its own customized, thematically appropriate

'watched' button instead of the usual green-eye icon. 🙄 <https://t.co/eX0fbyalU> [Tweet]. Twitter. <https://x.com/TashaRobinson/status/1506826044279504898>

*TIFF AGORA 31.10—8.11.2025*. (χ.χ.). Ανακτήθηκε 14 Ιούνιος 2025, από <https://www.filmfestival.gr/el/professionals/tiff-agera>

User, P. (2024, Νοέμβριος 18). *Με μεγάλη επιτυχία και 89.000 θεατές και επισκέπτες ολοκληρώθηκε το 65ο Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης*. Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης. <https://www.filmfestival.gr/el/all-news/29154-megali-epityxia-kai-89-000-theates-kai-episkeptes-oloklirothike-to-65o-festival-kinimatografou-thessalonikis>

Vena, A. (2024, Μάιος 14). *'Thor's Chris Hemsworth Defends Superhero Films Against Criticism From Francis Ford Coppola, Martin Scorsese: "Those Guys Had Films That Didn't Work Too — We All Have" | Decider*. <https://decider.com/2024/05/14/thor-chris-hemsworth-defends-superhero-criticism-francis-ford-coppola-martin-scorsese/>

Vogel, A. (2023). *Cinema and the Festivalization of Capitalism: The Experience-Makers*. Brill.

Χαρμπής, Α. (2023, Μάρτιος 22). *Χολιγουντιανός συντηρητισμός τότε και τώρα*. Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ. <https://www.kathimerini.gr/culture/56233321/choligoynntianos-syntiritismos-tote-kai-tora/>

Χάνου Ε. *Χωρίς σινεμά ο Βόλος – Στη Λάρισα για να δουν ταινία στη μεγάλη οθόνη*. (2023, Δεκέμβριος 10). Εφημερίδα ΤΑΧΥΔΡΟΜΟΣ Βόλου, Μαγνησίας, Θεσσαλίας. <https://www.taxydromos.gr/magnesia/volos/1023069/choris-sinema-o-volos-sti-larisa-gia-na-doyn-tainia-sti-megali-othoni/>

## Φιλμογραφία

Cameron, J. (Σκηνοθέτης). (2009, Δεκέμβριος 17). *Avatar* [Action, Adventure, Fantasy]. Twentieth Century Fox, Dune Entertainment, Lightstorm Entertainment.

Carnahan, J. (Σκηνοθέτης). (2010, Ιούνιος 17). *The A-Team* [Action, Adventure, Crime]. Twentieth Century Fox, Dune Entertainment, Stephen J. Cannell Productions.

Chazelle, D. (Σκηνοθέτης). (2022, Δεκέμβριος 23). *Babylon* [Comedy, Drama]. Paramount Pictures, C2 Motion Picture Group, Marc Platt Productions.



Cooper, M. C., Fritsch, G. von, & Schoedsack, E. B. (Διευθυντές). (1955, Ιανουάριος 5). *This Is Cinerama* [Documentary]. Cinerama Productions Corp.

Favreau, J. (Σκηνοθέτης). (2008, Μάιος 1). *Iron Man* [Action, Adventure, Sci-Fi]. Paramount Pictures, Marvel Entertainment, Marvel Studios.

Fleming, V., & Vidor, K. (Σκηνοθέτες). (1939, Αύγουστος 15). *The Wizard of Oz* [Adventure, Family, Fantasy]. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Garland, A. (Σκηνοθέτης). (2015, Μάρτιος 12). *Ex Machina* [Drama, Sci-Fi, Thriller]. A24, Universal Pictures, Film4.

Gluck, W. (Σκηνοθέτης). (2011, Σεπτέμβριος 29). *Friends with Benefits* [Comedy, Romance]. Screen Gems, Castle Rock Entertainment, Zucker Productions.

Reitman, I. (Σκηνοθέτης). (2011, Φεβρουάριος 24). *No Strings Attached* [Comedy, Romance]. Paramount Pictures, Cold Spring Pictures, Spyglass Entertainment.

Russo, A., & Russo, J. (Σκηνοθέτες). (2019, Απρίλιος 24). *Avengers: Endgame* [Action, Adventure, Sci-Fi]. Marvel Studios.

Safdie, B., & Safdie, J. (Σκηνοθέτες). (2020, Ιανουάριος 31). *Uncut Gems* [Crime, Drama, Thriller]. A24, Elara Pictures, IAC Films.

Schwentke, R. (Σκηνοθέτης). (2010, Νοέμβριος 4). *RED* [Action, Comedy, Crime]. Summit Entertainment, Di Bonaventura Pictures, DC Entertainment.

Scorsese, M. (Σκηνοθέτης). (2019b, Νοέμβριος 27). *The Irishman* [Biography, Crime, Drama]. Tribeca Productions, Sikelia Productions, Winkler Films.

Spielberg, S. (Σκηνοθέτης). (1975, Δεκέμβριος 26). *Jaws* [Adventure, Drama, Horror]. Zanuck/Brown Productions, Universal Pictures.

Stallone, S. (Σκηνοθέτης). (2010, Αύγουστος 17). *The Expendables* [Action, Adventure, Thriller]. Lionsgate, Millennium Films, Nu Image Entertainment GmbH.