

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ,
ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ & Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών η αναπαράσταση της πόλης στον κινηματογράφο και η σχέση αρχιτεκτονικής και έβδομης τέχνης αποτελεί αντικείμενο διεπιστημονικής μελέτης. Οι κινηματογραφικοί χώροι διαμορφώνονται με βάση κάποια συγκεκριμένη θεματολογία, την οποία συνοδεύει μια ορισμένη εικονογραφία. Στο σύγχρονο πλαίσιο ανταγωνισμού των πόλεων οι συγκεκριμένες εικονογραφήσεις αξιοποιούνται από τους οργανισμούς μάρκετινγκ προορισμού ως εργαλεία για την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού.

Ως περίπτωση μελέτης επιλέγεται η πόλη του Λονδίνου και η αναπαράσταση της μέσα από το κινηματογραφικό κίνημα του Free Cinema. Το κίνημα αυτό κατάφερε να απεικονίσει τα διακριτά χαρακτηριστικά του πολεοδομικού ιστού και την ταυτότητα της βρετανικής εργατικής τάξης της δεκαετίας του 1950.

Λέξεις Κλειδιά: αναπαραστάσεις της πόλης, κινηματογραφικός τουρισμός, Λονδίνο, Free Cinema

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ
ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ
ΚΑΙ Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟ
ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΟΥ
FREE CINEMA

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΕΦΝΕΡ Α.
ΕΚΠΟΝΗΣΗ: ΤΖΙΑΦΕΡΗ ΕΛΕΝΗ



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Όπως κάθε προϊόν έρευνας και δημιουργικής έκφρασης, έτσι και η παρούσα διπλωματική εργασία προκειμένου να υλοποιηθεί συνέβαλαν αρκετά άτομα του ακαδημαϊκού και οικείου περιβάλλοντος. Η ηθική στήριξη και η ερευνητική καθοδήγηση υπήρξαν αρωγοί για την ολοκλήρωση του συγκεκριμένου έργου και των σπουδαστικών μου υποχρεώσεων. Αρχικά λοιπόν θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Γιώργο Παπακωνσταντίνου για την άμεση προθυμία του και για το διδακτικό του έργο, που αποτέλεσε πηγή έμπνευσης. Ακόμη καθοριστική υπήρξε η συμβολή του κ. Αλέξιου Δέφνερ, ο οποίος καθοδήγησε την πορεία και εξέλιξη της παρούσας εργασίας. Επίσης τον ευχαριστώ ιδιαιτέρως για τις ευκαιρίες που μου παρείχε στο πέρασ των ακαδημαϊκών χρόνων, ώστε να αναδείξω και να προάγω το ερευνητικό μου ενδιαφέρον και την ποιότητα των εργασιών μου. Ακολούθως οφείλω βαθιά ευγνωμοσύνη στο κ. Νικολό Βογιαζίδα για την συνεχή ηθική υποστήριξη και ενθάρρυνση σε κάθε βήμα της προσπάθειας μου. Το πιο σημαντικό ρόλο από όλους, και τους ευχαριστώ για αυτό, τον διαδραμάτισαν όπως είναι απολύτως λογικό οι γονείς μου, χωρίς την υποστήριξη των οποίων δε θα είχα τη δυνατότητα να ολοκληρώσω ούτε το συγκεκριμένο τεύχος αλλά ούτε και το πρόγραμμα σπουδών μου. Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τη δεύτερη «οικογένειά» μου εδώ στο Βόλο, Αντώνη, Γιώργο, Γιάννη, Κατερίνα, Μαρία Μ., Στέλιο και Χριστόφορο, με τους οποίους μοιραστήκαμε σχεδόν τα πάντα όλα αυτά τα χρόνια, δημιουργώντας μια πραγματικά όμορφη φοιτητική ζωή. Επιπρόσθετα ξεχωριστή, ευχαριστήρια αναφορά οφείλω να εκφράσω στις Μαρία Ν., Μαριάννα, Μαρίνα και την Σοφία.

Με εκτίμηση Ελένη Τζιαφέρη



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κατά την διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών η αναπαράσταση της πόλης στον κινηματογράφο και η σχέση αρχιτεκτονικής και έβδομης τέχνης αποτελεί αντικείμενο διεπιστημονικής μελέτης. Οι κινηματογραφικοί χώροι διαμορφώνονται με βάση κάποια συγκεκριμένη θεματολογία, την οποία συνοδεύει μια ορισμένη εικονογραφία. Στο σύγχρονο πλαίσιο ανταγωνισμού των πόλεων οι συγκεκριμένες εικονογραφήσεις αξιοποιούνται από τους οργανισμούς μάρκετινγκ προορισμού ως εργαλεία για την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού.

Ως περίπτωση μελέτης επιλέγεται η πόλη του Λονδίνου και η αναπαράσταση της μέσα από το κινηματογραφικό κίνημα του Free Cinema. Το κίνημα αυτό κατάφερε να απεικονίσει τα διακριτά χαρακτηριστικά του πολεοδομικού ιστού και την ταυτότητα της βρετανικής εργατικής τάξης της δεκαετίας του 1950.

Λέξεις Κλειδιά: αναπαραστάσεις της πόλης, κινηματογραφικός τουρισμός, Λονδίνο, Free Cinema

ABSTRACT

During the last decades the representation of city in cinema and the relation between architecture and cinema has been set as a multidisciplinary study area. The places that have been filmed are tailored to a specific theme, which accompany a particular iconography. In today's global context of urban competition, the cinematic depictions are exploited by destination marketing organizations as a tool, in order to develop and promote the film-induced tourism.

The representation of London through the film movement of Free Cinema has been selected as the case study. This movement managed to portray the distinctive characteristics of urban fabric and the identity of the British working class in the 1950s.

Key Words: representation of the city, film-induced tourism, London, Free Cinema

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	iv
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	vi
ΛΕΞΙΚΟ ΟΡΩΝ	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
1. Η ΠΟΛΗ ΩΣ ΕΝΑ ΖΩΝΤΑΝΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ	7
1.1. Ο ΧΩΡΟΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ	10
1.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ-ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	13
1.2.1. ΤΑ ΠΟΛΕΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ	14
1.2.2. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ	18
1.3. Η ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ ΣΧΕΣΗ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ	20
1.4. Ο ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΩΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΦΙΛΜΙΚΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ	23
1.4.1. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΟ ΜΕΤΑΠΟΛΕΜΙΚΟ ΛΟΝΔΙΝΟ	24
1.4.2. Η ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ	29
1.5. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	34
2. ΕΚΔΟΧΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ	37
2.1. Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ	39
2.2. ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΔΙΑΣΗΜΩΝ ΣΚΗΝΟΘΕΤΩΝ	46
2.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ	49
3. Η ΓΕΝΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ FREE CINEMA	51
3.1. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥ FREE CINEMA	52
3.1.1. ΟΙ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΤΟΥ FREE CINEMA	54
3.1.2. ΤΟ FREE CINEMA ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΡΕΑΛΙΣΜΟ ΚΑΙ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ	57
3.1.3. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ	59
3.1.4. ΤΟ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ	63
3.2. ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA	65
3.3. ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΚΑΙ Ο ΑΠΟΗΧΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ	73
3.4. ΚΡΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	74
4. Η ΑΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA	80
4.1. Η ΑΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA	81
4.1.1. Η ΝΕΑ ΒΡΕΤΑΝΙΚΗ ΕΡΓΑΤΙΚΗ ΤΑΞΗ ΤΟΥ ΕΞΑΣΤΙΣΜΟΥ	84
4.1.2. Η ΓΕΝΙΑ ΤΩΝ «ΟΡΓΙΣΜΕΝΩΝ ΝΕΩΝ» - “ANGRY YOUNG MEN”	86
4.1.3. Η ΥΠΟΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ‘TEDDY BOYS’	88
4.1.4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΕΙΡΑΦΕΤΗΜΕΝΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ	90

4.2. Η ΠΡΟΒΑΛΛΟΜΕΝΗ ΠΟΛΕΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA	92
4.3. ΕΠΙΛΟΓΟΣ	95
5. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	97
5.1. Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	99
5.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΠΟΛΗΣ	109
5.3. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	116
5.4. ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	123
5.5. ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΡΕΤΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ	126
5.5.1. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	131
5.5.2. ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ	136
5.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	142
6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	146
6.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ	149
6.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ ΤΟΥ FREE CINEMA	154
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	163
ΦΙΛΜΟΓΡΑΦΙΑ	166
Φ.1. FREE CINEMA 1, 3 ΚΑΙ 6: ΟΙ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ	166
Φ.1.1. ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ	166
Φ.1.2. ΛΟΙΠΕΣ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA	172
Φ.2. FREE CINEMA 2, 4 ΚΑΙ 5: ΟΙ ΞΕΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ	174
Φ.3. ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΣΤΑ KITCHEN SINK DRAMAS ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ NEW WAVE	177
Φ.4. ΛΟΙΠΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ	180
ΠΗΓΕΣ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ	182
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	196
Π.1. Ο ΡΕΑΛΙΣΜΟΣ	196
Π.2. ΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ	197
Π.3. Η ΔΙΑΛΕΚΤΙΚΗ ΤΟΥ GRIERSON ΓΙΑ ΤΟΝ ΡΕΑΛΙΣΜΟ ΤΩΝ ΒΡΕΤΑΝΙΚΩΝ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ	199
Π.4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ ΤΟΥ FREE CINEMA	200
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΧΑΡΤΩΝ	204

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Διαφορά αντίληψης του χώρου στον κινηματογράφο και την πολεοδομία βάσει του ρόλου του ατόμου.....	11
Εικόνα 2: Τρισδιάστατη απεικόνιση των διακριτών στοιχείων για την οργάνωση και ανάγνωση του αφηγηματικού χώρου.	15
Εικόνα 3: Κέντρο Τέχνης και Τεχνολογίας των Media στο Karlsruhe.....	21
Εικόνα 4: ουρανοξύστη De Rotterdam στο Ρότερνταμ	21
Εικόνα 5: Κτηρίου CCTV στο Πεκίνο.....	21
Εικόνα 6: Χάρτης κοινωνικής και λειτουργικής ανάλυσης του Λονδίνου του 1944.....	25
Εικόνα 7: Χάρτης βασικού οδικού δικτύου Λονδίνου.....	26
Εικόνα 8: Το Λονδίνο σε εργάσιμες ώρες	26
Εικόνα 9: Οριοθέτηση δακτυλίων και οι νέες πόλεις δορυφόροι	27
Εικόνα 10: Στρατηγική σχεδίασης υποδομών πρασίνου 1943-1944	28
Εικόνα 11: Κατανομή των κτιρίων που καταδαφίστηκαν στο Μείζον Λονδίνο (Greater London), 1939-1945.....	28
Εικόνα 12: Ιεράρχηση των πάρκων βάσει μεγέθους.....	29
Εικόνα 13: Στα σχέδια του Abercrombie του 1944 προτείνεται ο εξής ιστός ανοιχτών χώρων.....	29
Εικόνα 14: Αφίσα για την ανακατασκευή του βομβαρδισμένου Κέντρου Υγείας Finsbury	31
Εικόνα 15: Διαφήμιση του προγράμματος στεγαστικής αναβάθμισης.....	31
Εικόνα 16: Ο αρχιτέκτονας-πολεοδόμος Patrick Abercrombie μαζί με το Συμβούλιο της Κομητείας του Λονδίνου ...	31
Εικόνα 17: Χάρτης του Whitechapel με τις περιοχές που έδρασε ο Τζακ ο Αντεροβγάλτης.....	37
Εικόνα 18: Η Γέφυρα του Λονδίνου μέσα από εικονογράφηση του Gustave Doré	37
Εικόνα 19: Οι πιο γνωστοί λογοτεχνικοί ήρωες του κινηματογράφου που έχουν ταυτιστεί με το Λονδίνο.	38
Εικόνα 20: Εντοπισμός των κινηματογραφημένων περιοχών του Λονδίνου	42
Εικόνα 21: Η πρώτη ταινία που γυρίστηκε στο Λονδίνο London's Trafalgar Square (1890).....	44
Εικόνα 22: Η βόρεια όχθη του Λονδίνου μέσα από την ταινία Closer (2004)	44
Εικόνα 23: Το μέγαρο της Κομητείας του Λονδίνου από την ταινία Frenzy (1972).....	47
Εικόνα 24: Το βομβαρδισμένο τοπίο γύρω από τον καθεδρικό ναό του St. Paul από την ταινία Stage Fright (1950) ..	47
Εικόνα 25: Το Αββαείο του Westminster από την ταινία Match Point (2005).....	48
Εικόνα 26: Δυστοπικό τοπίο του Λονδίνου από την ταινία The Dark Knight (2008).....	48
Εικόνα 27: Τα δημοσιευμένα κείμενα από τα μανιφέστο του 1 ^{ου} και 6 ^{ου} Προγράμματος του Free Cinema.....	56
Εικόνα 28: Πινακίδα νέον από αίθουσα προβολής ταινιών κατάλληλων μόνο για ενήλικους στην οδό Haymarket στην περιοχή του Piccadilly από την ταινία Nice Time(1957).....	61
Εικόνα 29: Εικόνες από την ταινία Momma Don't Allow(Karel Reisz & Tony Richardson,1955) με νέους να διασκεδάζουν σε νυχτερινό κέντρο διασκέδασης στο νότιο Λονδίνο	62
Εικόνα 30: Εικόνες από την ταινία We Are the Lambeth Boys (Karel Reisz,1958)	62
Εικόνα 31: Εικόνες από το φυλλάδιο και το μανιφέστο της προβολής Free Cinema 1	67
Εικόνα 32: Οι τίτλοι τέλους από την ταινία Ζορμπάς (1964).....	77
Εικόνα 33: ο Walter Lassally στην ταινία Before Midnight (2013)	77
Εικόνα 34: εικόνες από την ταινία Nice Time(1957), η αριστερή είναι διαφημιστική αφίσα από θέαμα κατάλληλο μόνο για ενήλικους και δεξιά τοιχοκολλημένο πορνογραφικό υλικού στην περιοχή του West End.....	82
Εικόνα 35: Στην ταινία Nice Time(1957) καταγράφονται επικριτές της νέας κουλτούρας που διαμαρτύρονται διακηρύσσοντας και υπερασπίζοντας τα χρηστά ήθη.....	84
Εικόνα 36: Εικόνες από την ταινία We are the Lambeth Boys (1959), όπου στις πρώτες δυο οι κοπέλες επιτίθενται και διαπληκτίζονται με νεαρούς και στην τρίτη αποτυπώνεται ένα νεαρό ζευγάρι.....	91
Εικόνα 37: Εικόνες με νεαρές γυναίκες εν ώρα εργασίας από τις ταινίες Together(1956) και We are the Lambeth Boys(1959).....	92
Εικόνα 38: Νυχτερινό πλάνο της Piccadilly Circus από την ταινία Nice Time (1957).....	95
Εικόνα 39: Τα στούντιο της Warner Bros όπου γυρίστηκε η σειρά ταινιών Harry Potter (2001-2011) και σήμερα λειτουργεί ως θεματικό μουσείο όπου διενεργούνται ξεναγήσεις	128
Εικόνα 40: Οι στουντιακές εγκαταστάσεις της εταιρίας Pinewood στην περιοχή του Buckinghamshire	128
Εικόνα 41: Παραδείγματα αύξησης κινηματογραφικού τουρισμού στην Βρετανία.....	130
Εικόνα 42: Διαδραστικός χάρτης με τις τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών στο Λονδίνο.....	131
Εικόνα 43: θεματικός χάρτης τουριστικής περιήγησης στο Λονδίνο ταινιών της Disney.....	131

Εικόνα 44: Ψηφιακές πλατφόρμες με τις τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών από τους οργανισμούς Film London και BBC.....	132
Εικόνα 45: θεματικός χάρτης του μετρό του Λονδίνου με εντοπισμένες 300 περιοχές κινηματογραφικών και τηλεοπτικών γυρισμάτων, στούντιο και κατοικιών δημοφιλών ηθοποιών και σκηνοθετών	133
Εικόνα 46: Στιγμιότυπο από το διαφημιστικό του Visit Britain που προβάλλονταν στους κινηματογράφους με αφορμή την 50η επέτειο του James Bond	134
Εικόνα 47: Φιλμική θεματική έκθεση αφιερωμένη στις ταινίες του Charlie Chapin	134
Εικόνα 48: Θεματικός χάρτης περιήγησης με τις τοποθεσίες γυρισμάτων από τις ταινίες Bridget Jones`s Diary (2001) και Bridget Jones: The edge of reason (2004)	135
Εικόνα 49: Πληροφορίες, εσωτερικά και εξωτερικά πλάνα από τον καθεδρικό ναό του St. Paul από την βάση τοποθεσιών «Film London Directory».....	140
Εικόνα 50: Κατάλογος τοποθεσιών από την βάση δεδομένων «Film London Directory».....	140
Εικόνα 51: Μέλη δικτύου συνεργασίας προγράμματος «EuroScreen»	142
Εικόνα 52: Ο Malcolm McDowell αφηγητής του διαδραστικού βίντεο για το Free Cinema.....	159
Εικόνα 53: Αρχαιακό υλικό για τις προβολές, τις ταινίες και τους συντελεστές των ταινιών	159
Εικόνα 54: Θεματική ιστοσελίδα του BFI με αρχαιακό υλικό για το Free Cinema.....	159
Εικόνα 55: Το ντοκιμαντέρ για το Free Cinema Small is Beautiful (2006)	159
Εικόνα 56: Προτεινόμενο δίκτυο συνεργασίας.....	160
Εικόνα 57: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Momma Don`t Allow (1956).....	166
Εικόνα 58: Νεαρό κοινό χορεύει στην πίστα του νυχτερινού κέντρου Green Wood	166
Εικόνα 59: Η παρέα των κομμωτών μεσοαστών της τάξης του εξαστισμού.....	166
Εικόνα 60: Το νυχτερινό κέντρο Green Wood	166
Εικόνα 61: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Together (1959).....	167
Εικόνα 62: Οι πρωταγωνιστές περπατούν στους δρόμους των Docklands.....	167
Εικόνα 63: Οι δυο πρωταγωνιστές κουβεντιάζουν στο σπίτι τους	167
Εικόνα 64: Οι πρωταγωνιστές κάθονται σε μια γέφυρα στις αποβάθρες	167
Εικόνα 65: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Every Day Except Christmas (1957)	168
Εικόνα 66: Εργαζόμενος της αγοράς	168
Εικόνα 67: Πάγκοι πώλησης λουλουδιών στην αγορά του Covent Garden	168
Εικόνα 68: Πάγκοι στον εσωτερικό χώρο της στεγασμένης αγοράς	168
Εικόνα 69: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Nice Time (1957)	169
Εικόνα 70: Στρατιώτες μπροστά στις τεράστιες φωτισμένες πινακίδες της πλατείας Piccadilly Circus.....	169
Εικόνα 71: Παρέα νέων στο σιντριβάνι της πλατείας Piccadilly Circus	169
Εικόνα 72: Νεαρή κοπέλα μπροστά σε διαφημιστικές αφίσες στην οδό Regent.....	169
Εικόνα 73: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας We are the Lambeth Boys (1959).....	170
Εικόνα 74: Νεαρός παρατηρεί απογοητευμένος τις γειτονίες του Lambeth.....	170
Εικόνα 75: Παρέα νέων συζητά στη λέσχη Alford House.....	170
Εικόνα 76: Οι νέοι της ομάδας κρίκετ στην γέφυρα του Westminster	170
Εικόνα 77: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Refuge England (1959).....	171
Εικόνα 78: Ο σταθμός Waterloo που αποβιβάζεται ο πρωταγωνιστής.....	171
Εικόνα 79: Ο πρωταγωνιστής αναζητά την διεύθυνση 25 Love Lane στα προάστια	171
Εικόνα 80: Νυχτερινό πλάνο της οδού Strand	171
Εικόνα 82: Η αφίσα της ταινίας O`Dreamland (1953)	172
Εικόνα 82: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Wakefield Express (1952)	172
Εικόνα 84: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας The Singing Street (1952).....	173
Εικόνα 84 : Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Food for a Blush (1955)	173
Εικόνα 85: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας Enginemen (1959)	174
Εικόνα 86: Η αφίσα της ταινίας Le Sang des bêtes (1949).....	175
Εικόνα 87: Η αφίσα της ταινίας Neighbours (1952).....	175
Εικόνα 88: Η αφίσα της ταινίας On the Bowery (1955).....	175
Εικόνα 89: Η αφίσα της ταινίας Les Mistons(1957).....	176
Εικόνα 90: Η αφίσα της ταινίας Le Beau Serge(1958).....	176
Εικόνα 91: Το φυλλάδιο που συνόδευσε τις ταινίες του 4 ^{ου} προγράμματος με τις πολωνικές ταινίες	176
Εικόνα 92: Οι ταινίες του New Wave Saturday Night and Sunday Morning (1961), The Loneliness of the Long Distance Runner(1962) και A Taste of Honey (1962).....	179

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Οι ταινίες ανά προβολή του Free Cinema και αυτές που συνέχισαν το κίνημα.....	72
Πίνακας 2: Διεθνή παραδείγματα - Το αντίκτυπο ταινιών στον τουρισμό.....	98
Πίνακας 3: Τυπολογία, χαρακτηριστικά και παραδείγματα κινηματογραφικού τουρισμού.....	102
Πίνακας 4: Πλαίσιο εννοιολογικής προσέγγισης και δομικών χαρακτηριστικών κινηματογραφικού τουρισμού	105
Πίνακας 5: Κίνητρα ώθησης και προσέλκυσης του κινηματογραφικού τουρισμού.....	108
Πίνακας 6: Κίνητρα κινηματογραφικών τουριστών	109
Πίνακας 7: βασικά δομικά στοιχεία ανάπτυξης δημιουργικής πόλης.....	111
Πίνακας 8: Οι αμφίδρομες σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των δημιουργικών κεφαλαίων και της δημιουργικής πόλης.....	112
Πίνακας 9: Ανάπτυξη δημιουργικής πόλης με κατεύθυνση στη βιομηχανία του κινηματογράφου.....	115
Πίνακας 10: Αριθμός αφίξεων και αναχωρήσεων στην Κεφαλονιά μετά την δημοσίευση του βιβλίου και την προβολή της ταινίας Captain Corelli's Mandolin (2001) για τα έτη 1980-2002.....	118
Πίνακας 11: Πλαίσιο ευκαιριών και δράσεων κινηματογραφικού τουριστικού μάρκετινγκ.....	121
Πίνακας 12: Αποτελέσματα έρευνας αναφορικά με τις ταινίες που θεωρούν οι Βρετανοί ότι θα τους παρακινούσαν να επισκεφτούν τις περιοχές που αναπαριστούν.....	129
Πίνακας 13: Η δημοσιονομική οικονομική στήριξη που δόθηκε στη βιομηχανία του κινηματογράφου στο Ηνωμένο Βασίλειο για τα έτη 2008-2011.....	137
Πίνακας 14: Στάδια διαχείρισης και αξιολόγησης της εικόνας που δύναται που προωθεί μέσα από το σχέδιο μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού.....	149
Πίνακας 15: Σύνθεση πακέτου αγαθών και δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού.....	153
Πίνακας 16: Αξιολόγηση ταινιών του Free Cinema ως προς την ακαταλληλότητά τους για την ανάπτυξης στρατηγικών κινηματογραφικού τουρισμού.....	203

ΛΕΞΙΚΟ ΟΡΩΝ

Πολεογραφία

Όρος που χρησιμοποιείται για την διεπιστημονική μελέτη της πόλης με έμφαση στην πολιτισμική ταυτότητα και χωρική οργάνωση αυτής (Ρέντζος, 2006). Στις θετικές και ανθρωπιστικές επιστήμες είναι συνυφασμένη με τον κλάδο της αστικής, κοινωνικής γεωγραφίας, ενώ ο όρος συναντάται ως έχει κυρίως στον τομέα των καλών τεχνών. Ετυμολογικά φέρεται να ταυτίζεται περισσότερο με τον γερμανικό όρο «stadtgeographie» και τον ιταλικό «poleografia», ενώ στην ελληνική βιβλιογραφία καταχρηστικά χρησιμοποιείται και ο όρος «αστειακή γεωγραφία» (Καζούκας & Κωστανάσιος, 2008).

Armchair Travels-Ταξίδια ‘Armchair’

Βάσει της τυπολογίας των μορφών κινηματογραφικού τουρισμού της Beeton, τα ταξίδια ‘armchair’ αποτελούν μια από τις έξι κατηγορίες και αφορούν τα ‘οπτικοποιημένα ταξίδια’ που δύναται να κάνει ο θεατής μέσα από τηλεοπτικά προγράμματα χωρίς να μεταβαίνει σε κάποιο προορισμό(βάσει του όρου καθισμένος στην πολυθρόνα του). Κύρια θεματική αυτών των τηλεοπτικών εκπομπών πρέπει να είναι η ξενάγηση ή και η παρουσίαση της γαστρονομικής ταυτότητας ταξιδιωτικών προορισμών ανά τον κόσμο (Beeton, 2005:11).

Avant-garde

Αναφορικά με το κινηματογράφο, πρόκειται για πρακτική, αισθητική, ύφος που ξεκίνησε στις αρχές του 1920 στη Γαλλία και φέρεται σε πολλές περιπτώσεις να ταυτίζεται με τον πειραματικό κινηματογράφο, ειδικά στον αμερικάνικη σινεμά. Όσο αφορά την ευρωπαϊκή σκηνή το συγκεκριμένο είδος ταινιών αναδιαμορφώθηκε και ανά περιόδους εκφράστηκε μέσα από ποικίλα καλλιτεχνικά ρεύματα όπως ο γερμανικός εξπρεσιονισμός, ο γαλλικός κυβισμός και σουρεαλισμός, ο ιταλικός φουτουρισμός, ο ρωσικός κονστρουκτιβισμός, κ.ά. (Debeljak, 1998: 129). Σε ένα γενικευμένο πλαίσιο μπορεί να ερμηνευθεί ως ο πρωτοποριακός κινηματογράφος, που εναντιώνεται στις δομές της τέχνης της αστικής κοινωνίας, χωρίς να τις απορρίπτει αλλά στηλιτεύοντας την τέχνη που αναπτύσσεται αποκομμένη από τη ζωή. Επιπλέον η avant-garde σκηνή αποποιείται τον ορθολογισμό του παρόντος και επιχειρεί την σύνδεση τέχνης και ζωής, εντάσσοντας την έννοια και τις εκφάνσεις της τελευταίας στην δημιουργική τέχνη (Rockhill, 2014:102-104).

Branding

«Με τον όρο branding της πόλης εννοούμε την απόδοση συγκεκριμένης χωρικής ταυτότητας σε έναν τόπο ώστε αν διαμορφωθεί μια κεντρική ιδέα για τα χαρακτηριστικά και την αστική προσωπικότητα’. Εστιάζει περισσότερο στην προώθηση της εικόνας ενός τόπου και αναπτύχθηκε την τελευταία δεκαετία από το branding των εταιριών. Το branding βασίζεται περισσότερο στον ‘επικοινωνιακό σχεδιασμό’ και στο ‘χτίσιμο’ εικόνων, επιχειρώντας την διαφοροποίηση του τόπου και την ‘ανακάλυψη’ της μοναδικότητάς του» (Λάλου, 2012:3).

Brit Grit

Αποτελεί κινηματογραφικό ρεύμα και μετεξέλιξη των βρετανικών ταινιών κοινωνικού ρεαλισμού, κατά συνέπεια συνέχιση του είδους των Kitchen Sink Dramas, που εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1980. Τα συγκεκριμένα έργα στοχοποιούσαν την υποβάθμιση του κράτους πρόνοιας και τα αυξημένα επίπεδα ανεργίας στην διάρκεια ηγεσίας της Margaret Thatcher. Η αισθητική αυτού του είδους προσομοιάζει με αυτή του Free Cinema επιχειρώντας όμως παράλληλα να επιτευχθεί η κοινωνικό-ψυχολογική αυθεντικότητα (Van Der Vliet, 2009: 20· ukessays.com, 2014).

Creativity-Δημιουργικότητα

Κάθε πράξη, ιδέα ή προϊόν που αλλάζει έναν υφιστάμενο τομέα-κλάδο σε ένα νέο (Csikszentmihalyi στο Kunzmann, 2004: 385).

Creative City- Δημιουργική Πόλη

Το δημιουργικό περιβάλλον είναι ένας τόπος - είτε ένας θύλακας συγκέντρωσης κτιρίων(cluster), είτε ολόκληρη η πόλη ή μια περιοχή - που διαθέτει εκείνες τις αναγκαίες προϋποθέσεις ή τα κριτήρια, από την άποψη των σκληρών και μαλακών υποδομών, ώστε να ενεργοποιηθεί η ροή ιδεών και εφευρέσεων (Landry, 2008: 133).

Creative Capital-Δημιουργικό Κεφάλαιο

Όρος που ταυτίζεται ή χρησιμοποιείται για την δημιουργική τάξη-κοινότητα, τονίζοντας τον ρόλο αυτής στην δημιουργική πόλη ως παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης. Για τις πόλεις που στηρίζουν την οικονομική τους βάση στον τομέα της γνώσης και της τεχνολογίας, όπως η δημιουργική πόλη, το ανθρώπινο κεφάλαιο είναι εξίσου σημαντικό με το οικονομικό κεφάλαιο, ως παράγοντας οικονομικής και κοινωνικής μεγέθυνσης (Durmaz κ.ά., 2008).

Creative Class-Community-Δημιουργική Τάξη ή Κοινότητα

Όρος που αφορά τους δημιουργικούς ανθρώπους, όπως επαγγελματίες του τομέα της αρχιτεκτονικής-αστικού σχεδιασμού, των τεχνών, των μέσων ενημέρωσης, κ.ά., ως πηγές δημιουργικότητας και ανάπτυξης της δημιουργικής πόλης. Προϋπόθεση της δημιουργικής πόλης είναι η ύπαρξη της δημιουργικής τάξης, η οποία λειτουργεί καταλυτικά για την προσέλκυση και ανάπτυξη των δημιουργικών βιομηχανιών. Ενώ αποτελεί την κινητήρια δύναμη των καινοτόμων ιδεών, στρατηγικών, της τέχνης και της βιομηχανίας υψηλής τεχνολογίας (Durmaz κ.ά., 2008).

Creative Industries-Δημιουργικές Βιομηχανίες

Ορίζονται ως οι βιομηχανίες που δημιουργούνται από τις ατομικές ικανότητες, το ταλέντο και κάθε πηγή δημιουργίας, μέσω της παραγωγής και εκμετάλλευσης της πνευματικής διανοίας. Ακόμη έχουν την αξιοσημείωτη δυναμική να ανατρέψουν την οικονομική ύφεση, ενισχύουν την κοινωνική συνοχή και δίνουν νέα σημασία στην έννοια της εργασίας. Με την ανάπτυξη της θεωρίας των δημιουργικών πόλεων οι πολιτιστικές βιομηχανίες μετονομάστηκαν σε δημιουργικές, αποτελώντας εργαλείο τοπικής ανάπτυξης με πρωτοπόρες χώρες την Βρετανία, την Φιλανδία και την Αυστρία. Με την αναγνώριση των πολιτιστικών οικονομιών, παγιώθηκαν και ως δυναμικές οι βιομηχανίες που δραστηριοποιούνταν με την παραγωγή ταινιών, μάρκετινγκ και προϊόντων υψηλής τεχνολογίας. Ενώ πρόσφορο έδαφος επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αυτών αποτελούν τα τεχνολογικά πάρκα, επιχειρήσεις βιοτεχνολογίας, κολλέγια και ιδρύματα καλών τεχνών (Kunzmann, 2004).

Destination Marketing Organisations-Οργανισμοί Μάρκετινγκ Προορισμού

Αφορά τοπικούς φορείς που προσπαθούν να αναπτύξουν κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ για την αποτελεσματική προώθηση των τουριστικών προορισμών. Αρμοδιότητά τους είναι να εντοπίζουν τις ευκαιρίες του μάρκετινγκ και να συμβάλουν υποστηρίζοντας-ενθαρρύνοντας την ανάπτυξη των κατάλληλων συνθηκών για την αξιοποίηση αυτών των ευκαιριών. Ακολούθως είναι υπεύθυνοι για την διαχείριση και παρακολούθηση των προσπαθειών μάρκετινγκ του συγκεκριμένου προορισμού σε κάθε χωρικό επίπεδο-κλίμακα (εθνικό, περιφερειακό, τοπικό, κ.ά.) σχεδιασμού μάρκετινγκ, καθώς και για τη συνεργασία με τους αντίστοιχους φορείς του εκάστοτε επιπέδου(Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού, DMO πόλης, κ.ά.). Η δομή, το καθεστώς, ο νομικός χαρακτήρας και λοιπά χαρακτηριστικά διαφέρουν από χώρα σε χώρα ανάλογα με το πόσο συγκεντρωτικός ή αποκεντρωτικός είναι ο διοικητικός μηχανισμός αυτής, καθώς και από το πόσο κεντροβαρικός είναι ο ρόλος του τουρισμού στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας (Loumioti & Vagionis, 2011).

Embourgeoisement- Εξαστισμός

Όρος και θεωρία που αναπτύχθηκε από τον Καρλ Μαρξ και αφορά την διαδικασία αφομοίωσης της νοοτροπίας και των αξιών της μεσοαστικής τάξης(‘white-collar’) από την εργατική(‘blue-collar’), που προέκυψε από την οικονομική άνοδο ή την αναδιανομή του πλούτου υπέρ της τελευταίας. Το νέο αυτό μόρφωμα της εργατικής τάξης, που από τα εργοστάσια και τα ορυχεία μεταπήδησε σε υπαλληλικές θέσεις, κατονομάστηκε από τους μετά-καπιταλιστικούς θεωρητικούς ως «νέα εργατική τάξη», «εργατική αριστοκρατία» ή «εύποροι εργάτες» (thefreedictionary.com, 2014). Ο Friedrich Engels οριοθετώντας τα χαρακτηριστικά αυτής της τάξης και επιχειρώντας να επεξηγήσει τους μηχανισμούς αυτής της διαδικασίας χρησιμοποιεί το όρο « η τάξη των μεγάλων-σπουδαίων καπιταλιστών» (Cronin, 1994: 304). Σε πολλές περιπτώσεις επακόλουθο αυτού του φαινομένου ήταν η μεταστροφή προς συντηρητικές κυβερνήσεις (earlham sociology pages.co.uk, 2014).

Nouvelle Vague

Γαλλικό κινηματογραφικό κίνημα που τοποθετείται στα τέλη της δεκαετίας του 1950 μέχρι το 1969, με πρώτη την ταινία *Le Beau Serge*(1959), και συγκροτήθηκε από τις εμβληματικές μορφές πέντε σκηνοθετών των Claude Chabrol, Francois Truffaut, Jean-Luc Godard, Eric Rohmer και Jacques Rivette. Το κίνημα ταυτίστηκε με μια ολόκληρη γενιά που χαρακτηριζόταν για την μη πολιτικοποιημένη κουλτούρα και το ρομαντικό ύφος (ποπ υπαρξισμός), ενώ εναντιώθηκε στον εμπορευματοποιημένο, εμπορικό κινηματογράφο εγκαθιδρύοντας ένα νεωτερικό ύφος και υπηρέτώντας το είδος του ρεαλισμού. Η θεματική των ταινιών επικεντρώνονταν στην αποξένωση και περιθωριοποίηση

ενός μοντέλου αντιήρωα της αστικής τάξης, που βιώνει μέσα σε ένα αφιλόξενο περιβάλλον μισανθρωπισμού και μισογυνισμού. Παράλληλα οι ταινιών ξεχωρίζουν για τον πολεογραφικό τους χαρακτήρα, μιας και κινηματογραφήθηκαν κυρίως σε βιομηχανικές περιοχές και εργατικές γειτονιές του Παρισιού. Το κίνημα της Nouvelle Vague έθεσε τις βάσεις για την παγίωση καινοτομιών στον τομέα της σκηνοθεσίας, συνέβαλε στην ανάπτυξη του γαλλικού κινηματογράφου εισάγοντας μια μορφή κοινωνικού και πολιτικού διαλόγου μέσα στις ταινίες, ενώ πρόβαλε συστηματικά και τον γαλλικό πολιτισμό (cinecollage.net, 2014)¹.

Kitchen Sink Dramas

Όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει το βρετανικό πολιτιστικό κίνημα που δημιουργήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και στις αρχές του 1960 και εντοπίζεται στις τέχνες, στο θέατρο, στην λογοτεχνία, στον κινηματογράφο και την τηλεόραση. Εντάσσεται στο κίνημα του ρεαλισμού, με τα έργα να εστιάζουν σε πολιτικά και κοινωνικά κίνητρα που υπομονεύουν τις ηθικές αξίες, τον καταναλωτισμό και την διάσπαση της κοινωνικής συνοχής. Συχνά απεικονίζουν τις υποβαθμισμένες συνθήκες διαβίωσης της εργατικής τάξης και οι χαρακτήρες περιγράφονται ως οργισμένοι επαναστάτες (studymode.com, 2013· examprep.live journal.com, 2013).

Slums-Παραγκουπόλεις

«Τα slums είναι παραμελημένες περιοχές των πόλεων, όπου οι συνθήκες στέγασης και διαβίωσης είναι πολύ εξαιρετικά υποβαθμισμένες. Τα slums ποικίλουν, περιλαμβάνουν από υψηλής πυκνότητας, υποβαθμισμένες κεντρικές κατοικίες της πόλης μέχρι αυθόρμητες καταλήψεις, ή οικισμούς χωρίς νομική αναγνώριση και δικαιώματα στην περιφέρεια της πόλης ενώ τα βασικά χαρακτηριστικά των άσχημων συνθηκών διαβίωσης είναι κοινά σε όλες» (Δατσέρη, 2012).

Tour Operator

Επαγγελματίες του τουρισμού, οργανωμένοι σε επιχειρήσεις που συνδυάζουν τα επιμέρους προϊόντα σε νέα αυτοτελή πακέτα ικανά να καλύψουν τις ανάγκες των ταξιδιωτών για μετάβαση, προσωρινή διαμονή καθώς και λοιπές ανάγκες, δραστηριότητες και υπηρεσίες που αφορούν τον τομέα (Hebestreit στο Κούτουλας & Σταυρινούδης, 2006).

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στον κλάδο των επιστημόνων που μελετούν τον χώρο, η σχέση πόλης και κινηματογράφου αποτελεί ίσως την θεματική που έχει διερευνηθεί περισσότερο, ενώ ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί στην αμφίδρομη σχέση που έχουν αναπτύξει ο κινηματογράφος και η αρχιτεκτονική. Πέρα όμως από την λειτουργία αυτού, ως μέσο αναπαράστασης των δομικών στοιχείων της πόλης, εντοπίζονται και άλλες χρήσεις μέσα από τις οποίες αξιολογείται η αμεσότητα και η δημοφιλία του.

Στο πλαίσιο του ανταγωνισμού των πόλεων οι φορείς του στρατηγικού σχεδιασμού, έχοντας αντιληφθεί την δυναμική της κινηματογραφικής εικόνας, επιχειρούν να συνδέσουν ή και να ταυτίσουν την πόλη με αναγνωρίσιμα κινηματογραφικά ρεύματα ή διακεκριμένους σκηνοθέτες. Εξαιρεση αποτελεί η περίπτωση του Λονδίνου που ακόμη αναζητά την κινηματογραφική του ταυτότητα.

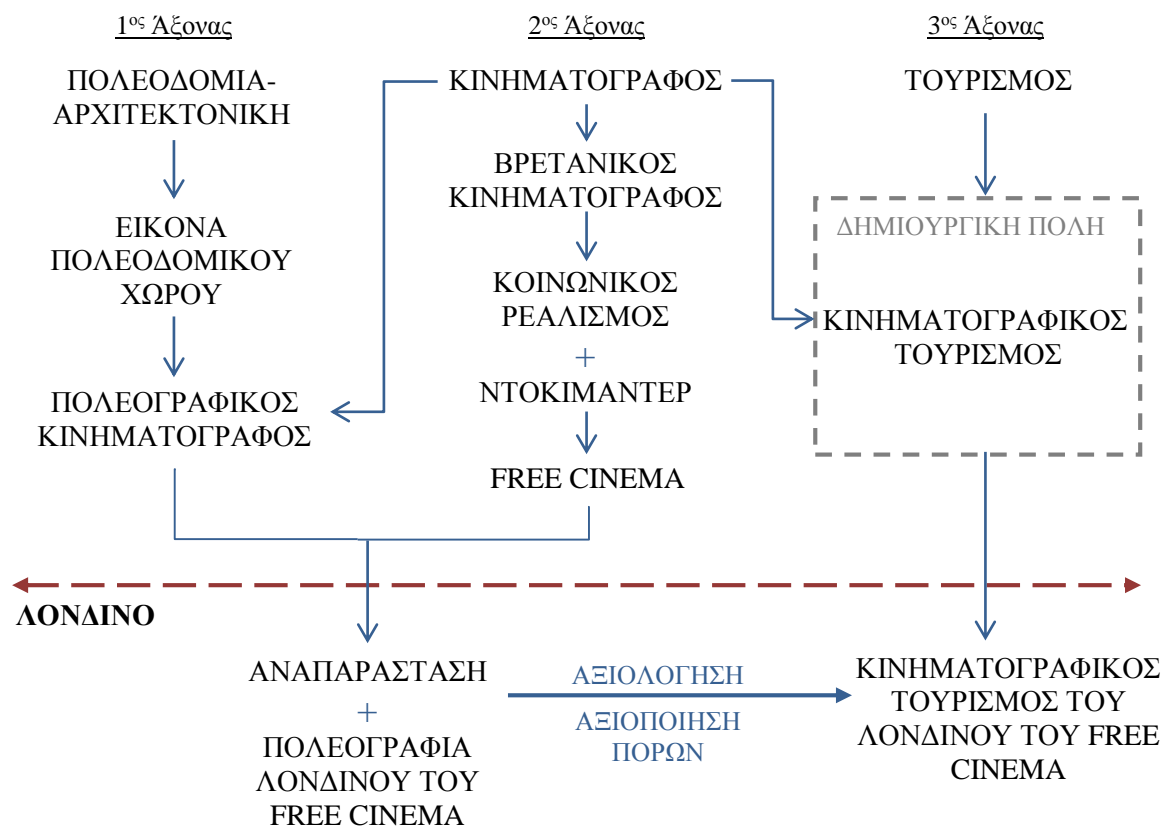
Εξετάζοντας την μακρά ιστορία του βρετανικού κινηματογράφου εντοπίζεται ότι για τους σκηνοθέτες του Free Cinema κίνητρο για την κινηματογράφηση του αστικού ιστού της πόλης αποτέλεσε η ίδια η κοινωνία και οι δομές της. Ακολουθώντας το αισθητικό ρεύμα του κοινωνικού ρεαλισμού και υπηρετώντας το είδος των ντοκιμαντέρ, οι σκηνοθέτες του κινήματος δεν επιχειρήσαν να εξωραΐσουν το Λονδίνο, αντίθετα προβάλλουν εκείνες τις πτυχές της πόλης που για πολλούς είναι αμφιλεγόμενες ή συστηματικά και σκόπιμα παραμείνουν κρυμμένες.

Μια ταινία όμως προκειμένου να αποτελέσει εργαλείο των στρατηγικών μάρκετινγκ της πόλης δεν αρκεί να διαθέτει πολεογραφικά χαρακτηριστικά ή να αποτυπώνει μοναδικές εκδοχές του δομημένου χώρου. Έτσι αναλύονται και αξιολογούνται οι ταινίες του Free Cinema ως προς: τον πολεογραφικό τους χαρακτήρα, β) τον βαθμό που αποτυπώνουν μοναδικά στοιχεία της βρετανικής παράδοσης και κουλτούρας, και διακριτά χαρακτηριστικά της κοινωνίας και γ) την αναπαράσταση των σύγχρονων τουριστικών πόλων. Κατ' αυτό τον τρόπο διερευνάται αν η κινηματογραφική εικόνα του Λονδίνου του Free Cinema διαθέτει εκείνη την δυναμική και πληροί τις προϋποθέσεις ώστε να αναπτυχθούν στρατηγικές ανάπτυξης κινηματογραφικού τουρισμού.

Αναφορικά με την δομή της εργασίας αυτή φέρεται να διαιρείται σε τρεις επιμέρους θεματικές ενότητες που αφορούν τον τομέα του κινηματογράφου, της αρχιτεκτονικής-πολεοδομίας και του τουρισμού, ενώ για κάθε ένα από αυτούς τους τομείς γίνεται αναγωγή για την περίπτωση μελέτης. Αναλυτικότερα στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται η τυπολογία και οι πρακτικές αναπαράστασης της πόλης, καθώς και επιχειρείται να αναλυθεί η αμφίδρομη σχέση πόλης και κινηματογράφου. Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετώνται οι κινηματογραφικές εκδοχές αναπαράστασης του Λονδίνου διαχρονικά αλλά και μέσα από την αισθητική διάσημων σκηνοθετών. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται το πλαίσιο ίδρυσης του κινήματος του Free Cinema και αναλύονται οι έξι ταινίες που γυρίστηκαν στο Λονδίνο. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται η αστική γεωγραφία του Λονδίνου και

εντοπίζονται οι προβαλλόμενοι τουριστικοί πόροι. Ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται το μοντέλο των δημιουργικών πόλεων, στο πλαίσιο των οποίων αναπτύσσεται ο κινηματογραφικός τουρισμός. Ακόμη στο ίδιο κεφάλαιο εξετάζεται το παράδειγμα του Λονδίνου ως προς τις στρατηγικές κινηματογραφικού τουρισμού που υλοποιούνται. Στην συνέχεια στο έκτο κεφάλαιο καταγράφονται οι προτεινόμενες κατευθύνσεις για την στρατηγική προώθησης του κινηματογραφικού τουρισμού, ενώ προτείνονται συγκεκριμένες δράσεις για την δημιουργία ενός αγαθού και δραστηριοτήτων βασισμένων στο Free Cinema.

Σχεδιάγραμμα της δομής της εργασίας



Πηγή: ίδια επεξεργασία



1. Η ΠΟΛΗ ΩΣ ΕΝΑ ΖΩΝΤΑΝΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ

Στο πρώτο κεφάλαιο εξετάζεται η σχέση του κινηματογράφου με την πολεοδομία και την αρχιτεκτονική, ως οι τομείς που παράγουν την σύγχρονη πραγματικότητα-κόσμο. Παράλληλα εντοπίζονται οι στρατηγικές χρήσης της κινηματογραφικής εικόνας ως μέσου αναπαράστασης του δομημένου χώρου και ο βαθμός που αυτή τον αντιπροσωπεύει. Μέσα από την υπάρχουσα βιβλιογραφία επισημαίνεται ότι η σύνδεση μεταξύ των τριών κλάδων εδράζει στην χωρική τους διάσταση. Η αρχιτεκτονική και η πολεοδομία δεν πραγματεύονται μόνο την εικόνα της πόλης αλλά και μια σειρά δομικών και λειτουργικών στοιχείων που για τον σκηνοθέτη αποτελούν τον αφηγηματικό, δημιουργικό χώρο. Ενώ την ίδια στιγμή για το άτομο, λόγω του αμφίσημου ρόλου του, αρχικά ως καταναλωτή του χώρου συνθέτει το οικιστικό, έμβιο περιβάλλον και ως θεατή το προβαλλόμενο, οπτικοποιημένο, σεναριακό τοπίο. Πέρα όμως από το τελευταίο ο κινηματογράφος και η πολεοδομία δεν εξελίσσονται-πορεύονται σε παράλληλες τροχιές, αλλά αλληλοεπιδρούν ως τέχνες επηρεάζοντας τόσο τον σκηνοθέτη όσο και το σχεδιαστή. Υπό αυτή την έννοια εντοπίζονται παραδείγματα που αστικά σύνολα και κτίρια ή και έργα ναυαρχίδες μητροπόλεων φέρουν στοιχεία από ταινίες. Σε μια άλλη κατεύθυνση, εξετάζεται πως ο κινηματογράφος δύναται να αξιοποιηθεί ως μέσο επικοινωνίας και πληροφόρησης των κατοίκων για τον πολεοδομικό και στρατηγικό σχεδιασμό, μέσα από το παράδειγμα του Αστικού και Υπαίθριου Σχεδιασμού του Λονδίνου το 1947.

1. Η ΠΟΛΗ ΩΣ ΕΝΑ ΖΩΝΤΑΝΟ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΤΟΥΝΤΙΟ

Από την αρχή του ο κινηματογράφος εισέβαλλε στην καθημερινή ζωή του ανθρώπου. Αποτέλεσε και αποτελεί εκφραστική διέξοδο και μέσο επικοινωνίας με το ευρύτερο κοινό. Ο κινηματογράφος αναπαριστά το χώρο και το χρόνο με τη δική του οπτική γωνία κάθε φορά και με βάση τα συναισθήματα και την πληροφορία που θέλει να περάσει την εκάστοτε στιγμή. Ως αναπαραστατική τέχνη, ο κινηματογράφος χρειάζεται την ‘πρώτη και κύρια ύλη - τον πρωταγωνιστή’ (άνθρωποι, κτήρια κ.ά.) και το ‘πλαίσιο’ μέσα στο οποίο αυτή θα αναδεικνύεται (σκηνικά, ανοιχτοί χώροι κ.ά.). Η πόλη και οι υπάρχουσες χωρικές οντότητες παρόλο που συνήθως αναλαμβάνουν το ρόλο του ‘πλαισίου’, μπορούν να αποτελέσουν και το κεντρικό αντικείμενο, τον ‘πρωταγωνιστικό ρόλο’ και να τραβήξουν όχι μόνο τα βλέμματα των θεατών αλλά και των αναλυτών και των ερευνητών. Μέσα από αυτές τις διαδοχικές εικόνες ο παρατηρητής αντιλαμβάνεται στοιχεία που πρωτίστως να μην είχε διακρίνει στο καταγραμμένο αντικείμενο.

Στο μέτρο που η πολεοδομία και η αρχιτεκτονική είναι οι επιστήμες που ασχολούνται με τον χώρο, την κίνηση ή ακόμα και τον χρόνο, η συνάφεια με τον κινηματογράφο φαντάζει αναπόφευκτη. Κι όμως μέχρι πρότινος η διερεύνηση και εκτίμηση της αξίας πολεοδομίας για τον κινηματογράφο και το αντίστροφο, συναντιόνταν σποραδικά. Αυτή η σύγχρονη τάση έχει κατοχυρώσει ως δεδομένο αυτό που τόσα χρόνια ήταν αυταπόδεικτο, δηλαδή ότι η πολεοδομία πάντοτε και ήδη αποτυπώνεται μέσα από τις ταινίες. Αυτό βέβαια εξαρτάται από το πώς ορίζουμε την πολεοδομία, ιδιαίτερα σε σχέση με τις ταινίες, όπου καταγράφεται η πολυπλοκότητα της έννοιας με τις διάφορες εκφάνσεις της: από τα μεγάλα συγκροτήματα των στούντιο και το έμβιο περιβάλλον που αποθανατίζεται μέχρι το σενάριο, την αφηγηματική και το μοντάζ (Jacobson, 2005: 7).

Από τα τέλη του 19^{ου} αιώνα η εξελικτική πορεία της πόλης και του κινηματογράφου έχουν συνδεθεί άρρηκτα σε πολλά θεματικά επίπεδα. Ο κινηματογράφος από την γέννηση του συνεχώς συνδιαλέγεται με την αναπαράσταση των διακριτών βιοματικών χώρων. Παράλληλα το αστικό περιβάλλον είναι ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο πεδίο, όπου αναπτύσσονται εξαιρετικά πολύπλοκες χωροχρονικές σχέσεις (Παπαδόπουλος, 2005), που συνδέονται με τον σύγχρονο τρόπο και ρυθμό ζωής και με έννοιες όπως η κοινωνική πρόοδος και περιθωριοποίηση αλλά και αισθήσεις όπως η απώλεια και η αποξένωση (Παπακωνσταντίνου, 2002). Σε αυτή την κατεύθυνση ο κινηματογράφος διακρίνεται για την χαρακτηριστική ικανότητα να αιχμαλωτίζει και να αποτυπώνει την χωρική πολυδιάσταση και πολυμορφία, καθώς και την κοινωνική δυναμική της πόλης. Τα παραπάνω επιτυγχάνονται μέσω της σκηνοθεσίας, της τοποθεσίας των γυρισμάτων, του φωτισμού και του μοντάζ, παράγοντες οι οποίοι επηρεάζονται από την δυσοίωση αίγλη του μεταμοντερνισμού, του ατομικισμού, της κατανάλωσης και της ηλεκτρονικής ανάπτυξης: παράλληλα καταδεικνύουν την συσχέτιση μεταξύ κινητικότητας και οπτικοακουστικών ερεθισμάτων τόσο για την πόλη όσο και για τον κινηματογράφο (Shield, 2001: 1).

Αναλογικά λοιπόν με τα παραπάνω ο πολεογραφικός σινεμά στοχεύει στην επανεξέταση εκείνων των μηχανισμών μέσω των οποίων η εβδομη τέχνη και η κινούμενη εικόνα συνεισφέρουν στην κατανόηση των πόλεων. Παράλληλα αυτού του είδους οι ταινίες αντικατοπτρίζουν τον τρόπο αντιμετώπισης δυο βασικών ζητημάτων, δηλαδή πως οι κινηματογραφιστές αντιμετωπίζουν την πόλη και αντιστρόφως πως οι πόλεις εκμεταλλεύονται τις προοπτικές, ευκαιρίες και δυνατότητες που δύνανται να εκπορευούνται από τον σινεμά (University of Cambridge 2009, διεθνές συμπόσιο Urban Cinematics). Σύμφωνα με τον Ρέντζο το τελευταίο επιγραμματικά συνοψίζεται στους δυο άξονες μελέτης των ταινιών που αφορά την «αισθητική ιδεολογία» αυτών, με την έννοια της λειτουργίας και αναπαράστασης του χώρου στον κινηματογράφο, και την «γεωπολιτική πρακτική», που αντιστρόφως αφορά την επίδραση και λειτουργία των ταινιών στο χώρο ή ακόμη και τον προσανατολισμό των επικείμενων πολεοδομικών πρακτικών (Ρέντζος, 2011). Απαντήσεις στα άνωθεν ερωτήματα μπορούν να προκύψουν μόνο έπειτα από συστηματική και ενδελεχή διερεύνηση για την χρήση του κινηματογράφου ως εργαλείο και αυτό υπό το πρίσμα του φαινομένου της πόλης και της κινηματογραφικής πόλης, της πόλης ως εμπειρία ή βίωμα και τέλος της χωρικής και χρονό-χωρικής αφήγησης της πόλης. Για κάτι τέτοιο όμως απαιτείται η σύμπραξη ερευνών από ποικίλους κλάδους (αρχιτεκτονική, πολεοδομία, κινηματογράφος, ανθρωπογεωγραφία, κ.ά.) που θα καλύψουν τα ερωτήματα που προκύπτουν από τα εξής είδη πολεογραφικών ταινιών, που αναπαριστούν τον αστικό χώρο αποτελώντας μέσω ανάγνωσης αυτού και αναγνώρισης σημαντικών στοιχείων. Οι εν λόγω κατηγορίες είναι¹:

- Μονταρισμένα Αστικά Κινηματογραφικά Τοπία: Αναφέρεται συνήθως στο είδος ταινιών που αντιμετωπίζουν την πόλη ως ‘συμφωνία’- ένα αρμονικό συνεκτικό χώρο. Το είδος αυτό άνθισε την δεκαετία του 1920 αλλά εξακολουθεί ακόμη να συναντάται στα σύγχρονα κινηματογραφικά έργα. Με την πόλη ως θεματικό αντικείμενο, ο αστικός χώρος δεν αναπαρίσταται μόνο ως έχειν αλλά ανακαλύπτονται ή εφευρίσκονται νέες πτυχές και πρόσωπα αυτού. Ειδοποιά στοιχεία αυτών των ταινιών είναι η δημιουργικότητα και η φαντασία αλλά και η ανάδειξη κρυμμένων, σιωπηλών και αόρατων για τη συνείδηση του κοινού χαρακτηριστικών της πόλης.
- Αστική Κινηματογραφική Αρχαιολογία: Πρόκειται για τις ταινίες που καθιστούν φανερό το γίνεσθαι της μοντέρνας πόλης και των συνεχών αλλαγών που επήλθαν από το 1895 και μεταγενέστερα. Μέσα από το διαθέσιμο αρχειακό υλικό είναι πλέον δυνατή η εκ των υστέρων κινηματογραφική μελέτη των πόλεων. Η εν λόγω διερεύνηση του φιλικού χώρου επιτρέπει σε ιστορικούς, αρχιτέκτονες, πολεοδόμους, κ.ά. να

¹ Η παρακάτω κατηγοριοποίηση αποτελεί τις θεματικές ενότητες συμπόσιου, με κεντρικό αντικείμενο την διερεύνηση των αστικών τοπίων που προκύπτουν μέσα από την κινηματογραφική αφήγηση και παρουσιάζουν την αστική εμπειρία. Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας η εξής κατηγοριοποίηση χρησιμοποιείται για να παρουσιαστεί μια ταξινόμηση βάσει των πόρων που παρέχουν οι ταινίες στην πολεοδομική πρακτική και στις κοινωνικές δομές που αναπτύσσονται στην πόλη.

μελετήσουν το παρελθόν ενώ μπορούν να προβλέψουν εγκυρότερα τις μεταβολές και την φυσιογνωμία της μελλοντικής πόλης.

- **Γεωγραφίες Αστικών Κινηματογραφιών Τοπίων:** Είναι γνωστό ότι ο κινηματογράφος συχνά χρησιμοποιεί την πόλη μέσα από διάφορους δημιουργικούς τρόπους. Μέσω της χρονό-χωροαφήγηση αναδομεί τον χώρο σε ένα κολλάζ από αστικά τμήματα δημιουργώντας ένα νέο πολεοδομικό σύνολο. Χάρη σε αυτή τη νέα κινηματογραφική αστική δομή, που διαμορφώνεται και αποκτά συνοχή με το μοντάζ, παρέχεται η δυνατότητα για νέες αναγνώσεις της πόλης που με την σειρά τους έχουν διαφορετικό αντίκτυπο στην χωρική αντίληψη του κάθε ατόμου.
- **Κινηματογραφική Χαρτογραφία:** Οι πανοραμικές ή εναέριες αποτυπώσεις, απεικονίσεις είναι κοινά εργαλεία στην χαρτογραφία και τον σχεδιασμό. Αντίθετα ο κινηματογράφος αποτυπώνει κατά βάση την αστική εμπειρία εκ των έσω. Υπάρχουν πολλά παράδειγμα ταινιών που αποδεικνύουν την ικανότητα του κινηματογράφου να συνδυάζει την οπτική εμπειρία της εναέριας φιλμογράφησης με την βιωματική εμπειρία της πόλης. Παράλληλα βασικό στοιχείο του αστικού φιλμικού χώρου είναι ότι μεταφέρει όλες εκείνες τις σχέσεις και τα χαρακτηριστικά της σύγχρονης μητρόπολης.
- **Ο Κινηματογράφος ως Μορφή Χωρικής και Κοινωνικής Πρακτικής:** Μέσα από τις ταινίες αποκαλύπτονται οι κοινωνικές πρακτικές, καταγράφονται οι κοινωνικές σχέσεις οργανωμένες χωρικά. Ο κινηματογράφος καθιστά σαφή τη σχέση μεταξύ της γεωγραφία μιας περιοχής με τις κοινωνικές ομάδες και σχέσεις που εντοπίζονται ανά συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Όπως οι ήρωες κινούνται μέσα στην πόλη, οι επιμέρους αστικές τοπογραφίες σχηματίζουν ένα οργανωμένο χωρό-κοινωνικό σύστημα. Κατά αυτό τον τρόπο ο κινηματογράφος παρέχει μια πτυχή της πραγματικότητας και της αποσπασματικής γνώσης για την πόλη, υπό την αισθητική της αναπαράστασης σε συνδυασμό με την αισθητική της αντίληψης (University of Cambridge 2009, διεθνές συμπόσιο Urban Cinematics).

Σε μια άλλη κατεύθυνση, η βιομηχανία του κινηματογράφου καταλαμβάνει σημαντικό ρόλο στις πολιτιστικές οικονομίες των πόλεων σε όλο τον κόσμο, στην παραγωγή, την κατανομή και ανταγωνισμό των κινούμενων εικόνων. Επιπλέον έχει επιδράσει καταλυτικά στην πολιτιστική γεωγραφία εκείνων των πόλεων που έχουν προβληθεί κατά κόρων από τον κινηματογράφο και μη αιτιατά κατατάσσονται στις πλέον ανταγωνίστηκες. Το δομημένο περιβάλλον και η αστική-πολιτιστική ταυτότητα αυτών των πόλεων διαμορφώθηκε από την βιομηχανία του κινηματογράφου και η παγκόσμια αντίληψη γι' αυτό προσδιορίστηκε σημαντικά από τον σινεμά (Shield, 200: 2-3). Σύμφωνα με τα παραπάνω διαφαίνεται ότι δε πρόκειται μόνο για μια απλή ταξινόμηση των πολεογραφικών ταινιών αλλά και των τομέων που ο κινηματογράφος δύναται να λειτουργήσει ως θεωρητικό υπόβαθρο. Κάθε κατηγορία παρέχει ξεχωριστές αναγνώσεις και πληροφορίες για το πολεοδομικό γίνεσθαι, συνεισφέροντας ως πλήρης πηγή. Παράλληλα συμπεραίνεται η αξία αυτών για

διάφορους επιστημονικούς κλάδους καθώς μέσω των ταινιών συστηματικά αποδομείται και συντίθεται εκ νέου το αστικό δόμημα και το εύρος δικτύων, λειτουργιών και σχέσεων που αναπτύσσονται.

Στους πρώιμους θεωρητικούς του είδους, όπως ο Sergei Eisenstein² και ο René Clair³, μπορεί κανείς να βρει διακηρύξεις για την αλληλένδετη σχέση μεταξύ ταινιών και πολεοδομίας. Στο έργο του “Montage and Architecture”, ο ίδιος ο Sergei Eisenstein παραθέτει χαρακτηριστικά παραδείγματα της κινηματογραφικής φύσης της αρχιτεκτονικής, όμως εύκολα κανείς θα μπορούσε να εντοπίσει ίχνη μιας παρόμοιας σκέψης σε όλη την ιστορία της θεωρίας του κινηματογράφου (Jacobson, 2005: 7).

Παρόλο όμως που η συγκεκριμένη θεματική έχει ενδελεχώς διερευνηθεί την τελευταία εικοσαετία και μάλιστα από ποικίλα επιστημονικά πεδία καθίσταται σαφές ότι κάποια ερωτήματα παραμένουν, μιας και πρόκειται για αστείρευτο αντικείμενο. Σε αυτό το πλαίσιο στις σελίδες που ακολουθούν τίθεται ένας γενικότερος προβληματισμός για τον κινηματογραφικό, πολεογραφικό χώρο και την λειτουργία αυτού στο μέτρο όμως που κρίνεται αναγκαίο ώστε να δομηθεί το θεωρητικό υπόβαθρο της παρούσας εργασίας.

1.1. Ο ΧΩΡΟΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Η παραδοχή της συνάφειας μεταξύ πολεοδομίας και σινεμά προσέλκυσε το ενδιαφέρον και ενέπνευσε αρκετούς μελετητές να διερευνήσουν και να αναλύσουν τη σχέση αυτή. Οι διεθνούς φήμης σύγχρονοι αρχιτέκτονες-πολεοδόμοι όπως οι Bernard Tschumi, Rem Koolhaas, Coop Himmelblau και Jean Nouvel έχουν παραδεχτεί ότι ο κινηματογράφος έχει επηρεάσει τον τρόπο που οραματίζονται την αρχιτεκτονική τους και τα σχέδια τους. Ο ραφινάτος τρόπος σύνδεσης αυτών των δυο μορφών τέχνης σηματοδοτεί την βαρύτητα παραγωγής ή αναπαραγωγής νέων χώρων. Όπως αναφέρει ο Φιλανδός αρχιτέκτονας Juhani Pallasmaa, αυτές οι δυο μορφές τέχνης συνθέτουν και μεσολαβούν καταλυτικά στην σύγχρονη εικόνα της ζωής, καθορίζοντας τις διαστάσεις, ικανότητες και την ουσία του υπαρξιακού χώρου (Pallasmaa, 2006).

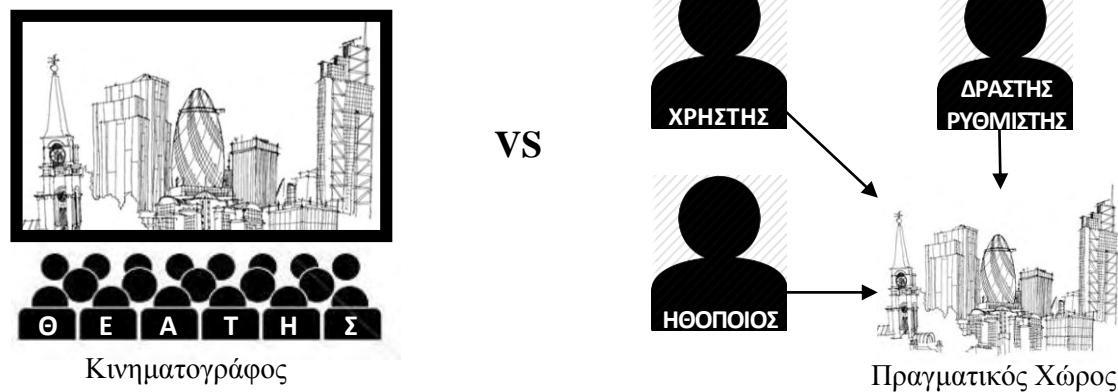
Σε πρώτο στάδιο όμως οφείλεται να προσδιοριστεί η έννοια του χώρου που αναπαριστάται και αποτυπώνεται στο κινηματογραφικό καρέ. Σε συνάρτηση λοιπόν με τον κινηματογράφο ο χώρος φέρεται να είναι άρρηκτα

² Θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους σκηνοθέτες πρώτης γραμμής όλων των εποχών και πρωτοπόρος της τεχνικής και θεωρίας του μοντάζ. Μνημονεύεται ως ο πλέον επικός ποιητής του σοβιετικού κινηματογράφου, με τις πολιτικές του πεποιθήσεις να κατευθύνουν και να αντικατοπτρίζονται στα έργα του. Ο ίδιος ως σκηνοθέτης, θεωρητικός αλλά και αρχιτέκτονας, στα συγγραφικά του δοκίμια «Montage and Architecture» και «Film Form», διερευνά την σύνθεση των τεχνών μέσα από τον κινηματογράφο, επιχειρεί να αναπτύξει την θεωρία του μοντάζ μέσα από τις γεωμετρικές δομές της πόλης και θέτει τον χρόνο, την κίνηση, την κυκλοφορία και την τοποθεσία ως τις κύριες παραμέτρους που επηρεάζουν το μοντάζ (Jacobson, 2005: 7-9· britannica.com, 2014)ⁱ.

³ Γάλλος σκηνοθέτης του βωβού κινηματογράφου και πρωτοπόρος της avant-garde σκηνης, που τα έργα του ξεχωρίζουν για την φαντασία, τον υπερρεαλισμό και για το μιξάζ με την μετέπειτα έλευση του ήχου. Επίσης δημιουργός πολεογραφικών ταινιών για το Παρίσι, καθώς και υπέρμαχος της συνάφειας αρχιτεκτονικής και κινηματογράφου. Όπως ο ίδιος έχει ισχυριστεί η τέχνη που είναι πιο κοντά στον κινηματογράφο είναι η αρχιτεκτονική (Bruno, 1997· britannica.com, 2014)ⁱⁱ.

συνδεδεμένη με τον χρόνο δηλαδή με την αφηγηματική ροή της ταινίας, χωρίς να τον αντιμετωπίζει κατηγοριοποιώντας τον σε φυσικό, δομημένο, δημόσιο, κ.ά. όπως η πολεοδομία. Έτσι βάσει του Γάλλου σκηνοθέτη Éric Rohmer αυτός φέρεται να διαχωρίζεται σε εικονογραφικό, αρχιτεκτονικό και αφηγηματικό. Αρχικά λοιπόν ο *εικονογραφικός χώρος* αφορά το χώρο που αποτυπώνεται στο καρέ και αποτελείται από εκείνα τα δομικά στοιχεία και χαρακτηριστικά που απαρτίζουν κάθε πλάνο όπως ο φωτισμός, η θέση των αντικειμένων, το είδος του πλάνου, κ.ά. Από την άλλη ο *αρχιτεκτονικός χώρος* αναφέρεται στον αυτούσιο φυσικό χώρο που αποθανατίζεται και ταυτίζεται με τον πεδίο εφαρμογής του αρχιτεκτονικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, ενώ ταυτόχρονα συμπεριλαμβάνει και τον κατασκευασμένο σκηνικό των στούντιο ή και αυτόν που προέρχεται μέσα από ψηφιακή κατασκευή. Ενώ ο δε *αφηγηματικός χώρος* προκύπτει μέσα από την αφήγηση και την σκηνοθεσία, πρόκειται για τον χώρο που άπτετε του μοντάζ και δύναται να εμπεριέχει ποικίλες εκδοχές του αρχιτεκτονικού χώρου (Παπακωνσταντίνου, 2005: 69).

Εικόνα 1: Διαφορά αντίληψης του χώρου στον κινηματογράφο και την πολεοδομία βάσει του ρόλου του ατόμου.



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Διερευνώντας όμως την επικρατούσα αντίληψη για το χώρο και το σημείο διαφοροποίησης των δυο τομέων σημειώνεται ότι η ειδοποιός διαφορά είναι και η προφανής, δηλαδή η θέση του ατόμου. Ενώ λοιπόν στον κινηματογράφο ο θεατής παρατηρεί το χώρο μέσα από τον προβολέα, στον έμβιο-πραγματικό χώρο το άτομο καθίσταται: α) χρήστης αφού ζει, καταναλώνει και λειτουργεί μέσα στον πολεοδομικό χώρο, β) ηθοποιός μιας και αποτελεί γι' αυτόν τον δραματουργικό χώρο δίνοντας του ζωή και γ) δράστης-ρυθμιστής βασιζόμενοι στον γεγονός ότι προσαρμόζει τον χώρο ανάλογα με τις συνθήκες και τις ανάγκες του. Εν ολίγοις «*Αν στον κινηματογράφο είμαστε το υποκείμενο, στην αρχιτεκτονική είμαστε ταυτόχρονα το υποκείμενο και μέρος του αντικειμένου, καθώς αποτελούμε στοιχείο του*» (Βοζάνη, 2005). Δεδομένου όμως ότι μεταξύ πολεοδομίας και κινηματογράφου αναπτύσσονται και έτερες σχέσεις αλλά και σχέσεις αλληλεπίδρασης που δεν είναι τόσο προφανείς, η παρούσα διαφορά οφείλεται να θεωρηθεί ως μια πρώιμη σκέψη αποσαφήνισης του ρόλου του ατόμου και οριοθέτησης του κινηματογραφικού έναντι του πραγματικού χώρου (Βοζάνη, 2005: 56).

Στον αντίποδα η αντίληψη του χώρου στην πολεοδομία και τον κινηματογράφο ταυτίζεται, όταν αυτός αποτελεί αντικείμενο διερεύνησης των δύο και αποτυπώνεται στα κινηματογραφικά καρέ. Έτσι η χρήση του πολεοδομικού χώρου διαδραματίζει ζωτικής σημασίας ρόλο στην σύνθεση του πλάνου, που καθιστά την πολεοδομία ακόμη ένα εργαλείο του σινεμά. Πάρα ταύτα ο χώρος και η ποιότητα του είναι το πεδίο δημιουργίας για την πολεοδομία και την αρχιτεκτονική, ενώ η εικόνα του εκπορεύεται από την εφαρμογή αυτών. Σε αυτό το σημείο έγκειται και η διαφορά πολεοδομίας και κινηματογράφου. Ενώ λοιπόν ο χώρος και ιδιαίτερα ο έμβιος βρίσκεται κατά κύριο λόγο σε πρώτο πλάνο για την πολεοδομία, για τον κινηματογράφο μπορεί να είναι τόσο στο προσκήνιο όσο και στο παρασκήνιο, αλλά μπορεί να είναι και η κεντρική αφηγηματική της ταινίας. Έτσι θα μπορούσαμε να καταλήξουμε σε ένα γρήγορα συμπέρασμα ότι το αποτέλεσμα αναπαράστασης μιας πόλης σε μια ταινία αφορά την πολεοδομία αποτελώντας μια εκδοχή ή ερμηνεία αυτής (Akçay, 2008: 7). Μάλιστα όπως αναφέρει ο αρχιτέκτονας Kester Rattenbury ο σκηνοθέτης μέσα από τον κινηματογράφο *«αναπαράγει και εκτρέπει τις πραγματικές εμπειρίες των θεατών, προσφέροντάς τους, μέσα σε καθορισμένα χρονικά πλαίσια, μια εναλλακτική οπτική, μια εναλλακτική ζωή»*. Ενώ από την πλευρά των κινηματογραφιστών καίριος κρίνεται ο ισχυρισμός του Sergei Eisenstein ότι:

«ο χώρος στις ταινίες ξαναδημιουργείται και δεν αναπαρίσταται. Η μία χωρική αντίληψη είναι η 'κινηματογραφική', όπου ο θεατής ακίνητος παρακολουθεί μια φανταστική ακολουθία στιγμών και χώρων και η άλλη είναι η 'αρχιτεκτονική', όπου ο θεατής κινείται μεταξύ μιας σειράς προσεκτικά συντεθειμένων συνθηκών που προσλαμβάνει». (Ζούγλος, 2012)

Βασιζόμενοι στην τελευταία παραδοχή, όταν ο αστικός χώρος χρησιμοποιείται ως σύμβολο αντιμετωπίζεται ως βασικό στοιχείο της ταινίας λειτουργώντας όπως ο ηθοποιός, το σενάριο και η μουσική. Με άλλα λόγια σε αυτή την περίπτωση βοηθά στην αναπαράσταση και οπτικοποίηση της αφηγηματικής μεταφέροντας τον προβληματισμό και το μήνυμα του κινηματογραφιστή. Με το ίδιο τρόπο που οι ταινίες αποτελούν την αναπαράσταση εικόνων και όχι αντιγραφή της πραγματικότητας, έτσι και ο κινηματογραφημένος αστικός χώρος δεν είναι μία ρεπλίκα αλλά κάτι νέο και διαφορετικό εμπεριέχοντας ωστόσο την δική του ρεαλιστικότητα (Akçay, 2008: 8).

Έτσι μπορεί ο χώρος να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για μια ταινία αλλά παραμένει κυρίαρχο στοιχείο της πολεοδομίας οργανώνοντας τις χρήσεις, τις λειτουργίες και τις μετακινήσεις μέσα σε αυτόν. Κατά αυτό τον τρόπο η έννοια και λειτουργικότητα του χώρου επεκτείνεται με τον ίδιο ρυθμό που οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε αυτόν πολλαπλασιάζονται, δημιουργώντας έτσι μια σχέση εξάρτησης με τον χρόνο και τις επερχόμενες εξελίξεις και αλλαγές. Κατά παρόμοιο τρόπο όμως διαφαίνεται να εξαρτάται και ο κινηματογράφος από τον χρόνο και από τις μεταβολές και ροές που επέρχονται στο πέρας αυτού. Σε αυτό το σημείο όμως πρέπει να αποσαφηνιστεί ότι η πολεοδομία δεν κατατάσσεται ως μια οπτική τέχνη, όπως ο κινηματογράφος. Η πολεοδομία απαιτεί πέρα από όλα τα άλλα και την φυσική κίνηση και συμμετοχή του

πολίτη μέσα στον χώρο, ενώ ο κινηματογράφος περιλαμβάνει απλώς την οπτική συμμετοχή του ανθρώπου (Akçay, 2008: 8-9).

Η αίσθηση όμως του χώρου έγκειται και στον βιωματικό της ρόλος που συνθέτεται από τον ρυθμό της αστικής ζωής. Οι κατοικίες, οι δρόμοι, τα εμπορικά καταστήματα, τα δίκτυα μέσων μεταφοράς, καθώς και η κίνηση και οι μετακινήσεις που δύνανται να δημιουργούν, σε συνδυασμό με τα αρχιτεκτονικά και πολεοδομικά στοιχεία, είναι που απαρτίζουν τον ρυθμό της πόλης. Κύριο στοιχείο όμως που χαρακτηρίζει τον ρυθμό ζωής είναι ο ίδιος ο χρήστης του χώρου. Έτσι λοιπόν οι κινήσεις του χρήστη μέσα σε μια πόλη δε μπορούν να διαχωριστούν από τα αισθήματα του (φόβος, άγχος, επιθυμίες, φιλοδοξίες, κ.ά.) και τα οποία κατά περίπτωση εμφυσούνται από τις ίδιες συνθήκες του βιωματικού χώρου, αισθήματα τα οποία αναπόφευκτα συνδέονται με τον τομέα της πολεοδομίας και της αστικοποίησης (urbanism). Πρέπει ωστόσο να αποσαφηνιστεί ότι ο όρος της κίνησης λαμβάνει ποικίλες ερμηνείες στην πολεοδομία όσο και στον κινηματογράφο (Akçay, 2008: 16-18).

Με τον χώρο να κερδίζει ουσίας λόγω της καθημερινής κίνησης και της πολιτιστικής ζωής, διαφαίνεται ο χαρακτήρας του να εξαρτάται από την εμπειρία του μέσα στον χρόνο. Με τον τρόπο αυτό και σε συνάρτηση με τον βαθμό κινητικότητας, οι πόλεις μπορούν να ταξινομηθούν ως βιωματικοί χώροι στην πολεοδομία. Αντιθέτως για τον κινηματογράφο οι όροι αλλάζουν. Παρά το γεγονός ότι η σκηνή μπορεί να αντανakλά την αστική ζωή, η κίνηση είναι απλώς ένα εργαλείο για την εξέλιξη μέσα στον χρόνο. Μάλιστα δύναται να αποδοθεί με τακτικές όπως η κίνηση της εικόνας, η κίνηση στον χώρο ή μπορεί να είναι απλώς η κίνηση της κάμερας (Highmore, 2005: 9).

1.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ-ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η κινηματογραφική πόλη έχει αναπτύξει διαχρονικά μια στενή και πολυδιάστατη σχέση με την πόλη. Η πιο σημαντική συνιστώσα αυτής της σχέσης αντανakλάται στο κινηματογραφικό περιεχόμενο. Χωρίς να αναλωθούμε στην οικονομική διάσταση, αυτή κατάφερε να αναδείξει τον εμπορικό κινηματογράφο σε κυρίαρχο παράγοντα συγκέντρωσης του πληθυσμού και αύξησης της εκτίμησης των κινηματογραφημένων κτιρίων, ως σημαντικές μεμονωμένες δομικές μορφές (Gold & Ward, 1997: 61).

Πολλοί θεωρητικοί έχουν υποστηρίξει την άποψη ότι ο κινηματογράφος εγγενώς εξελίχθηκε ως τέχνη του αστικού χώρου, ο οποίος συχνά διαμορφώνεται από την αφήγηση του φόντου της μητροπολιτικής πόλης. Το γεγονός αυτό εν μέρει οφείλεται στην χρόνια χωροθέτηση των στούντιο στον αστικό και εξωαστικό χώρο μεγαλουπόλεων όπως το Λος Άντζελες, η Νέα Υόρκη, το Λονδίνο, το Παρίσι, το Βερολίνο και η Ρώμη. Το ενδιαφέρον των πρωτεργατών του σινεμά επικεντρώθηκε στην οργανική ενότητα της γειτονιάς, ως ένα ποικιλόμορφο και συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο, το οποίο προσφέρεται για την δραματοποίηση την

μυθοπλασίας. Ακόμη και όταν οι ταινίες περιέχουν πολλές δυναμικές εικόνες του αστικού σκηνηκού (Gold & Ward, 1997: 61).

Η κυριαρχούσα αυτή κατάσταση ανατράπηκε κατά την διάρκεια του μεσοπολέμου. Η ταινίες που γυρίστηκαν στο Βερολίνο και στο Χόλυγουντ τη δεκαετία του '20 ξεκίνησαν να αντανakλούν την λυρική εχθρότητα της πόλης που ήδη ενυπήρχε στην λογοτεχνία, την ζωγραφική, το θέατρο και στις ανθρωπιστικές επιστήμες. Οι κινηματογραφιστές τόσο γοητευμένοι όσο και απωθούμενοι από την πόλη παρήγαγαν νέες εικόνες. Η προβαλλόμενη εικόνα της πόλης ήθελα αυτή περικλειστη, συνωστισμένη, θορυβώδη και νευρωτική με έντονους ρυθμούς. Αυτή η εντύπωση καταθλιπτικότητας ενίοτε ενισχύονταν με την αντιπαραβολή ρομαντικών εικόνων της βουκολικής εξοχής. Παρόλα αυτά μειοψηφία των κινηματογραφιστών υπερασπίστηκε την αισθητική της πόλης και τις πολιτισμικές τις αρετές, ενώ η πλειονότητα δραματοποιούσε τις ιστορίες εγκλήματος, πάθους και ίντριγκας σε πόλεις πολωμένες από τεράστιες αντιθέσεις. Το τελευταίο στοχοποιούσε τους όρους διαβίωσης που χαρακτηρίζονταν και από την ασχήμια της υποκουλτούρας, την ίδια στιγμή που είχε επέλθει το πλήρωμα το χρόνου για την δημοσιοποίηση αυτών (Gold & Ward, 1997: 61).

Πέρα όμως από τα παραπάνω οφείλεται να σημειωθεί ότι τέτοιες σκηνές σπανίως γυρίζονταν σε εξωτερικούς χώρους. Εξαιτίας της πρώιμης άφιξης και των βραδέων εξελίξεων των ηχητικών μέσων και των τεχνικών περιορισμών, οι κινηματογραφιστές αποτρέπονταν να εγκαταλείψουν τις ανέσεις και τις λειτουργικές δυνατότητες που παρείχαν τα στούντιο. Εντός αυτού του πλαισίου η δομή της κινηματογραφικής πόλης δεν εκπορεύτηκε ούτε από την σκηνοθετική και σκηνογραφική έμπνευση, ούτε από φευγαλέα και βουβά εξωτερικά πλάνα. Πάρα ταύτα όμως προκύπτει ότι επρόκειτο περισσότερο για την κατάθεση της πολεογραφικής θεώρησης, παρά για την έννοια του χώρου εν γένει. Μόνο μετά την άνοδο του νεορεαλισμού, στις αρχές του '50, επικράτησε η άποψη ότι η ατμοσφαιρικότητα των σκηνών μπορούσε να δημιουργηθεί εξίσου αποτελεσματικά και στους εξωτερικούς χώρους (Gold & Ward, 1997: 62).

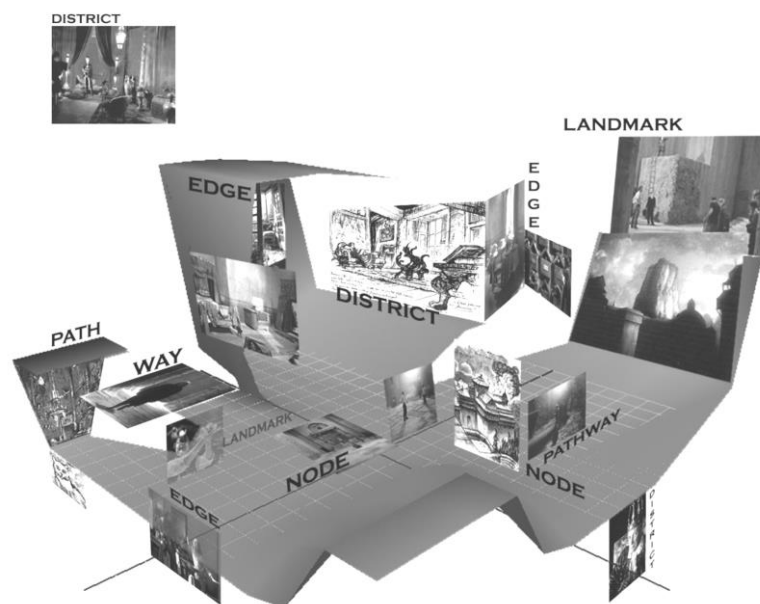
1.2.1. ΤΑ ΠΟΛΕΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ

Στη παρούσα ενότητα επιχειρείται να κατανοηθούν οι χωρό-περιβαλλοντικές λειτουργίες και ο πολεογραφικός χαρακτήρας των φιλμ παραθέτοντας συγκεκριμένα εκείνα τα διακριτά σημεία που χρειάζονται για την ανάγνωση μιας ταινίας. Επεξηγηματικά εντοπίζονται τόσο τα κοινά στοιχεία των δυο τομέων αλλά και εν συναρτήσει με τον ανθρωπογεωγραφικό παράγοντα. Οι δρόμοι, τα κτίρια, τα μνημεία, οι δρόμοι και οι πλατείες κάθε στοιχείο του πολεοδομικού τοπίου που δομεί το πλάνο και συνδέεται με τον βιωματικό χώρο για να δραματοποιήσει το σενάριο και να αποτυπώσει την καθημερινότητα ή και την πραγματικότητα. Ενώ δεν είναι λίγα τα παραδείγματα που συνειδητά επιχειρείται η ταύτιση μιας ταινίας με τοπόσημα, οδωνύμια,

δημοφιλή εμπορικά καταστήματα ή ακόμη και μητροπόλεις υιοθετώντας στον τίτλο της ταινίας τα ονόματα αυτών.⁴

Σε μια πρώιμη θεώρηση και αναφορικά με τον Κωνσταντίνο Δοξιάδη, αντιπαραβάλλονται οι βασικές διαστάσεις υπόστασης της πόλης που αφορούν: α) τα κελύφη, β) την κοινωνία, γ) τον άνθρωπο, δ) τα δίκτυα και ε) την φύση (Παπαγιαννάκης & Τσαμτζή, 2012: 608-609). Με τα παραπάνω να αποτελούν τα πλέον αναγνωριστικά στοιχεία της πόλης συνθέτεται το περιβάλλον το οποίο καλείται να κινηματογραφήσει και να διαφοροποιήσει ο σκηνοθέτης αλλά και να μελετήσει ο πολεοδόμος. Ταυτόχρονα αποτελούν τα πρωταρχικά σημεία παρατήρησης από τον θεατή και αναγνώρισης και ανάγνωσης της χωρικής αφήγησης της ταινίας.

Εικόνα 2: Τρισδιάστατη απεικόνιση των διακριτών στοιχείων για την οργάνωση και ανάγνωση του αφηγηματικού χώρου.



Πηγή: Richens κ.ά., 2006

Ο Lynch στην ανάλυση για το αστικό περιβάλλον, σημειώνει ότι αυτός δομείται από επιμέρους διακριτούς χώρους που συνδέονται για να συνθέσουν τον έμβιο αφηγηματικό χώρο. Η χωρική οργάνωση του αφηγηματικού τοπίου βρίσκεται συνεχώς σε διάδραση με το άτομο, με τον τελευταίο να αποτελεί τόσο θεατή που παρακολουθεί την εξέλιξη μέσα στον χώρο όσο και βιωματικό χρήστη που περιηγείται ο ίδιος μέσα στην πόλη. Έτσι για μία πόλη με πλούσιο κτιριακό υπόβαθρο και με άξονα την οργανική ενότητα της συνοικίας, η

⁴ Χαρακτηριστικότερα παραδείγματα σκηνοθετών που συστηματικά χρησιμοποίησαν σε τίτλους ταινιών ονόματα από μητροπολιτικά κέντρα και σημεία αυτών και έχουν σαφείς αναφορές σε αυτά είναι οι Woody Allen [Βλέπε *To Rome with Love* (Στην Ρώμη με Αγάπη, 1912), *Midnight in Paris* (Μεσάνυχτα στο Παρίσι, 2011), *New York Stories* (Ιστορίες της Νέας Υόρκης, 1989), *Manhattan* (1979), κ.ά.], Wim Wenders [Βλέπε *Paris-Texas* (1984), *Der Himmel uber Berlin* (Τα Φτερά του Έρωτα, 1987), *Lisbon Story* (1994), *Palermo Shooting* (2008)], Orson Welles [(Βλέπε *The Lady from Shanghai* (Η Κυρία απ' τη Σαγκάη, 1947) *The Merchant of Venice* (Ο Έμπορος της Βενετίας, 2004), *London* (Παράνομος Κόσμος, 2005)] κ.ά.. Ακόμη αξίζουν να αναφερθούν οι ταινίες *Casablanca* (1942), *Miracolo a Milano* (Θάυμα στο Μιλάνο, 1951), *Breakfast at Tiffany's* (Πρόγευμα στο Τίφανις, 1961), *Topkapi* (1964), *Roma* (Ρόμα, 1972), *Munich* (2005), κ.ά..

χωρική αφήγηση αυτής φέρεται να διαιρείται στα παρακάτω διακριτά, δομικά στοιχεία: α) τα σημεία, β) τα μονοπάτια-δρόμους, γ) την γειτονιά, δ) τις οπτικές γωνίες-ακμές που η ορατότητα διακόπτεται και ε) τα τοπόσημα. Μέσα στον οπτικοποιημένο αστικό χώρο ο θεατής μπορεί εύκολα να περιηγηθεί μέσα από καθορισμένες διαδρομές που οριοθετούν την κάθε γειτονιά ή συνοικία και να προσανατολιστούν από τα τοπόσημα. Ενώ τα σημεία διαδραματίζουν κομβικής σημασίας ρόλο μιας και αποτελούν τον εκφραστικό χώρο των ηρώων. Τα μονοπάτια και οι δρόμοι αποτελούν τις φυσικές και ψυχολογικές διαδρομές, όπου οι ήρωες δύναται να αλληλοεπιδρούν καθώς η αφήγηση εξελίσσεται μέσα στον γεωγραφικό χώρο. Παράλληλα συμβολίζουν την αλληλουχία με τον περιβάλλοντα χώρο, καθώς ενώνουν τις επιμέρους περιοχές σε έναν ενιαίο πολεοδομικό ιστό. Αναφορικά με τις γειτονιές, που αποτελούν τις οργανικές ενότητες-ζώνες, αυτές υποδηλώνουν στον θεατή την σαφέστερη σχέση μεταξύ αφήγησης και του χώρου. Τέλος οι οπτικές γωνίες και τα τοπόσημα δύναται να θεωρηθεί ότι ορίζουν την τροχιά της κάμερας, μιας και η δράση που κινηματογραφείται κατευθύνεται προς αυτά. Υπό αυτούς τους όρους η τοπογραφική ανάλυση μιας οπτικοποιημένης αστικής εικόνας βοηθά στην ανάγνωση της αρχιτεκτονικής της ταινίας (Richens κ.ά., 2006).

Σε αυτό το σημείο όμως οφείλεται να αποσαφηνιστεί ότι για την εξερεύνηση της χωρικά οργανωμένης αφηγηματικής, η κίνηση της κάμερας είναι αυτή που αποδίδει τα διακριτά στοιχεία, που σημειώθηκαν παραπάνω, και τους δίνει νόημα. Η κίνηση και η θέση του σώματος μέσα στο χώρο δημιουργεί τις ροές, την μετατόπιση και την αλλαγή στην αφηγηματική, προκαλώντας την διάδραση με τον θεατή. Αυτές οι κατασκευασμένες προοπτικές και το καθαρισμένο πεδίο όρασης έχουν αντίκτυπο στην αντίληψη το ατόμου για το δομημένο περιβάλλον. Ο κινηματογραφικός χώρος ενώνεται με την αρχιτεκτονική σκέψη και την χωρική οργάνωση της αφηγηματικής για να δομήσουν ένα συνεκτικό, πλασματικό χώρο που αναπτύσσει την αμφίδρομη σχέση με τον θεατή. Για να καταστεί εφικτό αυτό πρέπει ο κινηματογραφικός χώρος να είναι ευανάγνωστος, συνεκτικός και αναγνωρίσιμος για τον θεατή (Richens κ.ά., 2006).

Σε συνάρτηση με κάθε ταινία που εμπεριέχει πολεογραφικά στοιχεία ακολουθείτε από τον θεατή ασυναίσθητα μια διαδικασία ανάλυσης και θεώρησης της αισθητικής πτυχής και λειτουργίας της πόλης. Προκειμένου λοιπόν να παρατηρούνται και να εξάγονται τα σωστά συμπεράσματα, ο da Costa μέσα από την μελέτη της ταινίας *Manhattan* (1979) επιχειρεί να παγιώσει μια συγκεκριμένη διαδικασία επεξεργασίας για κάθε πολεογραφική ταινία. Η διαδικασία αυτή, αποτελούμενη από έξι στάδια, δεν αρκείται στην απλή παρακολούθηση της ταινίας αλλά προσδοκεί σε ένα ευρύτερο πλαίσιο γνώσεων για τον δημιουργό, το έργο αλλά και τους θεατές. Εν ολίγοις εξετάζει τις συνιστώσες που διαμόρφωσαν το πολεογραφικό, δημιουργικό πλαίσιο της ταινίας. Έτσι τα έξι στάδια επεξεργασίας μιας πολεογραφικής ταινίας, που ακολουθούν μετά την προβολή της ταινίας, παρουσιάζονται ως εξής:

- Μελέτη της αισθητικής και του βιογραφικού του δημιουργού, καθώς και του τρόπου που αποδίδει το αστικό φαινόμενο κινηματογραφικά.

- Κατανόηση θεματικής και προβληματικής της με έμφαση στην αρχή και στο τέλος της ταινίας αλλά και στην υπόσταση των χαρακτήρων.
- Εντοπισμός περιοχών κινηματογράφησης, με την έννοια ποια σκηνή διαδραματίστηκε σε ποια τοποθεσία και ο τρόπος αναπαράστασης της.
- Εξέταση της εργασίας της μηχανής λήψης και του ήχου (εργαλεία για την κινηματογράφηση, καταλληλότητα ήχου με σκοπό την βέλτιστη ανάδυση της σημασίας που παρουσιάζεται)
- Εξέταση της διακειμενικότητας (στοιχεία του σεναρίου από άλλες πηγές)
- Εξέταση του κοινού (εξέταση των κατηγοριών του κοινού που αναφέρονται οι ταινίες)(Ρέντζος, 2006: 128-129).

Η σχέση μεταξύ της πόλης και του κινηματογράφου, μέσα από τα χρόνια, αναπτύχθηκε όλο και περισσότερο. Σήμερα, η διαφορά αυτή διαφαίνεται από ταινίες που αναδεικνύουν την πόλη εκ των έσω και παρουσιάζουν το αστικό φαινόμενο. Οι στόχοι προσέγγισης της ιδιαιτερότητας του αστικού φαινομένου μέσα από την σχέση μεταξύ της ανθρωπογεωγραφίας, κινηματογράφου και αναπαράστασης εκπορεύονται μέσα από την συστηματική ανάγνωση των ταινιών. Προκειμένου να γίνει το παραπάνω κατανοητό οφείλεται να επισημανθούν τα σημεία εκείνα που ο κινηματογραφικός αναγνώστης κρίνεται ότι πρέπει να εμβαθύνει. Τα σημεία αυτά επικεντρώνονται στην πολεογραφική αισθητική του σκηνοθέτη, η αστική εμπειρία και οι γνώσεις του αναγνώστη για την πόλη που απεικονίζεται. Βάσει λοιπόν των παραπάνω τα σημεία προσοχής για την πλήρη ανάγνωση μιας πολεογραφικής ταινίας είναι τα εξής:

- Δημιουργία συνθηκών για σύνδεση του θεατή με την πόλη μέσα από την αφήγηση και απεικόνιση χαρακτηριστικών της (διαδρομές, πόροι κ.ά.).
- Μελέτη σε συγκεκριμένα σημεία, τα οποία παρουσιάζουν υψηλή δυαδική αντίθεση (ψηλό/χαμηλό, ανοιχτό/περιφραγμένο, άσπρο/μαύρο)
- Φυσική, κοινωνική, ανθρωπογεωγραφική παρατήρηση της πόλης (εστίαση προσοχής στους πόρους της πόλης με κέντρο τον άνθρωπο ή κάποιον χαρακτήρα)
- Γλωσσική σημειολογική μελέτη με παράθεση σημειακών στοιχείων της πόλης, διαμέσου παρατήρησης της γλώσσας ή του αλφαβήτου, ή μέσω πινακίδων, επιγραφών κτλ. (οδωνύμια, ονομασίες τοποθεσιών της πόλης, επίσημες γλώσσες κτλ.)
- Επισημάνση του πολύπλευρου και άνισου χαρακτήρα των πόλεων, ως προς αυτές και ως προς άλλες πόλεις (μοναχική, τουριστική πόλη, αναψυχή κτλ.)
- Παρουσίαση στοιχείων από την παρελθοντική κατάσταση μερικών πόλεων και από μια πιθανή επικείμενη.
- Μορφολογική αναγνώριση πόλεων (αρχιτεκτονικά και πολεοδομικά στοιχεία, χρήσεις γης κτλ.)

- Αναγνώριση και επισήμανση των λειτουργιών του δρόμου (πεζόδρομοι, οδικό δίκτυο, κτίρια, μνημεία, αναψυχή, τουρισμό κτλ.)
- Παρουσίαση των αισθητικών στοιχείων μιας πόλης μέσα από την κινηματογράφιση (πάρκα πρασίνου, Τάμεσης κτλ.) (Ρέντζος, 2006: 128-129)

1.2.2. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΑΣΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

Για τον κινηματογράφο ο 20^{ος} αιώνας αποτέλεσε μια περίοδο διερεύνησης και πειραματισμού προς νέες κατευθύνσεις και καλλιτεχνικά ρεύματα. Οι αλλαγές στην κοινωνική και πολιτιστική ζωή ήταν ραγδαίες, ώστε ο καθημερινός τρόπος και ρυθμός ζωής να μεταβεί σε πρώτο πλάνο για τις τέχνες. Το τελευταίο αποτέλεσε ικανή συνθήκη ώστε ο κινηματογράφος να αποστασιοποιηθεί σταδιακά από τις συμβατικές εμπορικές φόρμες, τείνοντας σε έναν πιο διαισθητικό και λιτό τρόπο αναπαράστασης και σε πιο οικείες θεματικές. Ο εικονογραφικός, αφηγηματικός χώρος μεταφέρεται στο φυσικό περιβάλλον του καθημερινού ανθρώπου, στα αστικά κέντρα του μοντερνισμού, ξεπερνώντας το υπερφίαλο και επιδιώκοντας έναν νέο αφαιρετικό χώρο για την αναπαράσταση της πόλης (Παπακωνσταντίνου, 2005: 69-70).

Προκειμένου να κατανοήσουμε την απόδοση των κινηματογραφημένων μητροπόλεων του κόσμου αρκεί να ανατρέξουμε στα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα. Ο Brian R. Jacobson, διερευνώντας την κατασκευή των κινηματογραφικών χώρων, μας προτρέπει να αναλογιστούμε την Νέα Υόρκη, το Χονγκ Κονγκ, το Λος Άντζελες, το Παρίσι, Βομβάη, Πεκίνο και Ταϊπέι. Ενώ σημειώνει ότι η αναπαράσταση κάθε μίας από τις παραπάνω μητροπόλεις «αποτελεί κομμάτι μιας σύνθετης, κινηματογραφημένης, πλασματικής δομής. Μάλιστα για την κατοχύρωση της ορθότητας της θέσης αυτής επικαλείται την εκδοχή την πλασματικής-φουτουριστικής πόλης, όπως από το *Metropolis* (1927), *Alphaville* (1965), *Gotham City* (1989), *Οζ* (1939)» (Jacobson, 2005: 9). Η επιπρόσθετα επικαλείται «τις κινηματογραφικές κατασκευές διαφορετικών εκδοχών υφιστάμενων πόλεων, όπως του *Woody Allen* ή του *Martin Scorsese* για το *Μανχάταν*, του *Godard* για το *Παρίσι*, του *Wong Kar Wai* για το *Χονγκ Κονγκ*. Στο εγχείρημα του αυτό ο Jacobson καταλήγει στο συμπέρασμα ότι *Χωρίς αμφιβολία ακόμη και στο πιο ακραίο δημιούργημα της φαντασίας, η έννοια της πόλης ή κάποια εκδοχή ενός έμβιου χώρου διαγράφεται κάπου στον κινηματογραφικό ορίζοντα*» (Jacobson, 2005: 9).

Ο κινηματογράφος πλέον αποτελεί το κυρίαρχο μέσω που στοιχειοθετεί την σύγχρονη εικόνα και αντίληψη του πολεοδομικού χώρου και αυτήν επικοινωνεί μαζικά. Στην ίδια κατεύθυνση το θεωρητικό υπόβαθρο και τα παραδοσιακά εργαλεία του χωρικού σχεδιασμού αποδεικνύονται ανεπαρκή, όσο αφορά στην απόδοση της έννοιας και κατανόησης του δημόσιου και γενικότερα του αστικού χώρου. Οι δραστηριότητες, που είναι άμεσα συνδεδεμένες με το πολεοδομικό περιβάλλον, φέρονται πλέον να λαμβάνουν χώρα περισσότερο στην οθόνη παρά στον ίδιο τον βιωματικό και φυσικό τους χώρο. Υπό αυτού τους όρους ο αστικός χώρος

μεταβαίνει στην διάσταση του «φαίνεσθαι» και στην προβολή και μετάδοση της προσωπικής αντίληψης του σκηνοθέτη γι' αυτόν, ενώ παράλληλα εγκαταλείπεται η συμβατική βίωση αυτού (Φούφρη, 2009: 6).

Διερευνώντας την απόδοση του προβαλλόμενου αστικού χώρου, τόσο στον κινηματογράφο όσο και στις υπόλοιπες τέχνες, αυτός φέρεται να αποδίδεται με την μορφή άυλων ουτοπικών εικόνων εξιδανικεύοντας το αστικό περιβάλλον. Πέρα όμως από τα παραπάνω, αδιαμφισβήτητα ο κινηματογράφος αποτελεί το πιο πειστικό μέσω αποτύπωσης του πολεοδομικού χώρου και απόδοσης της αίσθησης του και των ρυθμών και όρων διαβίωσης. Εντός αυτού του πλαισίου, η οθόνη λειτουργεί ως φορέας μετάδοσης μηνυμάτων, ζητημάτων και της προβληματικής που επιδιώκει να προβάλει και να επικοινωνήσει ο σκηνοθέτης και ο σεναριογράφος. Έτσι στον θεατή μεταφέρεται μια πλασματική και επιτηδευμένη εικονική πραγματικότητα, που μπορεί να λάβει ποικίλες μορφές (Φούφρη, 2009: 6).

Παράλληλα η προβαλλόμενη εικόνα εξαρτάται και από τα διαθέσιμα κινηματογραφικά εργαλεία-μέσα, από τους φακούς και τις κάμερες που χρησιμοποιούνται μέχρι την οθόνη προβολής. Εκτός όμως από τον τρόπο απόδοσης της κινηματογραφημένης πόλης, η αντίληψη και κατανόηση αυτής εξαρτάται και από την βιωματική εμπειρία και διάθεση του θεατή (Φούφρη, 2009: 6).

Σε μια άλλη κατεύθυνση και λόγω λοιπόν του εντεινόμενου ανταγωνισμού μεταξύ των πόλεων, μητροπόλεων αλλά και μικρότερων, οι κορυφαίοι αρχιτέκτονες αποτελούν τον βασικό συντελεστή για τον επαναπροσδιορισμό και την ελκυστικότητα του αστικού περιβάλλοντος. Τόσο ο ιδιωτικός τομέας όσο και ο δημόσιος καταβάλλουν προσπάθεια να ταυτιστούν τα κατασκευαστικά τους έργα με διεθνούς αναγνωσιμότητας ονόματα όπως Frank Gehry ή Sir Norman Foster που αποτελούν brand names. Αυτοί όμως οι παγκοσμίου κλάσης αρχιτέκτονες ενεργοποιούν άμεσα την δημοσιότητα και γι' αυτό οι δημοτικές αρχές πασχίζουν τα αστικά κέντρα της πόλης τους να φιλοξενήσουν έργα που τελούν υπό την επίβλεψη του Santiago Calatrava ή του Steven Holl ή του Rem Koolhaas. Τα εγχειρήματα αυτά κρίνονται ως ριψοκίνδυνα και πολυδάπανα αλλά συχνά έχουν καταφέρει να αποσπάσουν βραβεία και να συνδράμουν στις παγκόσμιες κατατάξεις της εικόνας των πόλεων. Και αυτή ακριβώς η εικόνα ορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τον κινηματογράφο, από την συσσώρευση αξέχαστων σκηνών και πλάνων που λόγω του μέσου γνωρίζουν παγκόσμια απήχηση. Παράλληλα διαφαίνεται ότι η αρχιτεκτονική έχει σφετεριστεί ένα μεγάλο μέρος της εξουσίας της εικόνας της πόλης, μιας και οι αρχιτεκτονικές δομές που αποτυπώνονται σε διαφημιστικές εκστρατείες και παραθέτονται σε ταξιδιωτικούς οδηγούς, στοιχειοθετούν την μαζική άποψη της κάθε πόλης. Έτσι καταλήγουμε στην υπόθεση ότι εάν ο κινηματογράφος κοινωνεί την πιο ευρέως διαδεδομένο πρόσωπο της πόλης, αυτό εν μέρη οφείλεται στο ρόλο που διαδραματίζουν τα αρχιτεκτονικά τοπόσημα.

1.3. Η ΑΜΦΙΔΡΟΜΗ ΣΧΕΣΗ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΥ

Όπως προαναφέρθηκε ο κινηματογράφος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο αναπαράστασης του σχεδιασμού και την πολεοδομίας αλλά και του έμβιου χώρο με τις επικείμενες κοινωνικές προεκτάσεις του. Ως εκ τούτου αποτελεί θεματικό αντικείμενο για τον σχεδιασμό του χώρου, με την έννοια της οπτικής του απόδοσης αλλά και της παραγωγής νέων χώρων. Σε αυτή την περίπτωση η εικόνα είναι το κλειδί προς έναν ιδεατό κόσμο, που τροφοδοτεί την πολεοδομία με νέες εικόνες δίνοντας νέο σχήμα στην πόλη ή κατευθύνοντας την μελλοντική τάση της πολεοδομίας. Έτσι τα θεματικά πεδία πολεοδομίας και κινηματογράφου διαφαίνεται να αλληλεπικαλύπτονται, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται αμφίδρομες σχέσεις μεταξύ των δυο. Παράλληλα η διαλεκτική περί συνοχής ή διαφοράς μεταξύ της αναπαράστασης της πόλης στον κινηματογράφο και της τρέχουσας αξίας της πολεοδομίας, φέρνει στον προσκήνιο το ερώτημα κατά πόσο κάτι τέτοιο μεταφράζεται σε χωρικές έννοιες ή και αλλαγές. Επεξηγηματικά εντοπίζονται περιπτώσεις όπου η απόδοση της αφηγηματικής, η οποία τροφοδοτείται από το αστικό περιβάλλον και την κινηματογραφική εικόνα του, προκαταβάλλει την σύγχρονη αρχιτεκτονική και την πολεοδομία και αντιστρόφως (Akçay, 2008: 6).

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω εγκαθιδρύεται η παραδοχή ότι τόσο η πολεοδομία και ο κινηματογράφος αποτελούν χωρικές “τέχνες”. Η αμφίδρομη σχέση τους αποδεικνύεται τόσο μέσα από την οπτικοακουστική απόδοση και την χωρο-χρονική αφήγηση της πόλης, όσο και μέσα από την αποτύπωση και προβολή της συμπεριφοράς και των κοινωνικών φαινομένων και ζητημάτων στον αστικό ιστό (Φούφρη, 2009: 6).

Σε μια άλλη κατεύθυνση και αναλογιζόμενοι τις συνθήκες εντεινόμενου ανταγωνισμού μεταξύ των πόλεων, μητροπόλεων αλλά και μικρότερων, οι κορυφαίοι αρχιτέκτονες αποτελούν τον βασικό συντελεστή για τον επαναπροσδιορισμό και την ελκυστικότητα του αστικού περιβάλλοντος. Οι παγκοσμίου κλάσης αρχιτέκτονες φαίνεται να ενεργοποιούν άμεσα την δημοσιότητα και γι’ αυτό οι δημοτικές αρχές πασχίζουν τα αστικά κέντρα της πόλης τους να φιλοξενήσουν έργα που τελούν υπό την επίβλεψη αυτών. Τέτοιες πρωτοβουλίες αστικής αναβάθμισης ή και αναγέννησης συχνά έχουν καταφέρει να αποσπάσουν βραβεία και να συνδράμουν στις παγκόσμιες κατατάξεις της εικόνας των πόλεων. Και αυτή ακριβώς η εικόνα είναι που ορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τον κινηματογράφο, από την συσσώρευση αξέχαστων σκηνών και πλάνων που λόγω του μέσου γνωρίζουν παγκόσμια απήγηση. Παράλληλα διαφαίνεται ότι η αρχιτεκτονική έχει σφετεριστεί ένα μεγάλο μέρος της εξουσίας της εικόνας της πόλης, μιας και οι αρχιτεκτονικές δομές που αποτυπώνονται σε διαφημιστικές εκστρατείες και παραθέτονται σε ταξιδιωτικούς οδηγούς, στοιχειοθετούν την μαζική άποψη της κάθε πόλης. Έτσι καταλήγουμε στην υπόθεση ότι εάν ο κινηματογράφος κοινωνεί το πιο ευρέως διαδεδομένο πρόσωπο της πόλης, αυτό εν μέρη οφείλεται στο ρόλο που διαδραματίζουν τα τοπόσημα και τα δημιουργήματα μεγάλων αρχιτεκτόνων (Tweedie, 2010: 370).

Στο επίκεντρο των συζητήσεων σχετικά με την αλληλεπίδραση μεταξύ της πολεοδομίας και αρχιτεκτονικής με τα μέσα ενημέρωσης και ειδικά με τον κινηματογράφο και την ανά-παραγωγή εικόνων βρίσκεται πάντα το

έργο του Koolhaas. Η τάση για την δημιουργία εικόνων στα σχέδια και η ρητορική των θεωρητικών παρεμβάσεων διαφαίνεται στο φουτουριστικό ύφος των κελυφών του, με χαρακτηριστικότερα παραδείγματα τα κτηρίου της κρατικής τηλεόρασης στο Πεκίνο CCTV, το Κέντρο Τέχνης και Τεχνολογίας των Media⁵ στο Karlsruhe της Γερμανίας και τον ουρανοξύστη De Rotterdam στο Ρότερνταμ, δημιουργώντας μοναδικά brandscapes σύγχρονης μεταμοντέρνας τέχνης. Έχοντας ενστερνιστεί τις θεωρίες του Gilles Deleuze, που εντοπίζει την ικανότητα των φιλμ να παράγουν νέες εικόνες και να προωθούν νέες μορφές φιλοσοφίας, αναλύει τα βασικά στοιχεία της πόλης(δομή και χώρο) ως προεκτάσεις της παγιωμένης εικόνας αυτής ξεφεύγοντας από την κλασσική διαδικασία σχεδιασμού (Tweedie, 2010: 370, 372). Χαρακτηριστικό αυτής της προσέγγισης του είναι ότι ακόμη και για κάποιες από τις παρουσιάσεις χρησιμοποιεί μια ιδιαίτερος κινηματογραφική περιγραφή για την σύνθεση και ανάλυση των έργων του. Ενώ αντιπαραβάλλοντας την αρχιτεκτονική με τον κινηματογράφο αναφέρει:

«...Υπάρχει μία εντυπωσιακά μικρή διαφορά μεταξύ των δύο δραστηριοτήτων. Νομίζω ότι η τέχνη του σεναριογράφου, είναι να συλλάβει μία σειρά επεισοδίων, η οποία να δημιουργεί ένταση, σασπένς, μία ακολουθία γεγονότων. Θεωρώ λοιπόν ότι το σημαντικότερο μέρος της δουλειάς μου είναι η εύρεση ενός αντίστοιχου σεναρίου, ενός χωρικού σεναρίου. Αυτό που προσπαθώ να κάνω είναι ένα μοντάζ στο χώρο»
(Boζάνη, 2005: 55)

Εικόνα 3: Κέντρο Τέχνης και Τεχνολογίας των Media στο Karlsruhe



Πηγή:
oma.eu/projects/1992/zentrum-fur-kunst-und-medientechnologie-zkm

Εικόνα 4: ουρανοξύστη De Rotterdam στο Ρότερνταμ



Πηγή:
dezeen.com/2013/11/22/rem-koolhaas-oma-de-rotterdam-interview/

Εικόνα 5: Κτηρίου CCTV στο Πεκίνο



Πηγή:
laurbana.com/blog/2012/03/16/moebius-jean-giraud-o-la-cinta-de-moebius-en-la-arquitectura/

⁵ Από τα τέλη της δεκαετίας του '80 σε εξωτερικό τοίχο του κτιρίου φιλοξενείται τεράστια προβολή φωτογραφιών του Richard Prince από το έργο the Marlboro Man. Με αυτό τον τρόπο παρέχεται η δυνατότητα το βασικό δομικό στοιχείο του κτηρίου να ποικίλει (Tweedie, 2010: 370).

Οι έννοιες του χώρου και του χρόνου φέρονται να είναι το σημείο τομής πολεοδομίας και κινηματογράφου. Υπό αυτή την έννοια αποτελούν τα κοινά εργαλεία παραγωγής και απόδοσης του κόσμου. Η αναπαράσταση του χώρου και της προβαλλόμενης πολεοδομίας, ως εργαλείο στον κινηματογράφο, θέτει την αμφίδρομη προβληματική κατά πόσο η πολεοδομία καταβάλλει τον κινηματογράφο και αντίστοιχα κατά πόσο ο κινηματογράφος επηρεάζει τον πολεοδομικό χώρο, και ειδικότερα τον σχεδιαστή-πολεοδόμο. Το παραπάνω ενισχύεται και από το γεγονός ότι κοινός στόχος κινηματογραφιστή και πολεοδόμου είναι η παραγωγή τοπίων και συνόλων του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Σε μια τέτοια κατεύθυνση δημιουργική πρόκληση για τον κινηματογράφο αποτελεί η δημιουργία νέων σκηνικών για τα πλάνα, παράγοντας συνακόλουθα νέους χώρους. Έτσι λοιπόν προκύπτει η σχέση που ενυπάρχει και επηρεάζει την πολεοδομία μέσω των κινηματογραφικών εικόνων και διαμορφώνει την μελλοντική αρχιτεκτονική (architettura.it, 1999).

Παραλληλίζοντας τα δυο θεματικά αντικείμενα, μπορεί να διατυπωθεί ότι ο κινηματογράφος λειτουργεί ως μια τράπεζα μνήμης για τον αστικό χώρο και την πολεοδομία. Επεξηγηματικά ο κινηματογράφος είναι σαν μια ανθρώπινη μνήμη, που καθορίζει την συνέχεια της ζωής πηδώντας από την μια εικόνα στην άλλη, ενώ παράλληλα καταγράφει την αστική και κοινωνική ζωή. Αποτυπώνει την πόλη και την αστικότητα μέσα στις ταινίες, μέσω της εικόνας και του ήχου, δίνοντας την δυνατότητα εμπειρίας ακόμη και από μια άγνωστη πόλη. Ως εκ τούτου ο κινηματογράφος λειτουργεί ως: α) μηχανή παραγωγής αστικών εμπειριών και β) εργαλείο μετάδοσης αντιλήψεων των αστικών κοινωνιών. Όμως τόσο η πολεοδομία όσο και ο κινηματογράφος χρησιμοποιούν συγκεκριμένη μεθοδολογία προκειμένου να προσεγγίσουν τον πολίτη. Από την μια ο κινηματογράφος χρησιμοποιεί την πολεοδομία ως εργαλείο, ενώ την ίδια στιγμή η πολεοδομία χρησιμοποιεί τον κινηματογράφο για να πλησιάσει τον ανθρώπινο νου. Ακολουθώντας οι πολεοδομικές εικόνες της πόλης που παράγει ο κινηματογράφος δεσμεύουν τις αστικές αντιλήψεις και την εκάστοτε κουλτούρα, μεταλαμπαδεύοντας τις απευθείας στον θεατή (AlSayyad, 2006: 1-4).

Ο κινηματογράφος είναι ο πιο ακριβής και άμεσος τρόπος επικοινωνίας της τέχνης, έχοντας την δύναμη να μεταλαμπαδεύει στον θεατή την εικόνα και οπτική του σκηνοθέτη για τον κόσμο, δημιουργώντας μια μαζική θεώρηση γι' αυτόν. Έτσι πλέον τόσο οι αρχιτέκτονες όσο και οι πολεοδόμοι παραδέχονται ότι οι ταινίες έχουν επηρεάσει τα σχέδια τους (architettura.it, 1999).

Για να επιτευχθεί όμως το παραπάνω, οφείλεται αρχικά να αποσαφηνιστούν οι όροι και ο πλουραλισμός που διέπει τις έννοιες του πολεοδομικού σχεδίου, του πολεοδόμου και της διαδικασίας του σχεδιασμού, ώστε να αποκαλυφθεί η άμεση συνάφεια με την καθημερινή ζωή του θεατή και ο τρόπος που ρυθμίζουν τις συνθήκες αυτής αλλά την ποιότητά της.

Για την Βρετανία το παραπάνω διαφαίνεται να επιτεύχθηκε σταδιακά με την πάροδο του χρόνου, έτσι οι συγκεκριμένες έννοιες έγιναν αντιληπτές τόσο για τον κοινό πολίτη όσο και για κάθε κινηματογραφιστή. Η διαδικασία αυτή ξεκίνησε πριν από τον Πλαίσιο Αστικού και Υπαίθριου Σχεδιασμού το 1947 (Town and

Country Planning Act), το οποίο προσδιόριζε την φύση, δομή και λειτουργία ενός περιεκτικού συστήματος σχεδιασμού και οδηγούσε στην επακόλουθη εξειδίκευση και κωδικοποίηση της επιστήμης του σχεδιασμού. Μέχρι τότε το ζήτημα του χωρικού σχεδιασμού δεν ήταν επαρκώς κατανοητό. Το τελευταίο είχε ως συνέπεια, η απόφαση των κινηματογραφιστών για το τι θα δείξουν και τι θα παραλείψουν, μερικώς να ικανοποιεί την ανάγκη δημιουργίας εκείνου του κατάλληλου πλαισίου που θα έδινε νόημα στην πολυπλοκότητα του ζητήματος (Gold, 2002: 221).

Ακόμη και όταν παρουσιάστηκαν οι διαφορές του σχεδιασμού, η έννοια αυτού παρέμενε ασαφής και λόγω των ποικίλων και διαφορετικών τρόπων προσέγγισης του. Το τελευταίο προέκυψε από την ανάγκη να δοθεί μια ευρύτερη πολιτισμική διάσταση στην διαδικασία μελέτης. Οι κινηματογραφιστές δεν εργάζονταν σε ένα απομονωμένο περιβάλλον. Καθ' όλη την διάρκεια της έρευνας, μια τεράστια γκάμα από ομάδες, με ποικίλες πολιτικές και ιδεολογικές πεποιθήσεις, διεκδικούσαν να ανακαλύψουν την φύση του σχεδιασμού. Όπως οι κινηματογραφιστές, έτσι και αυτοί αγωνίζονταν να δομήσουν αφηγηματικές που θα πρόσφεραν μια κατανοητή εκδοχή του σχεδιαστή και της διαδικασίας του σχεδιασμού (Gold, 2002: 221).

1.4. Ο ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΩΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΦΙΛΜΙΚΗ ΘΕΜΑΤΙΚΗ

Το παρόν υποκεφάλαιο στόχο έχει να δώσει όλες εκείνες τις κατάλληλες πληροφορίες που αφορούν το πολεοδομικό περιβάλλον που κλήθηκαν να αποτυπώσουν οι σκηνοθέτες του μελετώμενου κινήματος. Παρόλο που αφορούν μελέτες που συντάχθηκαν μια δεκαετία πριν, η υλοποίηση των προτάσεων και οι απόρροιας αυτών διαφάνηκαν σε εύρος χρόνου που αγγίζει μέχρι το παρόντα χρόνο. Ενώ λόγω της δημοσιότητας που γνώρισαν οι συγκεκριμένες μελέτες από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, γίνεται λόγος για τον τρόπο που ο πολεοδομικός σχεδιασμός και οι αστικές παρεμβάσεις στο Λονδίνο παρουσιάστηκαν και κατανοήθηκαν από το κοινό.

Παρόλο που σήμερα το ενδιαφέρον των τηλεθεατών επικεντρώνεται στα ψυχαγωγικά προγράμματα, στην εποχή του μοντερνισμού(1930-1970) στο Ηνωμένο Βασίλειο ήταν εμφανές το ενδιαφέρον για την προβολή προγραμμάτων που θα περιγράφονταν ή θα παρουσιάζονταν η διαδικασία της αλλαγής. Η τηλεόραση υπήρξε ένα χρήσιμο μέσο που παρουσίασε τις ραγδαίες αλλαγές της περιόδου κοινωνικά, πολιτικά και αρχιτεκτονικά και ταυτόχρονα αντικατόπτριζε και την ανησυχία των Βρετανών. Όμως και ο κινηματογράφος επικεντρώθηκε στις μεταβαλλόμενες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της ταινίας του Charlie Chaplin *Modern Times* (*Μοντέρνοι Καιροί*, 1936), όπου απεικονίζεται η εκβιομηχάνιση και οι επιπτώσεις της οικονομικής ύφεσης στις Ηνωμένες Πολιτείες του 1930. Ομοίως, το *Free Cinema* και τα *Kitchen Sink Dramas* μέσα από τον ρεαλισμό τους αποτύπωσαν τις κοινωνικές αλλαγές, χαρακτήρες της εργατικής τάξης και τα βιομηχανικά τοπία της Βρετανίας στα τέλη του 1950 (Tewdwr-Jones, 2013: 91).

Η απεικόνιση των αλλαγών του τοπίου είχε τεθεί στο επίκεντρο του βρετανικού κινηματογράφου πολύ νωρίτερα όμως. Από τις αρχές της δεκαετίας του '30 ο John Grierson (Βλέπε Υποσημείωση **Σφάλμα! Δεν έχει ριστεί σελιδοδείκτης.**) εγκαθίδρυσε την δική του σχολή ρεαλισμού, με ταινίες που ενημέρωναν το κοινό μέσα από την ενασχόληση τους με τις συνθήκες διαβίωσης της εργατικής τάξης. Η τάση αυτή συνεχίστηκε κατά την διάρκεια του μεσοπολέμου με την παραγωγή ταινιών, που εξέταζαν τον σχεδιασμό και την ανοικοδόμηση των πόλεων, υπό την αιγίδα κρατικών φορέων και σε πρωταγωνιστική θέση τους πολεοδόμους-σχεδιαστές. Δεν υπάρχουν άλλα παραδείγματα ταινιών, όπου αυτή η κατηγορία μηχανικών να προβάλλεται τόσο διεξοδικά επί το έργο και να απεικονίζονται ως επιστήμονες με όραμα την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης. Χαρακτηριστικά για τον αρχιτέκτονα-πολεοδόμο Patrick Abercrombie, τα σχέδια και ο ρόλος του οποίου εξετάζονται παρακάτω, ο αφηγητής της ταινίας *The Way We Live* (1946) αναφέρει ότι «*κανείς μέχρι σήμερα δεν ήξερε τον τομέα που ήταν καθηγητής*» (Tewdwr-Jones, 2013: 92).

Από τις εντυπώσεις του κοινού για τις ταινίες προκύπτει ότι το ενδιαφέρον δεν κέντριζε τόσο η διαδικασία που οι σχεδιαστές ρύθμιζαν και προγραμματίζαν την ανοικοδόμηση των πόλεων, αλλά ο τρόπος που αυτές είχαν μετατρέψει τα τοπία ώστε να παρέχουν όραμα για το μέλλον. Έτσι στα μάτια του κοινού ο πολεοδόμος φάνταζε ως ο επαγγελματίας εμπειρογνώμονας που με ιδιοφυή τρόπο διαμόρφωνε την ζωή τους και το μέλλον τους. Στα χρόνια όμως που ακολούθησαν ο ρόλος του πολεοδόμου υποβιβάστηκε σε δεύτερη θέση για να ανοίξει ο δρόμος για την προβολή της εντατικής οικοδόμησης και ανανέωσης (Tewdwr-Jones, 2013: 92).

1.4.1. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΟ ΜΕΤΑΠΟΛΕΜΙΚΟ ΛΟΝΔΙΝΟ

Ο Β' Παγκόσμιος Πόλεμος σήμανε το τέλος για την εκτεταμένη αστική διάχυση του Λονδίνου, δίνοντας τον ζωτικής σημασίας χώρο και χρόνο για τον επαναπροσδιορισμό της ταυτότητας της πόλης και του ρόλου που θα διαδραμάτιζε στο διεθνές γίγνεσθαι. Παράλληλα κατά την παρούσα φάση, το Λονδίνο θεωρούνταν ως μια πόλη με πολλά και ποικίλης φύσεως προβλήματα. Παρόλα αυτά η καταστροφή που προκλήθηκε από τους γερμανικούς βομβαρδισμούς σε όλο το μήκος της πόλης, αποτέλεσε κομβικής σημασίας ευκαιρία. Η ευκαιρία αυτή αξιοποιήθηκε μέσα από τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό για την ανοικοδόμηση, τον προγραμματισμό και έλεγχο των έργων και της λειτουργικότητας της μητρόπολης μετά τον πόλεμο (cbrd.co.uk, 2013).

Η ανάληψη των πολεοδομικών μελετών υπό την επίβλεψη του Patrick Abercrombie, σηματοδότησε μια νέα εποχή. Το όραμα του για το μεταπολεμικό Λονδίνο έφερε τα χαρακτηριστικά ενός «αισιόδοξου και γενναίου νέου κόσμου», στοιχεία τα οποία θα προσέβλεπε να διεισδύσουν μέσα στον σχεδιασμό και να θέσουν τις βάσεις αυτού για τις επόμενες δεκαετίες. Το έργο του εμπειρείχε δύο διαδοχικές εκθέσεις που παραδόθηκαν στο Συμβούλιο της Κομητείας του Λονδίνου (London County Council) το 1943 και 1944 αντίστοιχα, η πρώτη

αφορούσε την διοικητική περιοχή της Κομητείας του Λονδίνου⁶ (The County of London Plan) και η δεύτερη την περιοχή που σήμερα είναι γνωστή ως Μείζων Λονδίνο (The Greater London Plan), δηλαδή τον μητροπολιτικό χώρο μαζί με τα αναδυόμενα προάστια του 1930 (cbrd.co.uk, 2013).

Εικόνα 6: Χάρτης κοινωνικής και λειτουργικής ανάλυσης του Λονδίνου του 1944



Πηγή: mediaarchitecture.at/architekturtheorie/patrick_abcrombie/content/Map%20of%20London%20%28Social%20and%20Functional%20Analysis%29%201943.jpg, ίδια επεξεργασία

Μέσα από τις συγκεκριμένες μελέτες εντοπίστηκαν τέσσερα «μεγάλα ελαττώματα», όπως σημειώνουν οι δυο εκπονητές Patrick Abercrombie και John Henry Forshaw. Έτσι τα προβληματικά σημεία που εντοπίστηκαν αφορούσαν α) την κυκλοφοριακή συμφόρηση παράλληλα με τον συνδυασμό των μεταφορικών μέσων, β) τις

⁶ Η Κομητεία του Λονδίνου αποτέλεσε μονάδα τοπικής αυτοδιοίκησης από το 1889 έως το 1965, περιλαμβάνοντας αποκλειστικά την μητροπολιτική περιοχή με το αστικό και εμπορικό κέντρο της πόλης. Από το 1965 η Κομητεία του Λονδίνου εντάσσεται στο ευρύτερο τμήμα του Μείζονος Λονδίνου, που αποτελεί πλέον τμήμα της πρωτοβάθμιας διοικητικής διαίρεσης της χώρας. Παράλληλα διαιρείται σε εσωτερικό και εξωτερικό Λονδίνο, με τα όρια του πρώτου να ταυτίζονται με αυτά της προϋφιστάμενης Κομητείας, χωρίς όμως να λαμβάνει κάποια διοικητική υπόσταση.

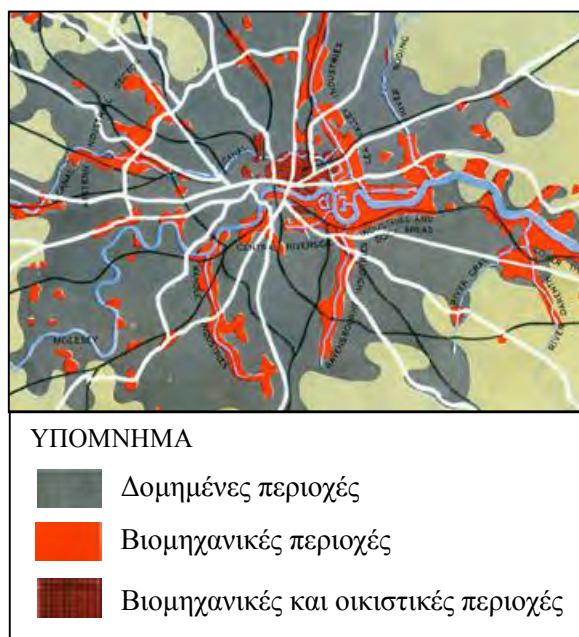
υποβαθμισμένες υποδομές στέγασης, γ) τους ανεπαρκείς κοινόχρηστους και πράσινους χώρους δ) και τέλος όπως αναφέρονται στην έκθεση «οι απροσδιόριστες ζώνες» με αντικρουόμενες χρήσεις γης βαριάς βιομηχανίας και κατοικίας. Εκ του αποτελέσματος ριζικές επεμβάσεις βελτίωσης επήλθαν στο οδικό σύστημα της πόλης, αλλά εξίσου ριζοσπαστική ήταν και η δημιουργία νέων εκτεταμένων πάρκων στις περιοχές που αναδύθηκαν από την εκκαθάριση των παραγκουπόλεων (slums). Επιπλέον έγινε επανακαθορισμός των χρήσεων γης μέσω της οριοθέτησης ζωνών συμβατών-επιτρεπόμενων και μη χρήσεων γης (re-zoning⁷) (cbrd.co.uk, 2013).

Εικόνα 7: Χάρτης βασικού οδικού δικτύου Λονδίνου



Πηγή: cbrd.co.uk/histories/ringways/background/img/wp_1943.jpg, ίδια επεξεργασία

Εικόνα 8: Το Λονδίνο σε εργάσιμες ώρες



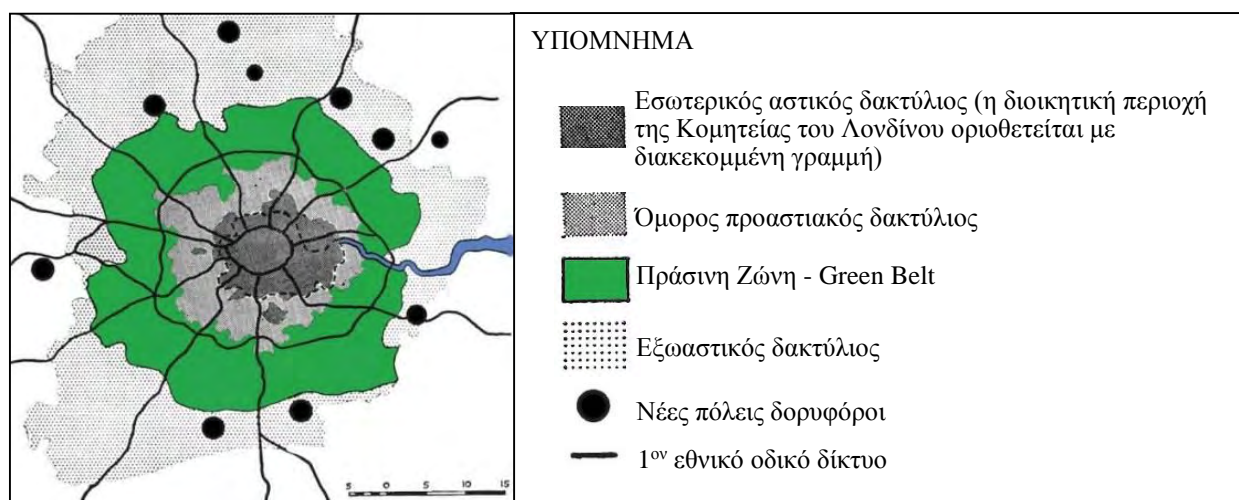
Πηγή: architecture.com/Images/RIBATrust/RIBALibrary/OnlineWorkshop/UrbanAdventures/2011/Abercrombie-522x400px.jpg, ίδια

Στον παρακάτω χάρτη παρουσιάζεται απλοποιημένη εκδοχή των επί μέρους κοινοτήτων και των ανοιχτών χώρων, που εξετάζει τα κύρια στοιχεία του Λονδίνου περιμετρικά του κέντρου που εσωκλείονται στο βασικό δακτύλιο. Ο εξεταζόμενος χώρος διαιρείται: α) στην κοινότητα του κέντρου του West End, β) στην ανατολική και νότια όχθη όπου εντοπίζεται υψηλό ποσοστό παλαιών κατοικιών που γειτονεύουν με βιομηχανίες και γ) στις προαστιακές περιοχές. Ακόμη εντοπίζονται οι κύριοι ανοιχτοί χώροι και βιομηχανικές συγκεντρώσεις. (Βλέπε Εικόνα 6)

⁷ «Ο επανα-σχεδιασμός χρήσεων γης είναι ένας κλάδος δημόσιας πολιτικής που περιλαμβάνει πολλές επιστημονικές ειδικότητες και αποσκοπεί στην οργάνωση και τη ρύθμιση με αποτελεσματικό τρόπο της χρήσης της γης. Σημαίνει την επιστημονική, την αισθητική και την ορθολογική διάθεση της γης, των πόρων, των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών προκειμένου να διασφαλιστούν η βέλτιστη φυσική, οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική αποδοτικότητα, η δημόσια υγεία και η ευημερία των αγροτικών και αστικών κοινοτήτων.» (Γλωσσάριο Χωροταξίας-CEMAT, 2007).

Αναφορικά με το οδικό σύστημα οι προτάσεις εστίαζαν στην κατηγοριοποίηση των δρόμων, ανάλογα με τον φόρτο που δύνανται να εξυπηρετούν, και στους κόμβους. Για την χάραξη των οδών ακολουθήθηκε η πεπατημένη ορθοκανονική και τοξωτή χάραξη, με υπέργειες και υπόγειες διαδρομές στα σημεία των διασταυρώσεων. Ενώ πριν των σχεδιασμό αυτών έγινε πρότερη εξέταση του ρυμοτομικού συστήματος, της κλίμακας και εμβληματικών κτιρίων. Άξιο αναφοράς είναι ακόμη ότι υπήρξε μέριμνα ώστε όλοι οι κάτοικοι να έχουν πρόσβαση στις συγκεκριμένες παροχές, που να μη ξεπερνά τα δέκα λεπτά. Επιπλέον επιχειρήθηκε μια πρώτη προσπάθεια για την δημιουργία χώρων στάθμευσης και δικτύου πεζοδρόμων που θα κατέληγε στον κεντρικό δακτύλιο της πόλης (cbrd.co.uk, 2013).

Εικόνα 9: Οριοθέτηση δακτυλίων και οι νέες πόλεις δορυφόροι



Πηγή: macalester.edu/courses/geog261/EsrigWebsite/Images/fig2.jpg, ίδια επεξεργασία

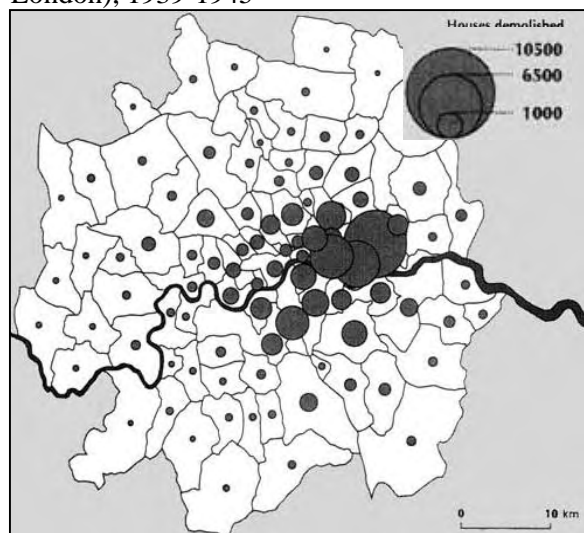
Επιπρόσθετα με τα παραπάνω οι κύριες επεμβάσεις και τα έργα που υλοποιήθηκαν συμπυκνώνονται στα παρακάτω:

- Η δημιουργία τριών δακτυλίων για την σύνδεση όλων των κύριων τερματικών σταθμών για την αποφόρτιση του κέντρου.
- Η δημιουργία εγκύκλιου ηλεκτροκίνητου σιδηρόδρομου, μετρό.
- Η υπογειοποίηση όλων γραμμών του τραίνου και του μετρό που εντοπίζονται εντός του κεντρικού δακτυλίου.
- Ο Τάμεσης, οι παραπόταμοι του και γενικότερα τα κανάλια αντιμετωπίζονται ως ανέσεις για τους κατοίκους.
- Τα πάρκα και οι κοινόχρηστοι χώροι προβλέπονται στην ίδια κλίμακα τόσο για την ανατολική και νότια πλευρά του Λονδίνου όσο και για την εμπορική και καλλιτεχνική κεντρική περιοχή του West End.
- Οι παραποτάμιες όχθες αναπτύχθηκαν εκτενώς με αναχώματα και κηπάρια κατά μήκος αυτών, από το Putney μέχρι το Tower Bridge.

- Οι εμπορικές αγορές μετακινήθηκαν από το επιβαρυνμένο κέντρο σε νέες πιο προσβάσιμες θέσεις, που τους παραχωρήθηκαν, στην περιφερειακή οδό.
- Οι υποδομές για τους πεζούς αναβαθμίστηκαν ώστε να προσφέρουν ηρεμία με την δημιουργία αρκετών πλατειών, καθώς επίσης και ασφάλεια από τα τροχοφόρα. Ενώ και σε αρκετούς στενούς δρόμους στο εμπορικό κέντρο επήλθε πεζοδρομοποίηση.
- Η βελτίωση της πρόσβασης σε σημεία τοπόσημα και σε κτίρια κοινής ωφέλειας.

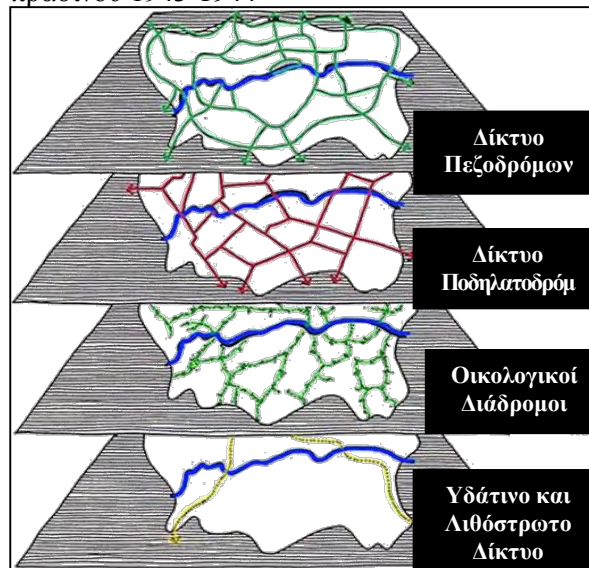
Τέλος, υλοποιήθηκαν μικρής κλίμακας αναπλάσεις και παρεμβάσεις αισθητικής φύσεως στις προσόψεις κτιρίων, σε σημαντικούς δρόμους αλλά και επεμβάσεις στην επέκταση της διατομής ορισμένων οδών (Adams & Larkham, 2011: 23-24).

Εικόνα 10: Κατανομή των κτιρίων που καταδαφίστηκαν στο Μείζον Λονδίνο (Greater London), 1939-1945



Πηγή: nzdl.org/gsd/collect/envl/archives/HAS_Hed39.dir/p195.jpg

Εικόνα 11: Στρατηγική σχεδίασης υποδομών πρασίνου 1943-1944



Πηγή: gardenvisit.com/blog/wpcontent/uploads/2013/09/abercrombie_1943_green_strategy_1991c.jpg,
ιδία επεξεργασία

Συμπερασματικά το έργο του Abercrombie και των συνεργατών χαρακτηρίζεται ως ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο, που αποτελεί κανονιστικό πρότυπο για την αστική ρύθμιση. Ο τρόπος και τα βήματα προσέγγισης του ζητήματος καθιερώθηκαν ως τακτική για κάθε κλίμακας σχεδιασμό. Γι' αυτό το λόγο τρία χρόνια αργότερα οι δύο εκθέσεις εκδόθηκαν μαζί, υπό την επιμέλεια του Υπουργείου Αστικού και Περιφερειακού Σχεδιασμού (Ministry of Town and Country Planning), ως το Εγχειρίδιο Κεντρικών Περιοχών (Central Areas Handbook). Πράγμα που δε προκαλεί έκπληξη μιας και μέσα γίνονται αναφορές για την αναδιαμόρφωση της πόλης σε ένα σύστημα βασισμένο στο μοντέλο της *βιώσιμης γειτονίας-κοινότητας*, διάκριση της αγροτικής υπαίθρου από αστικό περιβάλλον υπό το φάσμα της *συμπαγούς πόλης*, ενώ τεκμηριωμένα καθορίζονται τα *πολεοδομικά σταθερότητα* ανά οικιστική ενότητα. Εντός αυτού του πλαισίου διαφαίνεται ότι τα δυο σχέδια

επέφεραν ριζικές αλλαγές, υπήρξαν αρκετά πρωτοπόρα και γνώρισαν καθολική αποδοχή, ειδικά αναλογιζόμενοι ότι 1,5 εκατομμύριο πληθυσμός μετακινήθηκε προς τα προάστια και σε νέο-σχηματιζόμενες πόλεις δορυφόρους. Ακολούθως το κόστος υλοποίησης των προτάσεων άγγιξε τα 300 εκατομμύρια λίρες (Adams & Larkham, 2011: 33-38· cbrd.co.uk, 2013).

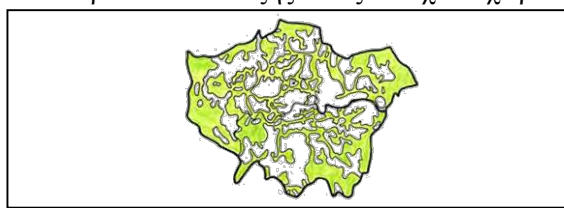
Εν κατακλείδι δε περνά απαρατήρητο το γεγονός ότι ανάλογης σημασίας και κλίμακας πλαίσιο αστικής ρύθμισης συντάχθηκε μόλις το 1990. Ενώ στο νέο πλαίσιο πολεοδομικού προγραμματισμού για το έτος στόχο 2048, που βασίστηκε στα υπόβαθρα του Abercrombie, ορίζοντας ως νέα κέντρα ανάπτυξης οι συγκοινωνιακοί κόμβοι που είχαν υλοποιηθεί μέσω των σχεδίων του (dmau.com, 2013).

Εικόνα 12: Ιεράρχηση των πάρκων βάσει μεγέθους



Πηγή: gardenvisit.com/assets/madge/fig2/original/fig2_original.jpg

Εικόνα 13: Στα σχέδια του Abercrombie του 1944 προτείνεται ο εξής ιστός ανοιχτών χώρων



Πηγή: gardenvisit.com/assets/madge/abercrombie_1944/165x/abercrombie_1944_165x.jp

1.4.2. Η ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ ΤΟΥ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

Σύμφωνα λοιπόν και με το παραπάνω εδάφιο, απόρροια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου υπήρξε η αναγκαιότητα σχεδιασμού ενός μακροπρόθεσμου προγραμματισμού για τα έργα υλοποίησης που θα λάμβαναν χώρα για την ανακατασκευή των πόλεων κατά την μεταπολεμική περίοδο. Το παραπάνω γέννησε το ζήτημα διερεύνησης τρόπων παρουσίασης του πολεοδομικού σχεδιασμού που θα προσέλκυε το φιλοθεάμον κοινό.

Παρά την εφαρμογή ποικίλων αστικών προγραμμάτων και παρεμβάσεων κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, ο πολεοδομικός σχεδιασμός παρέμεινε απροσδιόριστος και ελάχιστα κατανοητός για το ευρύ κοινό. Η απόδοση του σχεδιασμού μέσα από τους χάρτες και τα σχέδια δεν μπορούσε να αποδώσει σε επαρκή βαθμό το επιτελικό προϊόν του σχεδιασμού, εν συγκρίσει με την τρισδιάστατη μορφή που θα εκλάμβανε αυτός μέσα από την κινηματογραφική αποτύπωση. Ως εκ τούτου οι κινηματογραφιστές έπρεπε να βρουν στρατηγικές για να παρουσιάσουν τον αστικό σχεδιασμό ως μια ταινία ζωντανή και εύκολα κατανοητή. Στο πέρας του χρόνου η στρατηγική που αναδύθηκε αφορούσε τη τεκμηρίωση αυτού μέσα από κατάλληλα παραδείγματα, που παίρνουν την μορφή παρομοιώσεων. Έτσι μέσα από το περιεχόμενο αυτών ταινιών, αναφορά των οποίων γίνεται και παρακάτω, εντοπίζονται οι εξής:

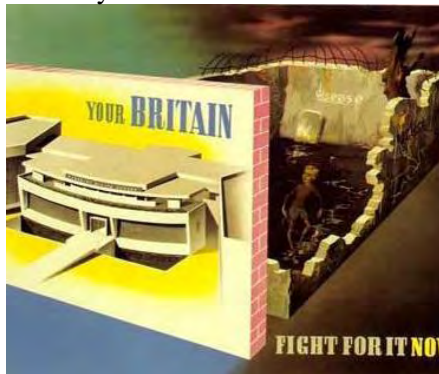
- 📺 Η πρώτη αφορούσε την προβολή του σχεδιασμού ως εργαλείο εφαρμογής της επιστημονικής γνώσης, δηλαδή ως μια ορθολογική διεργασία που θα μπορούσε να αναδιαμορφώσει τις πόλεις χωρίς επίπονες αναλύσεις και ανάλογες αξιώσεις.

- 🖼️ Ο σχεδιασμός ως μέσο καλλιτεχνικής δημιουργικότητας. Επεξηγηματικά αφορά την διορατικότητα του σχεδιασμού, ως μιας εργασίας που μπορεί να διακρίνει μέσα από το σημερινό χαοτικό αστικό περιβάλλον την νέα τάξη πραγμάτων της μελλοντικής πόλης.
- 🖼️ Ακόμη την προβολή του σχεδιασμού ως εργαλείο κοινωνικής εξυγίανσης. Αναλυτικότερα η διαδικασία του σχεδιασμού μεταφορικά προβάλλεται ως μια χειρουργική επέμβαση. Όπως η τελευταία απομακρύνει τα καρκινώματα και αποκαθιστά την ομαλή λειτουργία και βελτίωση ολόκληρου του σώματος, έτσι και ο σχεδιασμός επεμβαίνει μέσα στον πολεοδομικό ιστό για να εξυγιάνει και να βελτιώσει τις συνθήκες μιας ολόκληρης πόλης.
- 🖼️ Τέλος την παρουσίαση του σχεδιασμού ως εργαλείο κοινωνικής μηχανικής, με την έννοια της ιδιότητας του σχεδιασμού να παράγει περιβάλλοντες χώρους κατάλληλους για την αναδημιουργία των πόλεων, αποκαθιστώντας με αυτό τον τρόπο «μαγικά» την κοινωνική αρμονία και την αποδοτικότητα των περιοχών (Gold, 2002: 220).

Πέρα όμως από τα παραπάνω η αναπαράσταση του πολεοδομικού σχεδιασμού απαιτεί το ενδιαφέρον για το πολιτικοκοινωνικό κλίμα και τις ιδέες που επικρατήσουν στην διάρκεια του πολέμου. Σε αυτή την εποχή τα λαοφιλή μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιούνταν εκτενώς για να μεταφέρουν την ρητορική της δίκαιης και ορθής ανακατασκευής. Οι ραδιοφωνικές εκπομπές, τα περιοδικά και τα ντοκιμαντέρ επιδίδονται σε έναν αγώνα δρόμου προκειμένου να τα καταφέρουν. Καθένα από αυτά διαδραμάτιζε τον ρόλο του στην προώθηση της ιδέας, που ήθελε τον πολεοδομικό σχεδιασμό να αποτελείται από στρατηγικές που διόρθωναν τις ελλείψεις της σημερινής πόλης και όριζαν τις μελλοντικές ανάγκες της Βρετανίας (Gold, 2002: 216).

Τα σχέδια που συνδέθηκαν με τον Patrick Abercrombie περιείχαν θεματικές που επόμενο ήταν τραβήξουν το ενδιαφέρον των κινηματογραφιστών. Κατά την διάρκεια λοιπόν του '40, ο Abercrombie συμμετείχε ενεργά στην παραγωγή αρκετών συμβουλευτικών σχεδίων για τις δημοτικές αρχές, που αφορούσαν την μεταπολεμική αναδόμηση των πόλεων. Με εμφανείς τις επιρροές που άσκησαν στον κοινωνικό ιδεαλισμό της εποχής, αυτοί συνέχισαν διακριτικά το έργο τους και με πρόσθετα προγράμματα, όπως μελέτες περίπτωσης πάνω στις οποίες οι ντοκιμαντερίστες μπορούσαν να δομήσουν αφηγηματικές σχετικά με την έννοια και την αναγκαιότητα του αστικού σχεδιασμού (Gold & Ward, 1997: 73-76).

Εικόνα 14: Αφίσα για την ανακατασκευή του βομβαρδισμένου Κέντρου Υγείας Finsbury



Πηγή:
municipaldreams.files.wordpress.com/2013/08/finsbury-health-centre-1943-poster.jpg

Εικόνα 15: Διαφήμιση του προγράμματος στεγαστικής αναβάθμισης



Πηγή:
architecture.com/Images/RIBATrust/RIBALibrary/OnlineWorkshop/UrbanAdventures/2011/Goldfinger-522x400px.jpg

Εικόνα 16: Ο αρχιτέκτονας-πολεοδόμος Patrick Abercrombie μαζί με το Συμβούλιο της Κομητείας του Λονδίνου



Πηγή:
municipaldreams.files.wordpress.com/2012/12/plymouth-paton-watson-abercrombie-lord-astor-colin-campbell-1944.jpg?w=529

Αυτό το εγχείρημα εκφράστηκε μέσα από δύο τέτοια ντοκιμαντέρ: *The Proud City* (1945) και *The Way We Live* (1946). Η μικρού μήκους ταινία *The Proud City* (1945) του Ralph Keane αποτύπωνε τα στάδια και την διαδικασία σχεδιασμού της ευρύτερης Κομητείας του Λονδίνου. Αντιπαραβάλλοντας τα δυο ντοκιμαντέρ διαφαίνεται ότι το *The Way We Live* (1946) αποστασιοποιείται και προβάλλει με μεγαλύτερη αντικειμενικότητα τη θεματική από ότι το *The Proud City* (1945). Ενώ το τελευταίο αποτελεσματικά αποδίδει τις φιλοδοξίες και το όραμα όλων όσων συμμετείχαν στην διαδικασία του σχεδιασμού αποδεικνύοντας ότι δε μπορεί ο καθένας να συμμεριστεί αυτό τον ενθουσιασμό. Παράλληλα στη συγκεκριμένη ταινία η αφηγηματική διαιρείται στα στάδια σχεδιασμού, μεταφέροντας τον θεατή από το αρχικό στάδιο της καταγραφής και της ανάλυσης, στο στάδιο του σχεδιασμού και της τελικής παρουσίασης των προτάσεων (Enticknap, 2001:234-236).

Ταυτόχρονα τα δυο ντοκιμαντέρ μοιράζονται κοινά στοιχεία, τα οποία αποτελούν και τα κύρια σημεία που τις καθιστούν μοναδικές και πρωτοπόρες. Έτσι τα πέντε κοινά χαρακτηριστικά που μοιράζονται οι δυο ταινίες είναι τα εξής:

- Αρχικά και οι δυο ταινίες γυρίστηκαν υπό τις συνθήκες και τους όρους διαβίωσης που επικρατούσαν την μεταπολεμική περίοδο, με περιορισμένους χρηματικούς πόρους και έντονα τα φαινόμενα λογοκρισίας. Εντός αυτού του πλαισίου οι δημιουργοί ομόφωνα ακολουθούν το κοινωνικοπολιτικό γίγνεσθαι φιλτράροντας το περιεχόμενο των ταινιών ώστε να είναι ιδεολογικά αποδεκτό.
- Το δεύτερο κοινό σημείο αφορά το γεγονός ότι και οι δυο ταινίες ολοκληρώθηκαν αφότου δημοσιοποιήθηκαν τα σχέδια, ώστε αποτελεσματικά να προβληθεί το αστικό ως ο σιωπηλός μάρτυρας των εξελίξεων.

- Επιπλέον, το ισχυρό μήνυμα προπαγάνδας υπέρ της κυβερνητικής πρωτοβουλίας για την εφαρμογή της πολεοδομικής ανασυγκρότησης. Και οι δυο ταινίες συνδιαλέγονται σχετικά με τις ευκαιρίες που προκύπτουν και δε πρέπει να χαθούν, ενώ η δομή της αφηγηματικής διέπτετε από τη συγκεκριμένη προβληματική.
- Ακόμη και οι δυο ταινίες προβάλλουν τον Abercrombie ως κεντρικό ομιλητή, παρόλο που οι τρόποι παρουσίασης του αρχιτέκτονα-πολεοδόμου ήταν διαφορετικοί.
- Τέλος, πιθανόν προκειμένου να δοθεί βαρύνουσα σημασία στην θεματική, ο αγώνας για τον πολεοδομικό σχεδιασμό λαμβάνει διαστάσεις πραγματικής μάχης, στον οποίο κάθε συνειδητοποιημένος πολίτης καλείται να ορθώσει ανάστημα και να αναμετρηθεί (Gold, 2002: 217).

Αυτές οι διαφορετικές απεικονίσεις του Abercrombie ως επιστήμονα ή ως καλλιτέχνη, αλλά και ως ηγετική μορφή μια ομάδας ή ως ειδήμονα, για κόμη μια φορά στοχεύει στο κεντρικό ζήτημα που αντιμετώπιζαν τα ντοκιμαντέρ. Τα ντοκιμαντέρ αυτής της περιόδου, της αναζήτησης, προσπαθήσουν να κρατήσουν τις ευαίσθητες ισορροπίες μεταξύ του ενημερωτικού περιεχομένου, της ψυχαγωγίας και του ευαγγελισμού της αλλαγής. Ο σχεδιασμός θεωρείται δραστηριότητα βαρύνουσας και ζωτικής σημασίας για την ανοικοδόμηση των πόλεων και την αναζωογόνηση της Βρετανίας. Παρ' όλες τις φιλότιμες προσπάθειες των σκηνοθετών, διαφαίνεται ότι ο σχεδιασμός παραμένει ένα άγνωστο πεδίο για το κοινό. Ενώ λοιπόν εύλογα θεωρείται εύκολη η απόδοση της αναγκαιότητας και ολόκληρης της διαδικασίας με την δημιουργική χρήση του μοντάζ και της ηχητικής επένδυσης, η ουσία του σχεδιασμού δύσκολα αποτυπώνονταν μέσα από τα χαμηλής ποιότητας γραφικά και τον ξύλινο διαγγελτικό λόγο των πολεοδόμων (Gold & Ward, 1997: 76).

Ακόμη και οι πιο συμβατικές εκδοχές των ντοκιμαντέρ επιδιώκουν να ανοίξουν ένα παράθυρο στον κόσμο παρά παθητικά να τον αντικατοπτρίσουν. Με γνώμονα το παραπάνω οι κινηματογραφιστές στήνουν την πλοκή πάνω σε θέματα που γνωρίζουν μεγαλύτερη απήχηση και κεντρίζουν το ενδιαφέρον. Επακόλουθο ήταν οι πολεοδόμοι και τα σχόλια αυτών σταδιακά να περάσουν σε δευτερεύοντα ρόλο μέσα στη ροή της σκαλέτας. Επιπρόσθετα οι αλλαγές στην αναπαράσταση αντανακλούσαν το γεγονός ότι, στο πέρας του χρόνου μεταξύ 1935 και 1952, το ίδιο επικείμενο μήνυμα άλλαξε και αυτό. Έτσι τα σημεία που αναφέρονταν στα στεγαστικά προβλήματα αρχικά βασίστηκαν στην υπόθεση ότι αποτελούν το μεγαλύτερο κεφάλαιο των αστικών προβλημάτων. Επακόλουθο αυτού ήταν μετά τα έργα στεγαστικής αναβάθμισης η υπόθεση να καταρρεύσει και οι κινηματογραφιστές να πέφτουν σε αντιφάσεις προκαλώντας σύγχυση στο κοινό. Σε αυτό το σημείο ήταν που προέκυψε η στρατηγική προβολής του σχεδιασμού, που θα τον ερμήνευε μέσα από τα τέσσερα εργαλεία εφαρμογής του: εργαλεία ικανά ώστε να κατανοηθούν και να πείσουν ότι ο σχεδιασμός λειτουργήσουν υπέρ της κοινωνίας (Gold & Ward, 1997: 76).

Με δεδομένη την καθολική αποδοχή του κοινού για τον σχεδιασμό και με την έγκριση του Πλαισίου Αστικού και Υπαίθριου Σχεδιασμού (Town and Country Planning Act) του 1947, δεν υπήρχε πλέον η ανάγκη για

περαιτέρω προπαγάνδα από τα μέσα. Για τους πολιτικούς και τους λοιπούς ανθρώπους της εξουσίας η προοπτική κρατικής χρηματοδότησης για νέες ταινίες θεωρήθηκε άκαιρη και ότι δε θα επέφερε τα θεμιτά κοινωνικά οφέλη, την ίδια στιγμή που λόγω της γενικότερης λιτότητας ζητήματα και έργα μείζονος σημασίας αναβάλλονταν. Συμπερασματικά, η εικόνα που επικράτησε για τον πολεοδομικό σχεδιασμό ήταν ότι επρόκειτο για μια τεχνική διαδικασία που εφαρμόζονταν αποκλειστικά και μόνο από τους μνημένους του είδους. Σύμφωνα με τα πρωτοσέλιδα της επικαιρότητας του 1950, παρόλο που ο σχεδιασμός παραμένει ένα ελκυστικό θέμα, το οποίο όμως δεν αναλύεται ενδελεχώς, τα θέματα που αφορούσα τις στεγαστικές συνθήκες και τα αντίστοιχα έργα φέρονται να γνωρίζουν μεγαλύτερη απήχηση (Gold & Ward, 1997: 76-77).

Στα χρόνια που ακολούθησαν το πολιτικό ενδιαφέρον για τον σχεδιασμό αναζωπυρώθηκε, ιδιαίτερα για τα θέματα που αφορούσαν το επιβαρυνόμενο οδικό δίκτυο και την συμμετοχή του κοινού στην διαδικασία του σχεδιασμού. Αυτές οι αλλαγές τόνωσαν την διεύρυνση της χρήση των ταινιών και των υπολοίπων μαζικών οπτικών μέσων ενημέρωσης προς όφελος και πληροφόρηση για τις σχεδιαστικές προτάσεις, ιδιαίτερα σε τοπικό επίπεδο. Σε αυτό το στάδιο όμως και όπως ήταν αναμενόμενο προσελήφθησαν επικοινωνιολόγοι ειδικευμένοι σε θέματα δημοσιογραφίας, ώστε να δράσουν ως διαμεσολαβητές μεταξύ των σχεδιαστών και των πολιτών. Βασιζόμενοι σε αυτό, οικεία πρόσωπα και δημοσιογράφοι της τηλεόρασης κλήθηκαν να μεταφέρουν απλουστευμένα τα δυσνόητα τεχνικά κείμενα των μελετών. Επιπλέον, αυτή η τάση να βασίζονται σε ειδικευμένους επικοινωνιολόγους αποδείχθηκε τόσο ισχυρή ώστε οι προτεραιότητες του σχεδιασμού της δεκαετίας του '70 και '80 συνδέθηκαν με την οικονομική αναζωογόνηση της Βρετανίας. Ενώ όλα αυτά ξεπερνούν τα όρια του αρχικού στόχου, απόρροια του περιεχομένου όλων αυτών των ντοκιμαντέρ είναι ότι άνοιξαν ευρέως το δρόμο για ουσιαστικούς διαλόγους σχετικά με τον πολεοδομικό σχεδιασμό και το αστικό περιβάλλον (Gold & Ward, 1997: 77).

Η ενασχόληση με αυτή την θεματική κρίνεται ως χρήσιμη, γιατί τοποθετείται σε ιστορικό πλαίσιο η γέννηση του θεσμικού πλαισίου για τον πολεοδομικό και χωροταξικό σχεδιασμό. Ακόμη είναι δυνατό να εντοπισθεί από την μια ο ενθουσιασμό των Βρετανών για την διαδικασία της μεταπολεμικής αναδιάρθρωσης, που ήταν ζωτικής σημασία θέμα, και από την άλλη το αίσθημα κοινωνικής απόρριψης μέρους της κοινωνίας για τις συνέπειες αυτών των ριζοσπαστικών αλλαγών. Παράλληλα μέσα από την βιβλιογραφία προκύπτει η καθολική στάση δυσπιστίας και καχυποψίας απέναντι στις προθέσεις και τους στόχους των πολεοδόμων. Αυτό τον αίσθημα άνθισε κατά την διάρκεια της περιόδου λιτότητας του 1940, λόγω της απώλειας των προπολεμικών κοινοτήτων,-αποτέλεσμα κυρίως των καταστροφών του πολέμου και δευτερευόντως των προγραμμάτων μετεγκατάστασης του σχεδιασμού- και πολώθηκε τις επόμενες δυο δεκαετίες. Τελικά οι στόχοι της βελτίωσης των συνθηκών στέγασης, της οικονομικής ευημερίας και κοινοτήτων του πολεοδομικού σχεδιασμού υλοποιήθηκαν, αλλά με έκδηλη την απογοήτευση της κοινωνίας (Tewdwr-Jones, 2013: 95).

Αναφορικά με τον βρετανικό κινηματογράφο, οι δημιουργοί με ανυπομονησία επιχείρησαν να αποτυπώσουν τους αναδιαμορφωμένους όρους ζωής της χώρας, αλλά οι όποιες προσπάθειες αμαυρώθηκαν λόγω της νοσταλγίας για τις προπολεμικές κοινότητες (Tewdwr-Jones, 2013: 95).

1.5. ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στον επίλογο οφείλεται να επισημανθούν όλα εκείνα τα καίρια σημεία που αναλύθηκαν στο παρόν κεφάλαιο. Αρχικά λοιπόν κρίνεται ως αδιαμφησβήτητή η κοινωνική διάσταση της πολεοδομίας και του κινηματογράφου, σε συνάρτηση με την εννοιολογική και λειτουργική σχέση που υφίσταται εν γένει. Παράλληλα με την πολυσήμαντη δραστηριοποίηση του ατόμου ο δεσμός αυτός διευρύνεται και αναπτύσσεται αμφίδρομη σχέση. Ενώ με βασικό άξονα τον κινηματογράφο, η εικόνα γίνεται διάυλος επικοινωνίας και αποκάλυψης μιας άλλης πλευράς-πτυχής της πόλης, που ο θεατής δεν ήταν σε θέση να γνωρίζει. Η οπτική αυτή αναπαράγεται ή αναδιαμορφώνεται βάσει της σκηνοθετικής άποψης-ύφους και μπορεί να αφορά την πεσιμιστική, σουρεαλιστική, φουτουριστική, κ.ά. εκδοχή του αστικού χώρου. Εν συνεχεία, ο κινηματογράφος ικανοποιεί την πρόθεση του ατόμου να παρακολουθήσει τον εξιδανικευμένο-πρότυπο ζωής.

Σε συνάρτηση με το τελευταίο ο κινηματογράφος και η πολεοδομία και η αρχιτεκτονική διαχειρίζονται και απαντούν στο ερώτημα «Πως πρέπει να ζούμε;» βάσει διαφορετικών στόχων και προϋποθέσεων. Αρχικά η αρχιτεκτονική και η πολεοδομία παρεμβαίνουν με εκείνα τα κατάλληλα μέτρα και έργα που είναι σε θέση να επηρεάσουν ή και να αναδιαμορφώσουν ριζικά τον καθημερινό έμβιο χώρο και τις συνθήκες και ρυθμούς της καθημερινής ζωής. Κατά αυτή την έννοια οι παρεμβάσεις στον οικιστικό χώρο δυνητικά επηρεάζουν την ψυχολογία των καταναλωτών του, ενώ το χρονικό εύρος των επιπτώσεων του χωρικού σχεδιασμού αφορά ολόκληρες γενιές και δε δύναται να ανακληθεί. Αντίθετα στο κινηματογράφο το ερώτημα που τέθηκε απαντάται διερχόμενο μέσα από την καλλιτεχνική και αισθητική φύση της τέχνης και το οπτικό αποτέλεσμα μπορεί να αναδιαμορφωθεί, ενώ ο κινηματογραφικός σχεδιασμός και το οπτικοποιημένο αποτέλεσμα δεν υποχρεούνται να ακολουθούν νομικές δεσμεύσεις.

Σε μια άλλη κατεύθυνση μέσα από το παράδειγμα του Λονδίνου αποδεικνύεται και μια άλλη όχι τόσο γνωστή ή εμφανή λειτουργία του κινηματογράφου, που τον θέλει να αποτελεί μέσω επικοινωνίας και εργαλείο του στρατηγικού χωρικού σχεδιασμού. Αναφορικά με τον στρατηγικό σχεδιασμό αντικείμενο του είναι ο εντοπισμός των μείζονων χαρακτηριστικών της χωρικής οργάνωσης, που εξ' ορισμού απαιτούν μεγάλες κλίμακες. Παράλληλα καλύπτει το σχεδιασμό των μεγάλων πόλεων και μητροπόλεων, που παίζουν κατά τα τελευταία χρόνια κεντρικό ρόλο στο διεθνή ανταγωνισμό και την προσπάθεια των χωρών για βελτίωση της θέσης τους στον παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας (Οικονόμου, 2004: 11-15). Όπως ο πολεοδομικός και στρατηγικός σχεδιασμός δίνει έμφαση σε ζητήματα εικόνας της πόλης, πολιτιστικής υποδομής, του αστικού σχεδιασμού, καθώς και στην αντιμετώπιση αστικών προβλημάτων κοινωνικού και οικονομικού χαρακτήρα,

έτσι και ο κινηματογράφος πραγματεύεται και περιστρέφεται γύρω από τα αστικά θέματα καταδεικνύοντας σε κάποιες περιπτώσεις τις αρνητικές πτυχές της πόλης και σε άλλες αναδεικνύοντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα τοπία και την καλώς θεωρούμενη αισθητική πλευρά της πόλης.

Εντός αυτού του πλαισίου ο κινηματογράφος λειτουργεί ως εργαλείο, ως αρχαικό υλικό παρέχοντας στον σχεδιαστή μια ολοκληρωμένη διαχρονική εικόνα για το γίνεσθαι της πόλης. Χαρακτηριστικά, με τον κινηματογράφο να αποτυπώνει την αυτούσια εικόνα της πόλης και να πραγματεύεται ένα ευρύ φάσμα θεματικών, όπως οι κοινωνικές και οικονομικές ανισότητες και τα λειτουργικά και δομικά μειονεκτήματα των παροχών· αυτός παρέχει στον πολεοδόμο μια πολυδιάστατη θεώρηση και τα στοιχεία που χρειάζεται.

Στον αντίποδα, τίθεται το ζήτημα της επαρκούς και πολυδιάστατης αποτύπωσης του αστικού φαινομένου-οντότητας από τον κινηματογράφο. Η κινηματογραφική εκδοχή της πόλης δε παύει παρά να είναι η προσωπική εκδοχή του σκηνοθέτη, που καλύπτει την θεματική εκείνη, την εκδοχή και το τμήμα της πόλης που επιθυμεί και κρίνει σκόπιμο. Εντός αυτού του πλαισίου αποτελεί ένα αποσπασματικό και πολλές φορές μονοδιάστατο αρχαικό υλικό που δεν καλύπτει όλες εκείνες τις συνιστώσες που καλείται να αναλύσει και να παρέμβει ο πολεοδόμος.

Παράλληλα, δεδομένης της εξέλιξης των ψηφιακών μέσων στον τομέα παραγωγής της βιομηχανίας του θεάματος, νεωτεριστικές εκδοχές του αστικού φαινομένου γνωρίζουν άνθιση. Η επιστημονική φαντασία αποτελεί πρόσφορο έδαφος κινηματογραφικού σχεδιασμού της μελλοντικής πόλης, άλλοτε ως δυστοπίες και άλλοτε ως ευτοπίες, που σε κάθε περίπτωση όμως δεν αντικατοπτρίζουν την σημερινή, ρεαλιστική, πραγματική εικόνα της πόλης. Για τον εμπορικό κινηματογράφο και την τηλεόραση η πόλη αποτελεί το σεναριακό τοπίο εξέλιξης ή ένα ακόμη εκφραστικό μέσο και κατά αυτό τον τρόπο οφείλεται να αντιμετωπίζεται, ως αντικατοπτρισμός, εκδοχή, ερμηνεία ή ατομική θεώρηση. Υπό αυτές τις προϋποθέσεις ίσως το καταλληλότερο εργαλείο-κινηματογραφικό προϊόν πολεοδομικής μελέτης να θεωρείται το κινηματογραφικό ρεύμα του ρεαλισμού και τα ντοκιμαντέρ, που περιγράφουν με μεγαλύτερη ακρίβεια και ρεαλιστικότητα τα χαρακτηριστικά του αστικού χώρου.

An aerial view of the London skyline, featuring prominent skyscrapers like the Shard and the Gherkin. The image is divided into vertical sections with color overlays: purple on the left, blue in the middle, and yellow on the right. The right side of the image is partially obscured by a text box.

2.

ΕΚΔΟΧΕΣ

ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ

ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΣΤΟΝ

ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

Το παρόν κεφάλαιο αποτελεί μια συνοπτική παρουσίαση της κινηματογραφικής αναπαράστασης του Λονδίνου από τα μέσα του προηγούμενου αιώνα έως σήμερα. Παράλληλα επιχειρείται η χωρική ανάγνωση του κινηματογραφημένου αστικού χώρου, καθώς εντοπίζονται οι περιοχές της πόλης που κέντρισαν το ενδιαφέρον των σκηνοθετών. Κύριος σκοπός της ενότητας είναι να διερευνηθεί ο χαρακτήρα και να προσδιοριστεί η ταυτότητα του Λονδίνου μέσα από διαφορετικά κινηματογραφικά είδη, αισθητικές εκδοχές και σκηνοθέτες. Ενώ το κείμενο που ακολουθεί λειτουργεί και ως προοίμιο για την ανάλυση των στρατηγικών κινηματογραφικού τουρισμού του Λονδίνου, που αναλύονται σε επόμενο κεφάλαιο.

2. ΕΚΔΟΧΕΣ ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗΣ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

Η κινηματογραφική πόλη έχει πυροδοτήσει το σύγχρονο ακαδημαϊκό ενδιαφέρον με αποτέλεσμα η διάνθιση του θεωρητικού υπόβαθρου, που εμπίπτει με τις κινηματογραφικές σπουδές, να έχει διευρυνθεί εκτενώς. Παρ' όλα αυτά, οι εργασίες που αφορούν τον κινηματογραφημένο δομημένο χώρο εστιάζουν στις πρωτεύουσες της νεωτερικότητας (Βερολίνο, Νέα Υόρκη, Παρίσι), με αποτέλεσμα το Λονδίνο να μην συναντάται συχνά ως περίπτωση μελέτης. Αντίθετα η βρετανική πρωτεύουσα έχει αναπαρασταθεί ως πρότυπο αντί-μοντερνισμού. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι κατά τον τελευταίο αιώνα η πλειονότητα των ταινιών αποδίδει την πόλη μέσα από μια πεσιμιστική οπτική, παγιώνοντας την άποψη που την θέλει να αποτελεί το αρχέτυπο της σύγχρονης πολιτικής δυστοπίας. Μάλιστα ο ιστορικός Paul Langford αναφέρει ότι μεταξύ των ξένων μελετητών έχει επικρατήσει η φήμη ότι οι Άγγλοι εμφανίζουν χαρακτηριστικά βίας, τα οποία αποτυπώνονται μέσα από ταινίες που έχουν παγιώσει την εικόνα και την αντίληψη για την βρετανική πόλη. Μια εικόνα που εξακολουθεί να διαιωνίζεται μέσω των μυθιστορημάτων του Charles Dickens, τις εικονογραφήσεις του Gustave Doré και της περιοχής του Whitechapel, ταυτίζοντας έτσι το Λονδίνο με την εγκληματικότητα, την φτώχεια και την απογοήτευση (Christie, 2010).

Εικόνα 17: Χάρτης του Whitechapel με τις περιοχές που έδρασε ο Τζακ ο Αντεροβγάλτης



Πηγή: historyextra.com/feature/united-kingdom/your-guide-jack-ripper

Εικόνα 18: Η Γέφυρα του Λονδίνου μέσα από εικονογράφιση του Gustave Doré



Πηγή: null-entropy.com/tag/gustave-dore/

Σε συνέχεια με τα παραπάνω εντοπίζεται ότι η φιλική απόδοση του Λονδίνου παραμένει στενά συνδεδεμένη με την εικόνα που διαμορφώνει η λογοτεχνική χώρο-αφήγηση. Μάλιστα η χρονική αλληλουχία κατασκευής κινηματογραφικών, αστικών και περιαστικών εικόνων φέρεται να προσομοιάζει, σε επίπεδο στρατηγικής, με αυτήν που η μυθιστοριογραφία οριοθετεί τον δικό της χαρακτήρα για την πόλη. Ενώ διαχρονικά μέσα από την ιστορία του κινηματογράφου εντοπίζονται πολλαπλά κινηματογραφικά παραδείγματα του λογοτεχνικού Λονδίνου, που σε πολλές περιπτώσεις οι κεντρικοί ήρωες έχουν ταυτιστεί απόλυτα με την πόλη λειτουργώντας ως ξεναγοί για τους θεατές (Barber, 2007: 119).

Ενώ από την δεκαετία του 1970 ακόμη οι θεωρητικοί του κινηματογράφου είχαν επισημάνει ότι οι σκηνοθέτες χρησιμοποιούσαν στρατηγικές παρμένες από την λογοτεχνία για να διερευνήσουν τις δομές εξουσίας στον αστικό χώρο. Βάσει αυτών των κειμένων από το 1890, που για πρώτη φορά το Λονδίνο κινηματογραφήθηκε (*London's Trafalgar Square*, 1890)] έχουν παραχθεί πολυάριθμες, πεσιμιστικές, αστικές εικόνες που τονίζουν την τραχύτητα και την διαφθορά αλλά και την περίπλοκη σχέση του αστικού και περιαστικού χώρου της πόλης. Ταυτόχρονα αυτές οι εικόνες για τους νεότερους μελετητές του τομέα λειτουργούν ως πηγές αναφοράς και ανάκλησης της μνήμης καθώς αποτελούν και μεμονωμένες οπτικοποιημένες χαρτογραφήσεις του έμβιου χώρου (Barber, 2007: 119).

Εικόνα 19: Οι πιο γνωστοί λογοτεχνικοί ήρωες του κινηματογράφου που έχουν ταυτιστεί με το Λονδίνο.



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Εντός αυτού του πλαισίου η οπτικοποιημένη αφηγηματική της πόλης δομείται από την ψυχογεωγραφία ενός μυστηριακού αστικού συνόλου «βαθιά άγνωστου με μια αίσθηση βασανιστικής αστικής ομορφιάς και ηρεμίας». Τέτοια παραδείγματα, που καταγράφονται ως κινηματογραφικά ταξίδια, αφορούν μια σειρά ταινιών, όπως το *It Always Rains on Sunday* (1947), το *Nice Time* (1957) [(Βλ. Κεφάλαιο 3.3)], κ.ά.. Αυτά τα φιλμ ξεκίνησαν από το 1940 και τοποθετούνται στο East End ή σε λοιπές μη προνομιούχες περιοχές, εκφράζοντας την επιθυμία των ηρώων για μετάβαση και αποτυπώνοντας σε βάθος το πολυσύχναστο και ζωντανό κέντρο του West End. Στόχος αυτών των ταινιών ήταν να αποθανατίσουν τα λαμπερά φώτα του West End, ενώ μετά το 1950 η συνοικία του Soho έγινε το επίκεντρο φιλικών διαδρομών λόγω της σύνδεσης με την παραβατικότητα, τον παράνομο τζόγο και τον αγοραίο έρωτα. Ακολούθως και οι ταινίες *Peeping Tom* (*Ο Ηδονοβλεψίας*, 1960) και *Mona Lisa* (1986), με αντίστοιχη αμφιλεγόμενη θεματική, αποτέλεσαν μια εκτενή φιλική χαρτογράφηση του Soho. Ακόμη μια σημαντική ταινία είναι και η *Night and the City* (*Η Νύχτα και η Πόλη*, 1950) που παρουσίασε διαφορετικές πτυχές και μια ποικιλία εικόνων του πεσιμιστικού νουάρ Λονδίνου που δεν είχαν ξαναπαρουσιαστεί στην μεγάλη οθόνη. Μάλιστα όπως σημειώνεται στην βιβλιογραφία μέσα από το συγκεκριμένο έργο αποτυπώνονται δυο διαφορετικές όψεις του West End, με επίκεντρο την πλατεία Piccadilly Circus και το West End που θέλει την περιοχή να αποτελεί τόσο την ιστορική, τουριστική περιοχή

ορόσημο του Λονδίνου όσο και την περιοχή που δρα ο υπόκοσμος. Ενώ αναφορικά με την περιοχή του Kings Cross οι κινηματογραφικές αναπαραστάσεις της την θέλουν να φέρει δείγματα εγκατάλειψης και παραμέλησης του δημοσίου χώρου, λόγω του είδους των επιχειρήσεων που είναι εγκατεστημένες. Η σύνδεση της περιοχής, μιας κεντροβαρικής γειτονιάς του αστικού ιστού του Λονδίνου, με τη χαμηλή ποιότητα ζωής, ήταν αυτό που παρακίνησε τους σκηνοθέτες να την εξερευνήσουν περαιτέρω μέσω της μελαγχολίας και του πεσιμισμού. Υπό αυτές τις συνθήκες, το είδος του μελοδράματος βρήκε την θέση του στην τοποθεσία αυτή, μέσα από δυο ταινίες το *A Kid for Two Farthings* (1955) και το *Wonderland (Χώρα των Θαυμάτων, 1999)* [(Christie, 2010)].

Αναφορικά λοιπόν με αυτές τις κεντρικές περιοχές του Λονδίνου, το είδος που εντοπίζεται ότι συγκλίνει και τις χαρακτηρίζει στον πιο σύγχρονο κινηματογράφο είναι αυτό της δυστοπίας με ταινίες όπως το *28 Days Later (28 Μέρες Μετά, 2002)* και η τριλογία *Omen (Η Προφητεία, 1976–81)*. Αυτή όμως η εικόνα επεκτείνεται και στις ταινίες επιστημονικής φαντασίας, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι αυτή η εγκληματική εκδοχή του Λονδίνου είναι μια συνήθης και σχεδόν τετμημένη σκηνοθετική θεματική. Είναι εντυπωσιακό το γεγονός ότι, μόνο η μειοψηφία των ταινιών αφορά μια θετική εκδοχή της πόλης. Η σύνδεση του Λονδίνου με το έγκλημα διαιώνίζεται, με αποτέλεσμα οι ταινίες που το αφορούν να αποτελούν παραδείγματα δυστοπίας. Το δυστοπικό Λονδίνο το χαρακτηρίζει η φτώχεια, η ανισότητα, το χάος, ο κοινωνικός ντετερμινισμός και το πεσιμιστικό αστικό τοπίο, στοιχεία που φέρονται να πέρασαν στον κινηματογράφο μέσα από λογοτεχνία της Βικτοριανής εποχής (Freitas, 2007: 177-180).

Βάσει αυτής της κινηματογραφικής ταυτότητας του Λονδίνου ο μελετητής Andrew Smith θέτει τον παράγοντα των έμφυλων σχέσεων και της ανδροκρατικής κοινωνίας, ως αίτιο της πεσιμιστικής-εγκληματικής κινηματογραφικής ταυτότητας της πόλης. Πιο συγκεκριμένα επισημαίνει ότι οι ταξικές ανισότητες, η παραβατικότητα και γενικότερα η κοινωνική παθογένεια δομούν μια κινηματογραφική προβληματική που μόνο ο αρσενικός ορθολογισμός μπορεί να επιλύσει. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν οι ιστορίες μυστηρίου με πρωταγωνιστή τον Sherlock Holmes. Το Λονδίνο αποτελεί ένα χώρο αστικού μυστηρίου, κοινωνικής και πολιτικής αστάθειας που το δυνατό φύλο αναδεικνύεται και αυτός είναι και ο λόγος που κατείχε τόσο σημαντικό ρόλο στην ισότητα των δυο φύλων και βίωσε έντονα την περίοδο της σεξουαλικής απελευθέρωσης (Smith, 2007: 47-49).

2.1. Η ΑΝΑΠΑΡΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΣΤΟΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟ

Σε μια άλλη κατεύθυνση οι ρίζες του σύγχρονου βρετανικού κινηματογράφου εντοπίζονται στα μέσα τις δεκαετία του 1920, όταν κατά την διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου εμφανίστηκε μια γενιά νέων σκηνοθετών που σημάδεψαν τον εθνικό κινηματογράφο. Σε αυτή τη γενιά συγκαταλέγονται ονόματα όπως του σκηνοθέτη Victor Saville, του παραγωγού Michael Balcon και ηθοποιών όπως των Ivor Novello και Fay

Compton. Ενώ η επιτυχία των ταινιών τρόμου του Alfred Hitchcock, με πρώτη το *Blackmail* (Σκότωσα για την Τιμή μου, 1929), είχε ως επακόλουθο να θεωρείται ο σημαντικότερος κινηματογραφιστής της Βρετανίας. Ακόμη αξίζει να επισημανθεί ότι μέχρι το 1930 τα βρετανικά φιλμ δεν είχαν αναγνωριστεί στο εξωτερικό, πράγμα το οποίο ανατράπηκε μετά την προβολή της κωμωδίας *Private Life of Henry VIII* (Ερρίκος Η', 1933) στην Αμερική, η οποία μάλιστα έλαβε και βραβείο Όσκαρ (adrianzandberg.pl, 2014).

Την ίδια περίοδο ιστορικά θέματα καθώς και λογοτεχνικά και θεατρικά κείμενα διασκευάστηκαν και κινηματογραφήθηκαν, με το είδος αυτό των βρετανικών ταινιών να θέτεται στο επίκεντρο του διεθνούς θαυμασμού. Η ανοδική όμως πορεία του βρετανικού σινεμά ανασχέθηκε με την έναρξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, με τις κινηματογραφικές παραγωγές να περιορίζονται και να αφορούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους ταινίες με προπαγανδιστικό περιεχόμενο για την ενίσχυση του εθνικού φρονήματος, όπως οι ταινίες *London Can Take It* (1940), *Listen to Britain* (1942), *Which We Serve* (Ναύαγιο στα Νερά της Κρήτης, 1942). Η επακόλουθη μεταπολεμική περίοδο συνοδεύτηκε με την άνθιση και αναγνωσιμότητα του λαοφιλούς, εμπορικού, αμερικάνικου κινηματογράφου που αντιπροσώπευε την πρόσφατα εγκαθιδρυμένη κοινωνική ισορροπία. Πάρα ταύτα η εταιρεία παραγωγής στο Δυτικό Λονδίνο αγνοώντας την επιρροή των χολιγουντιανών ταινιών προώθησε τις βρετανικές παραγωγές και το είδος του ρεαλισμού. Ρίσκο που δικαίωσε την εταιρεία, αποδίδοντάς της μεγάλη απήχηση ιδίως μέσα από κωμωδίες, οι οποίες αποτελούσαν λεπτομερή πορτρέτα της φιλήσυχης, μεταπολεμικής Βρετανίας με πιο γνωστές τις ταινίες *Passport to Pimlico* (1949) και *Lavender Hill Mob* (1951). Η ταινία *Passport to Pimlico* (1949) αποτυπώνει την λιτότητα της μεταπολεμικής Βρετανίας, που οι βομβαρδισμένες περιοχές βρίσκονται διάχυτες στον πολεοδομικό ιστό του Λονδίνου (Benthal Green, East End) της ανωνυμίας και της μοναχικότητας (Brunsdon, 2007: 59-60).

Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα από τα πιο χαρακτηριστικά είδη του εθνικού κινηματογράφου είναι τα ντοκιμαντέρ, η παραγωγή των οποίων ξεκίνησε από το 1930 από τον John Grierson. Ενώ από την δεκαετία του 1950 το είδος του κοινωνικού ρεαλισμού που πραγματεύονταν την καθημερινή πραγματικότητα των Βρετανών γνώρισε μεγάλη άνθιση. (Βλέπε Παράρτημα Π.1)

Την ίδια περίοδο το σκηνοθετικό ενδιαφέρον στράφηκε προς την νεότερη γενιά, με θεματολογία που αφορούσε την παραβατικότητα, την φιλελεύθερη ανεκτική κοινωνία, την πρόσφατη ευμάρεια, την γυναικεία χειραφέτηση, κ.ά..(Βλέπε Κεφάλαιο 4.1) Η άφιξη της αμερικάνικης rock'n'roll μουσικής πυροδότησε το ενδιαφέρον για την κινηματογράφηση ταινιών με θεματική που περιστρέφονταν γύρω από την μουσική και χαρακτηρίστηκαν ως υποκουλτούρα των νέων. Προς απάντηση η βρετανική βιομηχανία θέτει στο επίκεντρο την ποπ μουσική και τους Beatles, γυρίζοντας τις εμπορικές επιτυχίες *A Hard Day's Night* (Ξεφάντωμα με τους Μπιτλς, 1964), *Help!* (1965) και *Yellow Submarine* (Το Κίτρινο Υποβρύχιο, 1968). Οι συγκεκριμένες ταινίες παγίωσαν το Λονδίνο ως την πρωτεύουσα των νέων, ενώ συνέβαλαν καταλυτικά στην μουσική βιομηχανία της χώρας (adrianzandberg.pl, 2014).

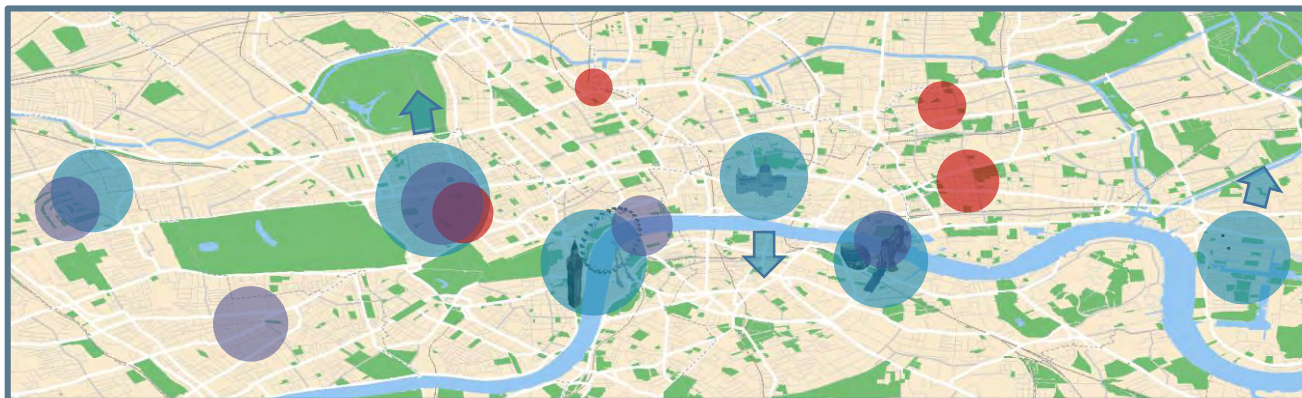
Στην ίδια κατεύθυνση θεατρικά έργα που αναπαριστούσαν τον σύγχρονο τρόπο ζωής των νέων μεταφέρθηκαν στον κινηματογράφο. Αυτές οι ταινίες ήταν οι *Darling* (1965), *Alfie* (*Άλφι, ο Σατράπης*, 1966) και *Georgy Girl* (1966), που προέβαλαν το Λονδίνο της κοινωνικής επανάστασης και των αλλαγών στις αξίες και τα ήθη. Σε αυτή την κατεύθυνση το γενικευμένο πνεύμα αμφισβήτησης των κοινωνικών δομών περνά στην κινηματογραφική οθόνη μέσα από ήρωες που είναι επαναστάτες και δεν συμβιβάζονται. Ενώ αναφορικά με την χωρό-αφήγηση του αστικού τοπίου, οι συγκεκριμένες ταινίες αποτυπώνουν την κουλτούρα του Λονδίνου της δεκαετίας, μέσα από την λήψη σημαντικών τοπόσημων της πόλης όπως το Tower Bridge, το Royal Albert Hall αλλά και οι χαρακτηριστικοί κόκκινοι τηλεφωνικοί θάλαμοι, που έχουν συνδεθεί με την ποπ κουλτούρα της νεότερης γενιάς. Περιοχή αναφοράς αυτή της πολιτισμικής ταυτότητας είναι η Carnaby Street, που την συγκεκριμένη περίοδο παγίωσε το ρόλο της και ως ένα καταναλωτικό, εμπορικό κέντρο (Brunsdon, 2007: 35-36). Από την άλλη πλευρά ο Τάμεσης ως σημείο αναφοράς της πόλης αποτυπώνεται ως σημείο διαλογισμού, παρηγοριάς, μεγάλων αποφάσεων ή υποδηλώνει την ελπίδα όπως στην ταινία *Alfie* (*Άλφι, ο Σατράπης*, 1966) όταν ο πρωταγωνιστής διασχίζει την γέφυρα Waterloo Bridge (Brunsdon, 2007: 180). Οι ταινίες *The Servant* (*Ο Υπηρέτης*, 1963), *If...* (1968) και *American Rebel Without a Cause* (1955) ταυτίστηκαν και χαρακτηρίζουν μέχρι και σήμερα την γενιά των νέων του '60. Ενώ εντός αυτού του πλαισίου και η γυναικεία χειραφέτηση βρήκε την θέση στη σεναριακή αφηγηματική μέσα από τις ταινίες *A Taste of Honey* (*Γεύση από Μέλι*, 1962), *Billy Liar* (*Μπίλι, ο Ψεύτης*, 1963) και *Here We Go Round the Mulberry Bush* (1968), που ανέτρεπαν τον παραδοσιακό ρόλο την γυναίκας μέσα στην κοινωνία. Το κινηματογραφικό αυτό ρεύμα και η συγκεκριμένη θεματική σηματοδότησε ίσως την μεγαλύτερη αλλαγή στο βρετανικό, συμβατικό κινηματογράφο που λειτουργούσε εντός περιορισμένων ορίων(π.χ. λογοκρισία) και καθιερώθηκε ως το βρετανικό New Wave (adrianzandberg.pl, 2014). [Βλέπε Παράρτημα Φ.3.]

Έτσι η δεκαετία του 1960 φέρεται να χαρακτηρίζεται ως η πιο δημιουργική εποχή, μιας και ήταν η περίοδος της διεθνούς αναγνώρισης του εμπορικού, εθνικού κινηματογράφου και των συντελεστών της. Ταινίες όπως το *The Servant* (*Ο Υπηρέτης*, 1963), το *Blow-Up* (1966), το *Repulsion* (*Αποστροφή*, 1965), *The Knack ... and How to Get It* (*Το Νακ και Πως να Το Αποκτήσετε*, 1965) και το *Performance* (1970) βγήκαν στους κινηματογράφους και σκηνοθέτες όπως ο Michelangelo Antonioni και ο Roman Polanski επιχείρησαν να ταυτίσουν το όνομα τους και το έργο τους με το Λονδίνο. Ο ενθουσιασμός για τις κοινωνικές αλλαγές που είχαν επέλθει στην βρετανική κοινωνία φέρεται να ευθύνεται για την προσέλκυση αυτών των διεθνούς φήμης σκηνοθετών. Παράλληλα διαφαίνεται ότι το σκηνοθετικό ενδιαφέρον μετατέθηκε από το κέντρο της πόλης σε πιο παραμελημένες περιοχές όπως το South Kensington και το Notting Hill, που εν συνεχεία εξελίχθηκαν σε πόλους κινηματογραφικών γυρισμάτων (Frey, 2007: 135-137).

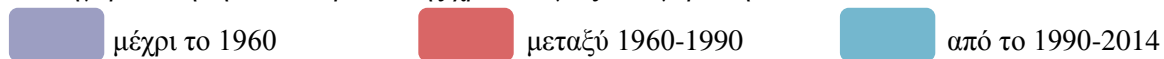
Σε μια άλλη κατεύθυνση η κοινότητα των σκηνοθετών επηρεασμένη από το γενικότερο πνεύμα του Ψυχρού Πολέμου στρέφεται προς θέματα που αφορούσαν την κατασκοπία, τις μυστικές υπηρεσίες και τα πολιτικά

θρίλερ. Έτσι τα μυθιστορήματα του Ian Fleming με πρωταγωνιστή τον James Bond μεταφέρονται στην μεγάλη οθόνη, με πρώτες το *Casino Royale* (1952), το *Doctor No* (1962) και *Goldfinger* (Τζέιμς Μποντ, Πράκτωρ 007 Εναντίων Χρυσοδάκτυλου, 1964), και αναδεικνύονται οι μεγαλύτερες εμπορικές επιτυχίες. Οι κινηματογραφικές μεταφορές του James Bond συνεχίστηκαν την δεκαετία του 1990 με τις ταινίες *GoldenEye* (Επιχείρηση Χρυσά Μάτια, 1995), *The World is not Enough* (Ο Κόσμος δεν είναι Αρκετός, 1999), κ.ά. αποδεικνύοντας την διαχρονικότητα του συγκεκριμένου χαρακτήρα που έχει ταυτιστεί με την Αγγλία και χρησιμοποιείται σε εκστρατείες κινηματογραφικού τουρισμού και μάρκετινγκ. Ενώ μέσα από την τελευταία του ταινία ο Τάμεσης λειτουργεί ως πεδίο διαφυγής για τον ήρωα, ενώ η περιοχή των Docklands αποτυπώνεται διεξοδικά μέσα από τα πανοραμικά πλάνα (Brunsdon, 2007: 202-203). Ακόμη ένας χαρακτήρας της λογοτεχνίας μεταφέρεται στην οθόνη αλλά αυτή τη φορά από παραγωγούς του Χόλυγουντ και αφορά την ταινία *Marry Poppins* (1964). Σε αυτό το έργο συναντώνται πανοραμικά πλάκα του πολεοδομικού ιστού με τα καπνισμένα φουγάρα και την βροχή να εντείνουν το ομιχλώδες τοπίο της πόλης (Brunsdon, 2007: 45-46).

Εικόνα 20: Εντοπισμός των κινηματογραφημένων περιοχών του Λονδίνου



Κατηγοριοποίηση ταινιών βάσει της χρονολογίας που γυρίστηκαν:



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Η μετάβαση στην δεκαετία του 1970 έλαβε χώρα στα πλαίσια ανταγωνισμού του βρετανικού κινηματογράφου με τις αμερικάνικες χολιγουντιανές και την άνθιση της τηλεόρασης. Υπό αυτές τις δύσκολες συνθήκες η βιομηχανία του κινηματογράφου στράφηκε στα ιστορικά και κοινωνικά δράματα, όπως το *Midnight Express* (Το Εξπρές του Μεσονυχτίου, 1978). Παράλληλα, με την επιστημονική φαντασία και τα ειδικά εφέ να καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο έδαφος, πολλές βρετανικές εταιρείες παραγωγής συνεργάστηκαν με αμερικάνικα στούντιο με αποτέλεσμα να παραχθούν τα φιλμ *2001: A Space Odyssey* (2001: Η Οδύσσεια του Διαστήματος, 1968), η τριλογία *Star Wars* (Ο Πόλεμος των Αστρων, 1977-1983), κ.ά.. Με το ενδιαφέρον όμως για την ποπ κουλτούρα των νέων και την μουσική να συνεχίζετε απaráμιλλο μέσα από ταινίες όπως το *Performance* (1970) με θεματική που αφορά την σεξουαλικότητα και τα ναρκωτικά, ενώ στην ταινία

συμμετέχουν και οι Rolling Stones. Υπό αυτές τις συνθήκες ο χαρακτήρας του επαναστάτη νέου της δεκαετίας του '50 παγιώθηκε περνώντας στον συμβατικό, εμπορικό κινηματογράφο (adrianzandberg.pl, 2014).

Η επόμενη δεκαετία συνοδεύτηκε από ριζικές αλλαγές στον τομέα του θεάματος και της κρατικής τηλεόρασης. Παράλληλα οι κρατικές μεταρρυθμίσεις, η ανεργία, οι κοινωνικές αναταραχές και οι εξεγέρσεις αποτέλεσαν έμπνευση για την βιομηχανία του κινηματογράφου που προέβαλαν μια χώρα πολιτικά, κοινωνικά και εθνικά διχοτομημένη. Η ανάγκη για αντισυμβατικούς, επαναστατικούς χαρακτήρες που διακατέχονται από εθνική υπερηφάνεια και πατριωτισμό οδήγησε στην παραγωγή της ταινίας *Chariots of Fire* (Οι Δρόμοι της Φωτιάς, 1981) που αποτύπωνε τις ηθικές αξίες της κοινωνίας. Η συγκεκριμένη ταινία ταυτίστηκε συγκυριακά με πολιτικές εξελίξεις που συνέβησαν στην χώρα, όπως η νίκη του συντηρητικού κόμματος και η κατάληψη των νησιών Φώκλαντ, με αποτέλεσμα την αναζωπύρωση του εθνικού σθένους. Η νέα ιμπεριαλιστική Βρετανία και οι ριζοσπαστικές αλλαγές της διακυβέρνησης της Margaret Thatcher έθεσαν τόσο ισχυρά θεμέλια που ακόμη και η κινηματογραφική αυτή περίοδος επονομάστηκε «Thatcherism». Σε συνέχειά με τις προηγούμενες δεκαετίες η λογοτεχνία μονοπώλησε το κινηματογραφικό ενδιαφέρον με παραγωγές όπως οι *Room with a View* (Δωμάτιο με Θέα, 1986), *Gandhi* (Γκάντι, 1982), *Henry V* (Ερρίκος ο 5ος, 1989), κ.ά. να ξεχωρίζουν και να μνημονεύονται μέχρι και σήμερα. Εκ του αποτελέσματος οι ταινίες αυτές κρίθηκαν ότι προέβαλαν τον ελιτισμό και μια ομοιογενή και ρομαντική εκδοχή της κοινωνίας που δεν ήταν ρεαλιστική. Εξαιρεση αποτελεί η ταινία του Lindsay Anderson *Britannia Hospital* (1982) που πρόκειται για μια σατιρική αλληγορία και κριτική την Βρετανικής πραγματικότητας που καυτηριάζει τις μεταρρυθμίσεις στο σύστημα πρόνοιας (adrianzandberg.pl, 2014).

Στον αντίποδα η νουάρ ταινία *Mona Lisa* (1986) έρχεται να εξερευνήσει την νυχτερινή ζωή της ελίτ του West End, του Soho και του King's Cross μέσα από τον κόσμο της παραβατικότητας της εργατικής τάξης, των φυλετικών διακρίσεων, των ναρκωτικών και της πορνείας. Το Λονδίνο αναπαρίσταται ως η 'διαβολική πόλη' των χαμένων ελπίδων και του κοινωνικού χάσματος ταξιδεύοντας από την περιοχή του 'Up West', του καθεδρικού ναού του St. Paul και της γέφυρας του Waterloo στις εργατικές συνοικίες του νότιου Λονδίνου. Μάλιστα σημειώνεται ότι η διεξοδική αποτύπωση της νυχτερινής ζωής του Soho προσομοιάζεται σε θεματική με την μελετώμενη ταινία *Nice Time* (1957) [Brunsdon, 2007: 104-110]. Αντιπροσωπευτικό όμως παράδειγμα κοινωνικού ρεαλισμού είναι και η ταινία *My Beautiful Laundrette* (1985) που σκιαγραφεί την βρετανική ζωή ομάδων του περιθωρίου στα προάστια της εργατικής τάξης του νότιου Λονδίνου. Ενώ κατά την διάρκεια των δεκαετιών του 1970 και του 1980 αξιοσημείωτα είναι και τα εγχειρήματα προσέγγισης των συνθηκών ζωής στα αστικά κέντρα από τους αντιπροσώπους του μαύρου βρετανικού κινηματογράφου (Brunsdon, 2007: 75-76).

Σημαντική όμως δημοτικότητα γνώρισε και η ταινία *An American Werewolf in London* (Ένας Αμερικανός Λυκάνθρωπος στο Λονδίνο, 1981), η οποία παρέχει μια αγωνιώδη και εκφοβιστική εικονογράφηση

κεντροβαρικών σημείων της μητρόπολης με τον πανικό να επικρατεί στην Piccadilly Circus και το Big Ben να χρησιμοποιείται ως μέσο κλιμάκωσης της αφηγηματικής έντασης (Brunsdon, 2007: 38). Παράλληλα τα μέσα μεταφοράς, όπως το μετρό, ως σημεία φυσικής και πρόσκαιρης αναστάτωσης και εγκλεισμού ενισχύουν την παραδοχή ότι η συγκεκριμένη ταινία αποτελεί μια τουριστική διαδρομή στο Λονδίνο των ταινιών τρόμου (Brunsdon, 2007: 133). Ενώ στο είδος του δράματος η ταινία *The Elephant Man* (*Ο Άνθρωπος Ελέφαντας*, 1980) σκιαγραφεί το πορτρέτο της τότε ομιχλώδους, βιομηχανικής περιοχής της νότια όχθης του Τάμεση (Brunsdon, 2007: 186).

Μέσα στην μακρά ιστορία του βρετανικού σινεμά ο σκηνοθέτης Ken Loach στήριξε το είδος του κοινωνικού ρεαλισμού και την ενασχόληση με τα κρίσιμα και αμφιλεγόμενα ζητήματα της εποχής. Οι ήρωες του αντικατοπτρίζουν την μη προνομιούχα, εργατική τάξη που είναι πολιτικά συνειδητοποιημένη, όπως στο *Riff Raff* (1994) και στο *Ladybird, Ladybird* (1994) [adrianzandberg.pl, 2014].

Εικόνα 21: Η πρώτη ταινία που γυρίστηκε στο Λονδίνο *London's Trafalgar Square* (1890)



Πηγή:essential-films.co.uk/article/londons-traffic-square-1890.html

Εικόνα 22: Η βόρεια όχθη του Λονδίνου μέσα από την ταινία *Closer* (2004)



Πηγή:movie-tourist.blogspot.gr/2014/08/closer-2004.html

Εν συνεχεία η δεκαετία του 1990 κατέδειξε ως πιο επιτυχημένες τις ιστορικές ταινίες ή ταινίες πολιτιστικής κληρονομιάς, ο ρεαλισμός και η απεικόνιση των σύγχρονων κοινωνικών προβλημάτων συνεχίζει να κεντρίζει το ενδιαφέρον, ενώ και τα προβλήματα της αγροτικής και βιομηχανικής ενδοχώρας αναδεικνύονται ως δημοφιλείς θεματικές. Την ίδια περίοδο όμως η χώρα βίωνε μια περίοδο βαθιάς οικονομικής ύφεσης με τους πολίτες να έχουν χάσει την εμπιστοσύνη τους προς τους φορείς εξουσίας και τα θεσμικά όργανα. Υπό αυτές της συνθήκες ο κινηματογράφος πλέον λειτουργεί ως τρόπος διασκέδασης και ρομαντικές κομεντί ταινίες όπως το *Four Weddings and a Funeral* (*Τέσσερις Γάμοι και μία Κηδεία* 1994) και οι σύγχρονες κινηματογραφικές μεταφορές των μυθιστορημάτων της Jane Austen, όπως το *Sense and Sensibility* (*Λογική και Ευαισθησία*, 1995) γνωρίζουν σημαντική απήχηση. Ενώ η ταινία *The English Patient* (*Ο Άγγλος Ασθενής*, 1997) αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες εμπορικές επιτυχίες βρετανικής παραγωγής. Παραδείγματα τέτοιων ταινιών είναι που έθεσαν το Λονδίνο και την εθνική βιομηχανία του θεάματος σε ένα παγκόσμιο πλαίσιο. Ως

εξαίρεση σημειώνεται η ταινία *The Crying Game* (*Το Παιχνίδι των Λυγμών*, 1992) που αποτελεί δραματική ταινία που πραγματεύεται το κρίσιμο ζήτημα της τρομοκρατίας και της οργάνωσης του IRA. Αναφορικά με το είδος του ρεαλισμού η ταινία *Trainspotting* (1996) ήρθε να καταδείξει για ακόμη μια φορά την περιθωριακή και παραβατική πτυχή της Βρετανία, με αναφορές όμως στο κεντροβαρικό τουριστικό κέντρο (Brunsdon, 2007: 33).

Σε ταινίες τις επόμενης δεκαετίας συναντώνται παραδείγματα, όπου το εμπορικό και τουριστικό κέντρο δεν βρίσκεται στο προσκήνιο της κινηματογραφικής γραφής αλλά τα προάστια και η αυθεντικότητα των τοπικών κοινοτήτων μονοπωλούν το ενδιαφέρον. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η ταινία *Bend It Like Beckham* (*Καν'το όπως ο Μπέκαμ*, 2002) που λόγω του ινδικού πολιτισμικού στοιχείου που εμπεριέχει και αποτελώντας ένα βιογράφημα της πόλης, χρησιμοποιήθηκε σε εκστρατείες κινηματογραφικού τουρισμού που στόχευαν στους παραγωγούς του Bollywood. Στην εν λόγω ταινία φαίνεται η σύμβαση μεταξύ των υπαίθριων, συνωστισμένων ανοιχτών αγορών και των semi-detached σπιτιών σε αντιπαραβολή με τα ήσυχα προάστια, τις αθλητικές εγκαταστάσεις και τις πολυπολιτισμικές κοινότητες και το οικογενειακό στοιχείο που επικρατεί στα προάστια της πόλης (Brunsdon, 2007: 211).

Στην ίδια κατεύθυνση οι αποβάθρες της νότιας όχθης του Τάμεση, της πρώην βιομηχανικής περιοχής του Shad Thames που εντοπίζονται κοντά στην γέφυρα του Tower Bridge μετατράπηκαν σε δημοφιλές μέρος συνάντησης, εστίασης και διασκέδασης. Αυτή η νέα, θετική εικόνα της παραποτάμιας περιοχής του Λονδίνου που έχει επέλθει από διαδικασίες ανάπλασης και αναγέννησης αντικατοπτρίζεται μέσα από την εμπορική επιτυχία *Bridget Jones's Diary* (*Το Ημερολόγιο της Μπρίτζετ Τζόουνς*, 2001) [Brunsdon, 2007: 186]. Ενώ στην ταινία *Closer* (*Εξ Επαφής*, 2004) η εικόνα του τεχνολογικά ανεπτυγμένου Λονδίνου, με τον ουρανοξύστη 30 St. Mary Axe, και του πολιτισμικού παρελθόντος, με τον καθεδρικό ναό του St. Paul, συνδυάζονται στο υπόβαθρο για να συνθέσουν την εικόνα των αξιοθέατων σε ένα μοντέρνο Λονδίνο (Brunsdon, 2007: 23).

Ακόμη αξίζει να αναφερθεί ότι η απεικόνιση του Λονδίνου ως πρωτεύουσας αντί-μοντερνισμού συνεχίζεται με την αναβίωση του Τζακ ο Αντεροβγάλτη μέσα από την ταινία *From Hell* (2001), αποδίδοντας στο East End την χωρική θεώρηση μιας περιοχής βγαλμένης από την Βικτοριανή εποχή. Η ιστορία και ο χαρακτήρας έχουν αναπαραχθεί όσο καμία άλλη έχοντας δημιουργήσει έναν κύκλο από πολυάριθμους και φανατικούς οπαδούς που δραστηριοποιούνται δημιουργώντας χάρτες και διαδρομές με τις περιοχές που κινείται ο ήρωας της ταινίας. Υπό αυτές τις συνθήκες το Whitechapel έχει παγιωθεί στην συνείδηση ως η μυστηριακή, υποβαθμισμένη και κακόφημη περιοχή των σεξουαλικών εγκλημάτων και της πορνείας. Παράλληλα απεικονίζεται η χωρική διάσταση και αντίθεση μεταξύ του West End και του East End, με την τελευταία να συνίσταται από συγκεντρώσεις φτωχογειτονιών. Συνολικά η ταινία με τα νυχτερινά, πανοραμικά πλάνα αποδίδει τα περιγράμματα σημαντικών τουριστικών πόρων, όπως το παλάτι του Buckingham και τον καθεδρικό ναό του St. Paul (Brunsdon, 2007: 154-161). Η περιήγηση όμως σε ένα πιο ρεαλιστικό και

σύγχρονο East End συνεχίζεται από γκανγκστερικές υποθέσεις, όπως στο *Lock, Stock and Two Smoking Barrels* (Δύο Καπνισμένες Κάνες, 1998).

Σε συνέχεια με τα παραπάνω για τα γυρίσματα αμερικάνικου τύπου ρομαντικών κομεντί *Notting Hill* (Μια Βραδιά στο Νότινγκ Χιλ, 1999) και *Love Actually* (Αγάπη Είναι..., 2003) προτιμήθηκαν περιοχές που μπορούν να χαρακτηριστούν ως η «ύπαιθρος μέσα στην πόλη» σημειώνοντας την αντίθεση με το πολυσύχναστο και πολύβουο West End. Εντός αυτού του αισθητικού ύφους η αφηγηματική της πρώτης ταινίας εξελίσσεται ανάμεσα στο οδό Portobello Road του Notting Hill και στην πλατεία Piccadilly Circus του West End. Ο ουτοπικός χαρακτήρας που προσδίδουν στις δομές της πόλης και οι δύο ταινίες οδήγησαν πολλούς μελετητές στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για αστικά παραμύθια (Brunsdon, 2007: 113-116).

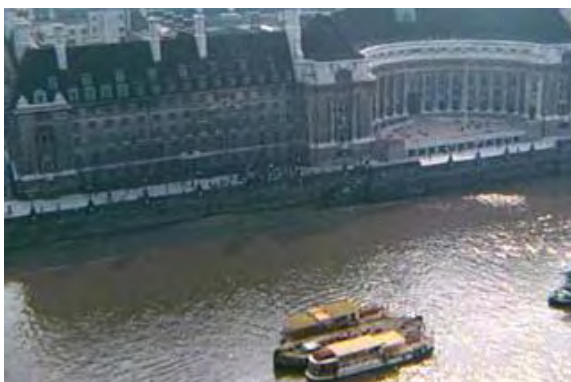
2.2. ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΠΤΙΚΗ ΤΩΝ ΔΙΑΣΗΜΩΝ ΣΚΗΝΟΘΕΤΩΝ

Ακόμη ένα έργο που αποτελεί ναυαρχίδα για τον βρετανικό κινηματογράφο της δεκαετίας του '60 είναι το *Blow-Up* (1966) του Michelangelo Antonioni, το οποίο ξεχωρίζει για το συστηματικό πολεογραφικό περιεχόμενο και για την λυρική του με την οποία ο σκηνοθέτης διαχειρίζεται τον χώρο, με τον πρωταγωνιστή να λειτουργεί ως κινηματογραφικός τουρίστας (Christie, 2010). Η συγκεκριμένη ταινία διαχρονικά φέρει να αποτελεί ένα ανεξάντλητο φιλικό κείμενο για την αντίληψη, τον χαρακτήρα της πόλης αλλά και τις ροές που δημιουργούνται την συγκεκριμένη περίοδο. Ακολούθως αποτελεί παράδειγμα για τον τρόπο που αναπαριστά τον πολεοδομικό διαχωρισμό βάσει των ταξικών και λοιπών κοινωνικών διαχωρισμών. Παράλληλα δύναται να θεωρείται ως ένας έργο, που συγκρινόμενο με το σημερινό πολεοδομικό ιστό, αποτελεί την τοπογραφική αποτύπωση των αλλαγών που έχουν επέλθει και των χαμένων όψεων, πτυχών αυτής (Barber, 2007: 119). Ενώ δημόσιοι χώροι και χώροι πρασίνου όπως το μικρό και άγνωστο πάρκο Maryon Park μέσα από την ταινία απεικονίζεται ως χώρος εγκατάλειψης εικονογραφώντας το αφιλόξενο περιβάλλον της τοπικής κοινότητας. Αναφορικά με την πολιτισμική γραφή η ταινία φέρεται να ισορροπεί μεταξύ του μυστηριακού χαρακτήρα της πόλης και την ποπ κουλτούρα της περιόδου του *Swinging London* (Brunsdon, 2007: 35, 10).

Ενώ μέσα από τις ταινίες του Alfred Hitchcock *Sabotage* (1936) και *Secret Agent* (Μυστικός Πράκτωρ, 1936) αποκαλύπτεται η εγκληματική εκδοχή της βρετανικής πόλης, μέσα από τον κατακερματισμό της χωρικής της διάστασης. Αναφορικά με την ταινία *Secret Agent* (Μυστικός Πράκτωρ, 1936) σημειώνεται ότι αποτελεί μια από τις πιο πολεογραφικές ταινίες του Hitchcock λόγω των πανοραμικών και συνεχόμενων πλάνων του αστικού τοπίου. Μέσα από την μελέτη της ταινίας σημειώνεται ότι πρόκειται για ένα ασυνήθιστο εγχείρημα χωρική οργάνωσης και αντιστοίχισης της φυσικής εικόνας της πόλης με τον ανθρώπινο παράγοντα και τον ρόλο αυτού μέσα στην πόλη. Η ταινία δίνει την εντύπωση ενός ασφυκτικού, πεπερασμένου αστικού χώρου που διατρέχεται από φαινόμενα ασύνδετα και τυχαία, ενώ παραμένει αφιλόξενος και χαοτικός για τον άνθρωπο (Webster, 2007: 91-93). Αναφορικά με την *Stage Fright* (Πονεμένο Ρομάντζο, 1950)

αξιομνημόνευτο είναι ένα από τα αρχικά πλάνα αντιπαραβολής του καθεδρικού ναού του St. Paul που περιβάλλεται από τις βομβαρδισμένες περιοχές, κατάλοιπο του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Η επάνοδος του σκηνοθέτη στην βρετανική σκηνή με την ταινία *Frenzy* (Φρενίτις, 1972) ήρθε να ενισχύσει την θεώρηση του Λονδίνου ως μια ομιχλώδους, δυτοπικής πόλης αποτυπώνοντας την τότε περιοχή της υπαίθριας αγοράς του Covent Garden λίγο πριν μετακινηθεί σε άλλη περιοχή και αλλάξει χρήση. Ο Hitchcock τοποθετεί τον πρωταγωνιστή του σε μια τοπική παμπ της περιοχής που κατά την προκειμένη περίοδο υπέφερε από την κυκλοφοριακή συμφόρηση και τον συνωστισμό. Ενώ η εναέρια κινηματογράφηση του Tower Bridge στην έναρξη της ταινίας, συμβολίζει την μετάβαση της πόλης από τον ιμπεριαλισμό σε μια παγκόσμιας κλίμακας οικονομική μητρόπολη. Το τελευταίο αποτελεί μια αλληγορία, καθώς η κάμερα μέσα από αυτή την λήψη αποτυπώνει την ριζική ανάπλαση των αποβάθρων (Docks) του Canary Wharf που σήμερα συνιστούν το οικονομικό κέντρο των Docklands (Brunsdon, 2007: 186). Στο Λονδίνο η εκλεπτυσμένη αφήγηση των ταινιών τρόμου έχει συμβάλει διαχρονικά στην τουριστική εμπορική ταυτότητα της κινηματογραφημένης πόλης (Brunsdon, 2007: 154).

Εικόνα 23: Το μέγαρο της Κομητείας του Λονδίνου από την ταινία *Frenzy* (1972)



Πηγή: movie-tourist.blogspot.gr/2012/08/frenzy-1972.html

Εικόνα 24: Το βομβαρδισμένο τοπίο γύρω από τον καθεδρικό ναό του St. Paul από την ταινία *Stage Fright* (1950)



Πηγή: movie-tourist.blogspot.gr/2014/07/stage-fright-1950.html

Με αναφορές από το πρώιμο έργο του Hitchcock, ο Christopher Nolan τοποθετεί το Batman σε ένα πλαίσιο καπιταλιστικού ρεαλισμού στο Λονδίνο της τρομοκρατίας και της αναρχίας, μέσα από μια σειρά τριών ταινιών: *Batman Begins* (2005), *The Dark Knight* (2008), *The Dark Knight Rises* (2012). Το Λονδίνο στο παράδειγμα αυτών των ταινιών χρησιμοποιείται ως η χασοτική και επικίνδυνη μητρόπολη που προσομοιάζεται με το πεδίο αναφοράς του χαρακτήρα, την Gotham City. Χαρακτηριστικό είναι ότι τα νυχτερινά πλάνα της ταινίας είναι κυρίως γραμμικά, είτε κάθετα είτε λοξά, προκειμένου να υπογραμμίσουν το αφιλόξενο και απειλητικό αστικό τοπίο που συνθέτεται από τους κατακόρυφους ουρανοξύστες (Waddell, 2012).

Με το βρετανικό κινηματογράφο να μεσουρανεί την δεκαετία του 1960, ακόμη ένας Αμερικάνος σκηνοθέτης ο Stanley Kubrick μεταβαίνει στο Ηνωμένο Βασίλειο για την παραγωγή ταινιών όπως οι *Lolita* (1962), *2001: Η Οδύσσεια του Διαστήματος* (1968), *A Clockwork Orange* (*Το Κουρδιστό Πορτοκάλι*, 1971) και *Full Metal*

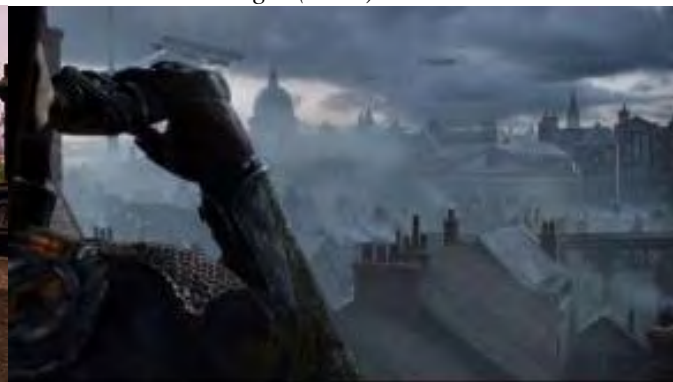
Jacket (1987). Τα έργα του έλαβαν διθυραμβικά σχόλια για το ύφος τους για τον τρόπο που διαχειρίστηκαν αμφιλεγόμενα θέματα, όπως η βία στο *A Clockwork Orange* (Το Κουρδιστό Πορτοκάλι, 1971) που αποτελεί έργο ναυαρχίδα και είναι απόλυτα ταυτισμένο με την βρετανική κινηματογραφική κουλτούρα. Ενώ αναφορικά μέσα στο έργο *2001: Η Οδύσσεια του Διαστήματος* (1968) το Λονδίνο της επιστημονικής φαντασίας κινηματογραφείται υπό το πρίσμα μια νέας φουτουριστικής αρχιτεκτονικής, που ταιριάζει στη πόλη του μέλλοντος.

Εικόνα 25: Το Αββαείο του Westminster από την ταινία *Match Point* (2005)



Πηγή: movie-everywoodyallenmovie.com/post/match-point

Εικόνα 26: Δυστοπικό τοπίο του Λονδίνου από την ταινία *The Dark Knight* (2008)



Πηγή: beastsofwar.com/the-order-1886/fight-dark-forces-streets-london-order-1886

Ο Woody Allen γνωστός, ως ο σκηνοθέτης που κινηματογραφεί τις μητροπόλεις της τέχνης με πλούσια πολιτιστική και κτιριακή κληρονομιά, διεκδικεί και αυτός μια θέση στους σκηνοθέτες που προσπαθούν να ταυτίσουν το έργο τους με την πόλη. Η πρώτη ταινία, το *Match Point* (2005), αποτελεί μια ετεροτοπική εικόνα του σύγχρονου Λονδίνου, που αιχμαλωτίζει τον καθημερινό παλμό και τα κύρια στοιχεία της πόλης (pronovateur.gr, 2015). Η κινηματογραφική αφήγηση της τελευταίας κατηγορήθηκε ότι παρέχει μια εικονογράφηση των πλέον συμβατικών και εμπορικών τοπόσημων και αξιοθέατων του Λονδίνου, όπως το London Eye, το London Gherkin και το μουσείο Tate Modern (Brunsdon, 2007: 51). Ενώ τόσο μέσα από αυτή την ταινία, όσο και από το *Cassandra's Dream* (2007) απεικονίζεται το οικονομικό κέντρο του Λονδίνου, που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια ταυτότητα της πόλης. Το τελευταίο σημειολογικά προβάλλει την πόλη ως το χώρο του υλισμού και της μισαλλοδοξίας, με χαρακτηριστική την ταινία *You Will Meet A Tall Dark Stranger* (2007). Ακόμη αξίζει να αναφερθεί ότι ενσωματώνει στην αφηγηματική την καλλιτεχνική ταυτότητα της πόλης, ως μητρόπολης του θεάτρου και των τεχνών, μέσα από πλάνα μουσείων και εκθέσεων. Διαφαίνεται λοιπόν ότι οι εξωτερικοί χώροι μονοπώλησαν το ενδιαφέρον του σκηνοθέτη, πράγμα που καθίσταται σαφές μέσα από την ταινία *Scoop* (2006) στην οποία κινηματογραφείται και η βρετανική ενδοχώρα.

2.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ

Στον επίλογο συμπεραίνεται ότι το Λονδίνο διαχρονικά αποτυπώνεται στον κινηματογράφο ως η πρωτεύουσα του αντί-μοντερνισμού, με έντονες αναφορές από την βικτοριανή και τη μεσοπολεμική περίοδο. Ακολούθως η πλειονότητα των ταινιών αποδίδουν μια μη ρεαλιστική και πεσιμιστική εικόνα, μιας πόλης εχθρικής όπου η εγκληματικότητα επικρατεί. Αυτή η δυστοπική αναπαράσταση της μητρόπολης φέρεται να διαιωνίζεται, μολονότι στην μεγάλη οθόνη προβλήθηκαν και άλλες εκδοχές αυτής με διαφορετικές σκηνοθετικές προσεγγίσεις.

Ακόμη ο βρετανικός κινηματογράφος φέρεται να είναι αρκετά συνδεδεμένος με την μουσική βιομηχανία της χώρας και τις πιο σύγχρονες κουλτούρες των νεότερων γενιών. Σε μια άλλη κατεύθυνση, παρόλο που οι πιο γνωστοί σκηνοθέτες έσπευσαν να κινηματογραφήσουν αυτόν τον πολύπλοκο πολεοδομικό ιστό, κανένα εγχείρημα δε θεωρήθηκε αρκετά αντιπροσωπευτικό ώστε κάποιος σκηνοθέτης να ταυτιστεί με την μητρόπολη, όπως το Παρίσι και η Ρώμη. Αντίθετα το Λονδίνο παραμένει ισχυρά συνδεδεμένο με την λογοτεχνία και ταυτισμένο με κάποιους από τους ήρωες, που έχουν αποτελέσει σεναριακή θεματική για την μεγάλη οθόνη.

Παράλληλα ο εθνικός κινηματογράφος είναι έντονα πολιτικοποιημένος είτε ασκώντας κριτική στις πολιτικές εξελίξεις είτε λειτουργώντας ως μέσο προπαγάνδας. Ενώ οφείλεται να σημειωθεί ότι αποτυπώνει έντονα τον κοινωνικό προβληματισμό και διάφορα φαινόμενα και γεγονότα που σημάδεψαν την ιστορία, τον χαρακτήρα και τον ρόλο της πόλης στο παγκόσμιο γίγνεσθαι. Το είδος μέσα από το οποίο φαίνεται να έχει ξεχωρίσει ο βρετανικός κινηματογράφος στο εύρος του χρόνου είναι αυτό του κοινωνικού ρεαλισμού, ενώ επίσης αξιόλογο στοιχείο είναι και η μακρά παράδοση στο είδος των ντοκιμαντέρ.

Σε μια άλλη κατεύθυνση καταδεικνύεται το γεγονός ότι συγκεκριμένα σημεία του εμπορικού, οικονομικού και τουριστικού κέντρου της πόλης και η καλλιτεχνική περιοχή του West End έχουν αποτυπωθεί κατ'επανάληψη, αποτελώντας πόλους κινηματογραφικού ενδιαφέροντος. Σε αντίθεση τα προάστια, οι εργατικές περιοχές και η νότια όχθη του Λονδίνου καθώς και η καθημερινότητα της λαϊκής τάξης κινηματογραφήθηκαν επί των πλείστον από τους εκπροσώπους του βρετανικού ρεαλισμού.

Υπό αυτούς τους όρους καταδεικνύεται ότι το Λονδίνο παραμένει μετέωρο αναφορικά με την κινηματογραφική του ταυτότητα. Σε μια εποχή που οι μητροπόλεις του κόσμου παγιώνουν τον ρόλο τους στον κινηματογράφο και στην καλλιτεχνική σκηνή, η εν λόγω πόλη δεν έχει περιχαρακώσει ακόμη τον χαρακτήρα της. Αντίθετα κρίνεται ότι διαθέτει μια ισχυρή βιομηχανία παραγωγής παρόλο που σε συνάρτηση με την κινηματογραφική ταυτότητα επικρατεί σύγχυση. .



3.

Η ΓΕΝΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ FREE CINEMA

Ένα από τα πιο σημαντικά και εμπνευσμένα κινηματογραφικά κινήματα της Βρετανίας, αν και λιγότερο γνωστό συγκριτικά με τον ιταλικό νεορεαλισμό, το γαλλικό Nouvelle Vague και τον γερμανικό Neue Kino, που εξετάζεται στον παρόν κεφάλαιο αφορά το κίνημα των ντοκιμαντέρ του Free Cinema. Τον Φεβρουάριο τον 1956 εκατοντάδες άνθρωποι έσπευσαν ενθουσιασμένοι στο National Film Theatre, όχι όμως για να παρακολουθήσουν τα μεγάλα αστέρια του σινεμά ή κάποια καινούργια ταινία ενός διεθνούς φήμης σκηνοθέτη. Περιμένα να παρακολουθήσουν την προβολή τριών μικρού μήκους ντοκιμαντέρ που είχαν γυριστεί με λιγοστούς χρηματικούς πόρους και δεν πραγματεύονταν σημαντικά θέματα όπως θριάμβους, πολέμους, πολιτική αλλά τις πτυχές της καθημερινής βρετανικής ζωής. Ένα λούνα παρκ, ένα νυχτερινό κέντρο τζαζ μουσικής στα προάστια και ένα ζευγάρι κωφών φίλων ήταν οι κεντρικές θεματικές αυτών των ταινιών. Πάρα ταύτα για την Βρετανία των μέσων του '50 αυτά τα έργα θα αποτελούσαν κομμάτι μιας γενικότερης επανάστασης, μια πρόκληση για το κυρίαρχο ρεύμα του βρετανικού σινεμά αλλά και για την ίδια την βρετανική κοινωνία (BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema, 2009). Στα χρόνια που ακολούθησαν το Free Cinema συνεχίστηκε μέσα από ακόμη πέντε προβολές ταινιών, έως το 1959 που ιδρυτές αυτού στράφηκαν προς νέα είδη.

Έτσι σε αυτό το κεφάλαιο εξετάζονται όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν το κίνημα του Free Cinema. Ακόμη μέσα από έξι ταινίες του κινήματος, που γυρίστηκαν στο Λονδίνο, εντοπίζεται ο τρόπος που ο κινηματογραφικός φακός αποτύπωσε τον πολεοδομικό ιστό, τις κοινωνικές δομές και την ταυτότητα της πόλης.

3. Η ΓΕΝΝΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ FREE CINEMA

Το τέλος της δεκαετίας του '50 για τον ευρωπαϊκό χώρο υπήρξε μια μεταβατική περίοδος, που στην παγκόσμια κινηματογραφική κουλτούρα έμεινε γνωστή ως Νέο Κύμα (New Wave). Η δυναμική στροφή προς αυτή τη πρωτοποριακή διαδικασία παραγωγής έμελλε να διαρκέσει μέχρι το 1970, φέροντας στο προσκήνιο νέους κινηματογραφιστές και συγγραφείς (Palmer, 2006). Οι οικονομικές απώλειες της ευρωπαϊκής αγοράς προκάλεσαν δραστικές αλλαγές, με επακόλουθο η κινηματογραφική βιομηχανία να χρήζει κρατικής επιδότησης. Παρόλο που οι ιστορικής σημασίας αλλαγές ήταν αποτέλεσμα των κοινωνικό-οικονομικών συνθηκών, η νέα τάξη πραγμάτων επέτασσε την επανεξέταση της αισθητικής των ταινιών. Το παραπάνω τελικά οδήγησε στην ανάδυση του ευρωπαϊκού καλλιτεχνικού κινηματογράφου, ένα νέο είδος που στόχευε και βρήκε απήγηση στα ανώτερα μορφωτικά στρώματα της μεσαίας τάξης (Hedling, 2003).

Το New Wave βρήκε την θέση του ως ο αντίλογος στην υπεροχή του αμερικάνικου χολιγουντιανού προϊόντος, το οποίο ξεχώριζε για την επιρροή του με τους λαμπερούς σταρ και τα συναρπαστικά σενάρια. Το νέο κύμα σύντομα έγινε σημαντικό τμήμα του διεθνούς κινηματογράφου και μάλιστα από το 1965 καθιερώθηκε για την ισχυρή αντί-χολιγουντιανή σκηνοθεσία. Αυτός ο καλλιτεχνικός κινηματογράφος χαρακτηρίζονταν για την σύγχρονη προσέγγιση της αφηγηματικής χωρίς να εκμεταλλεύεται την αίγλη των διάσημων ηθοποιών και χωρίς να επαναλαμβάνει τα ίδια είδη ταινιών. Ο μοντέρνος κινηματογράφος είχε την τάση να δίνει έμφαση σε πολύπλοκους χαρακτήρες και πιο ουσιαστικά θέματα της νόησης, που δομούνταν είτε τμηματικά είτε από πιο χαλαρή αφήγηση. Σε αντίθεση με τις χολιγουντιανές ταινίες που επικεντρώνονταν στην αγωνιώδη πλοκή, το Νέο Κύμα επαναπροσδιόριζε και ανανέωνε το εθνικό, πολιτιστικό στοιχείο εξασφαλίζοντας με αυτό τον τρόπο την αποδοχή των κριτικών και την οικονομική επιτυχία (Palmer, 2006).

Αναμφίβολα η δεκαετία του '50 σηματοδότησε για την ιστορία του κινηματογράφου την ξαφνική άνοδο της σημασίας του σεναρίου, ως κινηματογραφικού συγγράμματος, αλλά και της εξαιρετικής σκηνοθεσίας. Για παράδειγμα η Σουηδία είχε τον Ingmar Bergman, η Ιταλία τους Fellini, Rossellini, Visconti και Antonioni, ενώ η Γαλλία είχε την κινηματογραφική τετράδα της γενιάς της Nouvelle Vague αποτελούμενο από τους Truffaut, Godard, Rohmer και Chabrol. Αντίθετα η Βρετανία στερούμενη της άνθισης του σεναριακού κειμένου και της κινηματογραφικής τέχνης, παρέμεινε προσκολλημένη στο παρωχημένο βιομηχανικό μοντέλο προσπαθώντας να ανταγωνιστεί την λαοφιλή αμερικάνικη αγορά. Παρόλο που το τελευταίο αποτελεί μια παγιωμένη θέση, δεν αντικατοπτρίζει την πλήρη εικόνα που θέλει την Βρετανία πνευματικά τουλάχιστον να βρίσκεται στον πυρήνα ίδρυσης του ευρωπαϊκού κινηματογράφου του '50 (Hedling, 2003).

Ανατρέχοντας στην δυναμική και εμβέλεια της βρετανικής κινηματογραφικής βιομηχανίας σημειώνεται ότι διήλθε μέσα από περίοδο ύφεσης μέχρι τα μέσα της του 1950, χαρακτηριστικά ο Lindsay Anderson σημειώνει ότι επρόκειτο για μια περίοδο πλήρους στασιμότητας. Παρόλη τη σύσταση ειδικής κρατικής υπηρεσίας

χρηματοδότησης των εθνικών παραγωγών, οι κινηματογραφιστές δεν γνώρισαν μεγάλη επιτυχία τόσο στην εγχώρια όσο και στην διεθνή αγορά. Ακόμη ένας παράγοντας που δυσχέραινε τις συνθήκες υπήρξε και το γεγονός ότι η αίγλη του Hollywood είχε δελεάσει πολλούς βρετανούς καλλιτέχνες, οι οποίοι αναδείχθηκαν σε μεγάλα ταλέντα μέσα από τον αμερικάνικο κινηματογράφο, όπως ο Alfred Hitchcock που ξεκίνησε να μεσουρανή την συγκεκριμένη περίοδο. Παράλληλα διαφαίνεται ότι η κινηματογραφική σκηνή υπήρξε άρρηκτα συνδεδεμένη με τη θεατρική του West End, μιας και αντανakλούσε το “δράμα” που βίωνε η μεσαία τάξη και τις αξίες και την αισθητική του βρετανικού νότου. Το τελευταίο είχε ως επακόλουθο οι παρούσες παραγωγές να μην απευθύνονται στο ευρύτερο κοινό της Μεγάλης Βρετανίας και πόσο μάλλον στο ευρωπαϊκό και διεθνές. Αλλά ακόμη και αυτές οι λαοφιλείς ψυχαγωγικές ταινίες καυτηριάστηκαν από τους πιο διανοούμενους και εκλεκτικούς θεατές για το επουσιώδες σενάριο και για την έλλειψη ρητορικής (Palmer, 2006).

Όπως ο François Truffaut και ο Jean-Luc Godard έτσι και ο Lindsay Anderson και ο Karel Reisz έκαναν τα πρώτα τους βήματα στον εθνικό κινηματογράφο απορρίπτοντας τις παγιωμένες αρχές της μεταμπεριαλιστικής Βρετανίας και ευελπιστώντας στην αναζωογόνηση του κάνοντας στροφή προς την ποιητική αναπαράσταση της καθημερινότητας. Εντός αυτού του πλαισίου ιδρύθηκε το κίνημα του Free Cinema, οι αρχές και η αισθητική του οποίου περιχαρακώθηκαν από τον ίδιο τον Lindsay Anderson (Palmer, 2006).

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με την στασιμότητα που γνώριζε ο βρετανικός μεταπολεμικός κινηματογράφος, καθώς και οι αναφορές στη λογοτεχνία και τα θεατρικά έργα και η μορφή καμπάνιας που πήρε η προώθηση των αρχών του κινήματος αποτέλεσαν εκείνους τους κατάλληλους παράγοντες ώστε να τεθεί σε τροχιά η επιτυχία του Free Cinema. Σε αυτό το σημείο όμως οφείλεται να επισημανθεί ότι καταλύτης αυτής της μεγάλης αποδοχής δεν ήταν η ίδια η τέχνη αλλά η αφύπνιση της λαϊκής τάξης και η πρόσκληση της θεατρικής κουλτούρας της σκηνης του Λονδίνου (Reekie, 2003: 139, 142).

3.1. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΟΥ FREE CINEMA

Το Free Cinema και τα χαρακτηριστικά του έχουν μελετηθεί περιστασιακά από το κινηματογραφικό και ακαδημαϊκό χώρο της Βρετανίας, αλλά ακόμα περισσότερο έχει μελετηθεί στο εξωτερικό και ειδικότερα στη Ιταλία και την Γαλλία. Μέχρι και σήμερα οι μελετητές συνεχίζουν να εξετάζουν σε ποιο βαθμό τα χαρακτηριστικά του κοινωνικού ρεαλισμού των ταινιών αποτυπώθηκαν υπηρετώντας πιστά τις αρχές που τέθηκαν και κατά πόσο αποτέλεσε ένα κίνημα. Επ’ αυτού του ζητήματος ο ίδιος ο πρωτεργάτης του κινήματος, ο Lindsay Anderson, έχει ισχυριστεί ότι:

«το Free Cinema είτε ως ένα ιστορικό κίνημα είτε ως είδος ταινιών είτε ως μια φιλόδοξη ενέργεια έχει επιχειρηθεί να οριστεί αρκετές φορές, πολλοί το έχουν μελετήσει και έχουν γράψει για αυτό αλλά και έχει δεχθεί και ποικίλες

επιθέσεις. Και γι' αυτό ακριβώς το λόγο δε προκαλεί έκπληξη η σύγχυση που επικρατεί ως προς το τι ακριβώς σημαίνει ο όρος.» (screenonline.org.uk, 2013) xiv.

Πάρα ταύτα κατά γενική ομολογία αναγνωρίστηκε ως μια περίοδος που επηρέασε την ιστορία του βρετανικού κινηματογράφου, ενώ ως καλλιτεχνικό κίνημα αναζωπύρωσε την παραγωγή εθνικών ντοκιμαντέρ και λειτούργησε ως πρόδρομος του βρετανικού New Wave στην ανατολή του 1960. Η ιδέα και για ένα καινούργιο αντικομορμιαστικό κίνημα ξεπήδησε και από την ανάγκη της ελεύθερης έκφρασης, ώστε οι κινηματογραφιστές να μεταφέρουν τις πεποιθήσεις τους και να καυτηριάζουν τα κακώς κείμενα, πράγμα το οποίο έλειπε από το παγκόσμιο κινηματογράφο και δει τον βρετανικό που υπέβαλε αυστηρά όρια λογοκρισίας (Lambert, 1956).

Επί της ουσίας το Free Cinema ήταν ένας γενικός τίτλος που δόθηκε σε μια σειρά από έξι προβολές, που αποτελούνταν από μικρού μήκους ντοκιμαντέρ και προβλήθηκαν στο NFT του Λονδίνου από τον Φεβρουάριο του 1956 μέχρι τον Μάρτιο του 1959. Οι ταινίες που συνέθεταν τα προγράμματα οργανώνονταν από μια ομάδα κινηματογραφιστών και κριτικών που απαρτίζονται κυρίως από τους Lindsay Anderson, Karel Reisz, Tony Richardson και Lorenza Mazzetti που ίδρυσαν το κίνημα και μαζί με τους Walter Lassally και John Fletcher υπήρξαν συντελεστές στις περισσότερες ταινίες του κινήματος και αποτέλεσαν και την Επιτροπή του κινήματος υπό την ηγεσία του Lindsay Anderson. Κάθε προβολή αποτελούνταν από δύο μέχρι έξι ταινίες και κατηγοριοποιήθηκαν με τέτοιο τρόπο από κινηματογραφιστές και κριτικούς ώστε να παρουσιαστούν τρεις προβολές με βρετανικές παραγωγές, ενώ κάθε μια από τις υπόλοιπες τρεις παρουσίαζε το έργο ξένων δημιουργών όπως οι Roman Polanski, Claude Chabrol και François Truffaut (cinecollage.net, 2014).

Όπως προκύπτει το Free Cinema δημιουργήθηκε για να εξυπηρετήσει και πρακτικούς λόγους. Στις αρχές του 1956 ο Lindsay Anderson και οι συνεργάτες και ομοϊδεάτες του Karel Reisz, Tony Richardson και Lorenza Mazzetti ένωσαν τις δυνάμεις ώστε οι ταινίες τους να προβληθούν σε ένα ενιαίο πρόγραμμα στο NFT. Παρόλο που η παραγωγή των ταινιών έγινε χωρίς την προοπτική της κοινής παρουσίας, προέκυψε ότι μοιράζονταν την ίδια αισθητική και οπτική-στάση προς τον ρεαλισμό. Ο Anderson δανείστηκε την φράση 'Free Cinema' από ένα άρθρο σχετικό με την αμερικάνικη avant-garde που περιέγραφε την εργασία των συντελεστών ως ανεξάρτητη και ελεύθερη. Έτσι, βασιζόμενος στο γεγονός ότι οι ταινίες που είχαν γυρίσει δεν εξυπηρετούσαν τις εμπορικές απαιτήσεις της προπαγάνδας και οι δημιουργοί δεν αποσκοπούσαν στον αγώνα των εισιτηρίων του box-office, υιοθέτησε τον συγκεκριμένο τίτλο (cinecollage.net, 2014). Ο όρος όμως 'Free' (δωρεάν) στόχευε σε μια πολυσήμαντη έννοια, η οποία θα εσωκλείσει ένα σύνολο συνιστωσών που δήλωναν την απελευθέρωση-ανεξαρτησία των έργων από τις τυποποιημένες φόρμες του βρετανικού σινεμά. Υπό αυτή την έννοια δηλώνονταν περισσότερο η αντίθεση, συχνά με την μορφή εχθρότητας, προς τις συμβάσεις που έκανε ο κλάδος ως προς το ύφος, την τεχνική, τα τεράστια ποσά που δαπανούνταν, το μονοπώλιο των εταιριών διανομής αλλά και την απόρριψη των μη συμβατικών ταινιών με αμφιλεγόμενη θεματική. Επίσης ακόμη μια

εκδοχή ερμηνείας για τον όρο Free Cinema είναι η επιδίωξη για την απελευθέρωση του σινεμά από την προπαγάνδα και την παιδευτική συνεισφορά του κινήματος των ντοκιμαντέρ του '30, επαναπροσδιορίζοντας και επιβεβαιώνοντας τον ρόλο του κινηματογράφου ως μορφή τέχνης (Ellis, 1977: 29).

Όλες οι προβολές μάλιστα συνοδεύτηκαν από μανιφέστο που ανέφεραν τις αρχές και τις ιδέες των κινηματογραφιστών. Παρόλο όμως που ο όρος προοριζόταν για την εφάπαξ χρήση του για τη πρώτη προβολή, το κινηματογραφικό αυτό γεγονός γνώρισε αρκετή δημοσιότητα από τον τύπο και το κοινό, που συνέρρεε να το παρακολουθήσει. Κατά τον ίδιο τρόπο τα επόμενα τρία χρόνια παρουσιάστηκαν και οι υπόλοιπες πέντε προβολές, που συνοδεύονταν από κατάλληλο επεξηγηματικό κείμενο με την μορφή μανιφέστου (cinecollage.net, 2014).

3.1.1. ΟΙ ΑΡΧΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΤΟΥ FREE CINEMA

Το Free Cinema δεν ήταν απλώς μια συλλογή ταινιών ή ένα κινηματογραφικό ή και πολιτιστικό γεγονός, αντ' αυτού αντιπροσώπευε μια νέα στάση απέναντι στον συμβατικό κινηματογράφο ολόκληρης της δεκαετίας που ήταν αποστασιοποιημένος από την πραγματικότητα της καθημερινής σύγχρονης ζωής της Βρετανίας. Μέσα από τα επισυναπτόμενα κείμενα οι δημιουργοί καταδικάζουν τον βρετανικό σινεμά για την μονοδιάστατη οπτική, λόγω της πεισματική εξέτασης και αναπαραγωγής της νότιας βρετανικής κουλτούρας και του μητροπολιτικού χώρου. Κυρίως όμως φέρονται να απορρίπτουν καθολικά την ουσία αλλά και τον ίδιο το σινεμά που συνειδητά αποποιείται των ευθυνών να επικρίνει το πολιτικό γίγνεσθαι και το ταξικό χάσμα (cinecollage.net, 2014).

Αντιθέτως οι κινηματογραφιστές του Free Cinema επιχειρούν να αποκαταστήσουν την αντικειμενικότητα και την κριτική σκέψη διαχειριζόμενοι με σεβασμό την εικόνα του μέσου πολίτη. Με προϋπόθεση την ελευθερία δημιουργίας και έκφρασης ο σκηνοθέτης παίρνει τον ρόλο του κοινωνικού σχολιαστή. Επί του πρακτέου κοινό χαρακτηριστικό όλων των ταινιών του κινήματος είναι ότι δημιουργήθηκαν απαλλαγμένες από τα στενά όρια που επέβαλλε η παγκόσμια βιομηχανία, όντας ανεξάρτητες παραγωγές (cinecollage.net, 2014).

Η κριτική αυτή στάση και η ένθερμη υποστήριξη προς τον ρεαλισμό ξεκίνησε πολύ νωρίτερα για τους Lindsay Anderson και Karel Reisz όντας συντάκτες του περιοδικού *Sequence*, που εκδίδονταν από την κινηματογραφική κοινότητα του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης. Δεδομένου ότι επρόκειτο για πανεπιστημιακή έκδοση, το περιοδικό γνώρισε επιτυχία με τα άρθρα να χαρακτηρίζονται γενικότερα από μια φιλελεύθερη ανθρωπιστική ηθική με αιχμηρές κριτικές, απόρριψη των θεωρητικών αναλύσεων και υποστήριξη των έργων με προσωπικές, συναισθηματικές και πνευματικές αναζητήσεις. Στη διάρκεια αυτή της πρώιμης περιόδου ήταν που ο πρωτεργάτης του Free Cinema έθεσε τις αρχές του προσωπικού του οράματος για έναν κινηματογράφο πιστό στον εν γένει προορισμό του ως μορφή τέχνης, απελευθερωμένο από την υποβάθμιση της εμπορευματοποίησης της βιομηχανίας του θεάματος (Reekie, 2003: 139).

Η συλλογιστική αυτή συνοψίστηκε και παρουσιάστηκε όσο πιο αντιπροσωπευτικά γινόταν μέσα από το μανιφέστο που αποτελεί το σημαντικότερο από τα κείμενα που συνόδευαν τα προγράμματα. Έτσι το πρώτο μανιφέστο έχει ως εξής:

«Αυτές οι ταινίες δεν κινηματογραφήθηκαν μαζί· ούτε έγιναν με την προοπτική να προβληθούν μαζί. Αλλά όταν τέθηκαν μαζί, αισθανθήκαμε ότι μοιράζονταν μια κοινή στάση. Έμμεσα σε αυτή την στάση ενυπάρχει μια πίστη στη ελευθερία, στην σπουδαιότητα των ανθρώπων και στο νόημα της καθημερινότητας. Ως κινηματογραφιστές πιστεύουμε ότι καμία ταινία δεν μπορεί να είναι πάρα πολύ προσωπική. Η εικόνα μιλάει. Ο ήχος ενισχύει και σχολιάζει. Η διάρκεια δεν έχει σημασία. Η τελειότητα δεν είναι στόχος. Η στάση σηματοδοτεί το στίλ. Το στίλ σηματοδοτεί τη στάση.»⁸

(το μανιφέστο από την προβολή του Free Cinema 1)

Μέσα από αυτό το κείμενο φαίνεται ο φόρος τιμής που απέδωσε το κίνημα στην καθημερινότητα και τον μέσο πολίτη και η αφιέρωση του Lindsay Anderson στον ρεαλισμό. Η έμφαση στη εικόνα και η χρήση του ήχου ως αντίβαρο συνδέεται με τους τεχνικούς περιορισμούς και την άμβλυνση της δημιουργικής ελευθερίας μιας και η καταγραφή του γινόταν ξεχωριστά από το γύρισμα. «*Το μέγεθος δεν έχει σημασία*», αναφέρεται στην χρήση καμερών 16 χιλιοστών που περιόριζε σημαντικά τον χρόνο διάρκειας του πλάνου. Η παράθεση ότι η «*τελειότητα δεν είναι στόχος*» παραπέμπει στην αντίθεση των δημιουργών απέναντι στον επιτηδευμένο εμπορικό κινηματογράφο, που έδινε έμφαση στην τεχνική και το μοντάζ. Το μανιφέστο κλείνει την φράση «*Η στάση σηματοδοτεί το στίλ. Το στίλ σηματοδοτεί τη στάση.*» τονίζοντας την επιμονή και την έμφαση που δίνεται στην θεματολογία-προβληματική και το ύφος των ταινιών (Antakly de Mello, 2009: 71-72).

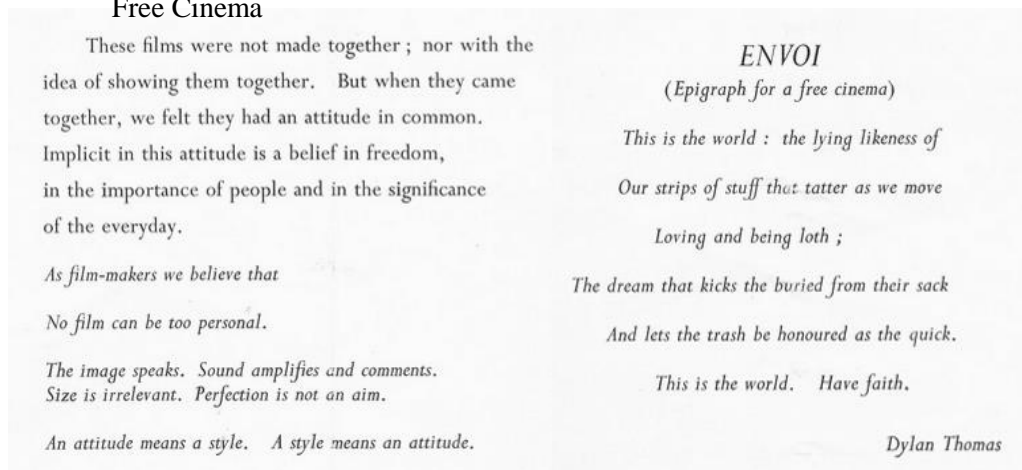
Μέσα από αυτό το μανιφέστο γίνονται εμφανείς οι καταβολές και η ταύτιση των ιδρυτών του κινήματος από τον Jean Vigo, για τον προσωπικό κινηματογράφο και τον ποιητικό ρεαλισμό που αυτός αντιπροσώπευε. Έτσι κάποια χρόνια πριν ο Lindsay Anderson, όντας ακόμη αρθρογράφος του περιοδικού *Sequence* και εμπνευσμένος από τον Γάλλο σκηνοθέτη και τα έργα του *Zéro de Conduite* (1933) και *L'Atalante* (1934) χαρακτηριστικά έγραψε ότι *πρωταρχικό καθήκον του καλλιτέχνη δεν είναι ούτε να ερμηνεύει, ούτε να προπαγανδίζει, αλλά να δημιουργεί*. Ενώ μετά την προβολή του πρώτου προγράμματος, παραλλήλισε μέσα από το μανιφέστο⁹ την δική του ταινία *O Dreamland* (1956) με αυτή του Vigo *A propos de Nice* (1930) [Drazin,2011:85-87]

⁸ Αρχικό κείμενο: «*These films were not made together; nor with the idea of showing them together. But when they came together, we felt they had an attitude in common. Implicit in this attitude is a belief in freedom, in the importance of people and in the significance of the everyday. As film-makers we believe that no film can be too personal. The image speaks. Sound amplifies and comments. Size is irrelevant. Perfection is not an aim. An attitude means a style. A style means an attitude.*»

⁹ Ο Anderson έγραψε: «Μια σαφέστερη προσέγγιση για το κοινωνικό ντοκιμαντέρ *A propos de Nice* γίνεται από το ίδιο τον Jean Vigo, ο οποίος είπε: “Το κοινωνικό ντοκιμαντέρ είναι διαφορετικό από τις συνηθισμένες ταινίες μικρού μήκους και από την εβδομαδιαία επικαιρότητα στο ότι ο δημιουργός δομεί την δική του άποψη... αφήνοντας το δικό του στίγμα. Αν αυτό δεν συνεπάγεται ένα καλλιτέχνη, συνεπάγεται τουλάχιστον ένα άνθρωπο.” Τα βρετανικά ντοκιμαντέρ από την άλλη σπανίως δίνουν την εντύπωση ότι έχουν γυριστεί από ανθρώπους: φαίνονται περισσότερο ως επιτηδευμένο, καλοδομημένο προϊόν που έχει παραχθεί μέσα από μια αποδοτική και τυποποιημένη βιομηχανική

Κάθε προβολή του Free Cinema συνοδεύτηκε από παρόμοια εξαγγελτικά κείμενα, όπου επαναλαμβάνονταν οι ίδιες αρχές. Εξαίρεση αποτελεί το 6^ο και τελευταίο πρόγραμμα, για το οποίο η επιτροπή του κινήματος επέλεξε να δημοσιεύσει ένα απόσπασμα από το ποίημα του Dylan Thomas «*Τα Ευνουχισμένα μας Όνειρα*» (*Our Eunuch Dreams*) (1934). Το απόσπασμα έφερε τον τίτλο «*Αποστολή- Επιγραφή για έναν ελεύθερο σινεμά*» (Envoi-Epigraph for a free cinema) και συμπεριελάμβανε το αισιόδοξο και ελπιδοφόρο τέλος του ποιήματος που προέτρεπε για πίστη στον κόσμο (Antakly de Mello, 2009: 71-72).

Εικόνα 27: Τα δημοσιευμένα κείμενα από τα μανιφέστο του 1^{ου} και 6^{ου} Προγράμματος του Free Cinema



Πηγή:

webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/programme/prog2.html

Κατά αυτό τον τρόπο είχε τεθεί σε τροχιά η εκστρατεία για την καλλιτεχνική και αξιακή ανανέωση του βρετανικού κινηματογράφου, που θα ξεκινούσε με μικρής κλίμακας και χαμηλού προϋπολογισμού ανεξάρτητες παραγωγές avant-garde (Reekie, 2003:140).

Αναφορικά με το πολιτικό πλαίσιο του Free Cinema αποσκοπούσε στην ριζοσπαστικοποίηση της μεταπολεμικής γενιάς των αστών διανοουμένων και στην εμφάνιση μιας Νέας Αριστεράς, καθώς και στο αντιπολεμικό πνεύμα. Αυτή όμως η πολιτική ιδεολογία του κινήματος δεν ήταν εμφανής, μιας και επισκιάζονταν από την άρνηση για θεωρητική ανάλυση και από τον αόριστο και ποιητικό χαρακτήρα των δημοσιευμάτων. Στο πιο χαρακτηριστικό άρθρο του Lindsay Anderson, μετά την προβολή του 1^{ου} προγράμματος, υποστηρίζει ότι «ο κινηματογράφος είναι τόσο μια λαοφιλής μορφή τέχνης όσο και ένα ισχυρό μέσο κοινωνικής προπαγάνδας» (Anderson στο Reekie, 2003: 142). Με αυτό τον τρόπο ο κριτικός και σκηνοθέτης υπηρετεί την δέσμευση του για την ευθύνη που έχει να στηρίξει τις αξίες της τέχνης και τον φιλελεύθερο ανθρωπισμό. Η μεγαλύτερη δέσμευση όμως του συγκεκριμένου είναι η προσέγγιση του ρεαλισμού και της χαμένης αληθοφάνειας αλλά και η άρση της αστικής συναισθηματικής στασιμότητας και

διαδικασία. Δεν έχει τραχιές άκρες: “Παρακαλώ το ένα- παρακαλώ το άλλο”. Κάτι τέτοιο τουλάχιστον δεν μπορεί(ελπίζω) να ειπωθεί για το 0’ Dreamland.» (Drazin, 2011: 86-87)

του εφισυχασμού. Το παραπάνω προέκυψε από το γεγονός της αλλοτρίωσης και τελμάτωσης που χαρακτήριζε την γενιά των διανοούμενων που βίωνε την μεταπολεμική λιτότητα και την αντικουλτούρα της δεκαετίας του '50 (Reekie, 2003: 142).

Παρά την γενικότερο πνεύμα αποδοχής η σχέση μεταξύ του Free Cinema και της δημοφιλούς εμπορικής κουλτούρας βρίσκονταν σε αντιπαράθεση, με τους υποστηρικτές της τελευταίας να χαρακτηρίζουν ως χυδαία την θεματολογία των ντοκιμαντέρ και να κατηγορούν τους δημιουργούς για κυνισμό και ψευτό-κουλτούρα. Αυτό που καταγράφονταν όμως από τις ταινίες του κινήματός και μετέπειτα από το New Wave ήταν η οργανική οντότητα της ίδιας της κοινωνίας, εν ολίγοις μπορεί να υποστηριχτεί ότι πρόκειται για λαογραφία. Σε αυτό το κλίμα οι κινηματογραφιστές και οι μελετητές του κινήματος οδηγήθηκαν σε αναφορές κοινωνιολόγων που εξέφραζαν την αντίθεση τους στην δημοφιλή, αμερικάνικη κουλτούρα. Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα είναι το δριμύ κατηγορώ του Richard Hoggart¹⁰ που δηλώνει ότι αυτός ο νέος μαζικός πολιτισμός εκμεταλλεύεται τις αρετές και την βιωσιμότητα της προηγούμενης κουλτούρας αντικαθιστώντας τες με νέα κενά και αλλοτριωμένα ιδανικά, ενώ η εργατική τάξη αναπτύσσει ανοχή σε αυτά τα νέα ερεθίσματα χωρίς απαραίτητα να τα υιοθετεί (Reekie, 2003: 144).

Από την βιβλιογραφία προκύπτει ότι το Free Cinema πέρα από ένα τίτλος υποδηλώνει την συνολική προσέγγιση από χαρακτηριστικά που συνόδευαν τις ταινίες. Πάρα ταύτα διαφαίνεται ότι τα τελευταία προγράμματα βρετανικών έργων(3^η και 6^η προβολή) διέθεταν όλα εκείνα τα απαραίτητα χαρακτηριστικά ώστε να μπορούν να θεωρηθούν ως υποδειγματικά. Ήταν ανεξάρτητες, ποιητικές και προσωπικές παραγωγές. Αναφορικά όμως με την θεματολογία το “προσωπικές” μεταφράστηκε ως σοσιαλιστικές ή ακόμη και αριστερές, πράγμα το οποίο λανθασμένα διατυπώθηκε μιας και το “προσωπικές” αναφέρονταν στην ευαισθητοποίηση του καλλιτέχνη για την κοινωνική κατάσταση (Anderson, 1977).

3.1.2. *TO FREE CINEMA ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΡΕΑΛΙΣΜΟ ΚΑΙ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ*

Όπως θα σημειωθεί και παρακάτω ο σημαντικότερος εκπρόσωπος του Free Cinema, ο Lindsay Anderson, οι εξελίξεις της επικαιρότητας και τα κοινωνικά φαινόμενα της δεκαετία του '50 επέφεραν ρηξικέλευθες αλλαγές στους όρους ζωής. Οι αλλαγές αυτές και οι επιδράσεις τους στη κοινωνία θα μπορούσαν να αποτελέσουν κεντρικό αντικείμενο για το έργο των κινηματογραφιστών. Ενώ, όπως επισημαίνει ο ίδιος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε η κινηματογραφική απόδοση της ίδιας της καθημερινότητας υπό τις νέες συνθήκες. Κάτι τέτοιο όμως δε συνέβη με αποτέλεσμα χαρακτηριστικά παραδείγματα ρεαλισμού να

¹⁰ Βρετανός κοινωνιολόγος και ακαδημαϊκός που μελέτησε διεξοδικά την βρετανική δημοφιλή(ποπ) κουλτούρα της εργατικής τάξης. Το παρόν απόσπασμα αποτελεί μέρος του βιβλίου του *Uses of Literacy* (1957), που πραγματεύεται την μαζική εμπορική κουλτούρα των μέσων ενημέρωσης και των διαφημίσεων μέσω της αμερικάνικης τάσης που εξαπλώνονταν και στο Ηνωμένο Βασίλειο (Reekie, 2003: 143).

εκλείπουν από τις βρετανικές ταινίες της εποχής (Brown, 2002: 252). Διαφαίνεται ότι ο ρεαλισμός δεν αποτέλεσε αυτοσκοπός για τους σκηνοθέτες, με αποτέλεσμα μη επιτηδευμένα να ενυπάρχει στο παρασκήνιο.

Το παραπάνω έρχεται στον αντίποδα με τον ισχυρισμό του John Grierson (Βλέπε Παράρτημα Π.3.) περί μιας νέας πιο στενής σχέσης μεταξύ ρεαλισμού και κινηματογράφου. Το πλήρωμα του χρόνου έφτασε λίγα χρόνια αργότερα όταν ο Grierson επαληθεύτηκε με την εγκαθίδρυση της αισθητικής του ρεαλισμού. Έτσι στο δεύτερο μισό της δεκαετία του '50 ο βρετανικός κινηματογράφος ανέκαμψε με την ίδρυση του Free Cinema, το οποίο γνώρισε καθολική αποδοχή γιατί αντιμετώπισε τα ανθρώπινα συναισθήματα, βιώματα και συνήθειες χωρίς υπεκφυγές και καυτηρίασε τα ανιαρά τεχνάσματα που προέκυπταν από τα γυρίσματα μέσα στα στούντιο. Παράλληλα οι εκπρόσωποι αυτού του νέου σινεμά διαφαίνεται ότι δεν ασπάζονταν την πρακτική του Grierson και των υποστηρικτών του.

Η αφοσίωση στο είδος των ντοκιμαντέρ κοινωνικού ρεαλισμού διεκδικήθηκε από την νέα γενιά των βρετανών σκηνοθετών, που στιγμάτισαν το σύντομο φαινόμενο του Free Cinema. Η δημοσιότητα που γνώρισαν οι ταινίες Free Cinema έδινε έμφαση στην σημασία της καλλιτεχνικής ελευθερίας και στην δέσμευση που είχαν οι σκηνοθέτες να απεικονίσουν την μοντέρνα κοινωνία. Το στιλ των ταινιών συνδύαζε το ρεπορτάζ, σε ύφος που άρμοζε για ταινίες ντοκιμαντέρ, και μοντάρονταν ώστε να παραχθεί η επιδιωκόμενη ποιητική εικόνα (Brown, 2002: 252).

Εν συνεχεία οι ταινίες πλέον δε γυρίζονταν στα στούντιο αλλά σε εξωτερικού χώρους, σε βιομηχανικές περιοχές, σε λιμενικές εγκαταστάσεις, σε δρόμους, σε γειτονιές και ιδιαίτερα σε πολλές πόλεις της βόρειας Βρετανίας. Το τελευταίο αποτέλεσε αδιαμφισβήτητη προϋπόθεση για τους δημιουργούς του Free Cinema, που ανυποχώρητα έμεναν στην θέση ότι μια ρεαλιστική ταινία δε δύναται να γυριστεί μέσα σε στούντιο (Fleming, 2011: 13). Ακόμη δεν είχαν πολλούς ηθοποιούς και ήταν λιτές, με τα πλάνα να επικεντρώνονται σε τοπία με κανάλια, καμινάδες που καπνίζουν, σε σκουριασμένες εγκαταστάσεις, αποκαλύπτοντας την πλευρά της πόλης που επιμελώς αποκρύπτονταν (Brown, 2002: 249).

Η παρότρυνση των κινηματογραφιστών να σπεύσουν σε εξωτερικούς χώρους για τα γυρίσματα και να αποκαλύψουν τις παραμελημένες περιοχές της Βρετανίας δεν αντλήθηκε αποκλειστικά από την διαλεκτική του Grierson. Κατά τον ίδιο τρόπο και η αποτύπωση του ελεύθερου χρόνου της εργατικής τάξη ήταν αντίθετη με αυτή του Grierson, που κατέγραφε του υπαλλήλους εν ώρα εργασίας (Hutchings, 2009: 146). Τα χαρακτηριστικά μακροσκελή πλάνα με τοπία και η αποτύπωση της καθημερινής ζωής των πολιτών μακριά από τον εργασιακό χώρο φέρονται να είναι στο προσκήνιο του Free Cinema και του New Wave, με τον Brian McFarlane να υποστηρίζει ότι είναι «χαρακτηριστικό των βρετανικών ταινιών μέχρι σήμερα να εναποθέτουν το συναισθηματικό στοιχείο στην προβολή των λαϊκών στρωμάτων, των οποίων η ζωή αναπόφευκτα να ορίζεται και να περιορίζεται από το περιβάλλον στο οποίο ζουν». Παράλληλα προκύπτει ότι η εκτεταμένη ενασχόληση με την εργατική τάξη σηματοδοτεί ακόμη μια διακριτή εναντίωση προς τον εμπορικό βρετανικό

κινηματογράφο που συστηματικά έχει αποκλείει αυτή την τάξη. Το εξιδανικευμένο πορτρέτο του βιομηχανικού εργάτη της δεκαετία του Grierson του 1930 αμφισβητήθηκε από τον Humphrey Jennings (Hanley, 2011).

Ο ντοκιμαντεριστής, κριτικός και σουρεαλιστής Humphrey Jennings φέρεται να ήταν αυτός που επηρέασε καταλυτικά τους κινηματογραφιστές του Free Cinema και ακολούθως του New Wave προς μια νέα εικονογράφηση, μέσα από τα ντοκιμαντέρ που γύρισε τις δεκαετίες του '30 και του '40. Ο ίδιος ξεχώρισε μέσα από την γενιά του ως ένα κινηματογραφιστής με όραμα, φαντασία και κατανόηση για την βρετανική κοινωνία, αναπαριστώντας με πρωτοφανή ποιητικό λυρισμός και συμπάθεια. Αν και μαθήτευσε δίπλα στον John Grierson διαφοροποιήθηκε αρκετά, με την καριέρα να κορυφώνεται κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, όπου η κυβέρνηση χρηματοδότησε μια σειρά ταινιών προπαγάνδας για την καθημερινή ζωή και προσπάθεια του λαού να αντιμετωπίσει τον πόλεμο. Τα Spare Time (1939), The Heart of Britain (1941), Listen to Britain (1942) και A Diary for Timothy (1945), που καταγράφουν τους εργαζομένους των βιομηχανιών, την αγροτική ύπαιθρο και άλλες πτυχές της ζωής του 'κοινού' ανθρώπου, φέρονται να είναι τα έργα πάνω στα οποία βασίστηκε η αισθητική αναπαράστασης της εργατικής τάξης και των ηρώων του Free Cinema (blogs.warwick.ac.uk, 2014• screenonline.org.uk, 2014i• BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema, 2009). Όπως γράφει ο Philip Simpson «σε ένα έθνος που χρόνια κυριαρχείται από ηγεμόνες της άρχουσας τάξης της πρωτεύουσας, ο Jennings ήθελε να αποδείξει ότι υπάρχουν και άλλες μορφές πολιτισμού στις υπόλοιπες τάξεις και σε διαφορετικές περιοχές ακόμη και αν αυτές για την γενική αποδοχή φάνταζαν ξένες» (Simpson στο Hanley, 2011). Ο ιδρυτής του κινήματος Lindsay Anderson επικρότησε το ύφος του σκηνοθέτη, την αντικειμενική προσέγγιση των μελών και ζητημάτων της κοινωνίας και τον καινοτόμο ρεαλισμό του, χαρακτηρίζοντας τον ως τον μοναδικό ποιητή του βρετανικού σινεμά (blogs.warwick.ac.uk, 2014).

Εν κατακλείδι, διαφαίνεται ότι το συλλογικό πνεύμα της αισθητικής εφευρετικότητας, που διακατέχει το κίνημα των βρετανικών ντοκιμαντέρ, και η διερεύνηση της ποιητικής μέσα στον καθημερινό τρόπο ζωής, ώθησε τους παραγωγούς του προς αυτή την κατεύθυνση απεικόνισης του πραγματικού κόσμου. Παράλληλα η ανάδυση του New Wave ως παγκόσμιο κινηματογραφικό ρεύμα προέκυψε ως αντίλογος απέναντι στην επικρατούσα αισθητική και τάση του συρμού. Έτσι τα έργα ταυτίζονταν πλέον με τους σκηνοθέτες τους και όχι με την εταιρεία παραγωγής ή το είδος (screenonline.org.uk, 2013) xvi.

3.1.3. ΘΕΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

Η κουλτούρα της Βρετανίας στα μέσα του '50 διαμορφώθηκε από τις ριζικές αλλαγές που συντελούνταν και που αποτέλεσαν πηγή έμπνευσης για τον καλλιτεχνικό κόσμο. Αναφορικά με πολιτικό γίνεσθαι σημειώνεται ότι μετά από τη μακρά θητεία του Εργατικού κόμματος, που συνοδεύτηκε από τη δύσκολη περίοδο της

μεταπολεμικής λιτότητας, η επανεκλογή της παράταξης των Συντηρητικών δημιούργησε το αίσθημα στασιμότητα όσο αφορά τα προγράμματα κοινωνικών μεταρρυθμίσεων. Ειδικότερα το άκαμπτο ταξικό σύστημα είχε αρχίσει να επικρίνεται όσο ποτέ άλλοτε με την άρχουσα τάξη να προσφεύγει σε ολοένα και πιο προκλητικές συμπεριφορές προκειμένου να αμυνθεί, ενώ το χάσμα μεταξύ των γενεών και οι διαφορετικές αντιλήψεις ποτέ δεν ήταν τόσο εμφανείς (screenonline.org.uk, 2013)^{xiv}.

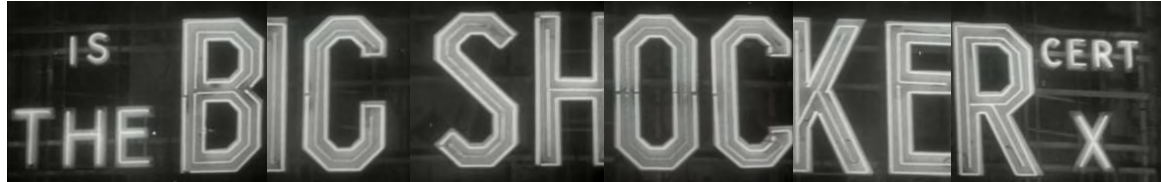
Από τις αρχές του 1950 μέχρι τα τέλη της επόμενης δεκαετίας ριζικές αλλαγές επήλθαν στα δραματουργικά κείμενα, στα οποία αντικατοπτρίζονταν μια σειρά από ιστορικά γεγονότα και κοινωνικές ανακατατάξεις και εξελίξεις. Από τις τοποθεσίες που γυρίστηκαν οι ταινίες, μέσα στο αστικό βιομηχανικό τοπίο, πρωταγωνιστούν οι γενιές των νέων και της εργατικής τάξης, με κατάφορη την δυσαρέσκεια για την ζωή τους και την αναζήτηση της διαφυγής. Ανατρέχοντας στο πολιτικό και πολιτιστικό υπόβαθρο, αυτό το γενικότερο πνεύμα φαίνεται να εξηγείται από το κλίμα των πολιτικών αναταραχών και της κοινωνικής αναμόχλευσης. Πιο συγκεκριμένα εμφανείς είναι οι αναφορές στην αλλαγή της εθνικής συνείδησης που ξεκίνησε από την κρίση του Σουέζ και την αποτυχία της κυβέρνησης των Εργατικών να εκπληρώσει τις κοινωνικές μεταρρυθμίσεις για την άμβλυνση του κοινωνικού χάσματος (Seino, 2010: 5).

Σε συνέχεια των παραπάνω εκείνο που φέρεται να επηρέασε σε μεγαλύτερο βαθμό το βρετανικό δράμα ήταν ο εκπαιδευτικός νόμος του 1944, με την βασική μεταρρύθμιση της δωρεάν δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Ο συγκεκριμένος νόμος είχε ως απώτερο στόχο την αύξηση της κινητικότητας στο βρετανικό ταξικό σύστημα και κατά συνέπεια θα συνέβαλε στην βελτίωση της οικονομικής κατάστασης της χώρας, μιας και η εργατική τάξη διαθέτοντας το κατάλληλο εκπαιδευτικό υπόβαθρο θα μπορούσε πλέον να διεκδικήσει υψηλόβαθμες και πιο επικερδείς θέσεις εργασίας. Πάρα ταύτα η εκπαιδευτική μεταρρύθμιση είχε πολύ μικρή επίδραση στην εξισορρόπηση των κοινωνικών ανισοτήτων. Δε μπορεί όμως να μην αξιολογηθεί θετικά το γεγονός της αύξησης των μαθητών της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης από πέντε σε είκοσι εκατομμύρια. Καθώς λοιπόν η εκπαίδευση ήταν πλέον πιο προσιτή, η επερχόμενη βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου των μεσαίων και κατώτερων τάξεων, οδήγησε στην συνειδητοποίηση της θέσης και του ρόλου των μη προνομιούχων τάξεων (Barber, 1994: 252-253).

Η επίγνωση λοιπόν την κοινωνικής ιεραρχίας είχε ως αποτέλεσμα την ενεργή συμμετοχή της εργατικής τάξης στην πολιτική σκηνή, εκφράζοντας με την απογοήτευση για την αποτυχία της κυβέρνησης να εφαρμόσει τις προγραμματισμένες κοινωνικές μεταρρυθμίσεις. Η νέα τάξη πραγμάτων σε συνδυασμό με την οργή, την έλλειψη ευκαιριών και την περιθωριοποίηση του προλεταριάτου μεταφράστηκε σε έμπνευση για τον καλλιτεχνικό κόσμο και αποδόθηκε μέσα από τα σύγχρονα θεατρικά κείμενα (Cornish & Ketels, 1985: x-xiv). Παρόλα αυτά καταδεικνύεται ότι τα εν λόγω κείμενα δεν αντικατοπτρίζουν τις πραγματικές αλλαγές της κοινωνίας, αλλά αποπροσανατόλιζαν το κοινό από τα πραγματικά ζητήματα καθώς επικεντρώνονταν σε πολύ μικρό τμήμα της κοινωνίας. Το τελευταίο όμως εν μέρει φαίνεται να οφείλεται και στην αυστηρή λογοκρισία

που υποβάλλονταν τα κείμενα που ασχολούνταν αμφιλεγόμενα θέματα και ταμπού (Cornish & Ketels, 1985: viii-ix). Τα κινηματογραφικά έργου με το εν λόγω περιεχόμενο υποβάλλονταν στην de facto πολιτική ελέγχου των ορίων που επέβαλε το British Board of Film Censors (Βρετανική Επιτροπή Κινηματογραφικής Λογοκρισίας), προσδίδοντας στα έργα αυτά το χαρακτηριστικό σύμβολο “X” (Keady, 2004: 267).

Εικόνα 28: Πινακίδα νέον από αίθουσα προβολής ταινιών κατάλληλων μόνο για ενήλικους στην οδό Haymarket στην περιοχή του Piccadilly από την ταινία *Nice Time*(1957)



Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

Αν λοιπόν τα ντοκιμαντέρ του Humphrey Jennings προέβαλαν την αίσθηση της κοινωνίας κατά την διάρκεια του πολέμου, τα ντοκιμαντέρ του Free Cinema μπορούν να θεωρηθούν ότι προέβαλαν την συνέχεια, εξέλιξη της μεταπολεμικής λιτότητας και επισημαίνοντας τις ταξικές διαιρέσεις αλλά και αντανακλώντας την επερχόμενη ανάδυση και ανασυγκρότηση του κράτους. Ο John Hill αναφέρει ότι *το κλειδί για την κατανόηση της Βρετανίας του 1950 βρίσκεται στην ιδέα της ευημερίας* και αυτό αντανακλάται μέσα από τις ταινίες του κινήματος *Momma Don't Allow*(Karel Reisz & Tony Richardson, 1955) και *We Are the Lambeth Boys* (Karel Reisz, 1958) όπου οι νέοι πρωταγωνιστές θίγουν το θέμα. Αλλά και στις υπόλοιπες ταινίες του Free Cinema και σε αυτές του New Wave διαφαίνεται μέσα από τις δραστηριότητες, την ψυχαγωγία και την εργασία η αύξηση του εισοδήματος και των καταναλωτικών αγαθών που όμως δεν έφερε καμία αλλαγή στην ταξική δομή (Hanley, 2011).

Σε αυτό το πλαίσιο αναδύθηκε μια γενιά νέων συγγραφέων που αμφισβήτησε το υφιστάμενο ταξικό σύστημα. Η οργισμένη νέα γενιά, που ενστερνίζονταν πιο αριστερόφρονες και φιλελεύθερες πεποιθήσεις, επικεντρώθηκε στην μικρομεσαία τάξη και πιο συγκεκριμένα στην ζωή της εργατικής τάξης κριτικάροντας το αξιακό τους σύστημα. Αυτή η γενιά ήταν που τέθηκε στο επίκεντρο και συνδέθηκε με το Free Cinema αποτελώντας τους κεντρικούς ήρωες όλων των ταινιών του κινήματος (screenonline.org. uk, 2013)^{xiv}.

Εικόνα 29: Εικόνες από την ταινία *Momma Don't Allow* (Karel Reisz & Tony Richardson, 1955) με νέους να διασκεδάζουν σε νυχτερινό κέντρο διασκέδασης στο νότιο Λονδίνο



Νέοι της μεσαίας εργατικής τάξης

παρέα κομμών μεσοαστών

Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

Ακόμη σε αρκετές από τις ταινίες αντικατοπτρίζεται η στάση των κινηματογραφιστών απέναντι στο τότε σύγχρονο φαινόμενο και στις προεκτάσεις του εξαστισμού του Ηνωμένου Βασιλείου. Η λαϊκή κουλτούρα της μέσης τάξης διαμόρφωσε τη κεντρική θεματική. Η ταινία *O Dreamland* (1956) του Lindsay Anderson αναφέρεται στην ανάγκη του κοινού για φτηνή, νυχτερινή διασκέδαση, ενώ το έργο *Momma Don't Allow* (Karel Reisz & Tony Richardson, 1955) και το *We Are the Lambeth Boys* (Karel Reisz, 1958) με ιδιαίτερη ευαισθησία παρουσιάζει τον τρόπο ζωής των εφήβων. Ενώ πιο παραδοσιακά θέματα παρουσιάστηκαν υπό ένα νέο πρίσμα συγκαταβατικότητας. Όπως σε μια ακόμη ταινία του Lindsay Anderson το *Every Day Except Christmas* (1957) καταγράφεται η καθημερινή ρουτίνα και η απλουστευμένη λαϊκή γλώσσα των εργαζομένων της αγοράς του Covent Garden (Bordwell & Thompson, 2003: 480).

Εικόνα 30: Εικόνες από την ταινία *We Are the Lambeth Boys* (Karel Reisz, 1958)



το περικλειστό, αυτοσχέδιο γήπεδο που παίζουν κρίκετ νέοι της εργατικής τάξης

ο ανοιχτός χώρος πρασίνου όπου παίζουν κρίκετ νέοι της υψηλής τάξης

Πηγή: offscreen.com/view/british_new_wave, ίδια επεξεργασία

Ακόμη ένα σημείο που επισημαίνεται είναι, όπως περιγράφεται από τον John Hughson, η αδιαμφισβήτητη κεντροβαρική θέση του αθλητισμού στη ζωή της εργατικής τάξης. Οι παιδικές χαρές των σχολίων έχουν συμβολική σημασία σχεδόν σε όλες τις ταινίες. Οι ευχάριστες εικόνες με παιδιά στο *We Are the Lambeth Boys* (Karel Reisz, 1958) να παίζουν κρίκετ σε ένα ερμητικά κλειστό χώρο στην εργατική περιοχή του Lambeth

έρχεται σε αντίθεση με τον ανοιχτό χώρο και το προσεγμένο γήπεδο όπου λαμβάνει χώρα ο αγώνας ενάντια στο κομψό σχολείο αρρένων. Η ιδέα του αθλητισμού και των παιδικών παιχνιδιών συναντάται σε αρκετές ταινίες και χρησιμοποιείται ως εργαλείο για αντιφατικές εικόνες(ο συγγραφέας δίνει την ερμηνεία της καταπίεσης της εργατικής τάξης) οι οποίες εντατικοποιούν το προβαλλόμενο ταξικό χάσμα (Hanley,2011).

3.1.4. ΤΟ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ

Οφείλεται να γίνει μια περιληπτική αναφορά και για τα οπτικοακουστικά χαρακτηριστικά των ταινιών μιας και ακολουθήθηκε το ίδιο σκηνοθετικό, αισθητικό ύφος. Συνήθως ήταν μικρή διάρκειας, ιδιαίτερα οι πρώιμες, μιας και οι 16 χιλιοστών κάμερες που χρησιμοποιήθηκαν δε μπορούσαν να καταγράψουν πλάνο μεγαλύτερης διάρκειας των 22 δευτερολέπτων. Ακόμη λόγω της τότε τεχνολογίας χρησιμοποιήθηκαν ασπρόμαυρο φιλμ και κάμερες χειρός που δεν κατέγραφαν το ήχο. Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί το γεγονός ότι η ηχητική επένδυση ήταν αποτέλεσμα ξεχωριστής απομαγνητοφώνησης των φυσικών ήχων των χώρων των γυρισμάτων, ενώ για την αφήγηση και τους διαλόγους πραγματοποιούνταν εκ νέου ηχογράφηση σε στούντιο και έπειτα ενσωματώνονταν στο φιλμ κατά τη διαδικασία του μοντάζ και του μιξάζ (cinecollage.net, 2014).

Αποτελεί γεγονός ότι είχαν γυρίστηκαν υπό ημι-ερασιτεχνικές συνθήκες, ενώ μοιράζονταν τους ίδιους συντελεστές και τεχνικούς και πολλές φορές και ηθοποιούς και κουστούμια. Για του λόγω του αληθές ακόμη ένα στοιχείο που υποδηλώνει την σύνδεση των ταινιών είναι ότι προκειμένου να διατηρηθεί κοινό το ύφος και κάποια τεχνικά χαρακτηριστικά χρησιμοποιήθηκαν ο ίδιος κάμεραμαν και ηχολήπτης, ο Walter Lassally και ο John Fletcher αντίστοιχα, που αποτελούν και εμβληματικές προσωπικότητα για το Free Cinema. Αναφορικά με το τελευταίο, σημαντικός παράγοντας υπήρξε και η έλλειψη οικονομικών πόρων με επακόλουθο οι ταινίες να χρηματοδοτούνται είτε από τους ίδιους τους δημιουργούς είτε από μικρές επιχορηγήσεις από το Ταμείο Πειραματικών Ταινιών του Βρετανικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου (BFI's Experimental Film Fund) και την Ford Motor Company. Οι χορηγοί είχαν παράσχει στους δημιουργούς πέραν των οικονομικών πόρων και πλήρη ελευθερία δημιουργικής έκφρασης, πράγμα που σε συνδυασμό με τα παραπάνω υποδηλώνει ότι το Free Cinema δεν ήταν απλώς ένα τσιτάτο που αποδίδονταν στις ανεξάρτητες παραγωγές με ευκολία και άνευ προϋποθέσεων και χαρακτηριστικών (cinecollage.net, 2014).

Οι τεχνολογικοί περιορισμοί, οι ελλειπείς οικονομικοί πόροι και κυρίως η συνειδητή απόφαση για εξωτερικά γυρίσματα, ώστε η ταινία να βρίσκεται σε διάδραση με την βρετανική πραγματικότητα, ήταν οι παράγοντες που προκαθόρισαν την συνολική αισθητική του Free Cinema. Οι κινηματογραφιστές υπερασπίστηκαν τα έργα του διακηρύσσοντας, στις σημειώσεις του προγράμματος Free Cinema 3, ότι παρά τις αντιξοότητες χρησιμοποιώντας τις αισθήσεις και παρέχοντας τα κατάλληλα ερεθίσματα και μηνύματα δύναται να δημιουργήσεις κάτι περισσότερο από μια απλή ταινία. (cinecollage.net, 2014).

«Με μια κάμερα 16 χιλιοστών, και με ελάχιστους πόρους, και χωρίς πληρωμές για τους τεχνικούς, δεν μπορούν να επιτευχθούν πολλά – από εμπορικής άποψης. Δεν μπορείς να κάνεις μια μεγάλου μήκους ταινία και οι δυνατότητες για πειραματισμό είναι εξαιρετικά περιορισμένες. Αλλά μπορείς να χρησιμοποιήσεις την όραση και την ακοή σου· μπορείς να δώσεις ενδείξεις· μπορείς να δημιουργήσεις ποίηση.»

(σημειώσεις προβολής Free Cinema 3)

Σε μία άλλη κατεύθυνση παρόλο που οι ταινίες του κινήματος χαρακτηρίζονται ως ποιητικά ντοκιμαντέρ, η επιμονή για τα εξωτερικά γυρίσματα δεν είχαν ως στόχο το τοπίο να χρησιμοποιηθεί για τον εξωραϊσμό του πλάνου. Πολλές είναι οι εικόνες οι οποίες προσεκτικά διαμορφώνονται ώστε να περιλαμβάνουν στο παρασκήνιο βιομηχανικά τοπία και βομβαρδισμένες περιοχές. Χαρακτηριστικά είναι τα πλάνα από τα φουγάρα των εργοστασίων στο *Wakefield Express* (1952), τα βομβαρδισμένα οικοδομικά τετράγωνα στο *Together* (1956), οι ψηλοί φράκτες και τα στενά δρομάκια στο *We Are the Lambeth Boys* (1958). Συμπεραίνεται ότι η δραματολογία λαμβάνει χώρα σε σύγκρουση-αντίθεση με το παρασκήνιο-τοπίο διαμορφώνοντας τις ζωές των ηρώων, ενώ δίνεται η αίσθηση ότι η αρχιτεκτονική λειτουργεί και αποδίδεται ως περιοριστικό μέσο αποκλεισμού, ως φυλακή (Hanley, 2011).

Ακόμη αξίζει να αναφερθεί ότι για την επίτευξη του ποιητικού ρεαλισμού το αστικό τοπίο και η πανοραμική εικόνα του ιστού (αστικό μέγεθος και πυκνότητα, townscape) κινηματογραφήθηκαν σε ακολουθία μακρινών και σε ευρείας γωνίας πλάνων. Η συγκεκριμένη τεχνική, που μέρος κριτικών ονόμασαν και «βιομηχανικό ρομαντισμό», επέτρεπε την θέαση της συνολικής εικόνας της πόλης αποσκοπώντας στην ψυχογράφιση του χώρου παρά στην ιστορική αποτύπωση. Ταυτόχρονα εντός αυτής της πεσιμιστικής πόλης, που διαμορφώνονταν από τα βιομηχανικά φουγάρα, ενυπήρχε η επιδίωξη το κοινό να ταυτίσει τον ήρωα της εργατικής τάξης με το 'θύμα' της κοινωνίας (Hill, 1986: 136).

Παράλληλα αναφορικά με την ατμόσφαιρα, η χρήση μη τεχνητού φωτισμού λειτούργησε καταλυτικά. Έτσι στο έργο *Every Day Except Christmas* (1957), τα γυρίσματα του οποίου πραγματοποιήθηκαν κατά βάση μέσα στην κλειστή αγορά του Covent Garden, η πρωινή κατήφεια αποτελεί το σημαντικό μέρος της συνολικής αισθητικής: υπογραμμίζοντας την αντίθεση μεταξύ των εργαζομένων της αγοράς, που ξεκινούν την δουλειά τους τα μεσάνυχτα, την ίδια ώρα που οι υπόλοιποι Λονδρέζοι κοιμούνται (Keady, 2004: 263).

Σημειώνεται ότι το Free Cinema υποστήριξε μια πραγματική *αισθητική της οικονομίας*, με την έννοια ότι ήταν φτηνές παραγωγές χωρίς λάμψη με χαρακτηριστικότερο το γεγονός ότι πολλές από αυτά γράφτηκαν πάνω σε χρησιμοποιημένες ροδέλες κρατικών φιλμ. Παρόλο η ποιότητα τους εκπορεύονταν από τον τρόπο που οι κινηματογραφιστές διαχειρίστηκαν τον ήχο και την εικόνα, δημιουργώντας συμβολικές αντιθέσεις μεταξύ τους (cinecollage.net, 2014).

Ακόμη αισθητική των ταινιών ήταν αρκετές φορές είναι αντιφατική και διφορούμενη. Στο *O Dreamland* (1953) ο Lindsay Anderson παρουσιάζει ένα θεματικό πάρκο χλευάζοντας όμως τον τρόπο διασκέδασης της εργατικής τάξης και όπως ο ίδιος δήλωσε πρόθεση του ήταν να «κάνει τους ανθρώπους- τους απλούς

ανθρώπους, όχι μόνο τους προνομιούχους- να έρθουν αντιμέτωποι και να κατανοήσουν την ουσιαστικότητα της ύπαρξης τους και την αξιοπρέπεια τους». Αυτή η δήλωση όμως είναι δύσκολο να γίνει αντιληπτή παρακολουθώντας την ταινία μιας και δεν καταγράφεται η στάση και η άποψη των ηρώων αλλά όπως δηλώνει πάλι ο σκηνοθέτης αυτά τα νοήματα, μηνύματα κρύβονται στις εικόνες (Hanley, 2011).

3.2. ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA

Μέσα από τα έξι προγράμματα του κινήματος αποτιμήθηκε η αξία των ταινιών αλλά και της επιτροπής των κινηματογραφιστών που γύρισαν και οργάνωσαν τα προγράμματα, ενθαρρύνοντας τον κινηματογραφικό κόσμο να μιμηθεί το ύφος και την θεματολογία. Παράλληλα μέσα από αυτές τις ταινίες διαμορφώθηκε και το ύφος των βρετανικών ντοκιμαντέρ της εποχής. Το παρόν υπηρετήθηκε τόσο από τις 11 βρετανικές παραγωγές, που κατανεμήθηκαν στο 1^ο, 3^ο και στο 6^ο πρόγραμμα, όσο και ξένες παραγωγές. (για την πλήρη φιλμογραφία του Free Cinema Βλέπε Πίνακας 1)

Το Free Cinema όμως δεν υπηρετήθηκε και δε πλαισιώθηκε μόνο από την επιτροπή και του στενού τους συνεργάτες που ασπάζονταν τις ίδιες αρχές. Έτσι αναφορικά με τη 2^η, 4^η και 5^η προβολή περιείχαν ταινίες που η επιτροπή θεώρησε ότι ακολουθούσαν την ίδια γραμμή. Τα συγκεκριμένα προγράμματα μπορεί να θεωρηθεί ότι εκπροσωπούσαν τον εθνικό κινηματογράφο και την ταυτότητα της χώρας παραγωγής τους. Το τελευταίο βασίζεται στο γεγονός ότι το δεύτερο πρόγραμμα πλαισιώνονταν από αμερικάνικες ταινίες, αντίστοιχα το τέταρτο από πολωνικές και το πέμπτο από γαλλικές. Αξίζει να σημειωθεί ότι στο τέταρτο, που έφερε τον τίτλο ‘Polish Voices’ (Πολωνικές Φωνές), συναντώνται “μαύρα” ντοκιμαντέρ με σκηνοθέτες όπως ο Borowczyk, ο Lenica και ο Roman Polanski αλλά και το πέμπτο πρόγραμμα, με τίτλο ‘French Renewal’ (Γαλλική Ανανέωση), απαρτίζεται από ταινίες της Nouvelle Vague των François Truffaut και Claude Chabrol κ.ά. (Ellis, 1977: 30-31). [(Βλέπε Φιλμογραφία Φ.2.)]

Κοινός παρονομαστής για την επιλογή των ταινιών που διαμόρφωσαν τα προγράμματα ήταν οι ταινίες να απέκλιναν από τις συμβάσεις και γενικότερα από τη αισθητική της βιομηχανίας του θεάματος, προκαλώντας μέσα από το διαφορετικό ύφος τους (Sørenssen, 2012: 183-184). Ακόμη ένα κριτήριο ήταν η απεικόνιση της σύγχρονης “αστικότητας”, με την έννοια της έμφασης στις πολιτιστικές δομές και κυρίως στην αναδυόμενη κουλτούρα των νέων. Πηγή αναφορά για το τελευταίο υπήρξε το έργο του Humphrey Jennings που οριοθέτησε το λυρικό ύφος απεικόνισης της ανθρωπολογίας των καθημερινών ανθρώπων (Clarke, 2012: 208). Ακόμη κοινό σημείο του υποβάθρου θα έπρεπε να είναι η αντιπαράθεση της αισθητικής του κοινωνικού ρεαλισμού, έτσι όπως τον είχε οριοθετηθεί από τα κείμενα του κινήματος βάσει του θεωρητικού John Grierson με τα χρηστά ήθη της εποχής (Sørenssen, 2012: 183-184).

FREE CINEMA 1: Η ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

Στα τέλη του 1955 οι Tony Richardson και Karel Reisz είχαν ολοκληρώσει τα γυρίσματα της ταινίας *Momma Don't Allow*(1956), ενώ ο Lindsay Anderson βοηθούσε την Lorenza Mazzetti στην επεξεργασία της ταινίας *Together*(1956). Ο Anderson παρόλο που επί του παρόντος δεν γύριζε κάποια ταινία, είχε ήδη έτοιμη την ταινία μικρού μήκους *O Dreamland*(1953), η οποία δεν είχε προβληθεί (screenonline. org.uk, 2013)ⁱⁱ.

Παρόλο που οι ταινίες είχαν γυριστεί ετεροχρονισμένα μοιράζονταν κοινά χαρακτηριστικά, όπως το ύφος και η οπτική που διαχειρίζονταν την θεματική. Ο Anderson γνωρίζοντας την δυσκολία έγκρισης προβολής μιας ταινίας παρότρυνε τους έτερους Reisz, Mazzetti και Richardson να δημιουργήσουν ένα νέο κίνημα που συνοδεύεται με το αντίστοιχο κείμενο που θα διατυπώνει τις αρχές και τους στόχους τους. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούσαν να κεντρίσουν το ενδιαφέρον του τύπου ώστε να διεκδικήσουν κάποιες μέρες για την προβολή των ταινιών τους στον NFT (screenonline. org.uk, 2013)ⁱⁱ.

Το μανιφέστο που δημοσιοποιήθηκε έφερε την υπογραφή και των τεσσάρων, ενώ οι κριτικοί και τα μέσα υποδέχθηκαν με μεγάλο ενθουσιασμό αυτή τη νέα πρόταση. Έτσι το τριήμερο προβολών που ξεκίνησε στις 5 Φεβρουαρίου του 1956 καλύφθηκε διεξοδικά από τον τύπο και την τηλεόραση, ενώ ο κόσμος συνέρεε με αποτέλεσμα τα εισιτήρια να εξαντληθούν και πάνω από τρεις χιλιάδες θεατές να παρακολουθήσουν το πρώτο πρόγραμμα (Reekie, 2003: 139). Χαρακτηριστικό είναι δημοσίευμα της εφημερίδας London Evening News που έγραψε ότι «άνθρωποι με διαφορετικές καταβολές, αισθητική και ιδιοσυγκρασία εκείνη την μέρα φαίνεται να ταυτίστηκαν παρευρισκόμενοι στο NFT» (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009).

Αναφορικά με τις ταινίες η πρώτη που γυρίστηκε στο Λονδίνο είναι το *Together*(1956) της Lorenza Mazzetti και του Denis Horne και περιγράφει την ζωή δύο κωφάλαλων λιμενεργατών που βιώνουν τον κοινωνικό αποκλεισμό και τους εμπαιγμούς από μικρά παιδιά. Η ταινία, που ήταν η μεγαλύτερη σε διάρκεια, αποτυπώνει ποιητικά την περιοχή του East End με την κάμερα να παρακολουθεί τους ήρωες να διασχίζουν στενά δρομάκια, να βρίσκονται σε λιμενικές εγκαταστάσεις, αποθήκες, παμπ ακόμα και σε εγκαταλελειμμένους βομβαρδισμένους χώρους. Μέσα από τα πλάνα προσεγγίζεται η καθημερινή ζωή της εργατικής τάξης υπό το νεωτερικό, για τα δεδομένα του βρετανικού κινηματογράφου, πρίσμα του ιταλικού νεορεαλισμού και γι' αυτό έχουν χρησιμοποιηθεί ερασιτέχνες ηθοποιοί. Αντιπαραβάλλοντας την ταινία με την φράση του μανιφέστο «*καμία ταινία δεν δύναται να είναι τόσο προσωπική*», αυτή λόγω της ιδιάζουσας και ευαίσθητης θεματικής τείνει να είναι ίσως η πιο προσωπική. Μάλιστα τα ζητήματα που έθιγε και το συνολικό της πνεύμα ερχόταν σε αντίθεση και διέφερε αρκετά με τις άλλες δυο ταινίες του προγράμματος. Αυτή η παραγωγή όχι μόνο ξεκίνησε με τις καλύτερες προοπτικές, με την στήριξη του Βρετανικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου (BFI) και με πρωταγωνιστές τους γνωστούς γλύπτη Eduardo Paolozzi και ζωγράφο Michael Andrews, αλλά έλαβε εξαιρετικές κριτικές στο Φεστιβάλ των Καννών διεκδικώντας επάξια πέντε εβδομάδες προβολής στην

Ακαδημία Κινηματογράφου του Λονδίνου (BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema, 2009· screenonline.org.uk, 2013)^{vii}.

Εικόνα 31: Εικόνες από το φυλλάδιο και το μανιφέστο της προβολής Free Cinema 1

FREE CINEMA

FREE CINEMA is the comprehensive title that has been chosen for a special programme of new films which will be shown at the National Film Theatre for four days from February 5th to 8th.

NONE OF THESE FILMS has been produced within the framework of the commercial cinema. *Momma Don't Allow* and *Together* were made with the support of the British Film Institute's Experimental Production Fund; *O Dreamland* was completely unsolicited.

THE MAKERS of the films prefer to call their work "free" rather than "experimental". It is neither introverted nor esoteric. Nor is its concern primarily with technique.

THESE FILMS ARE FREE in the sense that their statements are entirely personal. Though their moods and subjects differ, the concern of each of them is with some aspect of life as it is lived in this country, to-day. A jazz club in a North London pub; the mean streets of London's East End dockland; an amusement park in a south coast resort . . . these locations may have figured in British films before. But here is an effort to see and to feel them freshly, with love or with anger—only not coldly, hygienically or conventionally.

IN EFFECT, the makers of these films offer them as a challenge to orthodoxy.

" O DREAMLAND "
A Sequence Film
Direction Lindsay Anderson
Camera and Assistance . . . John Fletcher

In this short record of some contemporary British ways of pleasure, all the sights and sounds are genuine—that is to say, unstaged. It must therefore be classed, I suppose, as a " Documentary." But it is unfortunate that this term has come to suggest little more than a miscellaneous assortment of instructional, informational, " interest " or advertising shorts.

Perhaps the qualification " social documentary," used by Jean Vigo when talking about "*Apropos de Nice*," will suggest the approach more clearly. Vigo said: " social documentary is distinct from the ordinary short film and the weekly newsreel in that its creator will establish his own point of view . . . it will dot its own 'i's. If it doesn't involve an artist, it involves at least a man."

British documentaries, on the other hand, rarely give the impression of having been made by human beings: they seem rather the well-turned product of a highly efficient, standardised industrial process. No rough edges. " Please one—please all." This at least cannot (I hope) be said about "*O DREAMLAND*."

" MOMMA DON'T ALLOW "
Direction Karel Reisz, Tony Richardson
Camera Walter Lassally
Editing and Sound . . . John Fletcher
with The Chris Barber Band, Chris Barber (trumpet), Pat Haines (trumpet), Mopsy Samshine (saxophone), Louise Dungey (guitar), Jim Berg (bass), Ron Bowden (drums), Otilie Patterson (vocal).

Momma Don't Allow was shot on nine Saturday evenings at the Wood Green Jazz Club among and with the co-operation of the club's members. It was made cheaply—on 16 mm. film; with single-track sound transferred from tape recordings; mainly with the camera held in the hand; and with lights strung up in fixed positions from the rafters.

Funds for the film were provided by the British Film Institute's Experimental Film Committee which, after seeing a treatment for the film, allowed us complete freedom to get on with it. Unhindered by sponsorship, we did not need to take up the conventional class attitudes of British film-making, we felt free not to disapprove of Teddy-boys, not to patronise shop-girls, not to make sensational or hysterical a subject which is neither (but is almost always shown so).

Suburban London jazz clubs are run for and by enthusiasts: their atmosphere is not whipped up by promoters but created by the typists and students, shop-girls and Teddy-boys who have evolved their own free styles of dancing and who, on several evenings each week, meet and create their own world. It is the freedom, exuberance and vitality of this world that we set out to capture and to admire.

" TOGETHER "
Direction Lorenza Mazzetti
Story Denis Horne
Music Daniele Paris
Camera Hamid Hadari
Additional Photography . . . Geoffrey Simpson, Walter Lassally, John Fletcher
Supervising Editor . . . Lindsay Anderson
Editor and Recordist . . . John Fletcher
with Michael Andrews and Eduardo Paolozzi and Vally, Denis Richardson, Cecilia May.

Lorenza Mazzetti came to London in 1952, to study painting at the Slade school. The same year, with funds put up by London University, she shot two adaptations from short stories by Kafka—*Metamorphosis* and *The Country Doctor*. *Together*, her first film on 35 mm., is from a story specially written for her by Denis Horne.

Although *Together* has been shot entirely in the streets and houses, the markets and pubs of the East End—and with people of the East End behaving on the screen exactly as they behave in life—it is very far from being a Documentary. Nor is this intended as a realistic story of two deaf-mute labourers in the London Docks. It is not so much their muteness that matters, as their isolation. Above all, this is a poetic film.

Like *Momma Don't Allow*, *Together* was made with the help of the British Film Institute's Experimental Production Fund. Invaluable help was also given by a large number of generous individuals and professional organisations. There are no professional actors in the film: Michael Andrews is an artist and Eduardo Paolozzi a sculptor. The music by Daniele Paris, the young Italian composer and conductor, is scored for violin, viola, cello, flute and clarinet, with concertina soli. It was performed by a section of the Philharmonia of London, conducted by the composer.

Free Cinema
" O DREAMLAND "
" MOMMA DON'T ALLOW "
" TOGETHER "

NATIONAL FILM THEATRE, SOUTHBRIDGE FEBRUARY 1956

Πηγή:

webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/programme/prog1.html, ίδια επεξεργασία

Η έτερη ταινία είναι το *Momma Don't Allow* (1956), που αποτελούσε μια οικεία εκδοχή αναπαράστασης της διασκέδασης της μεσαίας τάξης και γυρίστηκε σε ένα νυχτερινό κέντρο τζαζ μουσικής του βόρειου Λονδίνου. Τα σενάρια πραγματεύεται την αναδυόμενη κουλτούρα της νέας γενιάς, αντιπαραβάλλοντας την αυτοπεποίθηση και ξεγνοιασιά των νεαρών ανδρών (γενιά των 'Teddy Boys') με την στρυφνότητα και εριστικότητα των πλουσίων. Όπως όλα τα πρώιμα έργα του κινήματος δεν συνοδεύεται από αφηγηματική αλλά οι συζητήσεις, τα γέλια, ο χορός και η μουσική είναι που δομούν την διήγηση. Λόγω της θεματικής της

υπήρξε ιδιαίτερα λαοφιλής, ενώ και οι κριτικές ήταν αρκετά ενθαρρυντικές γι' αυτό το έργο των Lindsay Anderson, Tony Richardson και Karel Reisz που ήταν στην αρχή της σκηνοθετικής τους καριέρας (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema, 2009*· screenonline.org.uk, 2013)^{viii}.

Τέλος, η ταινία που άνοιξε το πρόγραμμα ήταν το *O Dreamland(1953)* που ξεναγεί τον θεατή στο ομώνυμο θεματικό πάρκο (λούνα παρκ) στο Margate. Αποτελεί ένα από τα πιο προσωπικά έργα του Anderson, μιας και διαφαίνεται η επικριτική στάση του σκηνοθέτη προς τα αξιοθέατα μέσα από τη ζοφερή αισθητική που επιλέγει για να αποδώσει την εικόνα του πάρκου (screenonline.org.uk, 2013)^{ix}

FREE CINEMA 3: Η ΔΕΥΤΕΡΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΑΙΝΙΩΝ

Μετά την επιτυχία του πρώτου προγράμματος και το διάλλειμα με παραγωγές από το εξωτερικό του Free Cinema 2, το κίνημα συνέχισε την διερεύνηση της βρετανικής κοινωνίας με ένα ακόμη πρόγραμμα με ταινίες εγχώριας παραγωγής. Το πρόγραμμα προβλήθηκε τον Μάιο του 1957 για τέσσερις μέρες γνωρίζοντας εξίσου μεγάλη αποδοχή με τα προηγούμενα δύο. Ακόμη σηματοδότησε την *επιστροφή στην Βρετανία* και έτσι πήρε τον τίτλο «Look at Britain», με δυο από τις τέσσερις ταινίες να αποτυπώνουν με ακρίβεια την ρουτίνα και την κινητικότητα εμβληματικών, κεντροβαρικών περιοχών του Λονδίνου (screenonline.org.uk, 2013)ⁱⁱⁱ.

Έτσι η ταινία *Every Day Except Christmas(1957)* καταγράφει το μοτίβο ζωής μιας ολόκληρης μέρας στην εμπορική αγορά του Covent Garden και αποτέλεσε την κεντρική ταινία αυτού του προγράμματος και μια από τις πιο χαρακτηριστικές του κινήματος με αναφορές σε αυτή μέχρι και σήμερα. Ήταν ουσιαστικά η πρώτη ταινία του που γύρισε ο Anderson για το ίδιο το κίνημα και με τους πόρους που του προσέφερε η Ford Motor Company, ήταν μια καλογυρισμένη και αρκετά εκλεπτυσμένη παραγωγή. Ο σκηνοθέτης έλαβε διθυραμβικά σχόλια κερδίζοντας το βραβείο καλύτερου ντοκιμαντέρ στο φεστιβάλ της Βενετίας, ενώ ο ίδιος ισχυρίστηκε ότι η ταινία του αποτελεί *ποίηση για την καθημερινή ζωή*. Ο ισχυρισμός αυτός βασίστηκε στο γεγονός της σαφής απεικόνισης της αξιοπρέπειας, του μόχθου και την ζωντανίας των εργατών, όπως ακριβώς ήθελε τους ήρωες του ο Humphrey Jennings. Ενώ για πρώτη φορά η ηχητική επένδυση συνοδεύεται από την αφήγηση και τους σχολιασμούς του ίδιου του σκηνοθέτη. Ακόμη ένα στοιχείο που κάνει την ταινία άξια μελέτης, είναι το γεγονός ότι αποτελεί ένα μοναδικό ντοκουμέντο της λειτουργίας του Covent Garden, με τον αρχικό της χαρακτήρα, ως εμπορικής αγοράς οπωροκηπευτικών πρώτου μεταβληθεί σε εμπορικό και τουριστικό κέντρο (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema, 2009*)· screenonline.org.uk, 2013)^{iv}.

Παράλληλα κάνουν το ντεμπούτο τους δυο νέοι σκηνοθέτες οι Claude Goretta και Alain Tanner, οι οποίοι έχοντας ενστερνιστεί τις αρχές του κινήματος, παρουσίασαν την ταινία *Nice Time(1957)*. Η ταινία καταγράφει τις ελπίδες και την απογοήτευση των νέων στα μέσα του '50 που αναζητούν την διασκέδαση και την διαφυγή στον πλέον ψυχαγωγικό κέντρο του West End και πιο συγκεκριμένα γύρω από την Piccadilly Circus. Προκειμένου να αποθανατιστεί η πλήρης αντικειμενική εικόνα, τα γυρίσματα πραγματοποιούνταν μόνο τα

σαββατοκύριακα κατά τις βραδινές, με το άγαλμα τους έρωτα ή τις φωτεινές πινακίδες νέον να βρίσκονται πάντα στο πλάνο. Αξιοσημείωτο είναι ότι η ταινία ξεκίνησε με επιχορήγηση των 240 λιρών και για τα γυρίσματα που διήρκησαν 25 σαββατοκύριακα χρησιμοποιήθηκαν σχεδόν 1.800 μέτρα φιλμ και τέσσερις μήνες συνεχούς μοντάζ (screenonline.org.uk, 2013)^v.

FREE CINEMA 6: Η ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

Μετά το πέρας τριών χρόνων και πέντε προγραμμάτων με σημαντικούς εκπροσώπους του ευρωπαϊκού κινηματογράφου, είχε επέλθει το πλήρωμα το χρόνου για τους δημιουργούς του Free Cinema να παρουσιάσουν τις πιο ώριμες δημιουργίες τους για τον επίλογο του κινήματος. Έτσι τον Μάρτιο του 1959 έλαβε χώρα η τελευταία προβολή αποσπώντας κριτικές που εξέφραζαν την λύπη τους για το πέραςμα του κινήματος. Αξίζει να σημειωθεί ότι παρόλο που οι κύριοι εμπνευστές του κινήματος είχαν αποχωρήσει, οι κινηματογραφιστές που παρέμειναν και όσοι υιοθέτησαν τις αισθητικές αρχές του κινήματος κατάφεραν να διατηρήσουν το ίδιο πνεύμα και τον ενθουσιασμό του κοινού (screenonline.org.uk, 2013)^x.

Η ταινία που άνοιξε το πρόγραμμα ήταν του Karel Reisz το *We Are the Lambeth Boys*(1959), ακόμη ένα σενάριο που ασχολείται με μια πτυχή της εργατική τάξης. Θεωρήθηκε ότι ήταν συνέχεια της ταινίας *Every Day Except Christmas*(1957) του τρίτου προγράμματος και του *Momma Don't Allow*(1956) από το πρώτο, μιας και για ακόμη μια φορά σκιαγραφείται το πορτρέτο μιας κοινωνικής ομάδας, που στην συγκεκριμένη περίπτωση αφορά τους εφήβους και τους νέους άνδρες. Όπως οι ταινίες που προαναφέρθηκαν έτσι και αυτή διαμορφώνει το ύφος της μέσα από την ζωντάνια, τον ενθουσιασμό και τον πλουραλισμό του θέματός της. Αξίζει να αναφερθεί ότι αποτέλεσε μια από τις πιο οικείες εκδοχές προβολής των 'Teddy Boys', καταρρίπτοντας την στερεοτυπική ειδεχθή εικόνα των μέσων, προβάλλοντας τα νέα αγόρια και κορίτσια ως παρορμητικά και θορυβώδη αλλά με τις ίδιες ελπίδες και ματαιώσεις των μεγαλύτερων, συντηρητικών γενεών. Οι ήρωες της ταινίας πάλευαν ακόμη με το σχολείο ή έκαναν τα πρώτα τους βήματα στο εμπόριο ή σε άλλες 'βαρετές' δουλειές, αλλά κυρίως τους απασχολούσε η διασκέδασή τους. Έτσι η κάμερα ακολουθεί μια ομάδα νεαρών αγοριών στην εργασία, το σπίτι και στον ελεύθερο τους χρόνο προκειμένου να καταγραφούν οι προσδοκίες και οι απογοητεύσεις αυτής της γενιάς. Σημειώνεται ότι τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν στην λέσχη νέων Alford House της περιοχής Oval στο Kennington του νότιου Λονδίνου. Για κάποιους κριτικούς θεωρήθηκε ότι ήταν τόσο επιμελής παραγωγή που σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ταινίες, που παρατηρούνταν ψεγάδια αταξίας, αυτή έδειχνε επιτηδευμένη. Πιο συγκεκριμένη έχει καταγραφεί ότι η αφηγηματική της ήταν ανεπιτυχής και ο προσεγμένος τόνος της μεσαίας τάξης σε σύγκριση με την επαναπαυμένη εργατική τάξη καθιστούν την ταινία μερικώς πατροναρισμένη. Παρόλα αυτά ο τύπος σε αφιέρωμα του εκθείασε την ταινία γιατί κατάφερε να ενσωματώσει την δυναμική, την ζωντάνια, την ανεκτικότητα αλλά και την πολύπλοκη αίσθηση της κοινωνίας. Ενώ ακόμη μια επιτυχία για το Free Cinema 6 ήταν ότι την ίδια χρονιά η συγκεκριμένη ταινία κέρδισε το πρώτο βραβείο ταινίας μικρού μήκους σε φεστιβάλ στην Γαλλία και εκπροσώπησε την

Βρετανία στο φεστιβάλ κινηματογράφου της Βενετίας (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009· screenonline.org.uk, 2013)^{xi}.

Συνέχεια στον πρόγραμμα έδωσε η ταινία *Refuge England(1959)* ενός νέου Ελβετού σκηνοθέτη, του Robert Vas, ο οποίος έχοντας λάβει επιχορήγηση από το ταμείου πειραματικών ταινιών του Βρετανικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου (Experimental Film Fund) γύρισε μια διαφορετικής θεματολογίας ταινία που μπορεί να θεωρηθεί και αυτοβιογραφική. Ο σκηνοθέτης όντας ο ίδιος μετανάστης κινηματογράφησε την συγκεκριμένη ταινία που πραγματεύεται τις εμπειρίες ενός Ούγγρου πρόσφυγα που μόλις έχει φτάσει στο Λονδίνο χωρίς να γνωρίζει την γλώσσα, με λίγα χρήματα και με μόνο εφόδιο μια διεύθυνση γραμμένη σε ένα καρτ ποστάλ. Μέσα από την απεικόνιση αυτού του καινούργιου περιβάλλοντος για το ήρωα αντιπαραβάλλονται τα συναισθήματα του, η απομόνωση με την ανησυχία και απελπισία με την ελπίδα. Παράλληλα με την αφήγηση καταγράφεται η αντίθεση των εικόνων και ήχων, καθώς η κάμερα υπό το πρίσμα της διερευνητικής ματιάς του πρωταγωνιστή αποτυπώνει την διαδρομή από το Waterloo στο West End και στα προάστια με τις μονοκατοικίες (semi-detached houses). Ο θεατής βλέπει την πόλη μέσα από τα μάτια του ήρωα, συγκεκριμένα ενός όμορφου αλλά και δαιδαλώδους Λονδίνου που προκαλεί φόβο. Αν και μετά την παραγωγή της ταινίας αποφασίστηκε να συμπεριληφθεί στο πρόγραμμα, η ταινία παραλληλίστηκε με τον *Together* γιατί κατάφερε να αιχμαλωτίσει αυτό που Lindsay Anderson ονόμαζε *ποίηση της καθημερινής ζωής*. Ακόμη ένα στοιχείο για το οποίο ξεχώρισε η ταινία ήταν ότι κατόρθωνε να εισάγει τον εξωτερικό θεατή στην ψυχολογία και το περιβάλλον που καλούνταν να ζήσει ο πρωταγωνιστής (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009· screenonline.org.uk, 2013)^{xii}.

Ακόμη μια ταινία που αφορά το κινηματογραφημένο Λονδίνο είναι το *Food for a Blush(1955)* από ακόμη μια νεόφερτη σκηνοθέτη για το κίνημα την Elizabeth Russell. Το έργο ξάφνιασε το κοινό για τα σουρεαλιστικά του στοιχεία και για την σκηνοθετική οπτική που διέφερε αισθητά με ότι είχε παρουσιάσει μέχρι πρωτινός το Free Cinema. Σημειώνεται ότι το έργο αποτελεί ένα ντοκιμαντέρ που εξετάζει την απογοήτευση των νέων, μιας και εκφράζεται η ανησυχία του σκηνοθέτη μέσα από την κινηματογράφιση της ξεπερασμένης γενιάς των ‘Teddy Boys’, μιας γενιάς χωρίς στόχους, που περιφέρεται άσκοπα στις καφετέριες και τις παμπς της *King's Road*. Αναφορικά με τα πιο τεχνικά χαρακτηριστικά παρατηρείται ότι το μοντάζ είναι πιο ανεπιτήδευτο ενώ η αφήγηση είναι αισθητά περιορισμένη. Ακόμη όπως και οι υπόλοιπες ταινίες του κινήματος μεταφέρει με μεγάλη ακρίβεια της αίσθηση του δρόμου με την πλειονότητα των γυρισμάτων να έχουν πραγματοποιηθεί στην καλλιτεχνική γειτονιά του Chelsea (screenonline.org.uk, 2013).

Τέλος, η ταινία *Enginemen(1958)*, του Michael Grigsby, καταγράφει την ζωή και την εργασία των μηχανουργών στις σιδηροδρομικές εγκαταστάσεις του Manchester την εποχή του εκσυγχρονισμού του βρετανικού σιδηροδρομικού δικτύου. Η ταινία επιλέχθηκε από την επιτροπή του κινήματος για τα ιμπρεσιονιστικά του στοιχεία και για την αποτύπωση των συναισθημάτων των εργατών. Μάλιστα προσέλκυσε

το ενδιαφέρον του Lindsay Anderson μιας και πολλοί την συνέκριναν με την δική του ταινία *Every Day Except Christmas*(1957)[screenonline.org.uk, 2013]^{xiii}.

Πίνακας 1: Οι ταινίες ανά προβολή του Free Cinema και αυτές που συνέχισαν το κίνημα

FREE CINEMA 1 1956	FREE CINEMA 2 1956	FREE CINEMA 3 'Look at Britain' 1957	FREE CINEMA 4 'Polish Voices' 1958	FREE CINEMA 5 'French Renewal' 1958	FREE CINEMA 6 'Το τελευταίο Free Cinema' 1959	POST-FREE CINEMA 'Συλλογή από μικρού μήκους' 1959-1963	POST-FREE CINEMA FEATURES 'Το βρετανικό New Wave' 1958-1963
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Momma Don't Allow, 1956</i> ▪ <i>Together, 1956</i> ▪ <i>ODreamland, 1953</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>On the Bowery, 1955</i> ▪ <i>Neighbours, 1952</i> ▪ <i>Le Sang des Bêtes, 1949</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Every Day Except Christmas, 1957</i> ▪ <i>Nice Time, 1957</i> ▪ <i>Wakefield Express, 1952</i> ▪ <i>The Singing Street, 1952</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Where the Devil Says Good-night, 1956</i> ▪ <i>Paragraph Zero, 1956</i> ▪ <i>House of Old Women, 1957</i> ▪ <i>Once upon a Time, 1957</i> ▪ <i>Dom, 1958</i> ▪ <i>Two Men and a Wardrobe, 1957</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Les Mistons, 1957</i> ▪ <i>Le Beau Serge, 1958</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>We Are the Lambeth Boys, 1959</i> ▪ <i>Refuge England, 1959</i> ▪ <i>Food for a Blush, 1955</i> ▪ <i>Enginemen, 1959</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Terminus, 1961</i> ▪ <i>The Vanishing Street, 1962</i> ▪ <i>March to Aldermaston, 1959</i> ▪ <i>Tomorrow's Saturday, 1962</i> ▪ <i>Gala Day, 1963</i> ▪ <i>Saturday Men, 1963</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Room at the Top, 1958</i> ▪ <i>Look Back in Anger, 1959</i> ▪ <i>Saturday Night Sunday Morning, 1961</i> ▪ <i>A Taste of Honey, 1962</i> ▪ <i>The Loneliness of the Long Distance Runner, 1962</i> ▪ <i>This Sporting Life, 1963</i>

* Οι ταινίες με έντονη γραφή είναι οι υπό μελέτη ταινίες του Free Cinema που γυρίστηκαν στο Λονδίνο.

* Κατηγοριοποίηση ταινιών κατά Dupin(2002) για το BFI.

Πηγή: Dupin 2002: 3-4, Ιδία επεξεργασία

3.3. ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΚΑΙ Ο ΑΠΟΗΧΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ

Αν και οι ίδιοι οι δημιουργοί του Free Cinema δεν φιλοδοξούσαν για να την ανάδειξη των ταινιών τους ως κινηματογραφικό κίνημα λόγω της ξεχωριστής του ταυτότητας, η θεματολογία τους και τα κοινά χαρακτηριστικά τους ήταν ικανά για την διεκδίκηση του όρου “κίνημα”. Οφείλεται όμως να σημειωθεί ότι σε σύγκριση με τα αντίστοιχα κινήματα του ιταλικού νεορεαλισμού και του γαλλικού Nouvelle Vague δεν γνώρισε την ίδια διεθνή αναγνώριση ενώ και η περιορισμένη διάρκεια του δεν συνέβαλε για το τελευταίο. Έτσι το 1959 ανακοινώθηκε το τέλος του κινήματος μέσα από ένα απολογητικό κείμενο που συνόδευε την έκτη και τελευταία προβολή του Free Cinema 6 , όπου γίνονταν λόγος για τη μάχη που έπρεπε να δίνουν κάθε φορά οι παραγωγοί δρώντας εκτός των συμβατικών ορίων της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Δεν επρόκειτο για τον αγώνα έγκρισης των κρατικών επιχορηγήσεων και λοιπών πόρων, αλλά για την μάχη που έδιναν να διεκδικήσουν το δικαίωμα προβολής του έργου τους. Μάλιστα μέσα από την συγκεκριμένη δημοσίευση η ομάδα των δημιουργών φέρεται να είναι αρκετά ανακουφισμένη για την λήξη του Free Cinema (cinecollage.net,2014).

«Κάθε φορά, όταν οι ταινίες έχουν παραχθεί, υπάρχει η ίδια μάχη που πρέπει να δοθεί, για το δικαίωμα να προβάλλουμε τις ταινίες μας. Όπως λέει ο παράφρον όταν χτυπάει το κεφάλι στον τοίχο: είναι ωραία όταν σταματάς.»

(σημειώσεις προβολής Free Cinema 6)

Ακόμη ένας λόγος που συντέλεσε στον τερματισμό του Free Cinema φέρεται πως ήταν και η εμφάνιση του βρετανικού New Wave, που εν μέρει σηματοδότησε τα όρια αλλά την πάροδο του κινήματος και την μετάβαση του νεορεαλισμού στην νέα δεκαετία. Για τις κυρίαρχες μορφές τους κινήματος αυτό λειτούργησε ως μαθητεία και έτσι η εμπειρία που απέκτησαν συνέβαλλε καταλυτικά στην άνθιση ενός νέου είδους ταινιών, που ακολούθησαν μετά το Free Cinema και εντάσσονται στο πνεύμα του βρετανικού New Wave, τα *Kitchen Sink Dramas*. Πάρα ταύτα μέσα σε αυτό το κλίμα των κινηματογραφικών αλλαγών, μια ομάδα από νέους και άπειρους σκηνοθέτες θέλοντας να κρατήσουν ζωντανό το Free Cinema συνέχισαν το εγχείρημα γυρίζοντας μικρού μήκους και χαμηλού προϋπολογισμού ταινίες υιοθετώντας το ύφος του κινήματος (screenonline.org.uk, 2013)ⁱ.

Έτσι ο σκηνοθέτης της ταινίας *Enginemen* (1958), Michael Grigsby, συνέχισε στο ίδιο ύφος κινηματογραφώντας την ταινία *Tomorrow's Saturday* (1962) που πραγματεύονταν τις συνήθειες των κατοίκων της εργατικής τάξης του Lancashire κατά τα σαββατοκύριακα. Ενώ ο Robert Vas, σκηνοθέτης της ταινίας *Refuge England*, γύρισε αρκετά ντοκιμαντέρ μικρού μήκους στο Λονδίνο, με γνωστότερο το *The Vanishing Street* (1962) που αφορούσε την εβραϊκή κοινότητα του East End. Οι παραγωγές και των δυο σκηνοθετούν προσδίδουν την προσδοκία και τον αγώνα τους για την έγκριση και προβολή ακόμη ενός προγράμματος υπό τον τίτλο του Free Cinema. Το εγχείρημα αυτό έληξε άδοξα με του υπεύθυνους του BFI

να απορρίπτουν την πρόταση προβολής ακόμη ενός προγράμματος, παρά το γεγονός ότι κοινό και κριτικοί αδημονούσαν για κάτι τέτοιο (screenonline.org.uk, 2013)^{xv}.

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός της άρνησης του Ταμείου Πειραματικού Κινηματογράφου(Experimental Film Fund- BFI) να χρηματοδοτήσει τόσο τις ταινίες που προαναφέρθηκαν όσο και την πλειονότητα αυτών που είχαν σαφείς αναφορές ή μοιράζονταν κοινά χαρακτηριστικά με αυτές του κινήματος. Αναφορικά το *Gala Day* (1963) και το *The Saturday Men* (1963), αποτελούν χαρακτηριστικά παραδείγματα του συλλογικού έργου των δημιουργών του κινήματος που συνδύασαν την τεχνική αυτού με πρακτικές που προέρχονταν από σύγχρονο αμερικάνικο κινηματογράφο (screenonline.org.uk, 2013)^{xv}.

Αρκετές ταινίες μικρού μήκους που προβλήθηκαν από τα τέλη του '50 μέχρι τις αρχές του '60 συνδέθηκαν περισσότερο ή λιγότερο άμεσα με το εγχείρημα του Free Cinema. Στο ντοκιμαντέρ *March to Aldermaston* (1959), που καταγράφει την πρώτη πορεία διαμαρτυρίας από το Λονδίνο προς το εργοστάσιο πυρηνικών όπλων του Aldermaston, αντιπαραβάλλονται οι αισθητικές επιρροές του κινήματος και η τεχνική του τηλεοπτικού ρεπορτάζ. Το τελευταίο ήταν αποτέλεσμα του διαφορετικού υπόβαθρου των συντελεστών, μιας και για την παραγωγή της ταινίας συνεργάστηκαν τόσο οι γνωστοί κινηματογραφιστές του κινήματος όσο και τεχνικοί της τηλεόρασης. Αντίστοιχα στην ταινία μικρού μήκους *Terminus* (1961) του John Schlesinger, που αναφέρεται σε μια συνηθισμένη μέρα στον σταθμό του Waterloo, έχει υιοθετηθεί από το Free Cinema το παρατηρητικό ύφος του και η δημιουργική χρήση της κάμερας που παράλληλα καταγράφει και τους φυσικούς ήχους του χώρου. Πέρα όμως από τον κινηματογράφο η αισθητική και η θεματική του κινήματος φέρεται να επηρέασε και τηλεοπτικές παραγωγές, όπως η μικρού μήκους ταινία *Morning in the Streets* του Denis Mitchell που προβλήθηκε στο BBC το 1959 και αφορούσε την ζωή της εργατικής τάξης του Manchester, του Salford, του Stockport και του Liverpool (screenonline.org.uk, 2013)^{xv}. Ενώ μέσα σε αυτό το κλίμα αλλαγών ο δημοφιλής εμπορικός κινηματογράφος είχε υποστεί το κατάλληλο πλήγμα ώστε να αλλάξει πορεία δανειζόμενος στοιχεία του Free Cinema και ο βρετανικός κινηματογράφος ξεκίνησε την εγκαθίδρυση του δικού του Νέου Κύματος(New Wave) [(BFI-Διαδραστικό Αρχείο: *Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009)].

Στον αντίποδα όλων των παραπάνω η έκταση και η δημοσιότητα που έλαβε το Free Cinema είχε ως αντίκτυπο πολλοί από τους υπόλοιπους κινηματογραφιστές, που γύριζαν ντοκιμαντέρ ή ταινίες μικρού μήκους, να απορρίπτουν χορηγίες και αισθητικές που θα τους συνέδεαν με το υπό μελέτη κίνημα. Ενώ στα χρόνια που ακολούθησαν η ιστορία των ντοκιμαντέρ ξαναγράφηκε και καινούργια κινήματα γεννήθηκαν με το πνεύμα του Free Cinema είτε να είναι εμφανές είτε να αποτελεί μια αφανή επιρροή (screenonline.org.uk, 2013)^{xv}.

3.4. ΚΡΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Από το κίνημα των ντοκιμαντέρ του 1930 και το θεωρητικό πλαίσιο του Grierson και του Humphrey Jennings μέχρι το Free Cinema και τα μετέπειτα κινηματογραφικά είδη και ρεύματα που δέχτηκαν την επιρροή αυτών, προκύπτει ότι εντοπίζονται μια σειρά από σημαντικές αντιστοιχίες. Πιο συγκεκριμένα κοινά σημεία αποτελούν η αλληλεπίδραση θεωρίας και πρακτικής, η συσπείρωση ενάντια στον εμπορικό σινεμά, η αφοσίωση προς τον κοινωνικό ρεαλισμό και η εστίαση στην καταγραφή της ζωής της εργατικής τάξης.

Παρά τους φανατικούς οπαδούς και την καίρια υποστήριξη από τα μέσα και το BFI (British Film Institute), προκύπτει ότι ενώ το κίνημα ξεκίνησε με τα κατάλληλα φόντα δεν έλαβε την ανάλογη αναγνώριση που γνώρισαν αντίστοιχα κινήματα ρεαλισμού ή και νέο-ρεαλισμού, ώστε να μνημονεύεται μέχρι και σήμερα. Προκύπτει ότι η ρεαλιστική πρακτική προσέγγισης της κοινωνίας εκ των έσω και καταγραφής της ως έχουν, θεωρήθηκε συγκαταβατική. Παρά την έμφαση που δόθηκε για την κουλτούρα της εργατικής τάξης φαίνεται ότι οι κινηματογραφιστές παρέμειναν απλώς παρατηρητές, είτε λόγω των τεχνολογικών περιορισμών αλλά κυρίως λόγω έλλειψης της κατάλληλης ριζοσπαστικής προοπτικής που θα επέτρεπε την πραγματική κατανόηση, διεϊσδυση και συμμετοχή σε αυτή την κουλτούρα. Ακόμη και η δυναμική των βασικότερων ταινιών κρίνεται ότι δομήθηκε εν μέσω συγχύσεως, προκειμένου να υπηρετηθεί ο κοινωνικός ρεαλισμός, ισορροπώντας ανάμεσα στην υποκειμενικότητα και το προσωπικό στοιχείο. Παράλληλα η δυναμική των ταινιών προκύπτει ότι εκπορεύτηκε μέσα από τα σενάρια που πραγματεύονταν τη ζωή της εργατικής τάξης, με τους συγγραφείς αυτών να στοχεύουν στην αποδόμηση του δημοφιλούς σινεμά (Reekie, 2003: 145).

Εξελικτικά το Free Cinema αποδείχτηκε ότι ήταν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα, που συνδύαζε και εφαρμόζε τη κριτική μελέτη για τον κοινωνικό ρεαλισμό πάνω στην ίδια την κινηματογράφιση ντοκιμαντέρ. Ανατρέχοντας στα άρθρα, τις κριτικές και τα μανιφέστο που συνέταξαν οι εμπνευστές τους κινήματος διακρίνονται ανακολουθίες αναφορικά με την κινηματογραφική τους εφαρμογή. Κάτι τέτοιο όμως δεν μπορεί να θεωρηθεί ως ασυνέπεια ή καταστρατήγηση των αρχών του Free Cinema, μιας και για τις ανάγκες κάθε έργου οι κινηματογραφιστές κατέφυγαν στις απαραίτητες προσαρμογές ή και σε συμβιβασμούς εις βάρος της απόδοσης του κοινωνικού ρεαλισμού, περιοριζόμενοι όμως από τις ιδιόζουσες συνθήκες. Σε μια άλλη κατεύθυνση καταλυτικός αλλά και καίριος θεωρήθηκε και ο παράγοντας κατάληψης θέσεων στο Βρετανικό Ινστιτούτο Κινηματογράφου (BFI) τόσο από συντελεστές του ίδιου του κινήματος αλλά κυρίως από τους ακτιβιστές αρθρογράφους των περιοδικών που δημοσίευσαν τα επίμαχα κείμενα (Reekie, 2003: 145).

Συμπερασματικά μέσω του Free Cinema δόθηκε η ευκαιρία για την θεμελίωση της απαρχής ενός νέου και ριζοσπαστικά εναλλακτικού κλάδου, ρεύματος ή ακόμη και σχολής για τον βρετανικό κινηματογράφο, που θα μπορούσε να θέσει υπό αμφισβήτηση το εμπορικό μονοπώλιο διανομής ταινιών. Προκύπτει ότι μετά το 1945 το BFI είχε τον κεντρικό συντονιστικό ρόλο διανομής, με αποτέλεσμα η πλειοψηφία των έργων να διανέμεται ή ακόμη και να χρηματοδοτείται από αυτό. Εν κατακλείδι το κίνημα του Free Cinema διαφαίνεται

ότι δεν έθεσε της κατάλληλες υποδομές προκειμένου πάνω του να στηριχτεί η ανάπτυξη ενός νέου ριζικέλευθου σινεμά και μιας αντίστοιχης εναλλακτικής βιομηχανίας.

Παρόλα αυτά μπορεί να υποστηριχθεί ότι το κίνημα υπήρξε μέρος μια περιόδου ριζικών αλλαγών και καινοτομιών, μιας και επικρατούσε ένα γενικότερο πνεύμα κοινωνικής αναμόχλευσης. Η κατάρριψη των αστικών περιορισμών του ύφους και του στιλ ήταν ένα σημαντικό επίτευγμα, που χάρις στις ταινίες του Free Cinema κλιμακώθηκε το εύρος δημοσιοποίησης της νέας αστικής εμπειρίας που πραγματεύονται οι βρετανικές ταινίες (Sutton, 2005: 11). Μάλιστα η δημοσιοποίηση που έλαβε είχε αντίκτυπό και στον αμερικάνικο κινηματογράφο με τους *The Times* να γράφουν μετά την προβολή του τελευταίου προγράμματος ότι το εγχείρημα του Free Cinema είχε δώσει το ένευσα και την έμπνευση για παρόμοιες πρωτοβουλίες στις Ηνωμένες Πολιτείες, πράγμα που μαρτυρά την αναγνώριση των νέων Βρετανών σκηνοθετών και επιβεβαιώνουν την πολιτιστική εγκυρότητα του κινήματος (*The Times*, “End of a Movement” 13; “Progress of Free Cinema” 3). Μέσα από αυτές τις απόψεις αναδεικνύεται ένα βασικό χαρακτηριστικό που δεν έχει επισημανθεί μέχρι αυτό το σημείο, η πλήρης δημιουργική ελευθερία ανήγαγε το κίνημα σε πρότυπο διακρατικής, διαπολιτισμικής προσέγγισης της κινηματογράφησης. Με άλλα λόγια επισημαίνεται ο βαθμός που το κίνημα λειτούργησε εκτός του καλλιτεχνικού πλαισίου και των εθνικής ταυτότητας ταινιών, γεγονός που υποδεικνύει νέα κριτήρια για την εκτίμηση της αξίας των ταινιών αυτών και των δημιουργών τους (Gourdin, 2011).

Το Free Cinema και δευτερευόντως το New Wave έχουν καταβολές από μια σειρά ποικίλων αναφορών και πηγών που είναι δυνατό να αναγνωριστούν σε πτυχές προηγούμενων ρευμάτων και ειδών του βρετανικού σινεμά, όπως τα πολεμικά ντοκιμαντέρ του Humphrey Jennings. Ενώ σε σύγκριση με τον ρεαλισμό του John Grierson τον ανήγαγε με πιο επίκαιρα θέματα και ολιστικά με περισσότερη σοβαρότητα. Σίγουρα υπάρχουν πολλά σημεία που χρήζουν επαναξέτασης και έχουν καυτηριαστεί από τους κριτικούς, όπως η αποστασιοποίηση από τα θέματα και η μη εμπάθυνση στα προβλήματα και τις απόψεις των ηρώων. Παρόλα αυτά το σημείο που όλοι συγκλίνουν είναι η εικονογραφία και αυτό μέσα από την φωτογραφία του Walter Lassally που με τα μέσα που διέθετα παρήγαγε αξιομνημόνευτες και σχεδόν ποιητικές εικόνες, όπως επέτασσε η αισθητική του κινήματος. Η μονότονη πόλη και ο διακριτικός τόνος φαίνονται και ακούγονται τόσο αυθεντικά σε σημείο που οι μελετητές και οι κοινωνιολόγοι εξετάζουν την ζωή της βρετανικής εργατικής τάξης της περιόδου μέσα από τις ταινίες, πράγμα το οποίο μπορεί να ειπωθεί μόνο για ελάχιστες άλλες βρετανικές και χολιγουντιανές παραγωγές της εποχής (Hanley, 2011).

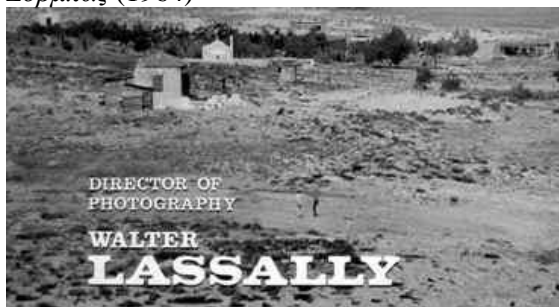
Πάρα ταύτα όπως κάθε κίνημα άφησε και αυτό το δικό του κληροδότημα. Όπως ειπώθηκε το Free Cinema και οι ιδρυτές του έδωσαν το δικό τους εναρκτήριο λάκτισμα για τον μετασχηματισμό του βρετανικού σινεμά. Αποδείχθηκε ότι τροφοδότησε τον σινεμά με ισχυρές καταβολές και με μια νέα γενιά σκηνοθετών και σεναριογράφων που εργάζονταν για να εισάγουν μια νέα κοινωνική συνείδηση στην τηλεόραση και τον

σινεμά. Παρόλο που σήμερα εξετάζοντας τις ταινίες του κινήματος μπορεί κάποιες να φαίνονται ατελείς, πρόχειρες ή και άτεχνες ακόμη, όλες τους αποτυπώνουν μνήμες της περιόδου μιας Βρετανίας τόσο πρόσφατης ώστε να είναι οικεία και τόσο μακρινής ώστε να είναι άγνωστη σε κάποιους (BFI-Διαδραστικό Αρχείο: *Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009· Reekie, 2003: 145).

«Οι ταινίες του Free Cinema φέρουν το δικό τους κληροδότημα. Όσο ωμές ή ατελείς μπορεί να φαίνονται μερικές από αυτές σήμερα, κουβαλούν τις αναμνήσεις μιας Βρετανίας που έχει εκλείψει τόσο πρόσφατης ώστε να είναι οικεία ορισμένες στιγμές, τόσο μακρινής ώστε να μην αναγνωρίζεται καθόλου από άλλους, συναρπαστική, όμορφη, ποιητική, μερικές φορές καταθλιπτική, άλλες γεμάτη ελπίδα-αλλά πάντα ζωντανή.» (BFI-Διαδραστικό Αρχείο: *Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009)

Στο επίλογο οφείλεται να γίνει αναφορά και στην επιρροή που άσκησε το κίνημα και οι συντελεστές του στον ελληνικό κινηματογράφο. Έτσι φέρεται να ενυπάρχει ένας ισχυρός δεσμός με τον ελληνικό ασπρόμαυρο κινηματογράφο, κυρίως των δεκαετιών του '50 και του '60 αλλά και στον σύγχρονο. Ο κινηματογραφιστής και διευθυντής φωτογραφίας Walter Lassally είναι το καίριο πρόσωπο σύνδεσης μεταξύ των δυο σχολών, μιας και θεωρείται από τις σημαντικότερες προσωπικότητες στον τεχνικό τομέα του ασπρόμαυρου ελληνικού σινεμά συμβάλλοντας με την τεχνογνωσία που έφερε αλλά και εικονογραφώντας τα τοπία της χώρας.

Εικόνα 32: Οι τίτλοι τέλους από την ταινία *Ζορμπάς* (1964)



Πηγή:
cinematographers.nl/GreatDoPh/lassally.htm

Εικόνα 33: ο Walter Lassally στην ταινία *Before Midnight* (2013)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Ο Lassally παράλληλα με την παραγωγή των ταινιών του Free Cinema βρισκόταν και στον ελλαδικό χώρο ως οπερατέρ και διευθυντής φωτογραφίας των περισσότερων από τις ταινίες του Μιχάλη Κακογιάννη, με πρώτες την *Στέλλα* (1955) και *Το Κορίτσι με τα Μαύρα* (1956), αλλά και σε αρκετές του Ντίνου Δημόπουλου (*Μανταλένα*, 1960, κ.ά.), του Αλέκου Σακελάρη και του Γιώργου Σταμπουλόπουλο. Μάλιστα για το έργο του ανταμείφθηκε μέσα από την ταινία *Ζορμπάς* (1964) του Μιχάλη Κακογιάννη - και την διεθνή αναγνώριση του εγχώριου κινηματογράφου και την πρώτη μεγάλης κλίμακας προβολή της χώρας - κερδίζοντας το Όσκαρ ως διευθυντής φωτογραφίας της ταινίας (cinematographers.nl, 2014). Όμως ακόμη και σήμερα η παρουσία του στην Ελλάδα είναι δυναμική στο χώρο των κινηματογραφικών σπουδών αλλά και σε επιτροπές φεστιβάλ και διαγωνισμών, όπως το Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους Δράμας και το Φεστιβάλ ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης (shortfilm.gr, 2014). Ενώ δε μπορεί να παραληφθεί το γεγονός της συμμετοχής του, αυτή τη φορά ως ηθοποιού, στην ταινία *Before Midnight* (2013), που αποτελεί την πιο πρόσφατη διεθνή παραγωγή

που αποθανατίζει εκτενώς το ελληνικό τοπίο. Αναφορικά με τον βασικό εκπρόσωπο του κινήματος, τον Lindsay Anderson, φέρεται να βρίσκεται στα μετόπισθεν των ταινιών που αναφέρθηκαν έχοντας συμβουλευτικό ρόλο. Τέλος η διαχρονικότητα της επιρροής του Free Cinema, ακόμη και στον σύγχρονο ελληνικό σινεμά, μαρτυρείται μέσα από την δήλωση του Κωνσταντίνου Γιάνναρη «Ο Lindsay Anderson είχε πει πως οι καλύτεροι σκηνοθέτες βγαίνουν από το χώρο του ντοκιμαντέρ», μια δήλωση που συναντάται και στα κείμενα του τελευταίου για το κίνημα (Γιάνναρης στο *Τζήμου, Κ. Συνέντευξη: Κωνσταντίνος Γιάνναρης Gender Pop*).



4. Η ΑΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA

Μέσα από τις ταινίες του μελετώμενου κινηματογραφικού κινήματος εντοπίζεται ότι σημαίνοντα ρόλο διαδραματίζουν οι κοινωνικές ανακατατάξεις, που βίωσε η Βρετανία της δεκαετίας του 1950.

Συγκεκριμένα διερευνάται το ζήτημα των σχέσεων της νέας διευρυνόμενης μεσαίας τάξης, που αποτελούνταν από την παραδοσιακή εργατική τάξη και τις νέες αναδυόμενες. Ακολούθως το γυναικείο φύλο φαίνεται να ισχυροποιείται, ενώ η νεότερη γενιά διεκδικεί τον ρόλο της στο κοινωνικό γίγνεσθαι. Παράλληλα όμως ο πρόσφατος πλουτισμός και οι αυξημένες καταναλωτικές τάσεις αποτέλεσαν ικανή συνθήκη ώστε να γεννηθούν οι λεγόμενες υποκοουλτούρες των νέων.

Επόμενο ήταν τα φαινόμενα αυτά να εκφραστούν και να είναι διακριτά ακόμη και στην δομή του οικιστικού ιστού. Χαρακτηριστική είναι η φράση ότι το Λονδίνο παραμένει μια ταξικά διαιρεμένη μητρόπολη και αποτελεί ένα χωρικό μωσαϊκό, που διαφοροποιείται από τις τάξεις, τις εθνικότητες και τα εισοδήματα, ενώ οι περιοχές στέγασης της αμιγώς βιομηχανικής εργατικής τάξης συρρικνώνονται υπέρ αυτών της μεσαίας τάξης.

Υπό αυτούς τους όρους η μετά-βιομηχανική πόλη του Λονδίνου έχει ένα ξεχωριστό προφίλ, μέσα στο οποίο εντοπίζονται οι κύριοι τουριστικοί πόλοι που αποτέλεσαν σκηνικό γυρισμάτων για τους κινηματογραφιστές του Free Cinema.

4. Η ΑΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA

Διαχρονικά οι επιπτώσεις της καπιταλιστικής πόλης, που αφορούν τον ταξικό οικιστικό διαχωρισμό, άφησαν το στίγμα τους στο αστικό τοπίο πάνω στο οποίο έλαβαν χώρα σημαντικές διακυμάνσεις της κοινωνικής και ταξικής σύνθεσης. Ακολούθως οι αλλαγές αυτές οδήγησαν την πλέον συρρικνωμένη εργατική τάξη να μετακινηθεί είτε προς τα προάστια, είτε σε θύλακες κοινωνικής στέγασης και χαμηλότερης ποιότητας κατοικιών που εκμισθώνονταν από το δημόσιο. Χαρακτηριστικά είναι τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε την δεκαετία του '60, στην οποία εντοπίστηκαν διακριτοί τύποι περιοχών με συγκεκριμένα κοινωνικά χαρακτηριστικά, που αφορούσε την περιοχή του Μείζονος Λονδίνου. Επιπρόσθετα καταγράφηκε ότι η εργατική τάξη εντοπίζονταν διαμοιρασμένη σε μια ευρεία ζώνη σε κατά μήκος του Μείζονος Λονδίνου, με εξαίρεση την περιοχή του East End και άλλες περιοχές που είχαν υποστεί το φαινόμενο του εξευγενισμού και λοιπές κοινωνικές ανακατατάξεις που αναδιαμόρφωσαν την κοινωνική γεωγραφία της πόλης (Butler & Hamnett, 2013).

Μέσα από κάθε ταινία αναγνωρίζεται και ένα κομμάτι της κοινωνίας, πράγμα που απορρέει από την φύση του κινηματογράφου να εντοπίζει και να τονίζει τις λαϊκές συμπεριφορές, ιδέες και ανησυχίες, να δημιουργεί και να εμφυσά γνώμες και απόψεις αλλά και να λειτουργεί ως ισχυρό μέσο κοινωνικού ελέγχου, που μεταδίδει την κυρίαρχη ιδεολογία της κοινωνίας συναινώντας και υποστηρίζοντας την. Βάσει του Stuart Hall τρεις είναι οι ιδεολογικές επιπτώσεις των μέσων ενημέρωσης που αναγνωρίζονται στην καπιταλιστικής κοινωνίας: α) η πρώτη αφορά την συγκάλυψη και εκτόπιση της άρχουσας τάξης ή των επιπτώσεων που απορρέουν από το ταξικό σύστημα, β) η δεύτερη εντοπίζεται στον κατακερματισμό ή διαίρεση των συλλογικών συμφερόντων της εργατικής τάξης και γ) η τρίτη προκύπτει από την επιβολή της πλασματικής πεποίθησης περί κοινωνικής ενότητας ή συνοχής κάτω από το πρίσμα ιδεολογικών ολοτήτων συσπείρωσης ή μαζοποίησης, όπως η κοινότητα, το έθνος, η λαϊκή βούληση, το γενικό συμφέρον, ο καταναλωτισμός, κ.ά.. Εντοπίζοντας αυτές τις επιπτώσεις δημιουργούνται οι κατάλληλες προϋποθέσεις για την αποδόμηση της ταυτότητας της κινηματογραφικής βρετανικής εργατικής τάξης, ώστε να διερευνηθεί ο βαθμός αποτύπωσης της ιστορικής αλλαγής και κατά πόσο το σκηνοθετικό δόμημα της ταυτότητας ενισχύει ή υπονομεύει τα κοινά ήθη και αξίες (shi, 2011: 295).

Βάσει όσων έχουν διατυπωθεί παραπάνω, μπορεί να υποστηριχθεί ότι είναι ιδιαίτερα υποβλητική η κινηματογράφηση των φυσικών ή και έμβιων χώρων, παρέχοντας την δυνατότητα για ερμηνεία και αναπαράσταση αυτών, δημιουργώντας στο κοινό μέσω της απεικόνισης την εντύπωση της υποκειμενική εμπειρίας· η τουλάχιστον μια διεισδυτική χωρική αίσθηση των περιβαλλοντικών αλλαγών και της ανάπτυξης τους. Η κάμερα, ως αδιάψευστος μάρτυρας, είναι σε θέση να παρέχει μια ολιστική ερμηνεία των ουσιαστικών παρεμβάσεων που λαμβάνουν χώρα στον αστικό χώρο (Tewdwr-Jones, 2013: 89).

Κατά την εξέταση των αντιλήψεων για την πόλη- όπως αυτή σχεδιάζεται (design) και προγραμματίζεται (planning)¹¹ και εξελίσσεται διαχρονικά- κρίσιμο είναι να επισημανθεί ότι μια πλειάδα από μελετητές λοιπών επιστημονικών πεδίων, πλην της πολεοδομίας, έχουν επιχειρήσει να διεισδύσουν. Παρά το γεγονός των εννοιολογικών και μεθοδολογικών προκλήσεων, οι σχεδιαστές καλούνται να ολοκληρώσουν την άποψη τους για την εικόνα του χώρου και την αναπαράστασή του, μέσα από τρεις κυρίαρχους τομείς:

- Την βιβλιογραφία για την πολιτισμική γεωγραφία, που διευρύνει και συμπληρώνει την έννοια της ταυτότητας του χώρου,
- Τη σχέση της πόλης ως αναγνωρίσιμου χώρου με τα δικά του χαρακτηριστικά, ιστορία, μύθους και αφηγήσεις
- Την πολυδιάστατη ερμηνεία των ερεθισμάτων έτσι όπως αυτά εκλαμβάνονται από την αστική εμπειρία.

Όπως ο κινηματογράφος, έτσι και η γεωγραφία και η κοινωνιολογία εκ φύσεως συνδέονται με ισχυρές διεπιστημονικές σχέσεις με τον αστικό σχεδιασμό, μιας και εμπλουτίζουν την γνώση του σχεδιαστή για τα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες του χώρου (Tewdwr-Jones, 2013: 89-90).

4.1. Η ΑΣΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA

Μπορεί να ειπωθεί ότι κάθε μια από τις ταινίες του κινήματος σκιαγραφεί και το πορτρέτο εκδοχών και κοινωνικών ομάδων της εργατικής τάξης, αντιμετωπίζοντας με σεβασμό και φιλελεύθερο ουμανισμό της αναπαράστασή της. Έτσι σε ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα όπως είναι η ταινία *Every Day Except Christmas* (1956), πέρα από την αξιοπρέπεια με την οποία απεικονίζεται η εργασία, υπογραμμίζεται το τοπικό εθνικό στοιχείο της ταυτότητας της κοινότητας των εργαζομένων του Covent Garden. Ενώ στο *We are the Lambeth Boys* (1959) και στο *Momma Don't Allow* (1956), αντίθετα με την επικρατούσα άποψη για μια βίαιη και παραβατική σύγχρονη νεολαία, προβάλλεται μια θετική εικόνα των νέων μέσα στον χώρο εργασίας τους, στον ελεύθερο τους χρόνος και κατά την διάρκεια της διασκέδασής τους. Εμβαθύνοντας όμως στην ταινία διαφαίνεται ότι εκφράζονται οι ανησυχίες, οι κοινωνικοί προβληματισμοί και οι φιλοδοξίες μέσα από την

¹¹ Επικρατεί σύγχυση στον τομέα της πολεοδομίας ως προς την μετάφραση και τη χρήση της ορολογίας «planning» και «design». Περιληπτικά ο όρος «planning» μεταφράζεται κατά περίπτωση είτε ως σχεδιασμός είτε ως προγραμματισμός. Στις αγγλοσαξονικές χώρες χρησιμοποιείται για την διαδικασία σχεδιασμού του φυσικού χώρου ή της υλοποίησης στόχων, κυρίως οικονομικής φύσεως και ανάπτυξης. Στην Ελλάδα ο όρος «urban planning» αντιστοιχεί στον όρο «αστικός σχεδιασμός» ή «πολεοδομία» και υποδηλώνει τον στρατηγικό και φυσικό σχεδιασμό των αστικών περιοχών, από την άποψη των κοινωνικο-οικονομικών παραγόντων, αλλά και του σχεδιασμού του φυσικού χώρου. Από την άλλη μεριά ο όρος «urban design» καταχρηστικά μπορεί να αποδοθεί ως «μικρο-πολεοδομία» ή «αστική σύνθεση» με την έννοια του αστικού σχεδιασμού μικρότερης κλίμακας στον φυσικό χώρο, ακόμη και σημειακής παρέμβασης (Οικονόμου, 2011: 16, 20).

δυναμική, την ζωντάνια, τις ποικίλες δραστηριότητες, την ανεκτικότητα και την πολύπλοκη αίσθηση που αποπνέει αυτή η γενιά του '50.

Τόσο από την κουλτούρα όσο και από την κοινωνιολογική θεωρία που διερευνάται, προκύπτει ότι οι ταινίες που μελετώνται αποτελούν σημαντικά παραδείγματα της πολιτιστικής δομής μια συγκεκριμένης κοινωνίας σε καθορισμένο χρονικό πλαίσιο. Αυτή η κοινωνία των μέσων και του τέλους της δεκαετίας του '50, μιας εποχής που συνεχίζει να θεωρείται ως μεταπολεμική, διακατέχεται από μια έντονη προβληματική και ζητήματα που αφορούν την κοινωνική τάξη, το φύλο, την νεολαία, την παραβατικότητα και τον πολιτισμό. Παράλληλα όμως αυτές οι ταινίες, όπως κάθε πολιτιστικό δημιούργημα, δεν αποτυπώνει μόνο το αποτέλεσμα αλλά λειτουργεί και ως παράγοντας που συμβάλει στις αλλαγές της κοινωνίας, που λαμβάνουν χώρα κατά την παρούσα χρονική περίοδο. Από την βιβλιογραφία αναφέρεται ότι από την απεικόνιση των δυο φύλων συμπεραίνεται, η μετάβαση της κοινωνίας από τα κατάλοιπα των ταμπού της Βικτοριανής Αγγλίας προς μια πιο φιλελεύθερη εποχή (Keady, 2004: 343-344).

Κατά γενική ομολογία στις ταινίες του κινήματος είναι έντονη η επιθυμία για απόδραση μέσα από την άνοδο στην κοινωνική κλίμακα, όπως στο *Momma Don't Allow*(1956), την ψυχαγωγία [βλ. *Nice Time* (1957), *Momma Don't Allow*(1956), *Food for a Blush*(1955)] ή και την άθληση, όπως προβάλλεται από το *We are the Lambeth Boys*(1959) επιδιώκεται, έστω η προσωρινή, εξίσωση με την μεγάλο-αστική τάξη. Παράλληλα από πολλούς κριτικούς σημειώνεται ως αξιοσημείωτη η σεξουαλική ειλκρίνεια των ηρώων όπως προβάλλεται ωμά κυρίως στην ταινία *Together*(1956) και μετέπειτα στο *Nice Time*(1957), με τους νεαρούς άνδρες ναύτες και μη να παρατηρούν πορνογραφικό υλικό και αντίστοιχες κινηματογραφικές προβολές, ενώ η κάμερα καταγράφει και τις κυρίες του επαγγέλματος που δραστηριοποιούνται στο West End. Κατά αυτό τον τρόπο μέσα από της ταινίες περιγράφεται η βρετανική κοινωνία που βίωσε το αντίκτυπο σημαντικών αλλαγών, αποτελώντας πρόσφορο έδαφος για την εμφάνιση νέων κοινωνικών φαινομένων και ομάδων.

Εικόνα 34: εικόνες από την ταινία *Nice Time*(1957), η αριστερή είναι διαφημιστική αφίσα από θέαμα κατάλληλο μόνο για ενήλικους και δεξιά τοιχοκολλημένο πορνογραφικό υλικό στην περιοχή του West End



Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

Η ενασχόληση με την εργατική τάξη και ιδίως με τους νέους προέκυψε και από το γεγονός ότι επρόκειτο για την πρώτη γενιά εργατικού δυναμικού που θα απολάμβαναν την ευμάρεια των μέτρων της εθνικής ανασυγκρότησης και της ανάκαμψης της οικονομίας και της βιομηχανίας. Έτσι σε μια από τις σημαντικότερες ταινίες του κινήματος, στο *We Are the Lambeth Boys* (1959), αναφέρεται από του νέους της τοπικής λέσχης ότι η «ευτυχώς, εργασία μπορείς να βρεις εύκολα». Υπό αυτή την έννοια μέσα από τις ταινίες αντιπαραβάλλονταν ο ιδεαλισμός και η υστεροβουλία της μεταπολεμικής συνείδησης σε αντίθεση με τον ατομικισμό της νέας κουλτούρας. Εστιάζοντας στην αρσενική φιγούρα της εργατικής τάξης αποδίδεται πλήρως η ταξική αλληλεγγύη, η αρρενωπότητα, η οργή, το επαναστατικό πνεύμα και τα μικτά συναισθήματα προς λοιπά τεκταινόμενα (Hill, 1986: 1).

Για να κατανοηθεί όμως η φύση της εργατικής κουλτούρας, όπως σημειώνει ο Richard Hoggart¹², πρέπει να τονισθεί ο σημαντικός ρόλος και λειτουργία του τοπικού, του προσωπικού, του αλληλέγγυου και συμπαγούς στοιχείου έτσι όπως συναντώνται στην βρετανική γειτονιά και οικογένεια. Θέτοντας αυτά τα στοιχεία ως τους βασικούς άξονες κοινωνικής κριτικής των ταινιών, οι κινηματογραφιστές επικεντρώθηκαν και υποστήριξαν τον εξωαστισμό της εργατικής τάξης, την διολίσθηση της εθνικής λαϊκής κουλτούρας και την απολιτίκ στάση μέρους της εργατικής τάξης, εντάσσοντας αυτά τα στοιχεία ακόμα και στις βασικές αρχές του κινήματος. Αναφορικά με την πολιτική στάση αναφέρεται ότι η αλλαγή του χαρακτήρα της εργασίας, η πλήρης απασχόληση και η πληθώρα θέσεων εργασίας, οι νέες κατοικίες, ο νέος υλιστικός τρόπος ζωής με τα αμάξια και τα εξώφυλλα των περιοδικών, επέφεραν συνέπειες στην πολιτική δυναμική. Αυτή η βαθιά κοινωνικοπολιτική απορρύθμιση αποτυπώθηκε μέσα από την δραματική ένταση και το επαναστατικό πνεύμα των ηρώων του Free Cinema, ώστε να περιχαρακωθεί η ανεξαρτησία, η αποστασιοποίηση και η εναντίωση απέναντι στην νέα τάξη πραγμάτων (Dumančić, 2014: 411-412).

Σε μία άλλη κατεύθυνση απόρροια της ευημερίας και της αυξημένης απασχόλησης ήταν και η πόλωση του ρατσιστικού μετώπου, δημιουργώντας ακόμα μια διαίρεση στην ήδη ταραγμένη βρετανική κοινωνία. Αναλυτικότερα μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ο αριθμός των μεταναστών αυξήθηκε κατακόρυφα, ιδιαίτερα από τα αποικιακά εδάφη. Τόσο η κυβέρνηση όσο και ο τομέας της απασχόλησης προσδοκούσαν και ενθάρρυναν την εισροή εργατικού δυναμικού, δεδομένου ότι το ήδη υπάρχον δεν επαρκούσε, προσφέροντας κίνητρα. Χαρακτηριστικό είναι ότι μέχρι το 1951 ο αριθμός των έγχρωμων μεταναστών είχε διπλασιαστεί. Παράλληλα αναφορικά με την εγκατάσταση των νέων πληθυσμών, φέρεται ότι συγκεντρώθηκαν στα μεγάλα αστικά κέντρα, κυρίως στο Λονδίνο και το Birmingham, δημιουργώντας τις δικές τους κοινότητες. Ένα τέτοιο παράδειγμα παρακολουθείται στην ταινία *The Vanishing Street* (1962), στην οποία δίνεται η αίσθηση

¹² Βρετανός κοινωνιολόγος που ασχολήθηκε με την κοινωνική κριτική της μεταπολεμικής εργατικής τάξης στο βιβλίο του *The Uses of Literacy: Aspects of Working-Class Life* (1957) (Dumančić, 2014: 411).

απομόνωσης των Εβραίων μεταναστών που είχαν δημιουργήσει τη δική τους κοινότητα διατηρώντας της κουλτούρα τους στο κέντρο του East End.

Εικόνα 35: Στην ταινία *Nice Time* (1957) καταγράφονται επικριτές της νέας κουλτούρας που διαμαρτύρονται διακηρύσσοντας και υπερασπίζοντας τα χρηστά ήθη.



Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

Με την βρετανική ομοιογένεια να διαταράσσεται από την ποικιλομορφία των διαφορετικών εθνοτήτων, οι φυλετικές διακρίσεις και τα ρατσιστικά επεισόδια πολλαπλασιάστηκαν και κορυφώθηκαν με τις ταραχές που έλαβαν χώρα το 1958 στο Notting Hill. Εντός αυτού του πλαισίου η κυβέρνηση οδηγήθηκε στην θέσπιση νόμου για το περιορισμό της μετανάστευσης, μέσω ενός συστήματος ποσοστώσεων. Ενώ με ανάλογο θεσμικό πλαίσιο καταδίκασε τις φυλετικές διακρίσεις, χωρίς ωστόσο ο νόμος να βρει ανταπόκριση και οι ρατσιστικές προκαταλήψεις να συνεχιστούν. Οι κινηματογραφιστές του κινήματος προσδοκώντας στην εκτόνωση αυτών των γεγονότων, επέλεξαν να αποδώσουν τις αγωνίες και τις ελπίδες των προσφύγων, αναπαριστώντας την πρώτη μέρα άφιξης στο Λονδίνο ενός πολωνού οικονομικού μετανάστη στο έργο *Refuge England* (1959) (Heyck, 2008: 230).

4.1.1. Η ΝΕΑ ΒΡΕΤΑΝΙΚΗ ΕΡΓΑΤΙΚΗ ΤΑΞΗ ΤΟΥ ΕΞΑΣΤΙΣΜΟΥ

Τρεις είναι οι κυρίαρχοι όροι της εποχής που χαρακτήρισαν την μεταπολεμική εξέλιξη της εργατικής τάξης: η *ευμάρεια*, η *συναίνεση* και ο *εξαστισμός*. Αναφορικά με την *ευμάρεια* φέρεται να προέκυψε από τους ταχείς ρυθμούς αύξησης των θέσεων εργασίας και του οικογενειακού εισοδήματος, ενώ εκφράστηκε μέσα από τη μαζική καταναλωτική τάση. Ακολούθως η *συναίνεση* αναφέρεται στην συμφωνία και τον συνασπισμό των πολιτικών παρατάξεων, για την εφαρμογή ρηξικέλευθων κοινωνικών μεταρρυθμίσεων και την θεμελίωση της ισονομίας και ενός κράτους πρόνοιας υπό το πρίσμα ενός νέου καπιταλισμού. Ενώ ο εξαστισμός αφορούσε την αφομοίωση της εργατικής τάξης από την μεσαία, εις βάρος της ταυτότητας της, στο πλαίσιο μιας προσδοκώμενης εξάλειψης των τάξεων και της κοινωνικής κινητικότητας. Ο όρος του εξωαστισμού φέρεται να είναι ο πιο περιεκτικός εμπεριέχοντας τις συνέπειες των άλλων, αλλά πρέπει να αντιμετωπιστεί σε επίπεδο

ιδεολογίας και όχι φαινομένου. Το τελευταίο βασίζεται στο γεγονός ότι παρά την αύξηση των εισοδημάτων οι κοινωνικές ανισότητες επαυξήθηκαν, ενώ από τις μεταρρυθμίσεις ευνοήθηκε περισσότερο η μεσαία τάξη. Ενώ η αταξική κοινωνία επιτεύχθηκε μόνο στο πλαίσιο της νέας καταναλωτικής κουλτούρας, μέσα από την ευκολία πρόσβασης σε βασικά αγαθά (Shi,2011:296-301).

Οι ταινίες του κινήματος και ειδικότερα οι μετέπειτα του New Wave συνέβαλαν στην ακριβή καταγραφή της βρετανικής εργατικής τάξης των νέων συνθηκών ευημερίας και κοινωνικής ανόδου με τον αρσενικό χαρακτήρα να μονοπωλεί την εικόνα. Απόρροια της ευημερίας και της πολιτικής συναίνεσης ήταν η εργατική τάξη να καταβληθεί από την ανησυχία απώλειας της εθνικής της κουλτούρας και της ταυτότητας της αλλά και της ηθικής τελμάτωσης, λόγω της μαζικής καταναλωτικής κουλτούρας. Εξετάζοντας όμως τις ταινίες του Free Cinema εντοπίζεται ότι μέσα από αυτές προβάλλεται η άνοδος της νέας εργατικής της τάξης των εξαστισμένων υπαλλήλων. Οι ήρωες ευνοημένοι από τα μέτρα της εθνικής αναδιάρθρωσης της οικονομίας, της απασχόλησης και της εκπαίδευσης ευελπιστούν για την ταξική τους ανέλκυση. Έτσι ο εργατικός και καλοπληρωμένος υπάλληλος είναι το τυπικό παράδειγμα του Βρετανού μέσου πολίτη της εποχής (Shi, 2011: 309).

Κατά κοινή παραδοχή στο σύνολο τους οι ταινίες παρουσίασαν την κυρίαρχη ιδεολογία της ευμάρειας και του καταναλωτισμού. Αντίθετα αναφορικά με την αταξική κοινωνία και τον εξαστισμό, οι σκηνοθέτες επέλεξαν να υπονομεύσουν το φαινόμενο αντανακλώντας τις άκαρπες ελπίδες των ηρώων για αποδοχή και αναγνώριση αλλά και την αντιπάθεια τους για τα υψηλότερα κοινωνικά στρώματα. Μάλιστα μέσα από τα έργα ξεδιπλώνεται είτε φανερά, είτε εμμέσως το βρετανικό άκαμπτο ιεραρχικό σύστημα ως αίτιο της αποξένωσης και ανταγωνισμού μεταξύ της κοινωνίας. Πάρα ταύτα μέρος της εργατικής τάξης εξακολουθούσε να βιώνει βαθιά οικονομικά προβλήματα, που πόλωναν την προσδοκία για ανοδική κινητικότητα στην μεσαία τάξη. Χαρακτηριστικά ο σεναριογράφος της ταινίας του New Wave *Room at the Top*(1958), John Braine, έχει γράψει «ότι η βρετανική εργατική τάξη ίσως ήταν η λιγότερο πολιτικά σκεπτόμενα τάξη του κόσμου. Δώσε σε ένα βιοπαλαιστή μισή ευκαιρία και χωρίς δεύτερη σκέψη θα γίνει αστός.» Σε αυτή την κατεύθυνση η επιθυμία, που πήρε την μορφή απελπισμένου άγχους, της εργατικής τάξης για να βιώσει τον εξωαστισμό απέρρευε από την υλιστική και καταναλωτική προδιάθεση της εποχής, που την ήθελε να προσδοκεί να αποκτήσει όλα εκείνα που διέθετε η αστική, την στέγαση σε ακριβές οικίες, τον οικιακό εξοπλισμό, αμάξι, κ.ά. (Shi, 2011: 310-312).

Οι νέοι όροι στην εργασία, η αυξημένη κοινωνική και γεωγραφική κινητικότητα, τα μέτρα αναδόμησης του κράτους και η μαζική κουλτούρα αποτέλεσαν ικανή συνθήκη για την εξασθένηση της προλεταριακής συνείδησης που είναι συνώνυμο της εργατικής κοινότητας, ιδιαίτερα στους κλάδους των βαρέων επαγγελμάτων. Η ταυτότητα των ανερχόμενων εύπορων ή η νέα εργατική τάξη πλέον χαρακτηρίζονταν από τα πρότυπα κατανάλωσης και διασκέδασης και όχι από την επαγγελματική τους ιδιότητα και ιδεολογία. Μάλιστα αυτό ήταν το σημείο που επικεντρώθηκε το σκηνοθετικό ενδιαφέρον, για τρόπο που αξιοποιούνταν

ο ελεύθερος χρόνος και για την κουλτούρα (Shi, 2011: 312). Η εικόνα, τάση της διασκέδασης, ειδικά στο *O Dreamland* (1953), παρουσιάζεται ως φτηνή και εμπορευματοποιημένη, ενώ η διασκέδαση στα νυχτερινά κέντρα διασκέδασης όπου οι νέοι χορεύουν κρίνεται ως αμερικανόφερτη. Η αντίθεση μεταξύ της παραδοσιακής εργατικής τάξης του Covent Garden και των εμπορευματοποιημένων δραστηριοτήτων αναψυχής της νεολαίας του South Bank, σηματοδοτεί την εγκατάλειψη των παραδοσιακών δραστηριοτήτων και συνηθειών και την αντικατάστασή τους από τα νέα ήθη του καταναλωτισμού (Keady, 2004: 264).

Παρόλα αυτά αξίζει να αναφερθεί ότι οι στόχοι της οργής ήταν αμφίθυμοι, από την μία κατευθύνονταν προς το καθεστώς και από την άλλη προς την διαιώνιση της κοινωνικής αδικίας. Ενώ οι ήρωες έχοντας επίγνωση της οικονομικής εκμετάλλευσης και της κοινωνικής αδικίας που υφίστανται, οξύμωρα επιλέγουν να ασκήσουν μόνο παθητική αντίσταση. Έτσι λοιπόν η έλλειψη ενός συλλογικού μάχιμου μετώπου εναποτίθεται στην επανάπαυση που προκάλεσε η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και του καταναλωτισμού, που μακροπρόθεσμα στέρησε από την εργατική τάξη την δυνατότητα σφυρηλάτησης μιας πολιτικής οικονομίας και μιας μοναδικής κουλτούρας βασισμένα στην δική τους κοινότητα (Shi, 2011: 313).

Παρά τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, η εργατική τάξη γνώρισε την εύνοια της σκηνοθετικής απεικόνισης παραμερίζοντας τα κακώς κείμενα και την παθητικότητα της τάξης και επιλέγοντας να αναδείξουν τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου και το μόχθο. Έτσι στο *Every Day Except Christmas* (1957) οι άνθρωποι και η εργασία παρουσιάζονται ως αξιοπρεπείς, αλλά στο *O Dreamland* (1953) και στο *We Are the Lambeth Boys* (1959) η εργασία παρουσιάζεται ως βαρετή και επαναλαμβανόμενη. Παράλληλα όπως τονίζει ο ιστορικός του κινηματογράφου John Hill αυτές οι ταινίες διευρύνουν τον βαθμό συμπάθειας προς τον άνδρα της εργατικής τάξης, που προσπαθεί να αντισταθεί στις πιέσεις της αστικοποίησης και της κοινωνικής συμμόρφωσης (Shi, 2011: 170).

4.1.2. Η ΓΕΝΙΑ ΤΩΝ «ΟΡΓΙΣΜΕΝΩΝ ΝΕΩΝ» - “ANGRY YOUNG MEN”

Στα μέσα της δεκαετίας του '50 το φιλοθεάμων βρετανικό κοινό έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις ταινίες που παρουσίαζαν ένα νέο μόρφωμα ήρωα με κύρια χαρακτηριστικά την περιφρόνηση προς το καθεστώς και ένα κατάφορο επαναστατικό πνεύμα αμφισβήτησης. Αυτοί οι οργισμένοι νέοι εναντιώθηκαν προς τον συντηρητισμό και τους ίδιους τους γονείς τους αλλά και προς τους επαναπαυμένους συνομηλίκους τους. Θίγοντας αμφιλεγόμενα θέματα όπως η παραβατικότητα, η ενδοοικογενειακή βία, τον προγαμιαίο έρωτα και τις ανεπιθύμητες εγκυμοσύνες διαμορφώθηκε η άποψη ότι αυτοί οι νέοι ζούσαν σε ένα κόσμο χωρίς καμία αισιόδοξη προοπτική για το μέλλον (Dumančić, 2014: 404). Παρότι αυτός ο χαρακτήρας του αντήρωα εύκολα διακρίνεται και έχει ταυτιστεί με τις ταινίες του New Wave, μπορεί να υποστηριχτεί ότι πρωτοεμφανίστηκε και άρχισε να δομείται μέσα από τον χαρακτήρα του νεαρού άνδρα της εργατικής τάξης του Free Cinema. Το τελευταίο βασίζεται στην στάση και συμπεριφορά των ηρώων στις ταινίες *Momma Don't Allow* (1956), με

την χαρακτηριστική αντίδραση των νέων προς την παρέα πλουσίων που παρευρίσκετε στο νυχτερινό κέντρο όπου διασκεδάζουν, *We are the Lambeth Boys* (1959), με το συλλογικό πνεύμα αμφισβήτησης και ταξικής και πολιτικής κριτικής που διακατέχει τους νέους, *Refuge England* (1959), με την απόγνωση που καταβάλλει τον πρωταγωνιστή για το νέο παραβάλλον στο οποίο καλείται να επιβιώσει, και *Together* (1959), με τους δυο κωφάλαλους πρωταγωνιστές να αγωνίζονται καθημερινά κατά του εμπαιγμού που υφίστανται και για μια ισότιμη καθημερινότητα.

Διερευνώντας την καθημερινότητα και τη στάση ζωής των νέων του Free Cinema εντοπίζονται αντιστοιχίες αλλά και βιβλιογραφικές αναφορές, ότι αυτός ο χαρακτήρας του αντιήρωα, αν όχι ταυτίζεται, προσομοιάζει με τον λογοτεχνικό-θεατρικό χαρακτήρα της γενιάς των οργισμένων νέων. Ενώ, από κοινωνιολογικής άποψης, διερευνώντας μετά από σχεδόν πενήντα χρόνια τον ριζοσπαστικό ήρωα του κινήματος, διαφαίνεται ότι δεν προκύπτουν σημαντικές διαφορές συγκριτικά με την κυρίαρχη ιδεολογία, στάση και σκέψη της εποχής μιας και επρόκειτο για έναν ρεαλιστικό ήρωα. Ωστόσο κρίνεται ότι η επιρροή αυτού του χαρακτήρα ξεπέρασε τα καθαρά καλλιτεχνικά όρια, προσδιορίζοντας μια ολόκληρη γενιά (Keady, 2004: 345).

Αναφορικά με την γέννηση του όρου, «*Οργισμένοι Νέοι*» (“*Angry Young Men*”), φέρεται να επινοήθηκε από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για να προσδιορίσει μια ομάδα νέων συγγραφέων με διαφορετικό λογοτεχνικό ύφος και υπόβαθρο. Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφαλαίο σημείο αναφοράς για την γέννηση του όρου υπήρξε το θεατρικό έργο του John Osborne *Look Back in Anger* (*Οργισμένα Νιάτα*, 1959), που παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στο Royal Court Theatre του Λονδίνου το 1956 (Keady, 2004: 143). Οι δημιουργοί αυτών των ηρώων διερεύνησαν την αιτία της έκρυθμης φύσης τους και της απαισιοδοξίας και αγωνίας για το μέλλον τους, ενώ ταυτόχρονα εγκωμίασαν την εγγενή αξιοπρέπεια και τον γνήσιο χαρακτήρα της εργατικής τάξης από όπου και προέρχονταν. Παράλληλα μέσα από αυτά τα έργα καυτηριάστηκε ο μαζικός καταναλωτισμός και οι επικριτές αυτής της γενιάς, ενώ οι οργισμένοι νέοι παρουσιάστηκαν ως θύματα της αστικοποίησης και της νέας μεταπολεμικής και εξευγενισμένης κουλτούρας. Σε αυτό το πλαίσιο μπορεί να υποστηριχθεί ότι αυτές οι ταινίες αποτελούν μια πολιτική δήλωση και θεώρηση της ιδεολογίας τόσο της νεολαίας όσο και της εργατικής τάξης, θέλοντας να περάσει στον θεατή το μήνυμα της προστασίας αυτής της τάξης και της σημασίας της εθνικής ταυτότητας που αντιπροσώπευε (Dumančić, 2014: 405-406).

Εξετάζοντας λοιπόν τον κύριο γνώρισμα αυτής της γενιάς, τον θυμό, φαίνεται πως αυτός σε πολιτικό επίπεδο στρέφεται προς κάθε μορφής εξουσία και προς το κατεστημένο, λόγω του γενικότερου αισθήματος ότι η εργατική τάξη και ιδιαίτερα οι νέοι δεν είχαν πολιτικό μέρος αλλά επίσης επικρατούσε η άποψη της κοινωνικής αδικίας. Χαρακτηριστικά από την βιβλιογραφία αναφέρεται ότι στην συνείδηση της εργατικής τάξης, και ειδικά για όσους ασπάζονταν αριστερές πεποιθήσεις, το αίσθημα δυσαρέσκειας οφείλονταν στις ανεκπλήρωτες υποσχέσεις της άρχουσας τάξης που αντί για αλλαγές προκάλεσαν φτώχεια και αδικία. Αντιπροσωπευτικά ήταν ακόμη τα αισθήματα αγανάκτησης, για την κοινωνία που λειτουργούσε εκτός των

ορίων της αξιοκρατίας, και απογοήτευσης, μιας και δεν μπορούσαν να καταπολεμήσουν την κατάσταση. Επιπρόσθετα εντοπίζεται να διακατέχονται από αμέριστη απογοήτευση για της παλιές αξίες όπως ο πατριωτισμός, η ηθική, η κοινωνική προσφορά που φέρονται να εκλείπουν από την μεταπολεμική κοινωνία. Υπό αυτούς τους όρους οι νέοι αναζητούσαν την αποδοχή των ανωτέρων τάξεων μέσα από την πανεπιστημιακή μόρφωση και μέσα από την αναγνώριση και προαγωγή στον εργασιακό τομέα (Dumančić, 2014: 407). Σε αυτό το σημείο χαρακτηριστικός είναι ο τίτλος της ταινίας *Every Day Except Christmas* (1957)(*Κάθε Μέρα Εκτός των Χριστουγέννων*), καθώς και τα σχόλια του αφηγητή που αναφέρει ότι οι εργαζόμενοι της εμπορικής αγοράς το μόνο 24ωρο που δε δουλεύουν είναι της αργίας των Χριστουγέννων. Στο ίδιο πλαίσιο και ο τίτλος της ταινίας *Momma Don't Allow* (1956)(*Η Μαμά δεν Επιτρέπει*) υποδηλώνει εμμέσως την αντίδραση των νέων προς της καταπίεση της οικογένειας, ενώ στην εξέλιξη της υπόθεσης παρακολουθείται η δυσφορία των νέων της μεσαίας τάξης προς την μοναδική παρέα μεγαλοαστών που παραβρίσκεται στο ίδιο νυχτερινό κέντρο.

Το κύριο λοιπόν χαρακτηριστικό, που εντοπίζεται σε όλες τις ταινίες που αναπαριστούν αυτή τη γενιά, είναι η εξύμνηση των αρετών της ανδρικής αρρενωπότητας, εργατικότητας και του δυναμικού χαρακτήρα αλλά και η χειραγώγηση που υφίσταται από το γυναικείο φύλο. Η γενιά αυτή είχε μεγαλώσει σε ένα περιβάλλον που μονοπωλούνταν από τις ιστορίες του πολέμου, με τις τελευταίες να συναντώνται σε ταινίες, στην τηλεόραση, στα κόμικς και στα βιβλία, αλλά αυτή η γενιά δεν είχε λάβει μέρος σε κανέναν πόλεμο· θεωρώντας ότι ήταν κοινωνικά και σε επίπεδο χαρακτήρα επισφαλής, έψαχνε το “το καλό, το γενναίο και τον σκοπό” για να αποδείξει τον ανδρισμό της. Το τελευταίο βρήκε αντίκρισμα στην κουλτούρα και τα ήθη που παράκμαζαν, προκαλώντας το αίσθημα δικαίου και εντείνοντας τη οργή και το πνεύμα διαμαρτυρίας των νέων. Απώτερος στόχος όμως των ταινιών ήταν να οριοθετήσει την ταυτότητα αυτής της γενιάς και να αποδοθεί η αίσθηση της πολιτιστικής των στοιχείων της καθημερινότητας τους (Keady, 2004: 148).

4.1.3. Η ΥΠΟΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ‘TEDDY BOYS’

Η ανάκαμψη της οικονομίας, όπως προαναφέρθηκε στις παραπάνω ενότητες, προκάλεσε αλλαγές στις κοινωνικές δομές με επακόλουθο να η νέα ευμάρεια να επηρεάσει και τις ζωές των νέων ανθρώπων. Η νεολαία της εποχής ήταν η πιο εύρωστη και η πιο ελεύθερη από κάθε άλλη αντίστοιχη γενιά που προηγήθηκε στην ιστορία της Βρετανίας. Αυτή ήταν και η δεκαετία που η Βρετανία άρχισε να βιώνει ένα κύμα κουλτούρας προσανατολισμένο προς την νεολαία, που σε συνδυασμό με το χαρακτηριστικό ντύσιμο και τη μουσική έτεινε να αποτελεί μια ξεχωριστή κοινωνική τάξη. Κατά αυτή την έννοια οι πολυσύχναστοι δρόμοι του King’s Road και της Carnaby Street κατακλύζονταν αυτή τη εποχή από τα ‘Teddy Boys’ (Heyck, 2008: 231).

Η έλευση και εγκαθίδρυση της κουλτούρας των νέων ταυτίστηκε με τον όρο της «ανεκτικότητας», λόγω της σχετικής αυτονομίας και ανεξαρτησίας των νέων από τον γονικό έλεγχο. Η αμφισβήτηση των χριστιανικών

αξιών και η σταδιακή χαλάρωση της βικτοριανής ηθικής, που εντοπίζεται στην μεσαία και στην εργατική τάξη, συνέβαλαν από ιδεολογικής άποψης προς αυτή την κατεύθυνση. Ενώ παράλληλα τα αποτελέσματα των μεταρρυθμίσεων στο τομέα της εκπαίδευσης, με την αύξηση του αριθμού των πανεπιστημίων, άρχισαν να διαφαίνονται τώρα με την απομάκρυνση χιλιάδων νέων από την γονεϊκή στέγη προς τις πανεπιστημιούπολεις. Έτσι το ακαδημαϊκό περιβάλλον ανέθρεψε μια σειρά από σκεπτόμενους φοιτητές, που επαναστάτησαν επιδιώκοντας να επιταχύνουν τον ρυθμό κοινωνικής αλλαγής και να επιφέρουν τον εκδημοκρατισμό των πανεπιστημίων (Heyck, 2008: 232-233). Κατά αυτή την έννοια μπορεί να ειπωθεί ότι αυτή η ιδεολογία ήταν μέρος της προσωπικής έκφρασης ενός ιδεαλιστικού σοσιαλισμού που εξέφραζε και την εχθρότητα προς της εξουσία. Στο *We Are the Lambeth Boys* (1959) αποτυπώνεται η πατερναλιστική φιγούρα του επόπτη της λέσχης νέων της περιοχής Lambeth να επιχειρεί να κατευθύνει την πνευματική αναζήτηση των μελών, διοργανώνοντας διαλέξεις και συζητήσεις ώστε τα μέλη να μπορέσουν να εκφραστούν μέσα από ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Αυτές οι συζητήσεις όμως φαίνεται ότι είναι δημοφιλείς μόνο επειδή αποτελούν το προοίμιο μιας βραδιάς που συνεχίζεται με χορό (Keady, 2004: 265). Απόρροια αυτών των φαινομένων ήταν να δημιουργηθεί καθολικά η εντύπωση ότι η ευημερία προκάλεσε την αποδέσμευση από την πειθαρχία της οικονομικής επιβίωσης και την στροφή προς την ικανοποίηση των προσωπικών επιθυμιών. Μάλιστα για την παραδοσιακά συντηρητική Βρετανία αυτό το πλαίσιο θεωρήθηκε ότι ήταν υπαίτιο για την χαλαρότητα των ηθών (Heyck, 2008: 232-233).

Έτσι στα μέσα της δεκαετίας του 1950 η Βρετανία παρακολούθησε να εμφανίζονται διάφορες υποκουλτούρες της νεολαίας. Η πρώτη από αυτές της τάσεις εντοπίστηκε σε ορισμένες εργατικές συνοικίες του νότιο και ανατολικού Λονδίνου το 1954 και ήταν η επονομαζόμενη κουλτούρα των ‘Teddy-Boys’. Οι πρώτοι έφηβοι που ασπάστηκαν αυτή την κουλτούρα ήταν εύκολα αναγνωρίσιμοι από την ιδιαίτερη εμφάνιση τους, με τα επιδεικτικά ακριβά ρούχα, αλλά και λόγω της παραβατικής τους συμπεριφοράς. Οι νέοι αυτοί αποτελώντας τμήμα της εργατικής τάξης χαρακτηρίζονταν για τον ναρκισσισμό τους, την τελειομανία για τον ενδυματολογικό τους κώδικα, το χορό και τους καβγάδες.

Δείγματα αυτής της κοινότητας και παρόμοιων φαινομένων με αυτά που καταγράφηκαν προβάλλονται στην ταινία *We Are the Lambeth Boys* (1959), όπου οι ομάδα κρίκετ της λέσχης νέων του Alford House του Kennington πανηγυρίζοντας για την νίκη τους δέχονται της επιπλήξεις από μια ηλικιωμένη διερχόμενη κυρία που καλεί την αστυνομία. Ενώ τόσο στην ίδια ταινία όσο και στο *Momma Don't Allow* (1956) κινηματογραφούνται συζητήσεις για τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι νέοι, αλλά αποτυπώνεται και η ανάγκη να ξεχωρίσουν με τον χορό και να επιβληθούν στα ανώτερα κοινωνικά στρώματα όταν έρχονται αντιμέτωποι σε νυχτερινά κέντρα διασκέδασης. Αυτή η στάση όμως και η ανάγκη για αναγνώριση και κατασκευή μιας νέα ταυτότητας αποδίδεται ότι επρόκειτο για μέτρο αντιστάθμισης της κοινωνικοοικονομικής περιθωριοποίησης, όχι μόνο της ίδιας της τάξης αλλά και της ηλικιακής ομάδας που

ανήκαν. Από την βιβλιογραφία προκύπτει ότι ένα αίτιο για αυτό ήταν η διάλυση των συσπειρωμένων εργατικών κοινοτήτων, λόγω της εκκαθάρισης των παραγκουπόλεων (*slums*) και της επαναστέγασης είτε σε πολυκατοικίες είτε σε πόλεις δορυφόρους· μέτρα που προκάλεσαν την καταστροφή της οργανικής ενότητας της γειτονιάς και επακόλουθους δεσμούς που δημιουργούνται. Τα ‘Teds’ ένιωσαν την ανάγκη δημιουργίας μια κοινότητας εδαφικά οριοθετημένης και αυτορρυθμιζόμενης μέσα από το πλαίσιο της κουλτούρας τους (Cross, 1998: 1, 6).

Οι συγκεκριμένοι νέοι δεν προέρχονταν απλώς από το προλεταριάτο αλλά ανήκαν στο τμήμα εκείνο της εργατικής τάξης που δεν συμμετείχε στην διαδικασία του εξαστισμού, αποκλείοντας τους από την κοινωνική άνοδο και παραμένοντας σε θέσεις εργασίας με χαμηλές απολαβές. Κατά συνέπεια η αναψυχή και η διασκέδαση αποτελούσε σημαντικό παράγοντα στη ζωή τους, καλύπτοντας όλα εκείνα κενά που δε τους έβρισκαν στην εργασία όπως ο ενθουσιασμός, ο σεβασμός, κ.ά. (Cross, 1998: 1, 6). Στην ίδια κατεύθυνση αναζητώντας την αναγνώριση και έχοντας τους απαιτούμενους πόρους φέρονται να κυριάρχησαν στην καταναλωτική αγορά, περισσότερο από κάθε άλλη ηλικιακή ομάδα. Όπως ήταν αναμενόμενο οι καταναλωτικές τους προτιμήσεις περιστράφηκαν γύρω από τις εμπορικές τάσεις που επέβαλαν οι επιταγές της μόδας και αφορούσαν την ένδυση, την μουσική, κ.ά. (Heyck, 2008: 232).

4.1.4. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΧΕΙΡΑΦΕΤΗΜΕΝΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ

Εμμέσως το Free Cinema και το ρεύμα που δημιούργησε επικρίθηκε για τον τρόπο που απέδωσε την γυναίκα της εποχής, πράγμα που δεν προκαλεί έκπληξη δεδομένων των αναφορών που είχαν οι κινηματογραφιστές από τη γενιά των οργισμένων νέων που καταβάλλονταν από μισογυνισμό. Εξάλλου, όπως έχει αναφερθεί στα παραπάνω εδάφια, τα τυπικά δείγματα του κινήματος επικεντρώθηκαν στην δόμηση του αρσενικού χαρακτήρα της εργατικής τάξης, με επακόλουθο η γυναίκα να βρίσκεται σε δευτερεύοντα ρόλο. Αναφορικά όμως με την παρουσία της μέσα στις ταινίες, ο ρόλος της είναι συρρικνωμένος και υποβαθμισμένος, ενώ σε αντιδιαστολή με το αντιδραστικό πνεύμα των ανδρών αυτή φέρεται να είναι πειθήνια και να υπόκειται στα κομφορμιστικά όρια της κοινωνίας (Keady, 2004: 343).

Στο παρασκήνιο των ταινιών εντοπίζεται ότι υποβόσκει η μισογυνιστική μεταπολεμική χροιά, που εκφράζεται μέσα από την χειραφέτηση μιας δυναμικής που θέλει το γυναικείο φύλο να ευνουχίζει την πολιτική και κοινωνική αυτονομία των ανδρών της εργατικής τάξης. Διαφαίνεται οι απόψεις και η στάση τους να ταυτίζεται με αυτή της κυβερνητικής ελίτ, προωθώντας ένα μοντέλο άνδρα εξημερωμένο, παθητικό και στειρωμένο ιδεολογικά. Ο πολυσήμαντος ρόλος της γυναίκας ως συζύγου, μητέρας και φίλης προτρέπει τον βιοπαλαιστή άνδρα να απαρνηθεί την αντιδραστική στάση προς το καθεστωτικό σύστημα και να αφοσιωθεί στην αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος. Χαρακτηριστικά στην σημαντικότερη από τις ταινίες *Kitchen Sink Dramas*,

που ακολούθησαν αυτών του Free Cinema, *Οργισμένα Νιάτα* (*Look Back in Anger*, 1959) εντοπίζεται η παρακάτω φράση: «Γιατί, γιατί, γιατί, γιατί δεν αφήνουμε τις γυναίκες μας να αιμορραγούν μέχρι θανάτου».

Από την βιβλιογραφία προκύπτει ότι η στάση αυτή εκφράζει την άποψη της γενιάς των οργισμένων νέων για τη γυναίκα που την θέλει αναξιόπιστη ως μέρος του συστήματος που την έχει παγιδεύσει, να μην εκτρέφει καμία εχθρότητα για το ταξικό σύστημα και αντ' αυτού να διέπεται από σεξουαλική εχθρότητα. Κατά συνέπεια το πρότυπο και ο ρόλος της γυναίκας άρχισε να αποστασιοποιείται όλο και περισσότερο από την στερεοτυπική μητρική και την φιγούρα της νοικοκυράς, διεκδικώντας από το δυνατό φύλο ισοτιμία και δημοκρατικότητα σε όλους τους τομείς της κοινωνικής και ιδιωτικής ζωής. Η ολοένα και πιο ανεξάρτητη μεταπολεμική γυναίκα έρχεται σε αντίθεση με την εξιδανικευμένο μητριαρχικό ρόλο που διαδραμάτιζε μέχρι πρότινος. Χαρακτηριστικά ο Άγγλος μυθιστοριογράφος Alan Sillitoe γράφει «αν η σύγχρονη γυναίκα συμβολίζει την άνθιση της φτηνής και καταναλωτικής κουλτούρας, το αποστειρωμένο και παραδοσιακό πρότυπο της “μαμάς” ταυτίζεται με ένα τρόπο ζωής που γρήγορα έγινε ξεπερασμένο» (Dumančić, 2014: 413-415).

Εικόνα 36: Εικόνες από την ταινία *We are the Lambeth Boys* (1959), όπου στις πρώτες δυο οι κοπέλες επιτίθενται και διαπληκτίζονται με νεαρούς και στην τρίτη αποτυπώνεται ένα νεαρό ζευγάρι.



Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

Το έναυσμα για τον επαναπροσδιορισμό των σχέσεων των δυο φύλων τέθηκε και από την έλλειψη εργατικού δυναμικού που είχε ως αποτέλεσμα να ενταθεί η ζήτηση της γυναικείας εργασίας, ενώ οι αλλαγές του εκπαιδευτικού συστήματος συντέλεσαν καταλυτικά στο μορφωτικό επίπεδο του φύλου. Σε παράλληλη τροχιά η διεκδίκηση της σεξουαλικής απελευθέρωσης και ισοτιμίας δημιούργησε φόβο για την ακεραιότητα του μοντέλου της οικογένειας και το πρότυπο του έγγαμου βίου με τον τύπο να κατηγορεί τις γυναίκες ως εγωίστριες και καριερίστες, που εγκαταλείπουν τα παιδιά τους μόνα τους στο σπίτι λόγω της εργασίας¹³.

¹³ Ο συγγραφέας χρησιμοποιεί τον όρο «latchkey children», ένας όρος που χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1940, δηλαδή κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, για να περιγράψει τα παιδιά που φρόντιζαν τον εαυτό τους μόνα τους όταν οι γονείς τους απουσίαζαν από το σπίτι λόγω εργασίας. Ακόμη προκύπτει ότι δεν αφορούσε παιδιά μονογονεϊκών οικογενειών ή αυτών των χαμηλότερων εισοδημάτων, αλλά παιδιά της μεσαίας τάξης που εντοπίζονται σε περιοχές υψηλότερων εισοδημάτων που οι γονείς θεωρούν ασφαλέστερες (education-portal.com, 2014).

Παράλληλα ανάλογες επιθέσεις καταγράφηκαν και από τον κόσμο των λόγιων που άσκησαν κοινωνική κριτική ισχυριζόμενοι ότι τα στοιχεία εκείνα που χαρακτήριζαν αυτές τις γυναίκες ήταν η μικροπρέπεια, ο σνομπισμός, η φιληδονία η επιπολαιότητα και ο υλισμός (Dumančić, 2014: 413-415).

Αντίθετα ο κινηματογράφος ως προς αυτό το σημείο δίνει την αίσθηση ότι λειτούργησε παραμερίζοντας την σύγχρονη στάση-κατάσταση και εμμένοντας σε ένα παλιότερο πρότυπο του ρόλου και των σχέσεων των δυο φύλων. Σημειώνεται ότι οι κινηματογραφιστές θέλησαν να υπενθυμίσουν και να εγκαθιδρύσουν την εικόνα της εργαζόμενης, πολιτικά συνειδητοποιημένης γυναίκας που αντιστέκεται ενεργά στο ταξικό και αξιακό σύστημα. Όπως ισχυρίζεται ο ιστορικός κινηματογράφου John Hill, το παρόν απορρέει από το γεγονός που θέλει τους κινηματογραφιστές του κινήματος και του New Wave να προσπαθούν να καταστήσουν συμπαθή την εργατική τάξη και την αντίσταση που κατέβαλε προς τις πιέσεις του εξαστισμού και των κοινωνικών άρρηκτων δομών. Τελικά μέσα από τις ταινίες του Free Cinema τέθηκε στο προσκήνιο της μόδας ο χαρακτήρας της νέας κοινωνικό-οικονομικά χειραφετημένης γυναίκας, που έπληξε την ισορροπία των καθιερωμένων ανισοτήτων και των σχέσεων των δυο φύλων (Dumančić, 2014: 414-415).

Εικόνα 37: Εικόνες με νεαρές γυναίκες εν ώρα εργασίας από τις ταινίες *Together* (1956) και *We are the Lambeth Boys* (1959)



Πηγή: αρχείο ταινιών, ίδια επεξεργασία

4.2. Η ΠΡΟΒΑΛΛΟΜΕΝΗ ΠΟΛΕΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ ΤΟΥ FREE CINEMA

Είναι σημαντικό όμως να αναφερθεί ότι οι ταινίες του Free Cinema, όπως κάθε ντοκιμαντέρ, επιμένουν ιδιαίτερα στα στοιχεία δομής -«ανατομίας» της πόλης, χρησιμοποιώντας ειδικές λήψεις και διαγράμματα. Μπορεί ακόμα να προσεγγίσει και τη λειτουργία - «φυσιολογία» στο βαθμό που επιθυμούσαν οι συντελεστές κάνοντας χρήση, επιπλέον, και της ανιμασιόν. Αντίθετα η κοινή, μη ειδικά τεκμηριωμένη ταινία μπορεί να παρουσιάσει κάποια στοιχεία της δομής της πόλης μόνο μέσα από τη λειτουργία της στην οποία μετέχουν οι ήρωες της ταινίας. Είναι σα να μελετούμε τη δομή ενός οργάνου του ανθρώπινου σώματος. Αναμφισβήτητα θα μάθουμε πολλά πράγματα, αλλά -οπωσδήποτε- μέσα από την οπτική του οργάνου. (Ρέντζος, 2003)

Μέσα από τις ταινίες του κινήματος ο θεατής είναι σε θέση να αντιληφθεί εκείνα τα χαρακτηριστικά της πολεοδομικής δομής που σχετίζονται με τις πολιτικές, κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες. Αυτά τα

γνωρίσματα της πόλης δεν είναι αντιληπτά με την απλή παρατήρηση των πολεοδομικών σχεδίων ή με την επίσκεψη στους εν λόγω χώρους. Υπό αυτούς τους όρους η πολεογραφία του Free Cinema αποτελεί την γεφύρωση μεταξύ των σχεδίων του Patrick Abercrombie(πολεοδομία) με την φιλική αρχιτεκτονικής (κινηματογράφος) και το ταξικό σύστημα (κοινωνία). Ενώ οι καθαρές αφηγηματικές γραμμές διαχωρίζουν τον αναπαριστώμενο χώρος σε πλούσιες και εργατικές συνοικίες, ταξινομημένες βάσει των συνθηκών διαβίωσης και των κοινωνικών ομάδων (Shonfield, 2010).

Αναφορικά με την αρχιτεκτονική του Λονδίνου, η συγκεκριμένη περίοδος αποτελεί μια περίοδο σύγχυσης μεταξύ της μπρουταλιστικής¹⁴ και της μοντέρνα αρχιτεκτονικής. Η μεταπολεμική οικοδόμηση βασίστηκε στις ανάγκες της κοινωνίας και συνδέεται με πιο δημοκρατικά και σοσιαλιστικά καθεστάτα. Παράλληλα η σύγχυση στα αρχιτεκτονικά ρεύματα διαφαίνεται μέσω της μετάβασης από τα βικτοριανά προάστια προς το κέντρο του Λονδίνου της μοντέρνας αρχιτεκτονικής. Συγκεκριμένα οι κεντρικές περιοχές της πόλης αποτελούν υπόδειγμα ως προς την σταδιακή αναβάθμιση των συνθηκών διαβίωσης, που επήλθε μέσω των κατασκευαστικών και κοινωνικών αλλαγών (Shonfield, 2010).

Από την βιβλιογραφία σημειώνεται ότι ενυπάρχει μια ισχυρή σύνδεση μεταξύ της υφιστάμενης αισθητικής της μπρουταλιστικής αρχιτεκτονικής του Λονδίνου και των ταινιών του Free Cinema. Το τελευταίο βασίζεται στο γεγονός ότι κατά τον ίδιο τρόπο που οι κινηματογραφιστές του κινήματος παρήγαγαν αποκλειστικά μια ασπρόμαυρη εικόνα, έτσι και η μπρουταλιστική αρχιτεκτονική απορρίπτοντας την χρήση τεχνητών, πλαστικών και χρωματιστών οικοδομικών υλικών κατασκευάζει μια ασπρόμαυρη τσιμεντούπολη (Shonfield, 2010).

Η μπρουταλιστική αρχιτεκτονική για το Λονδίνο συνδυάστηκε με την περίοδο της λιτότητας, όπου ενώ οι εξωτερικές προσόψεις των κατοικιών διατηρούν τον προπολεμικό τους διάκοσμο το εσωτερικό των κατοικιών πλέον έχει αλλάξει και είναι επενδυμένο από τσιμέντο. Στο πέρας των αλλαγών αυτών τα αριστοκρατικά προάστια υβριδοποιούνται με την μετεγκατάσταση χαμηλότερων και εργατικών τάξεων (Shonfield, 2010). Το τελευταίο γίνεται εμφανές μέσα από την ταινία *Refuge England* (1959), στην οποία ο πρωταγωνιστής αναζητά την ουγγρική κοινότητα των μεταναστών στα προάστια της πόλης. Μέσα από τα πλάνα της ταινίας παρέχεται μια σύντομη περιήγηση στα ήσυχα, μονότονα προάστια της πόλης, όπου και κυριαρχεί η χαρακτηριστική αρχιτεκτονική των μεσοαστικών, μονοκατοικιών semi-detached κατοικιών.

Ενώ ακόμη μια αναφορά σε χαρακτηριστικό είδος βρετανικών κατοικιών γίνεται στην ταινία *We Are the Lambeth Boys* (1959), με τα εκτενή πλάνα σε κατοικίες του είδους των back-to-back στην εργατική περιοχή

¹⁴ Αρχιτεκτονικό στιλ της δεκαετίας του 1950 και του 1960, που χαρακτηρίζεται για τις απλές γεωμετρικές φόρμες των συγκροτημάτων κατοικιών που κατασκευάζονταν από σκυρόδεμα. Ο όρος “brutalism architecture” επινοήθηκε από τον Reyner Banham προκειμένου να αποδώσει τον όρο “beton brut” (ωμό μπετόν) που χρησιμοποιεί ο Le Corbusier (tate.org.uk, 2015).

του Lambeth. Οι κατοικίες αυτές συνιστούν ένα είδος μονοκατοικίας, που δυο σπίτια διαχωρίζονται μέσω του ενός τοίχου. Αφορούν χαμηλής ποιότητας και κόστους κατασκευές, που συναντώνται σε ασφυκτικά πυκνοκατοικημένες περιοχές της χαμηλόμισθης, εργατικής τάξης (bbc.co.uk, 2014). Πολλά από αυτά δε περιείχαν ούτε τις βασικές παροχές, όπως ο φωτισμός, ο αερισμός ή και αποχέτευση. Μέσα από το έργο *Together* (1956) ο θεατής περιηγείται στο εσωτερικό μια τέτοιας οικίας στην περιοχή των Docklands.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούμε σε έναν από τους σύγχρονους τουριστικούς πόλους του Λονδίνου του West End, την αγορά του Covent Garden. Η ταινία *Every Day Except Christmas* (1957) αποτελεί ένα έργο αφιέρωμα στη υπαίθρια αγορά, όταν ακόμη στέγαζε αποθήκες και μαγαζιά όπου πωλούνταν οπωροκηπευτικά. Λόγω της κυκλοφοριακής συμφόρησης που προκαλούσαν τα οχήματα που μετέβαιναν στην αγορά, το δημοτικό συμβούλιο αποφάσισε την μετεγκατάσταση της αγοράς το 1974. Ενώ το 1980 τα κτιριακά κελύφη επαναχρησιμοποιήθηκαν στεγάζοντας εμπορικές χρήσης υπό την μορφή που διατηρεί μέχρι και σήμερα.

Παράλληλα και άλλα σημαντικά τοπόσημα της πόλης αποτυπώνονται, όπως η Piccadilly Circus στο *Nice Time* (1957) με σημείο κατατεθέν το άγαλμα του έρωτα και τις πινακίδες νέον. Η πλατεία αποτελεί τόσο στο έργο και όσο σήμερα σημείο συνάντησης και κυκλοφοριακών ροών. Ενώ η ευρύτερη περιοχή του Soho παρουσιάζεται ως επίκεντρο ψυχαγωγίας, παραβατικότητας, νεωτερικότητας και της ποπ κουλτούρας (υποκουλτούρες των νέων) προσελκύνοντας κυρίως την νεότερες γενιές. Κατά παρόμοιο τρόπο στην ταινία *We Are the Lambeth Boys* (1959) παρουσιάζονται και το Αβαείο Westminster, το Big Ben και η γέφυρα London Bridge, με τους νέους του Lambeth, ως ‘teddy-boys’ της εποχής, να πανηγυρίζουν. Παράλληλα η γέφυρα London Bridge σημειολογικά λειτουργεί ως η έξοδος διαφυγής από την εργατική περιοχή του Lambeth, της φτώχειας και του μόχθου, προς το πολυσύχναστο κέντρο και τα προάστια που κατοικούν μεγαλοαστοί. Ενώ ακόμη ένα κομβικό σημείο, αυτό της οδού The Strand, κινηματογραφείται από την ταινία *Refuge England* (1959). Αποτελεί δίοδο, φυσικής ροής πεζών και οχημάτων που διέρχονται, ενώ για τον πρωταγωνιστή αποτελεί μια χαοτική περιοχή της πόλης όπου αναζητά την βοήθεια των περαστικών.

Ξεχωριστή αναφορά οφείλεται να γίνει στην αποτύπωση των Docklands, καθώς μέσα από την ταινία *Together* (1956) προβάλλεται ο βιομηχανικός χαρακτήρας και οι αποβάθρες αλλά και οι εκτενείς βομβαρδισμένες περιοχές, κατάλοιπο των βομβαρδισμών του Β’ Παγκοσμίου Πολέμου. Το Free Cinema αποτυπώνει τις υποβαθμισμένες συνθήκες διαβίωσης, τους χαμηλόμισθους εργάτες των λιμενικών εγκαταστάσεων, ενώ προβάλλεται και ως χώρος περιθωριοποίησης, κοινωνικού αποκλισμού και εκφυλισμού των ηθών. Στο πέρας του χρόνου η περιοχή του East End βίωσε μια βαθιά περίοδο ύφεσης και κοινωνικής ανέχειας, με τις επιχειρήσεις που έδραυν στις λιμενικές εγκαταστάσεις να κλείνουν μετά το 1960. Πάρα ταύτα τις δεκαετίες του 1980 και του 1990 έλαβε χώρα το έργο κλίμακας Canary Wharf για την ανάπλαση και την αστική αναγέννηση των αποβαθρών. Κατά αυτών τον τρόπο η περιοχή άλλαξε ριζικά μορφή,

φιλοξενώντας σήμερα κατοικίες, εμπορικές χρήσεις και βιομηχανίες χαμηλής όχλησης, ενώ καθιερώθηκε ως το δεύτερο σημαντικό οικονομικό κέντρο της πόλης.

Εικόνα 38: Νυχτερινό πλάνο της Piccadilly Circus από την ταινία *Nice Time* (1957)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Τέλος, όσο αφορά τις μετακινήσεις και πιο συγκεκριμένα του σταθμού των τρένων του Waterloo, αυτός αποτυπώνεται ως κέντρο αφίξεων της πολυπολιτισμικότητας και ως ένας πολυσύχναστος χώρος σε ώρες αιχμής. Ενώ μέχρι σήμερα αποτελεί σταθμό συνδυασμένων μεταφορών, με κεντροβαρικό ρόλο στην εξυπηρέτηση και τις μετακινήσεις των πολιτών

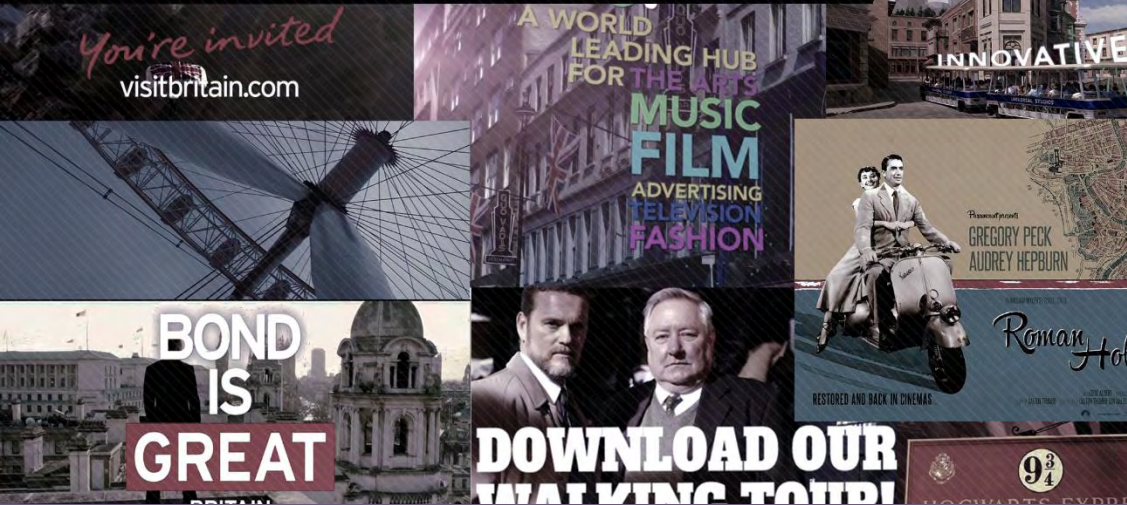
4.3. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στον παρόν κεφάλαιο λοιπόν ο πολεοδομικός ιστός του Λονδίνου αποκτά μια άλλη έννοια και οριοθετείται ως το πεδίο όπου έλαβαν χώρα σημαντικές κοινωνικές ανακατατάξεις, οι οποίες λειτούργησαν καταλυτικά ως την χωρική κατονομή των τάξεων και των φαινομένων. Η κινηματογράφηση αυτών αποκαλύπτει στον θεατή των ταινιών του Free Cinema χαμένες ή άγνωστες ταυτότητες της βρετανικής κοινωνίας, που δηλώνουν τον συνεχή αγώνα της εργατικής τάξης για αναγνώριση και ταξική ανέλκυση. Παράλληλα καταδεικνύεται το γεγονός ότι η σημερινή εικόνα του Λονδίνου, που επικρατεί στην κοινή συνείδηση, σε συνάρτηση με αυτή που προβάλλεται από τις υπό μελέτη ταινίες δεν έχει κανένα κοινό ή αναγνωρίσιμο σημείο. Υπό αυτός τους όρους αξίζει να επισημανθεί το γεγονός ότι σε σημεία που σήμερα αποτελούν τα πλέον τουριστικά έλαβαν χώρα σημαντικά φαινόμενα κοινωνικής παθογένειας.

Σε μια άλλη κατεύθυνση εντοπίζονται και οι κινηματογραφικές τοποθεσίες, μιας και αποτελούν εργαλείο για τον σχεδιασμό της στρατηγικής μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού, που θα ακολουθήσει στο κεφάλαιο των προτάσεων. (Βλέπε Κεφάλαιο 6)



hobbiton movie set tours



5. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ανταγωνισμός των πόλεων παγκόσμιας κλίμακας έχει θέσει τους φορείς σχεδιασμού στρατηγικών προβολής των πόλεων σε έναν μαραθώνιο αγώνα για το ποια θα ξεχωρίσει και θα καταφέρει να διεκδικήσει την μεγαλύτερη μερίδα του τουριστικού κοινού. Υπό αυτούς τους όρους νέες μορφές τουρισμού αναδύονται, μέσω της αξιοποίησης και ανάδειξης των υφιστάμενων αστικών πόρων. Έτσι ο κινηματογραφικός τουρισμός αποδεικνύεται ως μια από τις πλέον δυναμικές μορφές τουρισμού, με κύριο εργαλείο την κινηματογραφική εικόνα.

Στον παρόν κεφάλαιο λοιπόν εξετάζονται αρχικά οι εκφάνσεις του κινηματογραφικού τουρισμού, που φέρεται να καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα αγαθών και δραστηριοτήτων. Ενώ στην συνέχεια εντοπίζονται οι φορείς και η τυπολογία των πολιτικών που εφαρμόζεται, στο πλαίσιο υλοποίησης στρατηγικών μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού. Ακολούθως εντοπίζεται το μοντέλο των δημιουργικών πόλεων, ως το πλέον πρόσφορο για την ανάπτυξη τέτοιων στρατηγικών.

Τέλος και σε συνάρτηση με τα προηγούμενα κεφάλαια, παρουσιάζεται το παράδειγμα του Ηνωμένου Βασιλείου και πιο συγκεκριμένα του Λονδίνου, ως προς τις στρατηγικές που ακολουθούνται και των δράσεων που έχουν υλοποιηθεί προς αυτή την κατεύθυνση.



5. ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

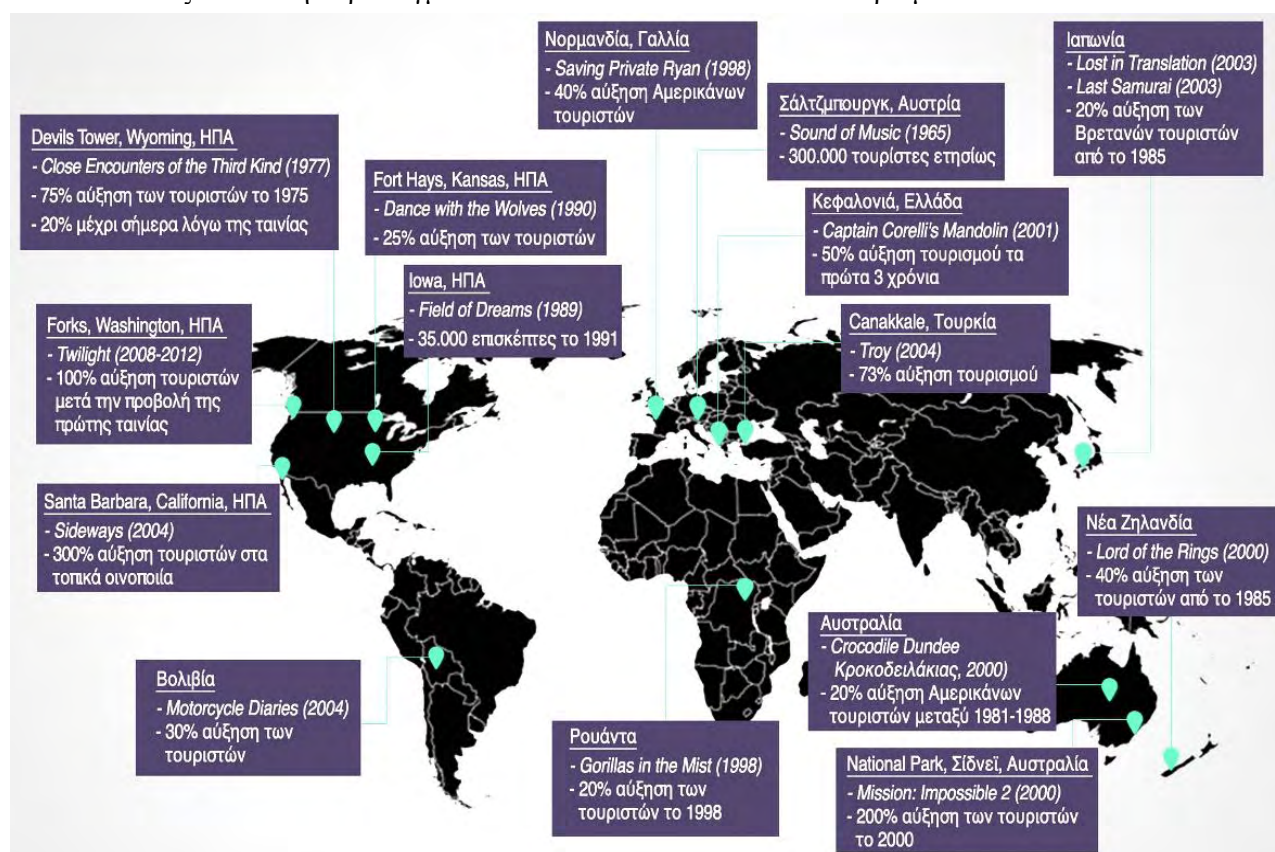
Κατά την διάρκεια των τελευταίων δυο αιώνων οι περισσότερες πόλεις και δει οι μητροπόλεις επαναπροσδιόρισαν την οικονομική τους βάση μεταβαίνοντας από τον πρωτογενή τομέα και την γεωργία στην βιομηχανική εποχή, που και αυτή με την σειρά της αντικαταστάθηκε από την οικονομία των υπηρεσιών. Ενώ τις τελευταίες δυο δεκαετίες παρατηρείται η ανάδυση οικονομιών βασισμένων στη γνώση και στο ανθρώπινο κεφάλαιο, που θεωρώντας ότι αποτελούν την κινητήρια δύναμη της οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης, δύνανται να ισοδυναμούν με την σημασία του οικονομικού κεφαλαίου. Έτσι στην εποχή τη γνώσης, η θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου αρχίζει να εκτοπίζεται δίνοντας την θέση της στην θεωρία του δημιουργικού κεφαλαίου, η οποία φέρεται να αφορά την δημιουργική τάξη, όλους εκείνους τους τομείς και επιστήμονες που παράγουν γνώση και δημιουργούν (Florida, 2013: 6-7). Εντός αυτού του πλαισίου η νέα τάξη πραγμάτων θέλει την έννοια της δημιουργικότητας να κερδίζει έδαφος μεταξύ των επαγγελματιών του αστικού σχεδιασμού και αυτών που χαράζουν την στρατηγική ανάπτυξης των πόλεων, προσελκύοντας τις αντίστοιχες βιομηχανίες που κινητοποιούν την αστική ανάπτυξη (O'Connor κ.ά., 2008: 2-3).

Σε μια άλλη κατεύθυνση καθοριστικός παράγοντας διερεύνησης του τουρισμού και των μορφών που λαμβάνει είναι η διεπιστημονική προσέγγιση του αντικειμένου. Το παραπάνω καθίσταται σαφές στην περίπτωση του θεματικού κινηματογράφου που είναι προσανατολισμένο τόσο στο προϊόν, όσο και στην ίδια την βιομηχανία του θεάματος. Η προβληματική του φιλικού τουρισμού ανάγεται σε μια σειρά συγγενικών ακαδημαϊκών τομέων, με πιο εμφανή την σχέση μεταξύ τουρισμού, χώρου και μέσων ενημέρωσης. Ενώ φαινομενικά η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού φέρεται να εξειδικεύεται και να αφορά συγκεκριμένες πόλεις-πόλους, το γεγονός ότι προωθεί την αστική εικόνα και διαμορφώνει έναν διακριτό τύπο τουριστικής συμπεριφοράς και δραστηριοτήτων αποτελεί ικανή συνθήκη ώστε να κεντρίσει το ενδιαφέρον των μελετητών και των Tour Operators (Landry, 2008: 134-135).

Σε συνέχεια με τα παραπάνω οργανισμοί, που δραστηριοποιούνται στον τομέα του μάρκετινγκ προορισμών και των οικονομικών κατανοώντας το επιπρόσθετο όφελος, στρέφονται προς αυτή την κατεύθυνση για την προσέλκυση ταξιδιωτών. Μια σειρά από τουριστικούς προορισμούς υψηλού προφίλ ενσωματώνουν την συνιστώσα του σινεμά στο προωθούμενο πακέτο των στρατηγικών μάρκετινγκ. Στο Ηνωμένο Βασίλειο από το 1990 ο παράγοντας του κινηματογράφου αποτελεί αυτοτελή κατεύθυνση του προγράμματος προώθησης του τουρισμού Visit Britain. Ενώ αναφορικά με τα οφέλη που απορρέουν από αυτόν σημειώνεται ότι οι οικονομικές εισροές υπολογίζεται ότι ανήλθαν στο ποσό του ενός δισεκατομμυρίου λιρών του εθνικού ακαθάριστου προϊόντος για το 2011, ενώ το 2009 το 10% των τουριστών που επισκέφθηκαν την χώρα σχετίζονταν με την κινηματογραφική βιομηχανία (Oxford Economics, 2012: 66). Ακόμη πιο χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της πολιτείας του New Mexico των Ηνωμένων Πολιτειών, τα έσοδα της οποίας μόνο από

τον κινηματογραφικό τουρισμό για το 2009 εκτιμήθηκαν στα 124 εκατομμύρια δολάρια (Ernst & Young, 2009: 11). Μέσα από αυτά τα παραδείγματα και από τον υψηλό αριθμό των ανάλογων οργανισμών ενθάρρυνσης κινηματογραφικών παραγωγών που λειτουργούν ανά χώρα, διαφαίνεται η δυνητική αξία του κινηματογραφικού τουρισμού για την προώθηση της ελκυστικότητας και της εικόνα των προορισμών στο διεθνές πλαίσιο ανταγωνιστικότητας.

Πίνακας 2: Διεθνή παραδείγματα - Το αντίκτυπο ταινιών στον τουρισμό



Πηγή: Oxford Economics, 2010:51, Hudson & Ritchie Brent, 2006: 389, ίδια

Έτσι λοιπόν ενώ οι μελετητές εντοπίζουν την επιρροή του κινηματογράφου στην ταξιδιωτική πρόθεση και επισημαίνουν το οικονομικό όφελος, το φάσμα του κινηματογραφικού είδους, που έχει μελετηθεί αναφορικά με τους τουριστικούς προορισμούς, παραμένει ευρύ περιλαμβάνοντας ταινίες όπως: τα 'blockbusters' [*Braveheart* (1995), *Harry Potter* (2001-2011), *The Lord of the Rings* (*Ο Άρχοντας των Λαχτυλιδιών*, 2001-2003)], οι ρομαντικές κομεντί [*Notting Hill* (*Μια Βραδιά στο Νότινγκ Χιλ*, 1999), *Bridget Jones's Diary* (*Το Ημερολόγιο της Μπρίτζετ Τζόουνς*, 2001) και *Bridget Jones: The edge of reason* (*Μπρίτζετ Τζόουνς: Η Επόμενη Σελίδα*, 2004)], ταινίες και σίριαλ πολιτιστικής κληρονομιάς και ιστορίας [*Pride and Prejudice* (*Περηφάνια και Προκατάληψη*, 2005), *Sense and Sensibility* (*Λογική και Ευαισθησία*, 1995), *Downton Abbey* (*Ο Πύργος του Downton*, 2010-), *Sherlock* (2010-)], εκπομπές ταξιδιωτικού και γαστρονομικού ενδιαφέροντος [*Anthony Bourdain: No Reservations* (2005-), κ.ά.] και κ.ά.. Σε αυτή την κατεύθυνση η Βρετανία, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Αυστραλία, η Κορέα και η Νέα Ζηλανδία έχει εντοπισθεί ότι αποτελούν τους κυριότερους

προορισμούς, που έχουν επωφεληθεί από τον κινηματογράφο. Παρόλο όμως η σύνδεση μεταξύ των δυο τομέων καθίσταται φανερή, οι επιμέρους δομές και άλλα δομικά στοιχεία και στρατηγικές, που προϋποθέτουν την ανάπτυξη του κινηματογράφου, παραμένουν υπό διερεύνηση.

Διερευνώντας τις διαστάσεις του κινηματογραφικού τουρισμού, αυτές φέρονται να επεκτείνονται σε ένα ευρύ πλαίσιο με σημαντικές προοπτικές. Για να εντοπιστούν όμως αυτές οι προοπτικές προϋπόθεση αποτελεί η εξέταση της διεπιστημονικής θεωρητικής σύνδεσης κινηματογράφου και τουρισμού, που αναδεικνύει και την παράμετρο της πόλης και πτυχές αυτής όπως η διεθνή της εικόνα, η αστική οικονομία, η πολιτισμική γεωγραφία, κ.ά..

5.1. Ο ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η έννοια του ίδιου του κινηματογραφικού τουρισμού καθίσταται σαφές ότι αφορά την τουριστική δραστηριότητα που προκαλείται από την εικόνα των μέσων προβολής, περικλείοντας τον κινηματογράφο, την τηλεόραση, κάθε μαγνητοσκοπημένο υλικό αλλά και τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Βέβαια ανάμεσα σε αυτά τα μέσα υπάρχουν διαφοροποιήσεις, αναφορικά με την μορφή που λαμβάνει η αντιληπτική εμπειρία και το εύρος του κοινού στο οποίο απευθύνεται (Hudson & Ritchie, 2006). Από την βιβλιογραφία όμως προκύπτει να υπάρχει και μια άλλη βασική εννοιολογική διάκριση, που οφείλεται στον τρόπο ερμηνείας. Έτσι συναντάται τόσο ο όρος ‘κινηματογραφικός τουρισμός’, όσο και ο ορισμός ‘τουρισμός των ταινιών’ αλλά και ο ‘τουρισμός που συνδέεται με τα μέσα ενημέρωσης’, με τον πρώτο να λαμβάνει την ευρύτερη έννοια της κινούμενη εικόνας. Δεδομένης της σύγχυσης των όρων πολλοί θεωρητικοί κατέληξαν να χρησιμοποιούν τον όρο ‘τουρισμός της οθόνης’ προκειμένου να συμπεριλάβουν κάθε μέσο που δρα προς αυτή την κατεύθυνση (Connel, 2012). Πάρα ταύτα υπό το πρίσμα του τουρισμού καταχρηστικά χρησιμοποιείται ο όρος κινηματογραφικός τουρισμός για να αποδώσει την εικόνα που προκύπτει μέσα από την οθόνη, μιας το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην σημασία του και όχι στην εννοιολογική ανάλυση του όρου.

Ακολούθως οφείλεται να σημειωθεί ότι ο όρος που επικρατεί στην διεθνή βιβλιογραφία και φέρεται να είναι ο ορθότερος είναι “film-induced tourism” (η ταινία ως κίνητρο τουρισμού), που αφορά την τουριστική δραστηριότητα-μετάβαση που προκαλείται αποκλειστικά από την εικόνα που προβάλλεται σε κινηματογράφο, τηλεόραση, βιντεοταινίες και τα λοιπά νέα ψηφιακά μέσα. Αφορά την κατηγορία των τουριστών που μεταβαίνουν σε τοποθεσίες και στούντιο των γυρισμάτων προκειμένου να αναβιώσουν την φιλική εμπειρία σε πραγματικές συνθήκες (Καρπαθιωτάκη, 2007). Ενώ άλλοι θεωρητικοί αποσαφηνίζοντας τον όρο καταγράφουν ότι πρόκειται για την επισκεψιμότητα σε χώρους όπου έχουν γυριστεί τηλεοπτικά προγράμματα και ταινίες, καθώς και οι περιηγήσεις σε στούντιο παραγωγής, συμπεριλαμβανομένων των θεματικών πάρκων που εμπεριέχουν κάποια φιλική θεματική (Beeton, 2005: 9). Συγχωνεύοντας τις παραπάνω έννοιες και όρους μπορεί να ειπωθεί ότι η τουριστική πρόθεση είναι η δραστηριότητα που εκπορεύεται τόσο από την εικόνα που

προβάλλεται από τα μέσα του θεάματος, αλλά και από μη εμφανή ερεθίσματα όπως την μουσική, τον έντυπο τύπο και την λογοτεχνία. Σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα αποδεικνύονται να είναι πιο ισχυρά μέσα για την διαμόρφωση της εικόνας του προορισμού, από ότι οι στοχευμένες στρατηγικές τουριστικού μάρκετινγκ.

Ο κινηματογραφικός τουρισμός δύναται να λάβει πολλές και διαφορετικές μορφές, πράγμα το οποίο εξαρτάται από το είδος και της δημοτικότητα της ταινίας. Μάλιστα εντοπίζονται παραδείγματα με ταινίες να παρακίνησαν σε τέτοιο βαθμό το τουριστικό κοινό ώστε να εκκολάπτονται κερδοφόρες επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται γύρω από την αφηγηματική και τον αναπαριστώμενο χώρο. Όπως οι ταινίες έτσι και οι τουριστικές επιχειρήσεις εστιάζουν σε αυτό τον κομβικό τόπο, αποδίδοντας του εκείνη την κατάλληλη σημασιολογία, προκειμένου να πληροί τις προϋποθέσεις ενός αξιοθέατου που παρακινεί το τουριστικό ενδιαφέρον (Edwards, 2012: 14). Επομένως κρίνεται σκόπιμο οποιαδήποτε στρατηγική μάρκετινγκ και *Branding* του προορισμού να δίνει βαρύνουσα σημασία σε αυτό τον κομβικό τόπο, για παράδειγμα το Royal Naval College στο Greenwich αποτελεί κομβικό σημείο για την σειρά ταινιών *Pirates of the Caribbean (Οι Πειρατές της Καραϊβικής, 2003-)*, που αυξάνοντας την επισκεψιμότητα του μνημείου κατά 13% μετά την πρώτη ταινία (Oxford Economics, 2012: 69).

Πέρα όμως από το παραπάνω παράδειγμα τα φιλμ παρακινούν το τουριστικό ρεύμα και προς πιο διευρυμένες χωρικές οντότητες, χωρίς να υφίσταται εστίαση σε συγκεκριμένες κινηματογραφημένες περιοχές. Παραδείγματος χάρη σημειώθηκε αύξηση του τουρισμού στην Αίγυπτο και στις χώρες τις βορείου Αφρικής με τα την προβολή των ταινιών *Ο Άγγλος Ασθενής (The English Patient, 1997)* και *The Sheltering Sky (Τσάι στη Σαχάρα, 1990)*, χωρίς οι τουρίστες να επισκέπτονται συγκεκριμένες τοποθεσίες. Επιπλέον ο κινηματογραφικός τουρισμός δύναται να εντοπίζεται εκτός των εντοπισμένων ορίων του φυσικού κινηματογραφημένου χώρου από την άποψη ότι μπορεί να σχετίζεται με θεματικά πάρκα, περιηγήσεις, φεστιβάλ και πρεμιέρες (Beeton, 2005: 215).

Διερευνώντας σε ένα γενικότερο πλαίσιο τις μορφές που δύναται να λάβει ο κινηματογραφικός τουρισμός και τις δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν, αυτές διαιρούνται σε δυο γενικές κατηγορίες τις *εντός τόπου* (on-location) και *εκτός τόπου* (off-locations). Αναλυτικότερα η πρώτη αφορά τις θέσεις εξωτερικών γυρισμάτων σε φυσικούς, έμβιους χώρους όπως αξιοθέατα, κτίρια, σταθμούς μέσω μαζικής μεταφοράς ή ακόμη και δάση ή παραλίες. Σε κάθε περίπτωση οι θέσεις αυτές είτε αποτελούσαν αξιοθέατα είτε προάχθηκαν σε αξιοθέατα, λόγω της δημοτικότητας που γνώρισαν μέσα από τον σινεμά (Tanskanen, 2012: 15-16). Σημειώνονται περιπτώσεις που άγνωστες και δύσκολα προσβάσιμες τοποθεσίες μετά την κινηματογραφική τους αναπαράσταση γνώρισαν αύξηση του τουριστικού ρεύματος, πάνω στο οποίο ανέπτυξαν δραστηριότητες και παροχές βασίζοντας την επιχειρηματική και οικονομική βάση της περιοχής σε αυτό τον αναπτυξιακό τομέα. Μια τέτοια περίπτωση είναι το χωριό Wanaka στη Νέα Ζηλανδία που αξιοποίησε την τουριστική

προσέλευση, απόρροια της σειράς ταινιών *Άρχοντας των Δαχτυλιδιών (2001-2003)*, με οικοτουριστικές δραστηριότητες και θεματικά διαμορφωμένες ξενοδοχειακές μονάδες (minaretlodge.co.nz, 2014).

Αναφορικά με την έτερη κατηγορία των *εκτός τόπου* αφορά τεχνητές, δομημένες υποδομές που κατασκευάστηκαν για κινηματογραφικούς ή για τουριστικούς λόγους, όπως είναι τα κινηματογραφικά στούντιο ή τα θεματικά πάρκα. Παρατηρείται ότι κάθε μεγάλο κινηματογραφικό στούντιο όπως της Warner Bros, της Universal και της Fox παρέχει ξεναγήσεις σε αυτές τις υποδομές ή έχει κατασκευάσει ξεχωριστά θεματικά πάρκα βασισμένα στις πιο γνωστές παραγωγές τους. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του θεματικού πάρκου της εταιρείας Universal στη Φλόριντα των ΗΠΑ, που δημιουργήθηκε αποκλειστικά για τουριστικούς λόγους και περιλαμβάνει θεματικές ψυχαγωγικές ενότητες από διάφορες ταινίες και καταστήματα με σουβενίρ από τις αντίστοιχες ταινίες. Σχετικά με τις περιηγήσεις στα κινηματογραφικά στούντιο, αυτές κεντρίζουν το ενδιαφέρον των κινηματογραφόφιλων, που ενδιαφέρονται να μάθουν για την διαδικασία των γυρισμάτων. Παρόλο που τα στούντιο αποτελούν τους ‘φυσικούς’-πραγματικούς χώρους των γυρισμάτων ανήκουν στην κατηγορία των εκτός-τόπου λόγω της τεχνητής τους φύσης και του πρωταρχικού λόγου κατασκευής τους (Tanskanen, 2012: 16-17).

Πέρα όμως από αυτές τις δυο γενικές κατηγορίες και εντοπίζοντας και άλλες δραστηριότητες που ανήκουν στην ομπρέλα των μορφών που δύναται λάβει ο κινηματογραφικός. Έτσι εμβαθύνοντας σε αυτό τον τομέα και με κριτήρια τη φύση του τόπου, το χαρακτήρα και τη διάρκεια της δραστηριότητας, εντοπίζονται τέσσερις επιπλέον κατηγορίες, που αφορούν: α) την εμπορευματοποιημένη έκφανση αυτού με τις διάφορες θεματικές περιηγήσεις, β) τις λανθασμένες ταυτότητες, που αφορούν τις περιοχές που λανθασμένα θεωρείται ότι γυρίστηκε η ταινία και αφορά το φαινόμενο ‘προσωρινή αναστολή δυσπιστίας’, γ) τις εφάπαξ εκδηλώσεις, όπως είναι τα κινηματογραφικά φεστιβάλ και οι πρεμιέρες ταινιών, δ) τέλος, τα ταξίδια ‘armchair’, που αφορούν ταξιδιωτικά προγράμματα κατά βάση τηλεοπτικά (Beeton, 2005: 10-11).

Κατά αυτή την έννοια ο κινηματογραφικός τουρισμός δύναται να εκλάβει μια σειρά από εκδοχές που συμπεριλαμβάνουν ποικίλες δραστηριότητες και κατηγοριοποιούνται στην ακόλουθη τυπολογία:

Πίνακας 3: Τυπολογία, χαρακτηριστικά και παραδείγματα κινηματογραφικού τουρισμού

Μορφές	Χαρακτηριστικά	Παραδείγματα
<p>Εντός Τύπου</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός ως βασικό κίνητρο ταξιδιού</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός ως κομμάτι διακοπών</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός σε μεμονωμένους πόρους</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός διασημοτήτων</p> <p>Νοσταλγικός κινηματογραφικός τουρισμός</p>	<p>Η κινηματογραφημένη περιοχή αποτελεί από μόνη της αξιοθέατο με δυναμική που κινητοποιεί την επισκεψιμότητα.</p> <p>Επίσκεψη σε κινηματογραφημένες τοποθεσίες ως επιπλέον δραστηριότητα στο πλαίσιο διακοπών.</p> <p>Επίσκεψη σε συγκεκριμένες θέσεις ταινιών για την αναβίωση της κινηματογραφικής εμπειρίας.</p> <p>Οικίες διασημοτήτων, κινηματογραφικές θέσεις που έχουν συνδεθεί με διασημότητες.</p> <p>Επίσκεψη σε κινηματογραφημένες τοποθεσίες που αντιπροσωπεύουν μια άλλη εποχή.</p>	<p>Βόρεια Αφρική, Αίγυπτος [(<i>O Άγγλος Ασθενής</i>, 1996), <i>The Sheltering Sky</i>, 1990)]</p> <p>Κάστρο Doune στη Σκωτίας (<i>Monty Python</i>)</p> <p>Beverly Hills(25% αύξηση επισκεπτών στο Hollywood λόγω αυτών των περιηγήσεων)</p> <p><i>Pride and Prejudice</i> (τέλη 18ου αιώνα), <i>Downton Abbey</i> (περίοδος 1912-1922)</p>
<p>Εμπορευματοποιημένες</p> <p>Κατασκευασμένα αξιοθέατα κινηματογραφικού τουρισμού</p> <p>Ταινιακές/Κινηματογραφικές περιηγήσεις</p> <p>Ξεναγήσεις σε συγκεκριμένες εντός-τόπου τοποθεσίες γυρισμάτων</p>	<p>Ανάδειξη θέσης σε αξιοθέατο μετά την κινηματογράφιση καθαρά για την προσέλκυση τουριστών.</p> <p>Οργάνωση περιηγήσεων-ξεναγήσεων σε κινηματογραφημένες περιοχές.</p> <p>Ξεναγήσεις σε συγκεκριμένες περιοχές, συνήθως σε μη δημόσιους χώρους.</p>	<p>Περιηγήσεις σε εντός-τόπου θέσεις</p> <p>Περιηγήσεις στην Νέα Ζηλανδία βασισμένες στις θέσεις γυρισμάτων των ταινιών <i>Hobbit</i> (2012-2014)</p>
<p>Λανθασμένες Ταυτότητες</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός σε περιοχές όπου θεωρείται ότι έχει γυριστεί η ταινία.</p> <p>Κινηματογραφικός τουρισμός σε περιοχές όπου η ταινία τοποθετείται αλλά δεν έχει γυριστεί.</p>	<p>Ταινίες και τηλεοπτικές σειρές που γυρίστηκαν σε χώρους που δημιουργήθηκαν ώστε να μοιάζουν με άλλους, συχνά σε διαφορετικές χώρες για οικονομικούς λόγους.</p> <p>Οι ταινίες έχουν προκαλέσει το ενδιαφέρον για μια συγκεκριμένη χώρα, περιοχή ή θέση, πάνω στις οποίες έχει βασιστεί η ιστορία των ταινιών αλλά δεν έχουν γυριστεί εκεί.</p>	<p><i>The Last Samurai</i>, Ιαπωνία (η ταινία γυρίστηκε στη Νέα Ζηλανδία)</p> <p><i>Braveheart</i>, Σκωτία (η ταινία γυρίστηκε στη Ιρλανδία)</p>
<p>Εκτός Τύπου</p> <p>Ξεναγήσεις σε στούντιο</p> <p>Θεματικά πάρκα-στούντιο</p>	<p>Ξεναγήσεις στις βιομηχανικές εγκαταστάσεις των στούντιο, όπου κάποιος μπορεί να παρακολουθήσει τα γυρίσματα και όλη την διαδικασία παραγωγής ταινιών</p> <p>Συνήθως γεινιάζει με κάποιο στούντιο, έχει κατασκευαστεί για τουριστικού λόγους και δεν λαμβάνουν χώρα γυρίσματα ή οποιαδήποτε διαδικασία παραγωγής ταινιών.</p>	<p>Paramount Studios, Hengdian World Studios στην Κίνα (8,4 εκατομμύρια επισκέπτες το 2010)</p> <p>Universal Studios</p>
<p>Εφάπαξ Εκδηλώσεις</p> <p>Πρεμιέρες ταινιών</p> <p>Κινηματογραφικά φεστιβάλ</p>	<p>Ιδιαίτερα αυτών που δεν λαμβάνουν χώρα στους συνηθισμένους κινηματογραφικούς πόλους, όπως το Χόλυγουντ</p> <p>Προσέλευση σε καθιερωμένα, ετήσια κινηματογραφικά Φεστιβάλ και εκδηλώσεις, που προσελκύουν τον κινηματογραφικό κόσμο, οπαδούς, κ.ά.</p>	<p>Η πρεμιέρα του <i>Lord of the Rings: Return of the King</i> το 2003 έγινε στην Νέα Ζηλανδία</p> <p>Φεστιβάλ Καννών (30.000 επισκέπτες), Φεστιβάλ Εδιμβούργου</p>
<p>Ταξίδια ‘armchair’</p> <p>Τηλεοπτικά ταξιδιωτικά προγράμματα</p> <p>Γαστρονομικά προγράμματα</p>	<p>Συνιστούν την οπτικοποιημένη εξέλιξη των ταξιδιωτικών οδηγών-οδοιπορικών</p> <p>Τηλεοπτικά προγράμματα γαστρονομικού περιεχομένου που ταξιδεύουν τον θεατή σε διαφορετικά μέρη του κόσμου.</p>	

Πηγή: Beeton, 2005: 10-11, Connell,2012, ίδια επεξεργασία

Διαφαίνεται όμως ότι παρά την πολυσημία εκδοχών τους κινηματογραφικού τουρισμού ο βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών αποδεικνύεται ότι επηρεάζεται από μια σειρά από παράγοντες, όπως η οργανωμένη περιήγηση και ξενάγηση στα κινηματογραφημένα τοπία και στα παρασκήνια των γυρισμάτων. Επίσης η τουριστική εμπειρία βελτιώνεται και από τους λαοφιλούς ηθοποιούς που προβάλλονται στις ταινίες και δημιουργούν έναν ισχυρό δεσμό με το κοινό, ο οποίος ενδυναμώνεται όταν πρόκειται για blockbuster ταινίες με περιπετειώδη ή και ρομαντική πλοκή και εντυπωσιακά τοπία (Bolan & Williams, 2008). Το τελευταίο όμως δεν αποτελεί κανόνα, μιας και εντοπίζονται περιπτώσεις ταινιών που απεικονίζουν τις αρνητικές πτυχές της σύγχρονης αστικής ζωής, όπως η ανεργία, η ανέχεια και οι εξαρτήσεις που παρουσιάζονται για το Εδιμβούργο στην ταινία *Trainspotting* (1996). Επομένως μπορεί να ειπωθεί ότι αρκεί το κοινό να ταυτιστεί με τους χαρακτήρες ή απλώς να τους συμπαθήσει ώστε να μεταβεί στον προορισμό (Connel, 2012).

Σε μια άλλη κατεύθυνση για την επιτυχή κεφαλαιοποίηση των ευκαιριών, τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από τον κρατικό τομέα, εντοπίζεται πληθώρα δραστηριοτήτων βασισμένων σε θεματικές από ταινίες. Αυτές που συναντώνται πιο συχνά και κρίνονται ως οι πιο επιτυχείς και κερδοφόρες είναι: α) περιηγήσεις και ξεναγήσεις που να εστιάζουν στην ανάδειξη των κτιριακών κελυφών και της πολιτιστικής κληρονομιάς που χρησιμοποιούνται ή και προβάλλονται σε ταινίες, β) οργανωμένα πακέτα ξεναγήσεων σε αξιοθέατα, ώστε να επιμηκυνθεί η περίοδος διαμονής των τουριστών, γ) καθώς και επισκέψεις σε χώρους παραγωγής ταινιών και διανομή χαρτών φιλικής θεματικής, προκειμένου να ενθαρρυνθεί η ατομική εξερεύνηση των τοποθεσιών τουριστικού ενδιαφέροντος των χώρων που συνδέονται με ταινίες (Connel, 2012).

Η πιο δημοφιλής από αυτές τις δραστηριότητες είναι οι οργανωμένες περιηγήσεις σε φιλικές τοποθεσίες, για τις οποίες συστήνεται να είναι προσεχτικά σχεδιασμένες, ώστε να ικανοποιούν τις προσδοκίες των τουριστών για λεπτομέρειες σχετικές με τις τοποθεσίες των γυρισμάτων και τη γεωγραφία των περιοχών. Ακόμη απαραίτητες κρίνονται και πληροφορίες εκ των έσω αναφορικά με την διαδικασία και τη διάρκεια των γυρισμάτων αλλά και ένα πλήρες οπτικοακουστικό αρχείο (Edwards, 2012: 23). Ακόμη σε πολλές περιπτώσεις συστήνεται η δημιουργία πιο στοχευμένων παροχών, όπως εστιατόρια, ξενοδοχεία, πάρκα αναψυχής, καταστήματα, κ.ά. με θεματική και αναφορές σε ταινίες ναυαρχίδες για την περιοχή (Soliman, 2011). Για παράδειγμα, το ξενοδοχείο Plaza Athenee του Παρισιού προσφέρει παροχές βασισμένες στις διατροφικές προτιμήσεις της πρωταγωνίστρια της σειράς *Sex and the City* (1998-2004), καθώς και περιηγήσεις στο δωμάτιο και στους χώρους του ξενοδοχείου που γυρίστηκαν σκηνές της σειράς (katieandchelsie.blogspot.gr, 2014). Ενώ στην πρωτοπόρο Νέα Ζηλανδία στο χωριό Wanaka, το ξενοδοχείο(boutique hotel) Minaret Lodge παρέχει στους φιλοξενούμενους τη δυνατότητα να μείνουν σε δωμάτια με διακόσμηση εμπνευσμένη από την σειρά ταινιών *Άρχοντας των Δαχτυλιδιών* (2001-2003), καθώς

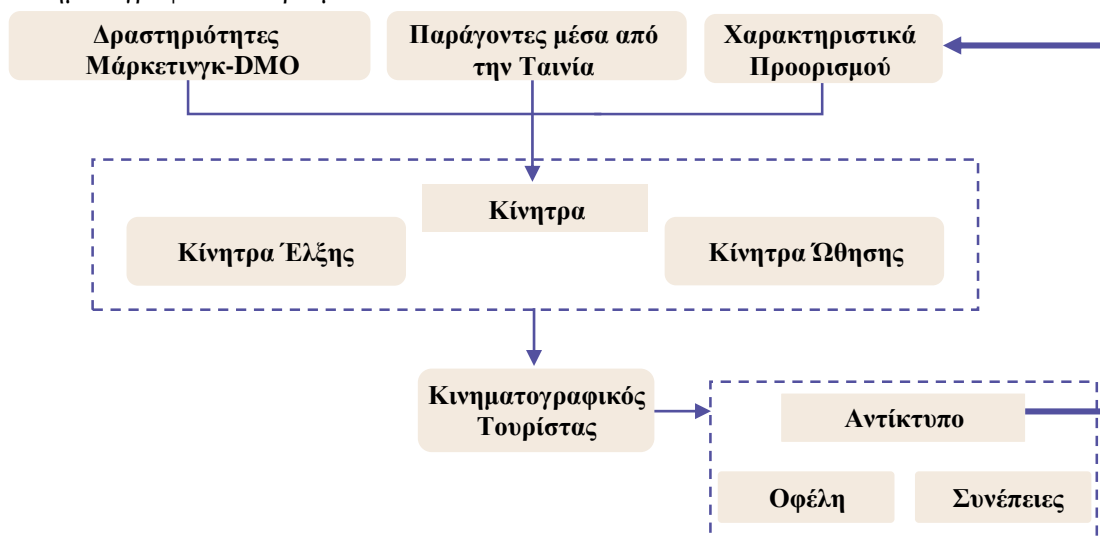
και μενού ειδικής θεματικής και περιηγήσεις στους υπαίθριους χώρους γυρισμάτων των ταινιών (minaretlodge.co.nz, 2014).

Επομένως η αναπαράσταση του κινηματογραφιστή είναι που διαμορφώνει το αρχικό πλαίσιο μέσα από το οποίο οι τουρίστες προσδοκούν να βιώσουν τις τοποθεσίες των γυρισμάτων και να αξιολογήσουν το ταξίδι και τον προορισμό. Μάλιστα χαρακτηριστικός είναι ο ισχυρισμός ότι όλοι έχουμε βρεθεί στη Νέα Υόρκη μέσα από τις σειρές *NYPD Blue* (1993-2005), *Seinfeld* (1989-1998), *Friends* (*Τα Φιλαράκια*, 1994-2004) και *Sex and the City* (1998-2004), με αποτέλεσμα να επικρατεί η αντίληψη της εξοικείωσης με αυτά τα μέρη (Kim, 2012). Το παρόν όμως ενέχει τον κίνδυνο της απογοήτευσης των προσδοκιών για τον προορισμό, δεδομένης της σύγκρισης μεταξύ της πραγματικής αλλά και της εικόνα που αναπαράγουν τα μέσα (Connel, 2012). Προκειμένου να κατανοηθεί το τελευταίο αρκεί να αναφερθούν εκ νέου τα παραδείγματα της ταινίας *Braveheart* (1995), που ενώ γυρίστηκε στην Ιρλανδία ταυτίστηκε με τη Σκωτία, αλλά και της ταινίας *The Last Samurai* (*Ο Τελευταίος Σαμουράι*, 2003), που γυρίστηκε στη Νέα Ζηλανδία αλλά απεικονίζει την Ιαπωνία. Κατά αυτή την έννοια το κοινό κατανοώντας ότι η εικόνα που βλέπουν δεν αντιπροσωπεύει τη Σκωτία και την Ιαπωνία αντίστοιχα, επιλέγουν συνειδητά να επισκεφθούν αυτούς τους προορισμούς. Έτσι λοιπόν η αύξηση του τουρισμού μετά την προβολή αυτών των ταινιών αποδόθηκε σε αυτές, με την διαδικασία αυτή να κατονομάζεται ‘προσωρινή αναστολή δυσπιστίας’ (Kim, 2012).

Από την βιβλιογραφία προκύπτει η εικόνα του προορισμού να εκλαμβάνει σημαίνοντα ρόλο, με τον κινηματογράφο να είναι σε θέση να δομήσει ή και να δυσφημίσει αυτή την εικόνα. Ως ακραίο χαρακτηρίζεται το παράδειγμα της ταινίας *Borat: Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan* (*Μποράτ*, 2006), παρά την μη ευνοϊκή αναπαράσταση του Καζακστάν, απόρροια του φιλμ ήταν η μεγάλη εισροή επισκεπτών από την Βρετανία αλλά και την κινητοποίηση των *DMO* για την προβαλλόμενη διεθνή εικόνα και ταυτότητα της χώρας (Connel, 2012). Σε αντιδιαστολή έρχεται το παράδειγμα της ταινίας *Lost in Translation* (*Χαμένοι στη Μετάφραση*, 2003), που άφησε ανάμεικτες εντυπώσεις αναφορικά με την Ιαπωνία ως τουριστικό προορισμό, αυξάνοντας πάρα ταύτα την επισκεψιμότητα. Συμπεραίνεται λοιπόν ότι σε κάθε περίπτωση ενισχύεται το ήδη υπάρχον ενδιαφέρον για τον προορισμό, επηρεάζοντας άμεσα την απόφαση για μετάβαση (Hahm & Wang, 2011).

Επομένως οι αναπαραστάσεις ενός τόπου αναδεικνύεται σε αποτελεσματικό εργαλείο μάρκετινγκ και *Branding* και ο κινηματογράφος ως το ιδανικότερο μέσο για κατασκευή εικόνων. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Νέας Ζηλανδίας που δόμησε το τουριστικό της προφίλ και την στρατηγική μάρκετινγκ βασιζόμενη στο *Branding* που απέρρεε από την λογοτεχνία και το κινηματογράφο επικοινωνώντας την εθνική ταυτότητα (Carl κ.ά., 2007).

Πίνακας 4: Πλαίσιο εννοιολογικής προσέγγισης και δομικών χαρακτηριστικών κινηματογραφικού τουρισμού



Πηγή: Hudson & Ritchie, 2006, ίδια επεξεργασία

Μέσα από ένα εύρος παραδειγμάτων από την διεθνή εμπειρία επιχειρείται να δομηθεί και να αποκωδικοποιηθεί ένα πλαίσιο που θα εμπεριέχει και θα συνοψίζει όλα όσα αναφέρθηκαν για τα βασικά χαρακτηριστικά που συνθέτουν τον κινηματογραφικό τουρισμό και που απορρέουν από αυτόν. Στο κέντρο αυτού του πλαισίου εντοπίζεται η τουριστική ταινία ως η γενεσιουργός αιτία του κινηματογραφικού ρεύματος που οφείλεται και στα *κίνητρα έλξης* και στα *κίνητρα ώθησης*. Ενώ με την σειρά τους αυτά, όπως προαναφέρθηκε, ενισχύονται από μια σειρά παραγόντων που συγκεντρωτικά αφορούν τις δραστηριότητες μάρκετινγκ του προορισμού, τους παράγοντες που ανακύπτουν μέσα από την ταινία και τα χαρακτηριστικά του προορισμού. Ενώ σε μια άλλη κατεύθυνση, όπως προαναφέρθηκε και όπως θα αναλυθεί παρακάτω, το αντίκτυπο του κινηματογραφικού τουρισμού εμπεριέχει τόσο δυνητικά θετικά οφέλη όσο και αρνητικές συνέπειες, που όπως αποκωδικοποιείται μέσα από το μοντέλο αφορούν το προφίλ του προορισμού. Τα περισσότερα από αυτά τα στοιχεία θα αναλυθούν περαιτέρω παρακάτω.

Αναφορικά με τις δραστηριότητες μάρκετινγκ που δύναται να αναπτύξουν οι *DMO* αυτές αφορούν μια σειρά πρωτοβουλιών που λαμβάνουν εξειδικευμένοι φορείς και ανακύπτουν μέσα από την ίδια την κινηματογράφηση του προορισμού, πράγμα το οποίο αποτελεί το πιο πρόσφορο διαφημιστικό υπόβαθρο. Λόγω της αύξησης του κινηματογραφικού τουρισμού, που εμπίπτει στην αδιαμφισβήτητη επιρροή των ταινιών, είναι σημαντικό για τους επαγγελματίες του είδους να κατανοήσουν πλήρως το αντίκτυπο του σινεμά στον τουρισμό και το πώς πρέπει να τον διαχειριστούν. Δεδομένου ότι η βιομηχανία του θεάματος δεν ενδιαφέρεται για τις επιπτώσεις της αναπαραγόμενης εικόνας στον τουρισμό, είναι στην αρμοδιότητα των επαγγελματιών του τομέα (*DMO, Tour Operators*) να διαχειριστούν με το βέλτιστο τρόπο τις ευκαιρίες που προκύπτουν (Edwards, 2012: 19-20). Οι συνθήκες αυτές οδηγούν στην θέσπιση μία σειράς στρατηγικών και μηχανισμών για την ανάπτυξη και προώθηση του κινηματογραφικού προφίλ, καθώς μια σημαντική

βιομηχανία έχει αναδυθεί μέσα από αυτές τις ευκαιρίες, που προσφέρει ο κινηματογράφος στον τουριστικό τομέα. Έτσι αναπτύχθηκαν στρατηγικές μάρκετινγκ προορισμών προσανατολισμένες για την προώθηση του κινηματογραφικού τουρισμού, ενώ εντοπίζονται εξειδικευμένοι κρατικοί φορείς (*DMO*) κατά τόπους που παρέχουν κίνητρα στις εταιρείες παραγωγής και εργάζονται για την ανάδειξη των περιοχών ως κατάλληλων για κινηματογράφηση (Christopherson & Righthor, 2010). Λόγω του κεντροβαρικού ρόλου τους στη διαδικασία και ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού εκτενέστερη ανάλυση γίνεται σε επόμενο εδάφιο.

Όσο αφορά τους παράγοντες που αναδύονται μέσα από την ταινία, αυτοί ταυτίζονται με την έννοια του κινηματογραφικού τουρισμού, εμπεριέχοντας το ευρύ φάσμα των μορφών και χαρακτηριστικών που δύναται να εκλάβει (Βλέπε Πίνακας 3). Ενώ δυνητικά αφορά όλες εκείνες τις δραστηριότητες που φέρονται να απορρέουν από τις τουριστικές ταινίες και από την δραστηριοποίηση των κινηματογραφικών βιομηχανιών που λειτουργεί προς αυτή την κατεύθυνση (O'Connor, 2010: 89).

Εν συνεχεία θίγοντας τα χαρακτηριστικά του προορισμού περιλαμβάνοντας όλα εκείνα τα δομικά στοιχεία της περιοχής, που προσέλκυσαν τόσο τους κινηματογραφιστές να τοποθετήσουν το σεναριακό τοπίο σε αυτή τη θέση, όσο και τους τουρίστες που παρακινήθηκαν μέσα από την σκηνογραφία της ταινίας. Μάλιστα από την διεθνή εμπειρία εντοπίζονται και παραδείγματα που θέλουν περιοχές να επένδυσαν σε τουριστικούς προορισμούς λόγω της κινηματογράφησης τους. Ενώ για να επιτευχθεί το παραπάνω ικανή συνθήκη αποτελεί η αποτύπωση του διαφορετικού στοιχείου, της πολυπολιτισμικότητας, των μοναδικών φυσικών, έμβιων, δομημένων και μη τοπίων και γενικότερα της ταυτότητας τους. Έτσι σε αυτό το πλαίσιο ενσωματώνεται και το κίνητρο της *πολιτισμικής γεωγραφίας* έτσι όπως αυτή προβάλλεται στις ταινίες ως μέρος της ταυτότητας του προορισμού. Το τουριστικό κοινό επιθυμεί να βιώσει και να γίνει μέρος των πολιτιστικών τοπίων, έτσι όπως αυτά αποκτούν μια διαφορετική σημειολογία μέσα από την σκηνοθεσία και επηρεάζουν την αντίληψη του θεατή για το φιλικό τοπίο (Kim, 2012).

Σε μια άλλη κατεύθυνση οι μελετητές επικεντρώθηκαν και στην διερεύνηση του τρόπου, που οι ταινίες επηρεάζουν την τουριστική πρόθεση για ένα συγκεκριμένο προορισμό. Για την ανάλυση όμως αυτής της τάσης τέθηκε ο παράγοντας της ανθρώπινης ψυχολογίας, με την έννοια της ιδιωτικής ζωής και του συναισθήματος, που φαίνεται να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση. Προκειμένου να γίνει κατανοητή αυτή η διαδικασία πρέπει να γίνει αναφορά και αντιπαραβολή με την θεωρία κινήτρων (θεωρία 'push and pull') του συμβατικού τουρισμού. Αναλυτικότερα τα *κίνητρα έλξης (pull factors)* αφορούν όλους εκείνους τους παράγοντες(π.χ. ήλιος, θάλασσα, κ.ά.) που προσελκύουν το τουριστικό ρεύμα σε ένα συγκεκριμένο προορισμό, ενώ τα *κίνητρα ώθησης (push factors)* αφορούν όλα εκείνα τα ερεθίσματα(π.χ. νοσταλγία, φαντασία, αυτογνωσία), που προδιαθέτουν τον τουρίστα να ταξιδέψει. Στην περίπτωση όμως του κινηματογραφικού τουρισμού η θεωρία των '3P's'(τόπος, προσωπικότητες-χαρακτήρες, απόδοση)

αντιπροσωπεύει όλα εκείνα *κίνητρα έλξης*, ενώ το αντίκτυπο αυτών στην τουριστική κινητικότητα(π.χ. απόδραση, κύρος, τουριστική εμπειρία) διαμορφώνει τα *κίνητρα ώθησης* (Gjorgievski & Trpkova, 2011).

Η έννοια των '3P's' (place, personality, performance) , *κίνητρα έλξης*, αφορά τρία σημαντικά στοιχεία βάσει των οποίων ο κινηματογραφικός τουρίστας αποφασίζει να μεταβεί σε ένα συγκεκριμένο προορισμό για να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τους στόχους του:

- Ο τόπος (place): Αφορά μια ολόκληρη περιοχή που αποτυπώνεται σε μια ταινία ή τηλεοπτικό σίριαλ ή τοποθεσίες, όπου έλαβαν χώρα τα γυρίσματα μια ταινίας ή σκηνές αυτής και μπορεί να πρόκειται για πραγματικές ή φανταστικές θέσεις ή και τουριστικά αξιοθέατα. Ακόμη μπορεί να αφορά στούντιο, συγκροτήματα εκτενών εγκαταστάσεων, που αποτελούν τουριστικά αξιοθέατα από μόνα τους. Αυτοί οι τουριστικοί πόροι εκπληρώνουν την επιθυμία του κινηματογραφικού επισκέπτη να μεταβεί σε μέρη που καθίστανται γι' αυτόν ελκυστικά, επειδή έχουν κινηματογραφηθεί. Η ταινία *The Piano (Μαθήματα Πιάνου, 1993)* λειτούργησε καταλυτικά ως προς την προσέλευση κοινού στις παραλίες της Νέας Ζηλανδίας.
- Χαρακτήρες-Προσωπικότητες (personality): Εντοπίζεται ότι ο κινηματογραφικός τουρίστας έχει την ροπή να επισκέπτεται μέρη όπου διάσημοι ηθοποιοί(κυρίως οι πρωταγωνιστές ταινιών) έχουν γυρίσει διάσημες σκηνές. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της ταινίας *Braveheart (1995)*, που έφερε μεγάλη τουριστική δημοτικότητα στη Βρετανία και πιο συγκεκριμένα στη Σκωτία, πράγμα το οποίο για πολλούς μελετητές οφείλεται στον πρωταγωνιστικό χαρακτήρα William Wallace. Ακόμη ένα τέτοιο παράδειγμα είναι *Ο Κροκοδειλάκις (1986-2001)*, που αποτελεί εθνικό σύμβολο για την Αυστραλία. Ενώ το Μόντε Κάρλο έγινε πόλος έλξης και για πολλούς οπαδούς του χαρακτήρα James Bond μετά την προβολή των ταινιών *Never Say Never Again (Ποτέ Μην Ξαναπείς Ποτέ, 1983)* και *Επιχείρηση Χρυσά Μάτια (GoldenEye, 1995)*.
- Απόδοση (performance): Αναφέρεται στον αντίκτυπο που έχει το σενάριο για μια χώρα ή περιοχή, παρακινώντας το ενδιαφέρον των επισκεπτών για την ιστορία, τα έθιμα, την παράδοση και γενικότερα την ταυτότητα αυτής. Για τον επισκέπτη το παραπάνω αποτελεί μια απόδραση από τον καθημερινό, πραγματικό κόσμο και αναβιώνει το κινηματογραφικό σενάριο-εμπειρία στο χώρο, που έλαβαν χώρα τα γυρίσματα. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι ταινίες *Steel Magnolias (Ανθισμένες Μανόλιες, 1989)* και *Field of Dreams (Ο ξυπόλητος Τζο, 1989)* [(Gjorgievski & Trpkova, 2011)].

Διερευνώντας τα κίνητρα ώθησης (ψυχολογικά κίνητρα), για τον κινηματογραφικό τουρίστα υπάρχει ένα ευρύ φάσμα από πιθανά αίτια που μπορεί να αφορούν την διαφυγή, την φαντασία, το κύρος, το γόητρο, τον αυτό-προσδιορισμό. Μέσα από την τουριστική πτυχή των ταινιών ο επισκέπτης αναζητά τα τοπία, τις προσωπικότητες, τις εμπειρίες και λοιπά τουριστικά κίνητρα ώθησης, που απεικονίζονται. Σε αυτό το πλαίσιο καταδεικνύεται ότι τα αξιοθέατα, που προβάλλονται μέσα από τις ταινίες, δεν συνδέονται μόνο με τα τοπία,

αλλά με ερεθίσματα που κινητοποιούν τον θεατή για ταξίδια, απόδραση από την πραγματικότητα και αισθήματα νοσταλγίας. Έτσι οι άνθρωποι ταξιδεύουν ωθούμενοι από εσωτερικά κίνητρα, ενώ ταυτόχρονα ελκύονται από εξωτερικούς παράγοντες, που αφορούν τα χαρακτηριστικά του προορισμού. Κατά αυτό τον τρόπο συμπεραίνεται ότι όσο πιο έντονο είναι το τουριστικό στοιχείο μιας ταινίας, τόσο μεγαλύτερη δυναμική έχουν τα κίνητρα ώθησης (Gjorgievski & Trpkova, 2011).

Πίνακας 5: Κίνητρα ώθησης και προσέλκυσης του κινηματογραφικού τουρισμού

Κίνητρα Έλξης-Τόπος	Χαρακτηριστικά Τόπου, Σκηνογραφία, Τοπία, Κλίμα, Πηγή Πολιτισμού, Εντοπισμένη Κοινωνία, Δραστηριότητες
Προσωπικότητες-Χαρακτήρες	Ηθοποιοί, Χαρακτήρες, Προσωπικότητες, Διασημότητες
Απόδοση	Σενάριο, Θεματική, Είδος
Κίνητρα Ώθησης-Ψυχολογικά Κίνητρα	Κύρος, Γόητρο, Φαντασία, Διαφυγή, Κινηματογραφική Εμπειρία, Αυτοπροσδιορισμός

Πηγή: Gjorgievski & Trpkova, 2011, ίδια επεξεργασία

Όσο περισσότερο τα ταξιδιωτικά κίνητρα ενός ατόμου εξειδικεύονται στην κατεύθυνση των κινήτρων και των παροχών του κινηματογραφικού τουρισμού, τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάγκη της εκπλήρωσης προσωπικών επιθυμιών για την αναβίωση της κινηματογραφικής εμπειρίας και η υλοποίηση αυτών μεταφράζεται ως προσωπική ανταμοιβή. Σε αυτό το πλαίσιο εντοπίζονται τρεις κατηγορίες κινηματογραφικών τουριστών α) οι συγκυριακοί κινηματογραφικοί τουρίστες, που τυχαία βρέθηκαν σε έναν προορισμό που απεικονίζεται σε μια ταινία, β) οι κοινοί κινηματογραφικοί τουρίστες, που συμμετέχουν σε δραστηριότητες κινηματογραφικού τουρισμού αλλά δεν έχουν προγραμματίσει το ταξίδι τους βασιζόμενοι στην φιλική ταυτότητα του, γ) οι αμιγώς κινηματογραφικοί τουρίστες, που αναζητούν κινηματογραφημένες τοποθεσίες και προορισμούς με έντονο φιλικό προφίλ και ανάλογες, οργανωμένες δραστηριότητες (Gjorgievski & Trpkova, 2011).

Μάλιστα αναφέρεται ότι σε αντίθεση με τον συμβατικό τουρίστα ο κινηματογραφικός δεν αναζητά στον κάθε προορισμό μια διαφορετική, μοναδική ταυτότητα μιας και αυτή η ανάγκη καλύπτεται από την φιλική εικόνα, το σενάριο και τους χαρακτήρες. Εν ολίγοις υπερέχει το κινηματογραφικό προφίλ, η ιστορία, η εικόνα και η κουλτούρα έτσι όπως την έχει βιώσει κινηματογραφικά. Έτσι η ανάγκη για μια μοναδική ταυτότητα μειώνεται και αντικαθίσταται από την κινηματογραφική εμπειρία και φαντασία του τουρίστα (Gjorgievski & Trpkova, 2011).

Πίνακας 6: Κίνητρα κινηματογραφικών τουριστών
Αυξανόμενα κίνητρα κινητοποίησης

Συγκυριακοί Κινηματογραφικοί Τουρίστες	Κοινοί Κινηματογραφικοί Τουρίστες	Αμιγώς Κινηματογραφικοί Τουρίστες
Κίνητρα: Κοινωνική διάδραση Καινοτομία	Κίνητρα: Καινοτομία Παιδεία Νοσταλγία	Κίνητρα: Μαζική προσέλευση Αυτό-προσδιορισμός Φαντασία Ρομαντισμός Νοσταλγία
<i>Αυξανόμενα κίνητρα κινητοποίησης</i>		
<i>Μειωμένη σημασία αυθεντικότητας</i>		
<i>Αυξανόμενη σημασία κινήτρων ώθησης</i>		

Πηγή: Gjorgievski & Trpkova, 2011, *ιδία επεξεργασία*

5.2. Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΠΟΛΗΣ

Σε συνέχεια των παραπάνω οφείλεται να αποσαφηνιστεί η σημασία της δημιουργικότητας, που οδηγεί τις πόλεις σε έναν διαρκή αγώνα αστικού σχεδιασμού και προγραμμάτων για την αναβάθμιση των υπηρεσιών, των υποδομών, του αστικού περιβάλλοντος, κ.ά. κατά μια ευρύτερη έννοια των αστικών παροχών. Παράλληλα στο πλαίσιο του ανταγωνισμού και με γνώμονα το ανθρώπινο κεφάλαιο, οι φορείς των πόλεων στρέφονται προς την καινοτομία, την έρευνα, την επιχειρηματικότητα και τον πολιτισμό δημιουργώντας ανάλογους θύλακες έρευνας, δραστηριοποίησης και δημιουργικής έκφρασης. Προκειμένου να κατανοηθεί το παραπάνω σχήμα αρκεί η συλλογιστική του συνδυασμού των άυλων και υλικών υποδομών που οδηγεί προς την κατεύθυνση των εξής λειτουργιών, που αποτελούν τους στόχους της δημιουργικής πόλης:

- Σε *οικονομικό επίπεδο* επιδιώκεται η προσέλκυση επιχειρήσεων «*συμβολικής οικονομίας και “έντασης γνώσης”*», μέσα από στρατηγικές που θα προωθούν την εντατικοποιημένη ανάπτυξη των οικονομιών τη πόλης. Ενώ παράλληλα συστήνονται οι χωρικοί θύλακες συγκέντρωσης (clusters) των δημιουργικών επιχειρήσεων για την επιδιωκόμενη καθετοποίηση της δραστηριοποίησης .
- Σε *κοινωνικό επίπεδο* αξίες όπως η ισονομία, η πνευματικότητα, το υψηλό μορφωτικό επίπεδο, η πάταξη του ρατσισμού, του εθνικισμού και η αντιμετώπιση του αστικού φόβου ανάγονται σε στόχους, ενώ παράλληλα οι διαφορετικές πολιτισμικές ταυτότητες και κουλτούρες προάγονται σε κρίσιμο παράγοντα, για την αναγνωσιμότητα και την εικόνα της πόλης.
- Σε *πολιτιστικό επίπεδο* η κουλτούρα, η κοινωνία, η εκπαίδευση και οι πολιτιστικές δομές και υποδομές αποτελούν βασικό παράγοντα για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και βιομηχανιών πολιτισμού, που λειτουργούν καταλυτικά στην δόμηση της εικόνας και της ταυτότητας της πόλης. Παράλληλα στο σημείο αυτό εφίσταται η προσοχή στην κεντροβαρική θέση του αρχιτεκτονικού και πολεοδομικού

περιβάλλοντος και κληρονομιάς, που αποτελεί το υπόβαθρο και το πεδίο δόμησης της εικόνας της δημιουργικής πόλης.

- Σε *πολεοδομικό επίπεδο* δίνεται έμφαση στην λειτουργικότητα και προσβασιμότητα του αστικού έμβιου χώρου με δίκτυα διασύνδεσης των υποδομών και του δημόσιου χώρου, καθώς και ανάδειξης των τελευταίων μέσα από πολιτιστικές εκδηλώσεις. Παράλληλα συστήνεται η εφαρμογή καινοτόμου σχεδιασμού για την προβολή των δομικών και αισθητικών στοιχείων της πόλης.
- Τέλος, σε επίπεδο *διακυβέρνησης και χάραξης πολιτικής* δίνεται κατεύθυνση προς τον συμμετοχικό σχεδιασμό, καθώς και στη δημιουργία δικτύων συνεργασίας και σύμπραξης του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα αλλά και με επαγγελματικούς κλάδους τόσο σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Για την επίτευξη αυτού του στόχου κρίνεται κρίσιμη η σύσταση φορέων, που θα επιβλέπουν τη διαδικασία συνεργασίας για την λήψη αποφάσεων και τις διαβουλεύσεις, θα ενημερώνει τους πολίτες και την τοπική αυτοδιοίκηση και θα εντοπίζει τις ανάγκες και ελλείψεις για τις οποίες ο επικείμενος στρατηγικός σχεδιασμός καλείται να λάβει μέτρα (Νικολακοπούλου, 2011).

Υπό αυτό το πλαίσιο παρατηρείται ότι οι οικονομίες της γνώσης προωθούν τις αντίστοιχες βιομηχανίες ως κεντρικές δραστηριότητες των μηχανισμών αστικής ανάπτυξης και αστικής μεγέθυνσης, καταδεικνύοντας την σημασία του ρόλου των δημιουργικών επαγγελματιών στην ανάπτυξη της οικονομίας (Florida, 2013: 6-7). Σε αυτή την κατεύθυνση η επιτυχία των πόλεων της γνώσης βρίσκεται σε άμεση εξάρτηση με τον βαθμό δημιουργικότητας των πολιτών της. Παράλληλα τα τελευταία χρόνια οι αστικές περιοχές φέρονται να επαναπροσδιορίζονται, αναφορικά με τον ρόλο τους, ως οι τοποθεσίες κλειδιά χωρικών συγκεντρώσεων δημιουργικότητας, που συνθέτονται από *-Δημιουργικές Βιομηχανίες*, που αναπτύσσονται σε θερμοκοιτίδες δημιουργικότητας (Carrillo κ.ά., 2010). Κατά αυτή την έννοια η δημιουργικότητα και η έμφαση στον πολιτισμό διευρύνει την διάσταση του χωρικού σχεδιασμού, ώστε σήμερα να μελετάται ο δημιουργικός πολεοδομικός σχεδιασμός και η δημιουργική διακυβέρνηση (Kunzmann, 2004). Ενώ η δημιουργικότητα και οι εκφάνσεις της έχουν αναχθεί σε τρόπο αντιμετώπισης των αρνητικών συνεπειών της παγκοσμιοποίησης και των αρνητικών επιπτώσεων των αναδυόμενων οικονομιών (Landry, 2006: 39-46).

Πίνακας 7: βασικά δομικά στοιχεία ανάπτυξης δημιουργικής πόλης

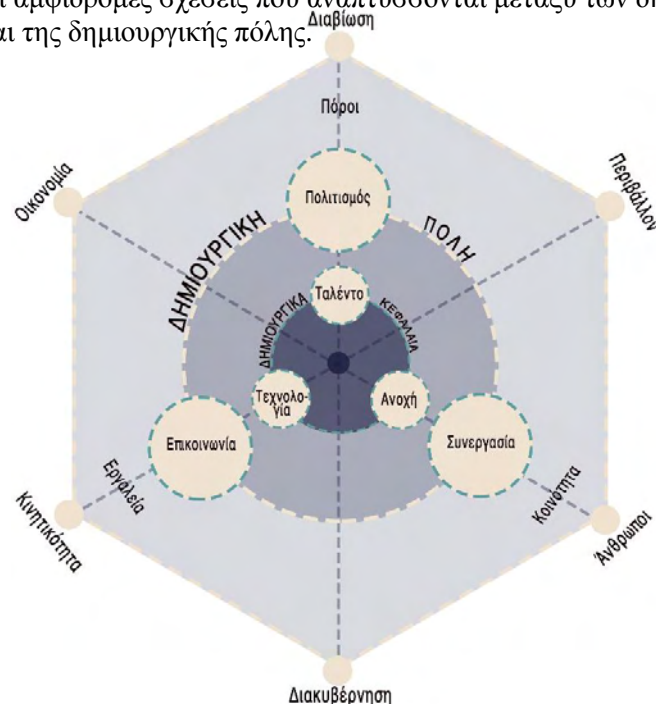


Πηγή: ίδια επεξεργασία

Καθώς ο παράγοντας του πολιτισμού ενσωματώνεται στη δημιουργική δραστηριοποίηση των ανθρώπων, ο πολίτης καλείται να σκέφτεται και να ενεργεί δημιουργικά, μέσα σε ένα περιβάλλον, που ευνοεί την ανταλλαγή ιδεών και μετατροπή αυτών σε προϊόντα, υπηρεσίες και καινοτόμες λύσεις για τα αστικά προβλήματα. Ως εκ τούτου για την επίτευξη της δημιουργικής πόλης, ώστε να είναι οικονομικά ανταγωνιστική, τα προϊόντων της δημιουργικότητας οφείλεται να μεταφράζονται και να οδηγούν σε οικονομικό και κοινωνικό πλούτο (Andrew & Spoehr, 2007).

Αναφορικά με την δημιουργική κοινότητα - που αποτελεί την πηγή του δημιουργικού αστικού κεφαλαίου και την κινητήρια δύναμη της καινοτομίας και της υψηλής τεχνολογίας - έχει τεθεί και η προϋπόθεση ισόνομης διάθεσης ευκαιριών δημιουργικότητας και η ενδογενής ανάπτυξη των ποιοτικών χαρακτηριστικών και η επέκταση της δημιουργικής κοινότητας (Andrew & Spoehr, 2007).

Πίνακας 8: Οι αμφίδρομες σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των δημιουργικών κεφαλαίων και της δημιουργικής πόλης.



Πηγή:
unipa.it/maurizio.carta/CREATIVECITY/cittacreativexpra.html, ίδια επεξεργασία

Σε συνέχεια των παραπάνω οφείλεται να επισημανθεί ότι για την ενίσχυση και την βιωσιμότητα των δημιουργικών βιομηχανιών, ως κύριας πηγής της δυναμικής δημιουργικής πόλης, αυτή οφείλει να παρέχει τις φυσικές, κοινωνικές και οικονομικές προϋποθέσεις διάνθισης της δημιουργικότητας και διατήρησης της προσελευσιμότητας του δημιουργικού κεφαλαίου. Από τη βιβλιογραφία προκύπτουν οι βασικοί, ποιοτικοί όροι για τη δόμηση της δημιουργικής πόλης. Συνοψίζοντας τα ικανά και αναγκαία κριτήρια ανάπτυξης της δημιουργικής πόλης έχουν ως εξής:

- Υψηλή ποιότητα ζωής, συμπεριλαμβανομένης και της ποιότητας του τόπου.
- Εξελισσόμενη γνώση, υψηλή τεχνολογία, δημιουργικότητα, έρευνα και ανάπτυξη υψηλής ποιότητας-αξίας και με γνώμονα τα διεθνή πρότυπα ανταγωνιστικότητας των πόλεων· με πολλά από αυτά τα προϊόντα και συστήματα υπηρεσιών να απαιτούν για τις υποδομές τους χαμηλό κεφάλαιο επένδυσης.
- Υψηλή συσσώρευση κεφαλαίου(οικονομικού, ανθρώπινου, πολιτιστικού) για την προσέλκυση δημιουργικών βιομηχανιών.
- Πλειάδα διακριτών-μοναδικών χαρακτηριστικών, ώστε να θεωρούνται συγκριτικά πλεονεκτήματα ανταγωνιστικότητας για την ταυτότητας-προφίλ του τόπου.
- Διαχρονική αστική ανάπτυξη και οικονομική μεγέθυνση, η οποία είναι συνδεδεμένη με την κατανόηση του ρόλου της δημιουργικότητας ως ενδογενούς στοιχείου του υφιστάμενου πληθυσμού και με την ευμάρεια ως απόρροια της πόλης να προσελκύει την δημιουργική τάξη (Atkinson & Easthope, 2007).

Εκτός από τα παραπάνω ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας φέρεται να είναι η ιδιαιτερότητα και η ποικιλομορφία, ως στοιχεία απαραίτητα για την δημιουργικότητα. Μέσα από την *ιδιαιτέρη ταυτότητα* του κάθε τόπου εκπορεύονται όλα εκείνα τα διακριτά χαρακτηριστικά της πόλης και της δημόσιας εικόνας της. Η πρώτη κατηγορία από αυτά τα στοιχεία αφορά τους *ενδογενείς πόρους*, όπως το δομημένο περιβάλλον και η αρχιτεκτονική κληρονομιά, το αστικό τοπίο και το κοινωνικό-πολιτισμικό υπόβαθρο. Επιπρόσθετα σε αυτή την κατηγορία ανήκουν και εκείνα τα διακριτά χαρακτηριστικά που ενυπάρχουν στις παγιωμένες δομές και έχουν προέλθει από τις σταδιακές, φυσικές διεργασίες, που λαμβάνουν χώρα μέσα στον έμβιο αστικό περιβάλλον στο πέρασ του χρόνου. Σχετικά με την έτερη κατηγορία, αυτή αφορά τους *εξωστρεφείς μηχανισμούς*, που αποτελούνται από τα μέσα ενημέρωσης, τον καινοτόμο σχεδιασμό και τις πολιτικές, προγράμματα μάρκετινγκ της πόλης. Από το παραπάνω συμπεραίνεται ότι ο ιδιαίτερος και διακριτός χαρακτήρας μιας πόλης δύναται να προκύπτει ως παράπλευρο αποτέλεσμα-απόρροια αστικών διεργασιών, αλλά δύναται να παράγεται και στοχευμένα μέσα από στρατηγικές προσανατολισμένες προς αυτή την κατεύθυνση (Turok, 2009· Gospodini, 2002)

Σε αυτό το πλαίσιο, για τις πόλεις που διανύουν την εποχή της γνώσης, ζωτικής σημασίας κρίνεται η ανάδειξη των διακριτών και ανταγωνιστικών ποιοτικών χαρακτηριστικών· και αυτό το επίτευγμα τίθεται σε τροχιά αξιοποίησης-εκμετάλλευσης, μέσω της ανάπτυξης και ενσωμάτωσης των διακριτών στοιχείων που βασίζονται στον τόπο και των διακριτών άυλων στοιχείων που βασίζονται στο ταλέντο σε στρατηγικές. Οι στρατηγικές, που είναι *χωρικά εστιασμένες*, προκύπτουν μέσω της σύνδεσης της *Δημιουργικότητας* και της περιοχής και εντοπίζονται στο ενδο-αστικό δίκτυο, ενώ οι *στρατηγικές των άυλων πόρων(ταλέντο)* στοχεύουν στην καθετοποίηση της δημιουργικότητας, που διατρέχει τον πληθυσμό με κέντρα κατάρτισης, κέντρα ανάπτυξης δεξιοτήτων και πειραματικής εκπαίδευσης, που θα ανάγουν τον πολιτισμό, τις κοινωνικές αξίες, την διαφορετικότητα, κ.ά.(Turok, 2004· Turok, 2003).

Για την επιτυχημένη υλοποίηση των δημιουργικών στρατηγικών, που αναφέρθηκαν παραπάνω, τα εργαλεία προσέγγισης τους είναι οι τέχνες, η καινοτομία, η οικονομία της γνώσης, το *Branding* του τόπου, οι πολιτικές διαχείρισης της μεγέθυνσης, η διατήρηση της ποικιλόμορφης κουλτούρας και η εστίαση σε πολιτικές υποστήριξης της ζωής του πολίτη μέσα στο πλαίσιο της οικονομικής μεγέθυνσης (Atkinson & Easthope, 2007).

Σε μια άλλη κατεύθυνση προκύπτει ότι οι δημιουργικές πόλεις αποτελούν πόλους συγκέντρωσης εισροής δημιουργικού κεφαλαίου, ταλαντούχων επαγγελματιών της δημιουργικής κλάσης και με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Η προσέλευση αυτή φαίνεται να μεταφράζεται σε μονάδες πλουτισμού, λόγω της επιτάχυνσης των ρυθμών παραγωγής γνώσης. Χαρακτηριστικά ο Richard Florida αναφέρει ότι: «εκεί όπου πηγαίνει το ταλέντο- η καινοτομία, η δημιουργικότητα και η οικονομική ανάπτυξη είναι βέβαιο ότι θα ακολουθήσουν» (Florida, 2004). Αυτή η δήλωση επιβεβαιώνει όσα αναφέρθηκαν παραπάνω και την σημασία του ταλέντου και του δημιουργικού κεφαλαίου, αλλά και του ρόλου που διαδραματίζει στην κατεύθυνση αυτή, η ισχυρή

ανταγωνιστή εικόνα της πόλης και οι στρατηγικές του *branding* (Baum κ.ά., 2007). Ιδιαίτερα σε μια εποχή, που οι πόλεις τείνουν να μοιάζουν, η ανάγκη για διακριτά στοιχεία, επαναπροσδιορισμό της οικονομικής βάσης και ενίσχυση της ταυτότητα οδηγούν αναπόφευκτα στο σχεδιασμό ολοκληρωμένων στρατηγικών. Από τη διεθνή εμπειρία εντοπίζονται δυο μοντέλα πόλεων: α) με το πρώτο να αφορά τις πόλεις που η ταυτότητα τους καθορίστηκε από την οργανική εξέλιξη και την αστική εικόνα τους με την πλούσια αρχιτεκτονική κληρονομία, την αστική γεωγραφία και ιστορία, όπως η Βαρκελώνη, η Βενετία και το Παρίσι, β) ενώ το δεύτερο αφορά τις πόλεις που στοχευμένα επαναπροσδιόρισαν την εικόνα τους, παράγοντας μια νέα ταυτότητα ή ενισχύοντας και προβάλλοντας την υφιστάμενη, μέσα από τον καινοτόμο σχεδιασμό, προγράμματα αστικής αναγέννησης και στρατηγικές *place branding*, όπως το Ντουμπάι, το Μπιλμπάο και το Άμστερνταμ (Turok, 2003).

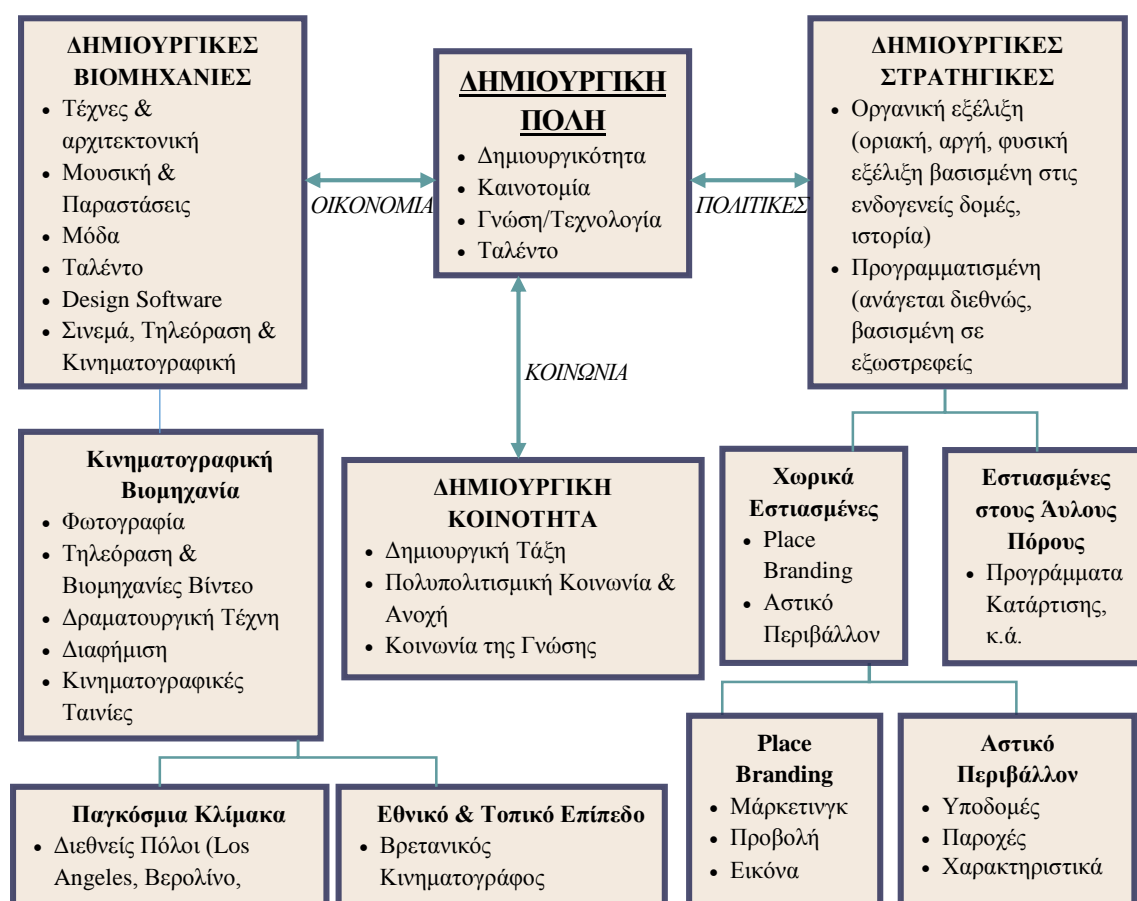
Στις μητροπόλεις του κόσμου, που οι στρατηγικές της δημιουργικής πόλης έχουν τεθεί σε πιλοτική εφαρμογή, η δημιουργική οικονομία έχει προαχθεί σε πολιτική προτεραιότητας και όχι μόνο για το οικονομικό όφελος αλλά και για τις ευκαιρίες απασχόλησης. Χαρακτηριστικά το 2013, έπειτα από έρευνα μεταξύ πενήντα μητροπόλεων του κόσμου και σε πρόθεση πολιτών, το Λονδίνο κατέκτησε την πρώτη θέση αναφορικά με την διεθνή εικόνα και με τις ευκαιρίες απασχόλησης, με κριτήρια έρευνας παράγοντες που διαμορφώνουν το *branding* (gfk.com, 2014). κατέκτησε την πρώτη θέση σε δυναμική των ευκαιριών που δίνονται, αναφορικά και με την εργασία (simonanholt.com, 2014). Διαφαίνεται λοιπόν ότι πέρα από το καινοτόμο σχεδιασμό, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά ενός τόπου, και τη διαμόρφωση της αστικής ταυτότητας οι *-Δημιουργικές Βιομηχανίες δημιουργικές βιομηχανίες*, με τη γνώση-τεχνολογία και τις θέσεις εργασίας, λαμβάνουν και μια επιπρόσθετη δυναμική.

Σε αυτή την κατεύθυνση επισημαίνεται η σημασία των *δημιουργικών βιομηχανιών* στην ανάπτυξη των αστικών οικονομιών. Τη δεκαετία του '80 στο προσκήνιο μελέτης των οικονομολόγων βρέθηκε ο τομέας των τεχνών και τα οφέλη που προκύπτουν από τις δραστηριότητες και επιχειρήσεις που σχετίζονται με αυτές. Παράλληλα με την αναγνώριση των πολιτιστικών οικονομιών, παγιώθηκαν και ως δυναμικές οι βιομηχανίες, που δραστηριοποιούνταν με την παραγωγή ταινιών, μάρκετινγκ και προϊόντων υψηλής τεχνολογίας. Ενώ στα χρόνια που ακολούθησαν αυξήθηκαν κατακόρυφα και τα τεχνολογικά πάρκα, επιχειρήσεις βιοτεχνολογίας, κολλέγια και ιδρύματα καλών τεχνών αποτελώντας γόνιμο έδαφος επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (Kunzmann, 2004).

Με την ανάπτυξη της θεωρίας της δημιουργικής πόλης οι πολιτιστικές βιομηχανίες μετονομάστηκαν σε δημιουργικές, αποτελώντας εργαλείο τοπικής ανάπτυξης με πρωτοπόρες χώρες την Βρετανία, την Φιλανδία και την Αυστρία. Παράλληλα κέρδισαν έδαφος οι πολιτικές επανάχρησης των εκτεταμένων αστικών βιομηχανικών περιοχών (clusters, brownfields), που είχαν εγκαταλειφθεί ή βρίσκονταν σε λανθάνουσα πορεία, αφήνοντας ως παρακαταθήκη τα βιομηχανικά κελύφη για την στέγαση των νέων δημιουργικών βιομηχανιών.

Στην Βρετανία λοιπόν το 1997 συστάθηκε ειδική δια-τομεακή ομάδα εργασίας από το Υπουργείο Πολιτισμού, Αθλητισμού και Μέσω Ενημέρωσης για να διερευνήσει τη συμβολή των δημιουργικών βιομηχανιών του Λονδίνου στην εθνική οικονομία. Σε αυτό το πλαίσιο μέχρι το 2001 αυτός ο κλάδος επέφερε το 8,2% του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, ενώ το 2002 οι θέσεις εργασίας και οι δημιουργικές επιχειρήσεις απαριθμούνταν στα 1,9 εκατομμύρια στις 122 χιλιάδες αντίστοιχα, ανάγοντας τον κλάδο σε σημαντικό πλουτοπαραγωγικό παράγοντα. Αναφορικά με το Λονδίνο και αντιπαραβάλλοντας με προηγούμενο κεφάλαιο, ο συγγραφέας κάνει την υπόθεση ότι «αν ρωτούσαμε σήμερα τον Patrick Abercrombie για την δημιουργική πόλη εκείνος θα συμφωνούσε ότι μόνο ο δημιουργικός σχεδιασμός παρέχει μια στρατηγική επιβίωσης της πολιτιστικής ταυτότητας της ευρωπαϊκής πόλης και της πολυπολιτισμικής κοινωνίας αυτής της περιόδου της παγκοσμιοποίησης» (Kunzmann, 2004).

Πίνακας 9: Ανάπτυξη δημιουργικής πόλης με κατεύθυνση στη βιομηχανία του κινηματογράφου.



Πηγή: Durmaz κ.ά., ίδια επεξεργασία

Σε συνάρτηση με τα παραπάνω σε σημαντικό παράγοντα των δημιουργικών οικονομιών ανάγονται οι κινηματογραφικές βιομηχανίες. Οι εγκαταστάσεις των στούντιο, οι υποστηρικτικές υποδομές και οι λοιπές εγκαταστάσεις και γραφεία των κινηματογραφικών βιομηχανιών συνθέτουν συγκεντρώσεις (clusters) έντασης δημιουργικών δραστηριοτήτων και ένα δημιουργικό περιβάλλον, προσελκύοντας την αντίστοιχη τάξη επαγγελματιών με τις ευκαιρίες απασχόλησης. Σε αυτό το πλαίσιο αποδεικνύεται ότι αυτές οι επιχειρήσεις

συμβάλλουν στην εικόνα, κατά βάση της πόλης, κλιμακώνοντας την αναγνωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα της στις διεθνείς αγορές μέσα από τα φιλμ και τα φεστιβάλ. Σε αυτό το σημείο οφείλεται να επισημανθεί ότι η δεξαμενή εργατικού δυναμικού της δημιουργικής τάξης και ειδικά της κινηματογραφικής βιομηχανίας, που βασίζεται στους ταλαντούχους και ανθρώπους των τεχνών, αποτελεί μια από τις βάσεις μετάβασης προς την δημιουργική πόλη.

Κατά κοινή ομολογία πόλεις όπως το Los Angeles, το Mumbai, το Βερολίνο, οι Κάννες, κ.ά. είναι μεταξύ εκείνων των πόλεων που συνειδητά εστίασαν στην κινηματογραφική βιομηχανία, ώστε να καταστεί σημαντικός καταλύτης κερδοφορίας και προσέγγισης του στόχου της δημιουργικής πόλης.

5.3. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Βάσει όλων όσων έχουν αναφερθεί καταδεικνύεται η κρισιμότητα του ρόλου του μάρκετινγκ που δύναται να κατασκευάζει νέες εικόνες του τόπου ή για να αντικαθιστά και να συμπληρώνει τις ασάφειες ή τις αρνητικές θεωρήσεις που έχουν επικρατήσει στο τρέχον κοινό, τους δυνητικούς κατοίκους και επισκέπτες και τους επενδυτές. Κατά αυτή την έννοια οι *οργανισμοί μάρκετινγκ προορισμού (DMO)* είναι αυτοί που οφείλουν να δομήσουν και να διαφοροποιήσουν την εικόνα του προορισμού, σε σύγκριση με τους υπόλοιπους, σε μια εποχή που η σημασία της ταυτότητας αποκτά όλο και μεγαλύτερο έδαφος, λόγω της συγκεχυμένης εικόνας των προορισμών και της ταυτοσημίας των αστικών τοπίων. Το τελευταίο μάλιστα αποτελεί ικανή συνθήκη ώστε να καταστεί ο τουρισμός ένας βιώσιμος πλουτοπαραγωγικός τομέας σε μια ολόενα και πιο ανταγωνιστική παγκόσμια αγορά (Soliman, 2011). Για παράδειγμα αποτελέσματα έρευνας που διεξήχθη στο Ηνωμένο Βασίλειο έδειξε ότι οχτώ στους δέκα Βρετανού παίρνουν ιδέες για τις διακοπές τους από τις ταινίες, ενώ ένας στους πέντε επισκέπτεται την τοποθεσία που προβάλλεται στην αγαπημένη του ταινία (Hudson & Ritchie, 2006). Επιπρόσθετα εξήχθη το συμπέρασμα ότι ο κινηματογράφος και η τηλεόραση είναι ο τρίτος κατά σειρά παράγοντας που επηρεάζει την ταξιδιωτική απόφαση ενός τουρίστα (Hudson κ.ά., 2010).

Όπως προαναφέρθηκε αναδύονται ποικίλες ευκαιρίες και ζητήματα προς την παρούσα κατεύθυνση, που καλείται να αξιοποιήσει και να αντιμετωπίσει το μάρκετινγκ του τουριστικού προορισμού. Ωστόσο εναπόκειται στην αρμοδιότητα του φορέα ο τρόπος διαχείρισης και δόμησης της στρατηγικής, συνειδητοποιώντας και συνδυάζοντας τα θετικά αποτελέσματα που προκύπτουν από τους κινηματογραφικούς πόρους. Σε αυτή την κατεύθυνση πρόκληση για τους φορείς είναι η διαμόρφωση ενός βιώσιμου και ολοκληρωμένου προϊόντος που θα συμβαδίσει με τις στρατηγικές μάρκετινγκ προορισμού και *branding*, ώστε να είναι ανταγωνιστικό μέσα στην διεθνή αγορά του κινηματογραφικού τουρισμού. Μάλιστα ευκαιρίες προς αξιοποίηση είναι διαθέσιμες σε όλη την διάρκεια κάθε σταδίου παραγωγής μιας ταινίας, αλλά και μετά την προβολή της. Επιπλέον αναφέρεται σε ένα πρόσφορο εύρος χρόνου, σε αντίθεση με την πλειονότητα των

παραδειγμάτων που εστίαζαν βραχυπρόθεσμα και αποκλειστικά στην παροχή διευκολύνσεων ή και οικονομικών κινήτρων για συγκεκριμένες παραγωγές, ενώ ανέμεναν παθητικά τα επερχόμενα θετικά αποτελέσματα με μηδενική παρέμβαση. Έτσι οι δραστηριότητες μάρκετινγκ κατά την διάρκεια κάθε σταδίου της ταινίας μπορεί να διαιρεθεί σε τρεις περιόδους: κατά την διάρκεια των γυρισμάτων, πριν τη προβολή της ταινίας και μετά την προβολή της ταινίας (Loumioti & Vagionis, 2011).

Σε αυτή την κατεύθυνση αναφορικά με τις πρωτοβουλίες που μπορούν να υλοποιηθούν πριν την ανακοίνωση παραγωγής μια ταινίας ή ακόμη βάσει της βιβλιογραφίας πριν την προβολή της ταινίας, αφορά το *a priori* μάρκετινγκ με δραστηριότητες ενθάρρυνσης της κινηματογραφικής παραγωγής στον εν λόγω προορισμό. Ο τελευταίος επωφελείται μακροπρόθεσμα από τον τουριστικό αντίκτυπο των φιλμ. Έτσι βλέπουμε τοπικούς *DMO* όπως αυτός του Κάνσας των ΗΠΑ να διαθέτουν πόσα του ύψους των 1,2 εκατομμυρίων ετησίως για την προώθηση του τουριστικού και κινηματογραφικού προφίλ. Στην ίδια τροχιά και ο αρμόδιος φορέας της Σγκαπούρης, εντός ενός τριετούς προγράμματος χρηματοδότησης για την προσέλκυση των διεθνούς φήμης παραγωγών, δαπάνησε εφτά εκατομμύρια δολάρια σε διαθέσιμους πόρους για τις εταιρίες που θα επέλεγαν την χώρα για τα γυρίσματα (O'Connor, 2010: 62). Ενώ υποδειγματικό θεωρείται το παράδειγμα του Τουριστικού Συμβουλίου του Yorkshire (Yorkshire Tourist Board), που προκειμένου ενισχύσει το τουριστικό προφίλ της περιοχής, μαγνητοσκόπησε τα αξιοθέατα και τα τοπία και τα προώθησε στις ενδιαφερόμενες βιομηχανίες. Έτσι όσο περισσότερο οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του θεάματος συνεργάζονται με τους τουριστικούς οργανισμούς, τόσο περισσότερο ένας τουριστικός προορισμός επωφελείται από τα δυνητικά οφέλη (Flanagan κ.ά., 2010).

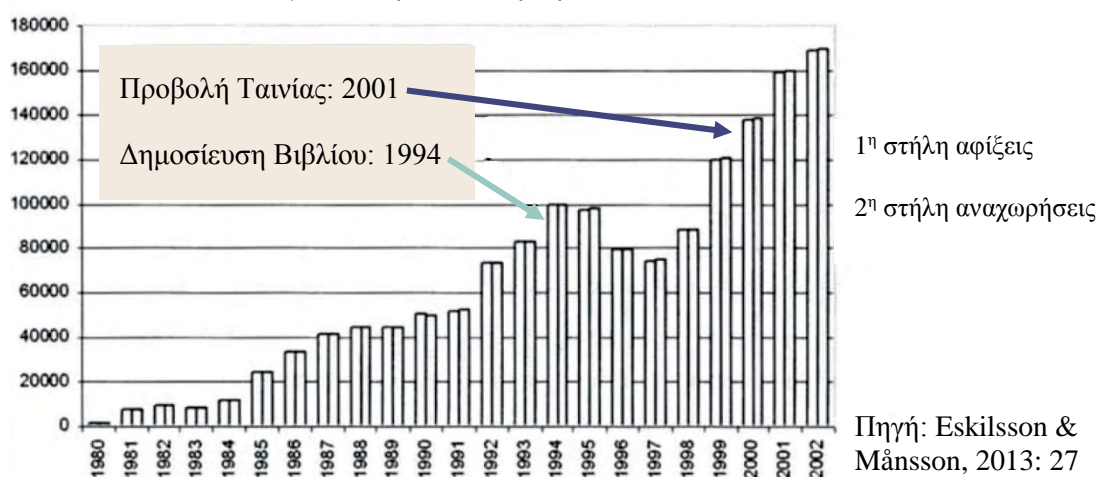
Παράλληλα οι μελετητές εντοπίζουν ότι και κατά την διάρκεια των γυρισμάτων ανακύπτουν ευκαιρίες για παγκόσμια προβολή του προορισμού. Ένα επιτυχημένα παραδείγματα τέτοιων στρατηγικών υλοποιήθηκε από τους φορείς της Νέας Ζηλανδίας σε συνεργασία με την εταιρεία παραγωγής των ταινιών *Άρχοντας των Δαχτυλιδιών (2001-2003)*. Κατά την διάρκεια του πρώτου χρόνου γυρισμάτων το τμήμα διεθνούς προβολής του τουριστικού οργανισμού ανέπτυξε κανάλια συνεργασίας με διεθνή μέσα ενημέρωσης εξασφαλίζοντας την έμφαση της σύνδεσης μεταξύ της ταινίας και των περιοχών γυρισμάτων, προωθώντας την Νέα Ζηλανδία ως τουριστικού προορισμό για το σύνολο της χώρας. Σε αυτή τη κατεύθυνση η κυβέρνηση έχοντας κατανοήσει το επικείμενο όφελος παρείχε χρηματοδοτήσεις για την ενθάρρυνση της κινηματογράφησης (Hudson & Ritchie, 2006).

Πέρα όμως από τα παραπάνω η επιδιωκόμενη δημοσιότητα μπορεί να επέλθει και μέσα από τις δραστηριότητες των ίδιων των ηθοποιών στον εν λόγω προορισμό. Το τελευταίο βασίζεται στο γεγονός της δημοσιότητας που γνώρισε το νησί της Κεφαλονιάς, κατά τη διάρκεια των γυρισμάτων της ταινίας *Captain Corelli's Mandolin (Το Μαντολίνο του Λοχαγού Κορέλη, 2001)*, με δημοσιεύματα του διεθνή τύπου να παρουσιάζει φωτογραφίες με τους πρωταγωνιστές εκτός των γυρισμάτων. Ενώ μετά το πέρας των γυρισμάτων

της ταινίας οι τοπικοί οργανισμοί τουρισμού χρησιμοποίησαν τους πρωταγωνιστές σε διαφημιστικές καμπάνιες, αυξάνοντας σημαντικά το τουριστικό προφίλ της περιοχής (O'Connor, 2010: 63). Το αντίκτυπο που είχε η ταινία και το ομώνυμο βιβλίο μπορεί να συσχετιστεί με την αύξηση στον αριθμό των τουριστικών αφίξεων στο νησί της Κεφαλονιάς (Eskilsson & Månsson, 2013: 27). Χαρακτηριστικά η Γκίκα παραθέτοντας στοιχεία του ΕΟΤ αναφέρει: «Η ταινία έκανε διάσημο το νησί, καθώς υπολογίζεται ότι, το 2002, περίπου ένα χρόνο μετά την προβολή της, περισσότεροι από 227.000 επιβάτες σε 2.388 αεροπορικές πτήσεις από το εσωτερικό και το εξωτερικό της χώρας επέλεξαν την Κεφαλονιά για τις διακοπές τους. Οι ξένοι αεροπορικοί τουρίστες έφτασαν τους 169.100, αριθμός που αυξήθηκε ραγδαία το 2003, στους 339.222 επιβάτες.» (Γκίκα, 2010: 112).

Πίνακας 10: Αριθμός αφίξεων και αναχωρήσεων στην Κεφαλονιά μετά την δημοσίευση του βιβλίου και την προβολή της ταινίας *Captain Corelli's Mandolin* (2001) για τα έτη 1980-2002.

Δεδομένα Πτήσεων Τσάρτερ 1980-2002



Πέρα από τα παραπάνω αξίζει να αναφερθεί ότι οι εταιρικές σχέσεις που δύναται να αναπτύξουν οι *DMO* με τις εταιρίες παραγωγής ταινιών, κρίνονται ως κρίσιμες και καίριες για τον εντοπισμό των ταινιακών πόρων και του συνόλου του υλικού πάνω στο οποίο θα βασιστεί το πρόγραμμα μάρκετινγκ (O'Connor, 2010: 63).

Μεταβαίνοντας στην περίοδο προβολής χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα Οργανισμού Τουρισμού της Ταϊλάνδης, που σε συνεργασία με την 20th Century Fox, χρησιμοποίησε τα τοπία των παραλιών από την ταινία *The Beach* (2000), για την διαφήμιση της χώρας. Ο φορέας επένδυσε σημαντικά πάνω στον τουρισμό με έναυσμα αυτή την μοναδική ευκαιρία, προβάλλοντας διαφημιστικές καμπάνιες ακόμη και στις κινηματογραφικές αίθουσες πριν την έναρξη της ταινίας, ενώ προσέλκυσε τα βρετανικά μέσα ενημέρωσης και τους *tour operators* χρηματοδοτώντας ταξίδια ξενάγησης στις κινηματογραφημένες περιοχές (Hudson & Ritchie, 2006). Στην ίδια κατεύθυνση και ο οργανισμός Visit Scotland, με γνώμονα την προοπτική *branding* βασισμένου στην ταινία *Braveheart* (1995), καθ' όλη την περίοδο που προβάλλονταν η ταινία, στους κινηματογράφους διανέμονταν post-card με την ένδειξη η 'Χώρα του Braveheart'. Μέσα από την πληθώρα

της διεθνούς εμπειρίας λοιπόν διαφαίνεται πως οι τουριστικές ταινίες ανάγονται σε μοχλό δόμησης στρατηγικών *branding* για τους προορισμούς (O'Connor, 2010: 64).

Πέρα από τα παραπάνω η κομβική σημασία του ρόλου των *DMO* γίνεται αισθητή με τις δραστηριότητες μάρκετινγκ που αναλαμβάνουν ώστε να τονώσουν τον τουρισμό που είναι συνδεδεμένος με την περίοδο μετά την προβολή της ταινίας. Η πρόκληση που καλούνται να αντιμετωπίσουν είναι η αξιοποίηση και η μετάφραση του ενδιαφέροντος σε ταξιδιωτική ροπή για μελλοντική προσέλευση αυτού του κοινού στον αναπαριστώμενο προορισμό. Ο χρονικός ορίζοντας, στον οποίο μπορούν να εφαρμοστούν και να εντοπιστούν τα τουριστικά οφέλη που απορρέουν από μια ταινία, αφορούν ένα εύρος μερικών χρόνων. Πάρα ταύτα το εύρος της περιόδου αυτής εξαρτάται και από μια σειρά άλλων παραγόντων και έτσι από την διεθνή εμπειρία εντοπίζονται παραδείγματα όπως η περίπτωση πόλων εντατικοποιημένης κινηματογραφικής παραγωγής, όπως είναι το Χόλυγουντ που ο χρόνος ζωής είναι ιδιαίτερα μικρός αλλά σε περιπτώσεις ταινιών 'blockbusters' οι δυνητικές ευκαιρίες κέρδους αξιοποιούνται στο έπακρο (Hudson & Ritchie, 2006). Στον αντίποδα έρχονται περιπτώσεις επιτυχημένων ταινιών που ο χρόνος ζωής τους μπορεί να ξεπεράσει τα εικοσιπέντε χρόνια αλλά αφορούν περιπτώσεις λιγότερων κινηματογραφημένων προορισμών, οι οποίοι έχουν ταυτιστεί με κάποια συγκεκριμένη ταινία. Τέτοια παραδείγματα αφορούν χώρες, προορισμούς όπως του Σάλτσμπουργκ και της Νέας Ζηλανδίας, που προαναφέρθηκαν, οι οποίες ταυτίστηκαν και βιώνουν τα τουριστικά οφέλη λόγω των ταινιών *The Sound of Music* (*Η μελωδία της Ευτυχίας*, 1965) και *Άρχοντας των Δαχτυλιδιών* (2001-2003). Παράλληλα το ενδιαφέρον προσελκύουν και μικρότερες πόλεις όπως αυτή του Clayton, της πολιτείας της Georgia των ΗΠΑ, που τράβηξε την προσοχή του κινηματογραφικού τουριστικού ενδιαφέροντος μετά της προβολή της ταινίας *Deliverance* (*Όταν Ξέσπασε η Βία*, 1972). Μάλιστα το ρεύμα ήταν τόσο μεγάλο που αναδύθηκε η ανάγκη δημιουργίας κινηματογραφικής επιτροπής, εντάσσοντας την στην Διεύθυνση Οικονομικής Ανάπτυξης της Georgia (Georgia Department of Economic Development), αναπτύσσοντας εξειδικευμένης πλατφόρμα με αρχεία από την ταινία, βίντεο και μουσική που κέντρισε το ενδιαφέρον των *Tour Operators* και μελλοντικές παραγωγές όπως τα φιλμ *Driving Miss Daisy* (*Ο σοφέρ της κυρίας Ντέιζι*, 1989) και *Fried Green Tomatoes* (*Πράσινες Τηγανητές Ντομάτες*, 1991) [O'Connor, 2010: 65].

Μάλιστα μια από τις πρώτες ευκαιρίες και ερείσματα για να διαμορφωθούν τα εργαλεία του κινηματογραφικού τουριστικού μάρκετινγκ είναι τα ονόματα που ανακύπτουν για κάποιες πόλεις ή περιοχές μέσα από τις ταινίες. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν η παραθαλάσσια πόλη Barwon Heads της νότιας Αυστραλίας, που μέσα από την τηλεοπτική σειρά *SeaChange* (1998-2000) έμεινε γνωστή ως Pearl Bay, κατά τον ίδιο τρόπο και το χωριό Goathland του Yorkshire αναγνωρίζεται με το όνομα Aidensfield μέσα από την τηλεοπτική σειρά *Heartbeat* (1992-2010). Όμως η αξιοποίηση τέτοιων προσωνυμίων φαίνεται να επιφέρει αντιδράσεις από τις τοπικές κοινωνίες, ιδιαίτερα στην περίπτωση της Νέας Ζηλανδίας που μετονόμασαν την περιοχή γύρω από την πρωτεύουσα του Wellington ως Μέση Γη, βασισμένοι στη σειρά ταινιών *Άρχοντας των*

Δαχτυλιδιών (2001-2003). Μάλιστα τα συγκεκριμένα όνομα χρησιμοποιήθηκαν και σε τουριστικές καμπάνιες, όπως στην περίπτωση της Νέας Ζηλανδίας εμπεριέχεται στο μήνυμα καλωσορίσματος των τουριστών στο αεροδρόμιο της πρωτεύουσας, ενώ αντίστοιχα στην περίπτωση του Yorkshire οι τοπικοί φορείς χρησιμοποίησαν τον τίτλο *Χώρα του Heartbeat* για το σύνολο της περιφέρειας. Σε αυτή τη κατεύθυνση ο κινηματογράφος και η τηλεόραση μπορούν να εμπορευματοποιούν έναν προορισμό, ο οποίος όμως χωρίς μια αντίστοιχη στρατηγική μάρκετινγκ και συνακολούθησες δραστηριότητες δεν είναι σε θέση να παραμείνει τουριστικά βιώσιμος ώστε να κεφαλοποιηθεί αυτή η ευκαιρία (O'Connor, 2010: 52).

Μέσα από τα πολλαπλά παραδείγματα καταδεικνύεται η τακτική πρωτοβουλιών και δραστηριοτήτων που καλείται να φέρει εις πέρας ένας DMO προκειμένου να προσελκύσει τις δημιουργικές βιομηχανίες του κινηματογράφου. α) Αρχικά λοιπόν απαιτείται οι εμπλεκόμενοι φορείς να αναπτύξουν ένα οριζόντιο σύστημα συνεργασίας με κάθε εμπλεκόμενο δημόσιο οργανισμό ή υπηρεσία ή με ιδιώτες που δραστηριοποιούνται με την προώθηση των τοποθεσιών που λαμβάνουν χώρα οι ταινίες. β) Ακολούθως καίρια κρίνεται η κινητοποίηση των μέσων ενημέρωσης για την δημοσιοποίηση-διαφήμιση τόσο της ταινίας όσο και της τοποθεσίας των γυρισμάτων, αλλά και διοχέτευση αυτών των πληροφοριών προς τους *tour operators*. Για να επιτευχθεί όμως αυτό επιβάλλεται από τον αντίστοιχο φορέα τουρισμού μια σειρά από διαφορετικές πρωτοβουλίες μάρκετινγκ αλλά μια ισχυρή, δεσμευτική συνεργασία με τα μέσα ενημέρωσης που θα περιλαμβάνει συνεντεύξεις τύπου, ένθετα, αφιερώματα και άρθρα σχετικά με τα γυρίσματα και με τα δυνητικά οφέλη για τον τουρισμό, αλλά δηλώσεις και συνεντεύξεις των ίδιων των συντελεστών της κινηματογραφικής παραγωγής (Edwards, 2012: 24). γ) Εν συνεχεία λόγος γίνεται ότι σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και οι τίτλοι τέλους με αναφορές σε όσους συνέβαλαν καταλυτικά στην παραγωγή της ταινίας. Παρόλο που δεν είναι εμφανές προκύπτει μια σημαντική ευκαιρία μάρκετινγκ από την παράθεση του ονόματος του προορισμού-τοποθεσίας των γυρισμάτων – που απαιτεί και σκληρές διαπραγματεύσεις- στην αρχή των τίτλων τέλους και όχι στις τελευταίες θέσεις μιας και όπως επισημαίνεται το κοινό δεν δίνει ιδιαίτερη έμφαση (Hudson & Ritchie, 2006).

Πίνακας 11: Πλαίσιο ευκαιριών και δράσεων κινηματογραφικού τουριστικού μάρκετινγκ



Πηγή:Hudson & Ritchie, 2006: 390, ίδια

Σε συνέχεια με τα παραπάνω θα αναφερθούν ακόμη κάποιες από τις δράσεις που εντοπίζονται στο πεδίο αρμοδιοτήτων των *DMO* και εφαρμόζονται στο πλαίσιο μάρκετινγκ προώθησης του κινηματογραφικού τουρισμού. Έτσι σε σημαντικό και εξαιρετικά δημοφιλές εργαλείο αναδεικνύονται οι χάρτες με κινηματογραφική θεματική, φιλικοί χάρτες. Ενώ εξελικτικά μεταβαίνοντας στην εποχή κυριαρχίας των ψηφιακών μέσων εμφανίζονται νέες ευκαιρίες για τους φορείς που επιδιώκουν να χρησιμοποιήσουν την οπτική αναπαράσταση των ταινιών και των κινηματογραφικών τοπίων, τοποθεσιών για την δημιουργία

ψηφιακών, διαδικτυακών πόρων με πληροφορίες για τους τουρίστες και διαδραστικούς χάρτες. Έτσι καίρια κρίνεται η δημιουργία θεματικών ιστοσελίδων που να περιέχουν ταινιακό αρχείο συνδεδεμένο με τις τοποθεσίες των γυρισμάτων και με τις τουριστικές περιηγήσεις στις εν λόγω θέσεις (Connell, 2012).

Επιπρόσθετα αναφορικά με το θέμα των εργαλείων του κινηματογραφικού τουριστικού μάρκετινγκ, που αναπτύσσονται μετά την προβολή της ταινίας, είναι τα επιπρόσθετα βίντεο με σκηνές από την διαδικασία παραγωγής και τα παρασκήνια ('making of') που εμπεριέχονται συνήθως στα DVD. Συγκεκριμένα συστήνεται οι DMO να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες παρότρυνσης των παραγωγών να συμπεριλαμβάνουν τέτοια βίντεο. Συνακόλουθα την ίδια επιρροή στο επίδοξο τουριστικό κοινό έχουν οι τηλεοπτικές ταξιδιωτικές εκπομπές και οι τηλεοπτικές διαφημίσεις που τονίζουν και προκαλούν το ενδιαφέρον για τον κινηματογραφικό τουρισμό. παράλληλα αξιοποιώντας την συνεργασία με τα μέσα ενημέρωσης μια κίνηση που αποδεικνύεται αποτελεσματική είναι η πρόσκληση των διεθνών μέσων από τις τουριστικού οργανισμούς, προκειμένου να παρακολουθήσουν προβολές με φιλικές αναπαραστάσεις του προορισμού. Η συγκεκριμένη κίνηση αποσκοπεί στην ενθάρρυνση των μέσων ώστε να προωθήσουν την περιοχή αναφοράς και να προχωρήσουν σε ενδεχόμενες συνεργασίες με τις κινηματογραφικές βιομηχανίες γι' αυτό το σκοπό (Hudson & Ritchie, 2006). Χαρακτηριστικού είναι το παράδειγμα του εθνικού συμβουλίου τουρισμού της Αυστραλίας που επένδυσε σαράντα εκατομμύρια δολάρια για διεθνείς διαφημιστικές καμπάνιες με γνώμονα την ταινία *Australia* (Αυστραλία, 2008), στην οποία αποτυπώθηκαν με μεγάλη ακρίβεια τα τοπία της δυτικής Αυστραλίας. Η καμπάνια αυτή τιτλοφορήθηκε με το σλόγκαν 'Walkabout' και διακρίθηκε λόγω των πολυάριθμων χωρών που προβλήθηκε και του χρονικού εύρους ακόμη και δυο χρόνια μετά την προβολή της ταινίας (Loumioti & Vagionis, 2011).

Με έναυσμα τέτοια παραδείγματα οφείλεται να υπογραμισθεί η σημασία της σύγκλισης μια σειράς προϊόντων, που παρέχονται μέσα από τα έντυπα και ψηφιακά μέσα ενημέρωσης, για την παγίωση της επιτυχίας στρατηγικών μάρκετινγκ για τον κινηματογραφικό τουρισμό. Με στόχο λοιπόν την προσέλευση του τουριστικού κοινου που είναι προσανατολισμένο στο κινηματογραφικό προφίλ του προορισμού, είναι εύλογο ότι μια ολόκληρη στρατηγική δεν μπορεί να στηριχθεί σε μια ταινία ή μια συλλογή ταινιών αλλά στην κατανάλωση ενός πακέτου ψηφοποιημένων προϊόντων που θα λειτουργούν και διαδραστικά με τους καταναλωτές. Σε αυτή την κατεύθυνση στη γνωστή ταξιδιωτική ιστοσελίδα TripAdvisor ξεχωρίζουν τα σχόλια για το κάστρο Doune της Σκωτίας έτσι όπως αυτό προβάλλεται και έγινε γνωστό μέσα από τις τηλεοπτικές εκπομπές της ομάδας κωμικών Monty Python στις αρχές του 1970 (Connell, 2012).

Ενώ αναφορικά με τις συνεργασίες που μπορούν να αναπτύξουν οι εθνικοί φορείς κινηματογραφικού τουριστικού μάρκετινγκ, χαρακτηριστικό είναι το δίκτυο συνεργασίας 'Movie Med' που έχει αναπτυχθεί μεταξύ έξι χωρών της Μεσογείου (Γαλλία, Μαρόκο, Αίγυπτο, Τυνησία, Λίβανο, Ισπανία). Η σύμπραξη αυτή αποσκοπεί στην εντατικοποίηση της εμβέλειας και προώθησης της φήμης των έξι χωρών αναφορικά με τις

παροχές που μπορούν να προσφέρουν στις κινηματογραφικές παραγωγές και στην κεφαλαιοποίηση των δυνητικών οφελών. Πέρα από την προσέλκυση της βιομηχανίας του κινηματογράφου, οι φορείς έχουν εστιάσει την προσοχή και στη δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων που θα προάγουν τον κινηματογραφικό τουρισμό. Ανώτερος στόχος του προγράμματος είναι η προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής της Μεσογείου και η παγίωση θετικού ενός αντίκτυπου στο καταναλωτικό κοινό (Eskilsson & Månsson, 2013: 33).

Εν κατακλείδι καταδεικνύεται ο κρίσιμος ρόλος των *DMO* μέσα από της ζωτικής σημασίας αρμοδιότητες, πρωτοβουλίες και δράσεις για την δόμηση του κινηματογραφικού τουριστικού προφίλ της έδρας τους. Παράλληλα εντοπίζεται ότι η πλειονότητα των δράσεων μάρκετινγκ αφορούν την χρονική περίοδο άπαξ της ανακοίνωσης παραγωγής των ταινιών, αφήνοντας ανεκμετάλλευτες τις ευκαιρίες που δύναται να προκύψουν μετά το πέρας της προβολής των ταινιών από τις κινηματογραφικές αίθουσες. Υπό αυτές τις συνθήκες υπογραμμίζεται ότι μεγάλο μέρος της δυναμικής αυτών να αγνοείται ή να εξασθενεί (Bolan & Williams, 2008).

5.4. ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε μια άλλη κατεύθυνση οφείλεται να επισημανθούν τα πλεονεκτήματα που απορρέουν για την εικόνα, την οικονομία και το ανταγωνιστικό προφίλ του κινηματογραφικού μέσα από την υπό μελέτη μορφή τουρισμού. Υπό το πρίσμα του μάρκετινγκ του τόπου-προορισμού, τα οφέλη έχουν θετικό αντίκτυπο στην παγίωση μιας πιο δυναμικής εικόνας και του *brand name* του, με επακόλουθες οικονομικές επιδράσεις και την αύξηση του τουριστικού ρεύματος. Ο κινηματογραφικός τουρισμός δύναται να κινητοποιήσει την τουριστική συνείδηση προσελκύοντας νέες αγορές και περισσότερο κοινό και λειτουργώντας καταλυτικά προς την βιωσιμότητα του τομέα του τουρισμού, λόγω του νέου και ακόμη πιο περιεκτικού προσφερόμενου πακέτου. Από έρευνα που διεξήχθη σε παγκόσμιο επίπεδο οι *DMO*, σε απολογισμό του έργου τους και της συνεργασίας τους με τις βιομηχανίες του θεάματος, δήλωσαν ότι εντόπισαν αύξηση του τουριστικού κοινού που προέκυψε μέσα από τη συλλογική προσπάθεια προώθησης του κινηματογραφικού τουρισμού (Hudson & Ritchie, 2006).

Ακολούθως ο κινηματογραφικός φέρεται να αντισταθμίζει το μεγάλο ζήτημα της εποχικότητας, ιδιαίτερα για τους καλοκαιρινού ή χειμερινού προορισμούς, αποφέροντας οικονομικά οφέλη καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Μάλιστα εντοπίζεται ότι η ακμή επισκεψιμότητας μετά την διάθεση της ταινίας ανέρχεται σε ποσοστό της τάξεως περίπου του 55% μέσα σε εύρος χρόνου πέντε ετών αλλά εν συνεχεία οι εικόνες, τα εργαλεία και οι θεσμοί που έχουν αναπτυχθεί φαίνεται να λειτουργούν μακροπρόθεσμα. Ως εκ τούτου ο τουριστικός κινηματογράφος δύναται να διαιωνίζει την προσέλευση των επισκεπτών άπαξ της πρώτης προβολής (Loumiotí & Vagionis, 2011).

Παράλληλα είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί ότι με προϋπόθεση την διοικητική και οργανωτική ορθότητα επιτυγχάνεται το μέγιστο οικονομικό όφελος, ενώ την ίδια στιγμή είναι ελάχιστο το κόστος σε κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο καθώς πρόκειται για μη εντατική, μακροπρόθεσμη δραστηριότητα χωρίς ιδιαίτερες υποδομές. Ένα παράδειγμα ενός καλά οργανωμένου και επιτυχημένου προγράμματος τουριστικού μάρκετινγκ υλοποιήθηκε στα πλαίσια της ταινίας *Sideways* (2004) για ένα εργαστήριο γευσιγνωσίας κρασιού στην Καλιφόρνια των ΗΠΑ. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι με αφορμή την ταινία κοινοποιήθηκαν πάνω από 600 δημοσιεύματα στα μέσα ενημέρωσης που αφορούσαν την περιοχή της Santa Barbara διαφημίζοντας της ως σημαντικό ταξιδιωτικό προορισμό. Μετά την προβολή της ταινίας οι επιχειρήσεις σημείωσαν αύξηση στις εμπορικές συναλλαγές της τάξεως του 30%, ενώ τα οινοποιεία της περιοχής που καταχωρήθηκαν και σε θεματικό τουριστικό χάρτη αύξησαν τα κέρδη του κατά 42% (Bolan & Williams, 2008). Ακόμη μεγαλύτερο ήταν το οικονομικό αντίκτυπο που προέκυψε στην Βρετανία από την σειρά ταινιών *Harry Potter* (2001-2011), με την ανάπτυξη μια ολόκληρης βιομηχανίας ποικίλων επιχειρήσεων να βασίζεται αποκλειστικά σ' αυτή την ταινία (Connell, 2012).

Στον αντίποδα από τον κινηματογραφικό τουρισμό απορρέουν και κάποιες συνέπειες με την πιο εμφανή να αφορά την απογοήτευση κάποιων επισκεπτών σχετικά με την ρεαλιστικότητα του φιλικού τοπίου συγκριτικά με το πραγματικό. Παράλληλα σημειώνεται ότι σε πολλές περιπτώσεις παρατηρήθηκε αύξηση του κόστους των παροχών και των υπηρεσιών λειτουργώντας ανασταλτικά προς την τουριστική προσέλευση. Ακόμη σε πολλές περιπτώσεις, δεδομένου ότι στη φέρουσα τουριστική ικανότητα των τοποθεσιών δεν συνυπολογίστηκε-μεριμνήθηκε, η εισροή ενός τέτοιου ξαφνικού κύματος επισκεπτών πιθανόν να μην μπορεί να εξυπηρετηθεί, προκαλώντας αρχικά κυκλοφοριακή συμφόρηση και συνωστισμό με επακόλουθες πιθανές περιβαλλοντικές επιπτώσεις (Hudson & Ritchie, 2006). Μάλιστα εντοπίζονται και περιπτώσεις στις οποίες ο φιλικός τουρισμός γίνεται πεδίο αντιπαράθεσης μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, των κινηματογραφιστών και των υπεύθυνων προστασίας του περιβάλλοντος, ιδιαίτερα όταν τα οφέλη αυτού θέτονται σε προτεραιότητα εις βάρος του περιβάλλοντος. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν οι παραλίες της Ταϊλάνδης στις οποίες έλαβαν χώρα τα γυρίσματα της ταινίας *The Beach* (2000), οι οποίες τελούν υπό καθεστώς προστατευόμενης περιοχής επιτρέποντας ελάχιστες και ελεγχόμενες χρήσεις και μικρό αριθμό επισκεπτών. Πάρα αυτά η ομάδα παραγωγής για τις ανάγκες των γυρισμάτων προκάλεσε σοβαρές περιβαλλοντικές καταστροφές λόγω της αφαίρεση μεγάλου τμήματος βλάστησης που επέφερα και διάβρωση του εδάφους, ενώ μετά την προβολή της ταινίας εντατικοποιήθηκε και το ρεύμα προσέλευσης (Hudson & Ritchie, 2006). (Connell, 2012).

Παράλληλα μέσα από την διεθνή εμπειρία σημειώνεται το φαινόμενο των αντικρουόμενων κινηματογραφικών εικόνων που προκαλούν σύγχυση στο κοινό και για το οποίο οι φορείς δεν μπορούν να λάβουν μέτρα. Αναλυτικότερα μέσα από τις ταινίες δεν μπορεί να αντικατοπτρίζεται πάντα το θετικό προφίλ

ενός προορισμού, πράγμα που οδηγεί σε πολλαπλές και διαφορετικές μεταξύ τους αναπαραστάσεις και θεωρήσεις των ταξιδιωτών γι' αυτόν. Απόρροια του τελευταίου είναι να μην υπάρχει μια σαφής συλλογική κινηματογραφική εικόνα πάνω στην οποία να στηριχθούν οι φορείς για το *branding* και για κινηματογραφικές τουριστικές καμπάνιες, με αποτέλεσμα την εστίαση σε συγκεκριμένες ταινίες (Soliman, 2011).

Πέρα όμως από τα παραπάνω οφείλεται να σημειωθεί το γεγονός ότι ο κινηματογραφικός έχει μια μοναδική δυναμική να κατευθύνει την προσοχή του κοινού προς συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές ή ακόμη προς λιγότερους γνωστούς προορισμούς, όπως η περίπτωση της Βουργουνδίας που προβάλλεται μέσα από την ταινία *Chocolat* (2000). Οι ταινίες μπορούν να αναδείξουν σε δημοφιλή ένα προορισμό, που σε κάθε άλλη περίπτωση δε θα διέθετε όλα εκείνα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα, υποδομές ή χαρακτηριστικά για να αναπτύξει μια κερδοφόρα τουριστική βιομηχανία με εύρος χρονικού ορίζοντα (O'Connor, 2010: 53-54).

Στον αντίποδα έρχεται το παράδειγμα της Νέας Ορλεάνης των ΗΠΑ, για την οποία το κοινό έχει μια παγιωμένη αντίληψη που δεν βασίζεται αποκλειστικά στην ταινιακή εικόνα της περιοχής. Σύμφωνα λοιπόν με έρευνα που διεξάχθηκε το κοινό έχει διαμορφώσει την άποψη ότι πρόκειται για μια αφιλόξενη περιοχή με έντονα φαινόμενα βίας, διαφθοράς, κακές καιρικές συνθήκες και απουσία αξιόλογων-τουριστικών αξιοθέατων. Κατά συνέπεια περιοχές και πόλεις που έχουν συνδεθεί με δυσμενείς και πεσιμιστικές φιλικές θεματικές όχι μόνο δεν συνιστώνται για την εφαρμογή στρατηγικών κινηματογραφικού μάρκετινγκ αλλά σε πολλές περιπτώσεις αποθαρρύνεται η ανάπτυξη κάθε μορφής τουρισμού (O'Connor, 2010: 107).

Εξαίρεση φέρεται να αποτελεί το παράδειγμα της πόλης του Miami, για την οποία μέχρι την δεκαετία του 1980 επικρατούσε μια γενικευμένη αρνητική αντίληψη. Μετά την προβολή της τηλεοπτικής σειράς *Miami Vice* (1984-1989), που παρά το γεγονός τι παρουσίαζε την εγκληματική πλευρά της πόλης και την διακίνηση ναρκωτικών, τα δεδομένα για τον τουρισμό ανατράπηκαν. Η ηλεκτρονική σελίδα της σειράς παρείχε μια ολοκληρωμένη πλατφόρμα διαφήμισης της περιοχής ως τουριστικού προορισμού, που λειτούργησε καταλυτικά για την τουριστική, οικονομική και περιβαλλοντική αναζωογόνηση της πόλης του Miami. Οι παραγωγοί της σειράς για τις ανάγκες των γυρισμάτων χρειαζόνταν έντονα χρώματα στα κτίρια αλλά και την ζωντανή παρουσία της κοινότητας των Λατίνων και της μουσικής τους. Υπό αυτές της συνθήκες έλαβαν χώρα έργα ανάπλασης, αισθητικής αναδιαμόρφωσης των κτιριακών κελυφών Art Deco κατά βάση στο παραλιακό μέτωπο της πόλης. Παράλληλα οι κάτοικοι και οι τοπικοί επιχειρηματίες βιώνοντας τα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη κινητοποιήθηκαν βελτιώνοντας τις τουριστικές παροχές αλλά και ανακατασκεύασαν τις επιχειρήσεις τους ώστε να μοιάζουν με αυτά που πρόβαλλε η σειρά (O'Connor, 2010: 114).

5.5. ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΡΕΤΑΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ

Οι ταινίες και οι τηλεοπτικές σειρές έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της τάσης της ταξιδιωτικής πρόθεσης αναφορικά με τους προορισμούς του Ηνωμένου Βασιλείου, διανθίζοντας το τουριστικό προσφερόμενο πακέτο και την ανταγωνιστικότητα του τομέα. Το παρόν ενισχύεται από το γεγονός ότι ο κινηματογράφος και η τηλεόραση παράγουν νέες εικόνες της χώρας, αντιπροσωπευτικές ως προς την ταυτότητα της κάθε περιοχής και προσιτές προς επίσκεψη. Παράλληλα τα φιλμ και οι σειρές έχουν την ικανότητα να διατηρούν το τουριστικό ενδιαφέρον για την χώρα, ενώ λειτουργούν και ως μια μορφή ταξιδιωτικού οδηγού παρέχοντας πληροφορίες γενικού περιεχόμενου αλλά και σχετικές με την εικόνα, τους οργανισμούς και τους τουριστικούς μηχανισμούς της Βρετανίας (O'Connor, 2010: 52).

Σε αυτή τη κατεύθυνση μέσα από μια μεγάλη ποικιλία ταινιών μπορούν να συνδεθούν οι τουριστικοί πόροι του Λονδίνου αλλά και προκύψουν νέου. Διαφαίνεται ότι η πόλη αποτελεί έναν από τους κορυφαίους προορισμούς κινηματογραφικού τουρισμού με τις αντίστοιχες δραστηριότητες να καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα τόσο ψυχαγωγικού όσο και εκπαιδευτικού χαρακτήρα με διαφορετικά κόστη. Χαρακτηριστικά ο Βρετανικός Οργανισμός Τουρισμός Visit London εκτιμά ότι ο αριθμός των τουριστών που παρακινείται να ταξιδέψει τόσο στο Λονδίνο, όσο και στην χώρα λόγω της κινηματογραφικής εικόνας θα μπορούσε να αυξηθεί κατά 30%. Καταδεικνύεται λοιπόν ότι αποτελεί πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη τουριστικών διαφημιστικών στρατηγικών, και λόγω της άμεσης προσβασιμότητας και προσέγγισης του φιλοθεάμων κοινού και του συνόλου των επαγγελματιών της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Παράλληλα όπως προαναφέρθηκε βασικό στοιχείο της διαδικασίας είναι ότι προηγείται η προώθηση του ίδιου του τόπου της κινηματογραφικής παραγωγής και επακολουθούν οι στρατηγικές μάρκετινγκ μέσα από τα στάδια παραγωγής της ταινίας. Ενώ μετά την προβολή η συγκεκριμένη θέση αποκτά επιπλέον σημασία για το τουριστικό προϊόν δημιουργώντας ένα κανάλι εισροής από οικονομικά και άλλα οφέλη.

Προκύπτει ότι 183.00 θέσεις εργασίας αφορούν την κινηματογραφική βιομηχανία της χώρας και το 75% αυτών εντοπίζονται στο Λονδίνο, ενισχύοντας την θέση ότι η συγκεκριμένη μητρόπολη διαθέτει το κατάλληλο υπόβαθρο για την εντατικοποίηση του κινηματογραφικού τουρισμού και το κατάλληλο ταινιακό αρχείο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον συγκεκριμένο σκοπό. Παράλληλα εκτιμάται ότι κατά μέσο όρο 48 συνεργία πραγματοποιούν γυρίσματα καθημερινά στους δρόμους του Λονδίνου. Από την έκθεση του Oxford Economics για το 2010 τονίζεται ότι ο κινηματογραφικός τουρισμός βρίσκεται ακόμη στα πρώτα στάδια ανάπτυξης αφήνοντας πολλά περιθώρια αξιοποίησης των δυνητικών ευκαιριών και κεφαλαιοποίησης των πόρων. Ενώ αντίστοιχα το Υπουργείο Οικονομικών υπολογίζοντας ότι το 10% των εσόδων του τουρισμού προέρχονται από αυτό το τομέα, δήλωσε ότι ο κινηματογράφος συνιστά το αποτελεσματικότερο μέσο διαφήμισης της βρετανικής ταυτότητας και πολιτισμού. Αναλυτικότερα εικάζεται ότι το 2011 περίπου τρία

εκατομμύρια επισκέπτες παρακινήθηκαν να επισκεφτούν τη Βρετανία λόγω του σινεμά, δαπανώντας συνολικά 2,1 δισεκατομμύρια λίρες (Oxford Economics, 2010: 66).

Αναφορικά με τα οικονομικά οφέλη από την βιβλιογραφία σημειώνεται ότι εντοπίζονται και σε τοπικό επίπεδο συμβάλλοντας στο κοινωνικό-οικονομικό υπόβαθρο του Ηνωμένου Βασιλείου, λόγω των δυνητικών κλιμάκωσης και επέκτασης της οικονομικής βάσης. Συγκεκριμένα υπολογίζεται ότι στην Σκωτία η κινηματογραφική επιχειρηματικότητα ανέχεται ετησίως στα 12 εκατομμύρια ευρώ. Παράλληλα οι διεθνούς απήχησης παραγωγές που γυρίστηκαν στα μέσα της δεκαετίας του '90 στη Σκωτία, όπως το *Braveheart* (1995) και *Rob Roy* (*Ρομπ Ρόι: Εις το Όνομα της Τιμής*, 1995), αποτέλεσαν κίνητρο ώστε 500.000 Αμερικάνοι να επισκεφτούν την πόλη του Stirling και την ευρύτερη περιοχή δαπανώντας 152 εκατομμύρια ευρώ. Ενώ μόνο η ταινία *Rob Roy* (*Ρομπ Ρόι: Εις το Όνομα της Τιμής*, 1995) υπολογίζεται ότι μεταξύ του 1996-2000 επέφερε έσοδα 23 εκατομμυρίων ευρώ που σχετίζονται με τις δαπάνες που καταβλήθηκαν σε υπηρεσίες του τουριστικού τομέα. Ενώ αναφορικά με τα άμεσα οικονομικά οφέλη επισημαίνεται ότι μέσα από την τηλεοπτική σειρά *Cheers* (1982-1993), η παμπ που προβάλλεται επωφελείται με έσοδα που υπολογίζονται στα 4,7 εκατομμύρια ευρώ με τους επισκέπτες να ανέρχονται στο 500.000 ετησίως (O'Connor, 2010: 124-125).

Πέρα όμως από τα οικονομικά οφέλη σημειώνεται και η πολιτιστική συνεισφορά των ταινιών στην παγκόσμια παγίωση της βρετανικής εθνικής ταυτότητας, μιας και ο κινηματογράφος αποτελεί το πιο άμεσο και προσβάσιμο μέσο απεικόνισης, διάδοσης και έκφρασης της εθνικής κουλτούρας, της πολιτιστικής κληρονομιάς και της ιστορίας. Παράλληλα μέσα από έρευνα του BFI που δημοσιεύτηκε το 2011 προκύπτει ότι το κοινό (65%) είναι πρόθυμο να παρακολουθεί βρετανικές παραγωγές που αντικατοπτρίζουν την ρεαλιστική πτυχή της βρετανικής κοινωνίας και τα προβλήματα της («την αληθινή ζωή»), καθώς και τα ιδιαίτερα γνωρίσματα αυτής, όπως το χαρακτηριστικό βρετανικό χιούμορ. Ακόμη μέσα από την συγκεκριμένη έρευνα εντοπίζονται οι ταινίες που είχαν την σημαντικότερη επίδραση στην κοινωνία και πρόβαλαν αποτελεσματικότερα την στάση ζωή-συμπεριφοράς των Βρετανών. Κάποιες από αυτές τις ταινίες είναι: *Trainspotting* (1996), *The Full Monty* (*Άντρες με τα Όλα τους*, 1997), *East is East* (1999), *Billy Elliot* (*Billy Elliot Γεννημένος Χορευτής*, 2000), *The King's Speech* (*Ο Λόγος του Βασιλιά*, 2010), *This is England* (*Αυτή είναι η Αγγλία*, 2006), κ.ά. (BFI, 2011:45)

Μέσα από ένα ευρύ φάσμα μελετών, που εστιάζουν σε περιπτώσεις μελέτης ταινιών ή περιοχών, καταδεικνύεται η πληθώρα κινηματογραφικών εικόνων του Λονδίνου αλλά και της χώρας στο σύνολο της. Έτσι συμπεραίνεται ότι ο επίδοξος τουρίστας ως ένα βαθμό έχει επηρεαστεί από αυτές τις εικόνες, χωρίς κατ' ανάγκη να κατευθύνεται σε συγκεκριμένες περιοχές γυρισμάτων ή να παίρνει μέρος σε αντίστοιχες δραστηριότητες. Υπό αυτή είναι αναγκαίο να αποσαφηνιστεί ότι ο αριθμός των κινηματογραφικών τουριστών δεν είναι εύκολα μετρήσιμος αλλά σε κάθε περίπτωση η συσσώρευση εικόνων τροφοδοτεί την τουριστική

αντίληψη οδηγώντας στη συνειδητοποίηση ότι η Βρετανία αποτελεί έναν ισχυρά ανταγωνιστικό προορισμό (Olsberg SPI,2007: 20).

Εικόνα 39: Τα στούντιο της Warner Bros όπου γυρίστηκε η σειρά ταινιών *Harry Potter* (2001-2011) και σήμερα λειτουργεί ως θεματικό μουσείο όπου διενεργούνται ξεναγήσεις.



Πηγή: deadline.com/2012/03/warner-bros-uk-opens-harry-potter-tour-248819/

Εικόνα 40: Οι στούντιοτικές εγκαταστάσεις της εταιρίας Pinewood στην περιοχή του Buckinghamshire



Πηγή: thecallsheet.co.uk/news/46388

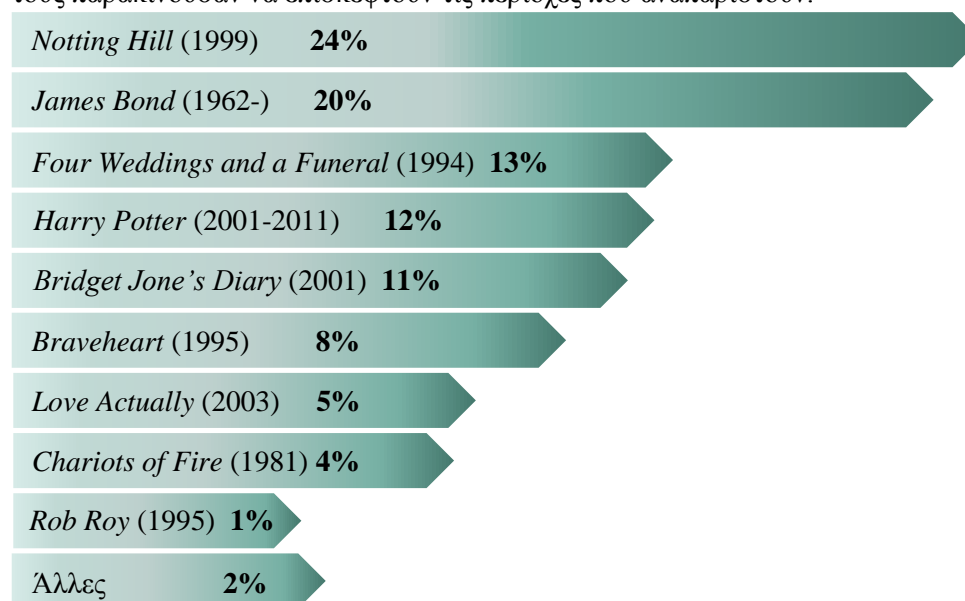
Σε μια άλλη κατεύθυνση ξεχωριστή αναφορά οφείλεται να γίνει για τις υποδομές και τις δημιουργικές-κινηματογραφικές βιομηχανίες που φέρονται να συνθέτουν το υπόβαθρο και αποτελούν ακόμη μια συνιστώσα στην ανάπτυξη και κλιμάκωση του κινηματογραφικού τουρισμού της Βρετανίας. Έτσι στον υπό μελέτη χώρο εντοπίζονται τέσσερις συγκεντρώσεις-clusters έντασης κινηματογραφικών βιομηχανιών που βρίσκονται μάλιστα σε εγγύτητα με τους κύριους πόλους τουριστικής επισκεψιμότητας. Αυτές οι συγκεντρώσεις είναι χωροθετημένες στον ευρύτερο χώρο του Λονδίνου:

- Στο Soho και στο Westminster, που αποτελεί τον πυρήνα της κινηματογραφικής δραστηριοποίησης στο Ηνωμένο Βασίλειο, είναι εγκατεστημένες μεγάλες εταιρίες διανομής αμερικάνικων ταινιών αλλά και ανεξάρτητων βρετανικών. Παράλληλα εντοπίζεται μεγάλη συγκέντρωση εταιριών που ειδικεύονται στα ειδικά εφέ.
- Στο Δυτικό Λονδίνο, είναι εγκατεστημένα τα Ealing Studios που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών του τομέα των μέσων ενημέρωσης και του κινηματογράφου. Παράλληλα το συγκεκριμένο στούντιο είναι ένα από τα παλιότερα και πιο ιστορικά στούντιο του κόσμου, μιας και το μεγαλύτερο μέρος των ταινιών της χρυσής εποχής του βρετανικού κινηματογράφου (1930-1960) γυρίστηκαν σε αυτές τις εγκαταστάσεις. Ενώ τα συγκεκριμένα στούντιο είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με του παραγωγού του Free Cinema και του New Wave. Παραγωγές όπως το Notting Hill και η ταινία Dorian Gray έλαβαν χώρα στις συγκεκριμένες εγκαταστάσεις.
- Στα δυτικά και βόρεια προάστια του Λονδίνου, στο Buckinghamshire, στο Borehamwood, στο Hertfordshire και στο Middlesex, εντοπίζονται μερικές από τις μεγαλύτερες εταιρείες κινηματογραφικών στούντιο και συναφών υπηρεσιών παγκοσμίως (Pinewood, Shepperton & Teddington Studios, Elstree,

Warner Bros). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην συγκεκριμένη περιοχή δραστηριοποιούνται πάνω 300 εταιρίες της κινηματογραφικής και τηλεοπτικής βιομηχανίας, αλλά και τα στούντιο του BBC. Ενώ προκειμένου να γίνει κατανοητός ο ρόλος των συγκεκριμένων επιχειρήσεων στην παγκόσμια βιομηχανία του κινηματογράφου, αναφέρονται κάποιες ταινίες που γυρίστηκαν στις σπουδαιότερες εγκαταστάσεις της περιοχής. Αυτές είναι: *Harry Potter* (2001-2011), *Skyfall* (2012), *Snow White and the Huntsman* (*Η Χιονάτη και ο Κυνηγός*, 2012), *Anna Karenina* (*Άννα Καρένινα*, 2012), *Prometheus* (*Προμηθέας*, 2012), *Les Misérables* (*Οι Άθλιοι*, 2012), *Maleficent* (2014) (Oxford Economics, 2012: 32-33).

Σε αυτό το σημείο οφείλεται να γίνει αναφορά στις ταινίες που λειτούργησαν καταλυτικά για την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο και την κατανόηση της σημασίας του μέσα από τα οφέλη που προκύπτουν. Από έρευνα που διεξήχθη εντοπίστηκαν μέσα από τους ερωτηθέντες οι κυριότερες ταινίες που έχουν ταυτιστεί με τη χώρα και φέρονται να αποτελούν κινητήριο μοχλό προσέλκυσης του τουριστικού ρεύματος.

Πίνακας 12: Αποτελέσματα έρευνας αναφορικά με τις ταινίες που θεωρούν οι Βρετανοί ότι θα τους παρακινούσαν να επισκεφτούν τις περιοχές που αναπαριστούν.

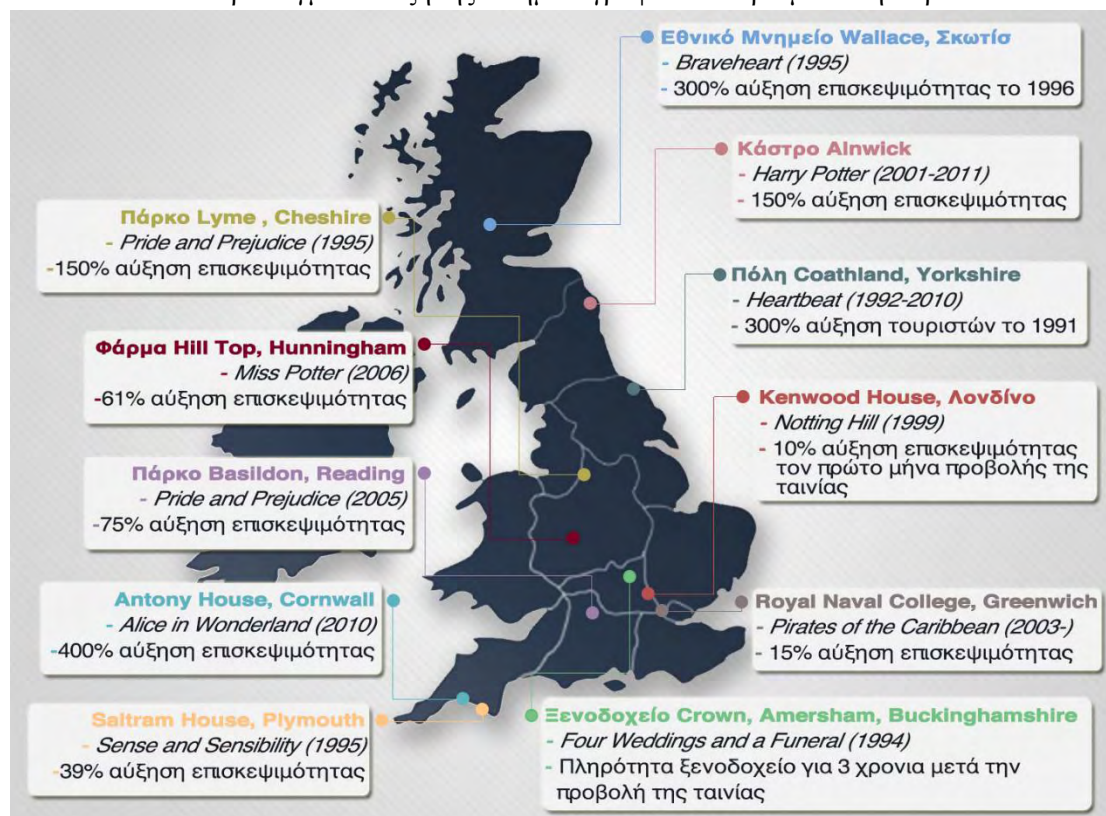


Πηγή: O'Connor, 2010:119, ίδια επεξεργασία

Σε μια άλλη κατεύθυνση δομική κινητήριο δύναμη για την προώθηση των ταξιδιωτικών προορισμών είναι τα μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Όμως δεδομένων των ολοένα και πιο αυξανόμενων τουριστικών αναγκών και της ανταγωνιστικότητας των προσφερόμενων τουριστικών πακέτων, κρίνεται σημαντική η ποικιλία ελκυστικών νέων εμπορικών προϊόντων ή ο επαναπροσδιορισμός-ανανέωση των υφιστάμενων μέσα από τις ευκαιρίες που αναδύονται από τον κινηματογράφο. Πιο συγκεκριμένα οι νέοι τουριστικοί πόροι αφορούν τα τοπία, σημεία, κ.ά. που προάγονται σε αξιοθέατα λόγω της κινηματογραφικής τους προβολής, αλλά και των ευκαιριών ενσωμάτωσής τους στις στρατηγικές μάρκετινγκ. Εντός αυτού του πλαισίου

καταδεικνύεται το δυνητικό όφελος συνεργασίας των τουριστικών φορέων με τις βιομηχανίες του θεάματος. Αναλυτικότερα δρόμοι, ιστορικά κτήρια, εκκλησίες, πύργοι, πάρκα, πλατείες, περιαστικά δάση και ο Τάμεσης σε συνδυασμό με την εγγύτητα των σπουδαιών υποδομών έχουν ενθαρρύνει τους κινηματογραφιστές να επιστρέφουν στον Λονδίνο ξανά και ξανά για την παραγωγή φιλμ.

Εικόνα 41: Παραδείγματα αύξησης κινηματογραφικού τουρισμού στην Βρετανία



Πηγή: Oxford Economics, 2012:69, Eskilsson & Månsson, 2013: 45, Hudson & Brent Ritchie, 2006: 389, ίδια επεξεργασία

Έτσι αναφορικά με ιστορικά αξιοθέατα και τοπόσημα προκύπτουν τα παρακάτω. Οι κήποι και το κάστρο Alnwick στο Northumberland, μετά την προβολή της πρώτης ταινίας *Harry Potter* (2001-2011) γνώρισαν αύξηση επισκεψιμότητας από 13.627 επισκέπτες για το 2001 σε 359.788 για το 2002. Το αντίκτυπο των ταινιών όμως έχει και ευρύτερο πεδίο που ξεπερνά τα όρια των τοποθεσιών γυρισμάτων. Έτσι στο Λονδίνο το καφέ, που ξεκίνησε να γράφει η J.K. Rowling τα βιβλία της σειράς, εκτιμάται ότι καθημερινά το επισκέπτονται κατά μέσο όρο δέκα άτομα. Ακόμη ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το μνημείο Wallace στην Σκωτία από το φιλμ *Braveheart* (1995), στο οποίο ο αριθμός των επισκεπτών αυξήθηκε από 40.000 μέχρι 200.000 (Olsberg SPI, 2007: 50, 76-79). Ακόμη ένα τέτοιο παράδειγμα αφορά της ταινία *Μια Βραδιά στο Νότινγκ Χιλ* (*Notting Hill*, 1999), η οποία είχε ως αντίκτυπο την αύξηση των επισκεπτών κατά 10% τον μήνα προβολής της ταινίας στο μνημείο πολιτιστικής κληρονομιάς του Kenwood House. Παράλληλα σε μια ευρύτερη κλίμακα η ίδια η περιοχή του Notting Hill, που τοποθετείται και η πλειονότητα των σκηνών της

ταινίας, εντατικοποιήθηκε ως κινηματογραφικός τουριστικούς πόλος δεδομένου ότι ήδη το τουριστικό ρεύμα ήταν μεγάλο, λόγω του εντοπισμού της δημοφιλούς ταινίας που πρωταγωνίστησαν οι Beatles το *A Hard Day's Night* (*Ξεφάντωμα με τους Μπιτλς*, 1964). Σε αυτή την κατεύθυνση το Notting Hill αναδεικνύεται σε ένα από τα πλέον δημοφιλέστερα επίκεντρα κινηματογραφικού τουριστικού ενδιαφέροντος για το Λονδίνο (O'Connor, 2010: 90).

5.5.1. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ένα από τα πρώτα προϊόντα κινηματογραφικού τουρισμού ήταν ο ταινιακός χάρτης που συμπεριελάμβανε τις τοποθεσίες γυρισμάτων 200 ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων για το σύνολο της χώρας. Σε αυτό το τομέα ως πρωτοπόρος χαρακτηρίζεται ο οργανισμός Visit Britain, ο οποίος το 1996 διένειμε τον πρώτο χάρτη και ξεκίνησε την παραγωγή και άλλων φιλικών χαρτών, όπως αυτός που αναφέρθηκε παραπάνω, που γρήγορα αποδείχτηκε ότι αποτέλεσε το πιο επιτυχημένο έντυπο τουριστικό προϊόν. Στο παρόντα χρόνο οι εν λόγω χάρτες έχουν ενταχθεί στην εκστρατεία «Love from London» που παροτρύνει τους επισκέπτες να επαναπροσδιορίσουν την εικόνα της πόλης μέσα από την σκοπιά του κινηματογράφου (Hudson & Ritchie, 2006· filmlondon.org.uk, 2014). Από αυτό το πρώτο χάρτη διαφάνηκε ότι η βιομηχανίες του θεάματος θα λειτουργούσαν ως πυλώνες σύζευξης και οικονομικής μεγέθυνσης για τον τουρισμό.

Εικόνα 42: Διαδραστικός χάρτης με τις τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών στο Λονδίνο



Πηγή: buzzfeed.com/lukelewis/london-movie-location-map

Εικόνα 43: Θεματικός χάρτης τουριστικής περιήγησης στο Λονδίνο ταινιών της Disney

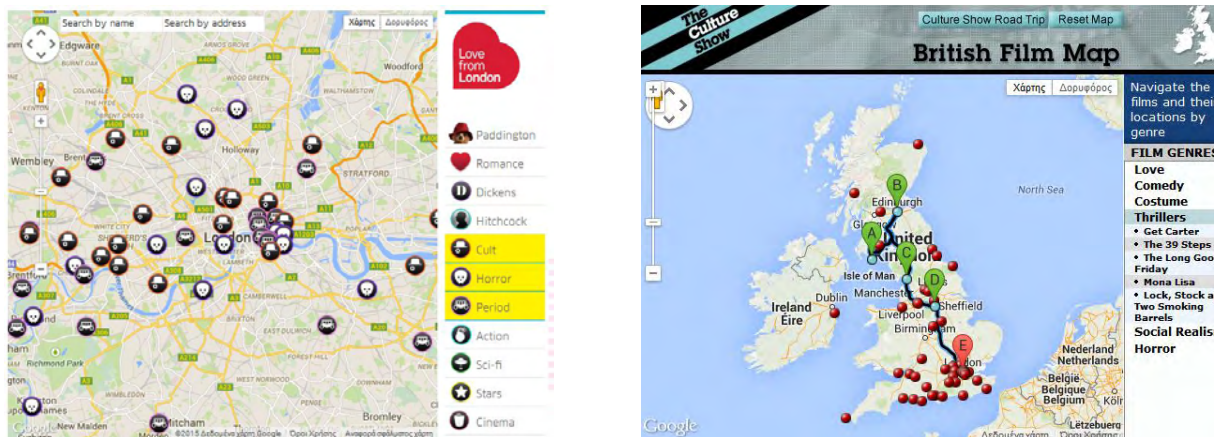


Πηγή: worrierprincessme.wordpress.com/2011/07/04/disneys-london-treasure-map

Παράλληλα από το 2003 έως το 2009 μια σειρά από θεματικού χάρτες για το κινηματογραφημένο Λονδίνο δημοσιοποιήθηκαν από τον τους οργανισμούς Film London και Visit London. Πιο συγκεκριμένα εκδόθηκαν χάρτες που επικεντρώνονταν σε συγκεκριμένες περιοχές της μητρόπολης, όπως ο χάρτης «Ταινιακή Διαδρομή στο Southbank», ή που προοριζόνταν για συγκεκριμένες ομάδες-στόχους ή είδος ταινιών, όπως ο χάρτης

«Ταινιακή Διαδρομή Ταινιών του Bollywood» αλλά ακόμη και χάρτες που αφορούσαν μεμονωμένες ταινίες. Στην ψηφιακή πλατφόρμα του οργανισμού οι καταγεγραμμένες ταινίες έχουν ταξινομηθεί ανά είδος, ενώ διατίθενται και κατηγορίες που αφορούν ταινίες από συγκεκριμένους σκηνοθέτες ή συγγραφείς των πρωτότυπων έργων (Eskilsson & Månsson, 2013: 10). Για την δημιουργία τους οι εμπλεκόμενοι φορείς δημιούργησαν ένα δίκτυο συνεργασίας με τοπικές επιχειρήσεις εστίασης και λιανικών πωλήσεων και διανέμοντας δωρεάν κινηματογραφικούς χάρτες στοχεύει να κινητοποιήσει τους ταξιδιώτες προς αυτή τη μορφή τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα μαζί με τον χάρτη με θέμα τις ταινίες *Bridget Jones's Diary* (*Το Ημερολόγιο της Μπρίτζετ Τζόουνς*, 2001) και *Bridget Jones: The edge of reason* (*Μπρίτζετ Τζόουνς: Η Επόμενη Σελίδα*, 2004) παρέχονται εκπτώτικα κουπόνια για εκθέσεις και εστιατόρια, ώστε οι τουρίστες να ενθαρρύνονται να επισκεφτούν αυτές τις υπηρεσίες τονώνονται την τοπική επιχειρηματικότητα (filmlondon.org.uk¹, 2014). Επιπρόσθετα ο φορέας Film London σε συνεργασία με την οργανισμό του Μετρό και Μέσων Μεταφοράς του Λονδίνου (London Underground and Transport for London) και το BFI δημοσίευσαν, στα πλαίσια Κινηματογραφικού Φεστιβάλ του Λονδίνου το 2010, ανάλογο χάρτη σε αντιστοιχία με 300 στάσεις του μέτρο. Ο εν λόγω χάρτης συνεχίζει να διανέμεται αποτελώντας έναν από τους πιο δημοφιλείς και εύχρηστους χάρτες, καθώς και ένα από τα πιο δημιουργικά εργαλεία-προϊόντα προώθησης κινηματογραφικού τουρισμού (Eskilsson & Månsson, 2013: 49).

Εικόνα 44: Ψηφιακές πλατφόρμες με τις τοποθεσίες γυρισμάτων ταινιών από τους οργανισμούς Film London και BBC



Πηγή: filmlondon.org.uk/maps/love_from_london, bbc.co.uk/arts/filmmap/

Επιπρόσθετα και το ίδρυμα National Trust έχει εκδώσει έναν γενικό αντίστοιχο χάρτη που αφορά το σύνολο της χώρας. Πάρα ταύτα σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι ο συγκεκριμένος φορέας διαθέτει λεπτομερή αρχείο με πιο εντοπισμένες τοποθεσίες, όπως μνημεία, οικείες, πάρκα, κ.ά. που έχουν χρησιμοποιηθεί για κινηματογραφικούς λόγους (Eskilsson & Månsson, 2013: 45).

Εικόνα 45: θεματικός χάρτης του μετρό του Λονδίνου με εντοπισμένες 300 περιοχές κινηματογραφικών και τηλεοπτικών γυρισμάτων, στούντιο και κατοικιών δημοφιλών ηθοποιών και σκηνοθετών



Πηγή: ww3.sinaimg.cn/large/86149548gw1djzulujp3zj.jpg

Παράλληλα οφείλεται να αναφερθούν και οι θεματικοί περίπατοι, που είναι μια από τις οργανωμένες και διαδεδομένες δραστηριότητες κινηματογραφικού τουρισμού στο Λονδίνο. Πιο συγκεκριμένα στο Λονδίνο δραστηριοποιούνται 32 γραφεία που προσφέρουν κινηματογραφικές περιηγήσεις, είναι κυρίως μικρομεσαίες ή οικογενειακές επιχειρήσεις. Οι περιηγήσεις που προσφέρουν είναι κατά βάση περίπατοι, ομαδικές εκδρομές με λεωφορείο ή ατομικές (Eskilsson & Månsson, 2013: 47). Η παλιότερα εταιρεία που δραστηριοποιείται σε αυτό τον τομέα, η London Walks, βρίσκεται στο Λονδίνο και προσφέρει 30 διαφορετικές κινηματογραφικές ξεναγήσεις, εστιασμένες όχι μόνο σε ταινίες και σίριαλ αλλά και σε λογοτεχνικούς ήρωες και μουσικές προσωπικότητες, με τις πιο περιζήτητες διαδρομές να αφορούν τις ταινίες *Harry Potter* (2001-2011), του *James Bond* και τους Beatles. Στις δραστηριότητες του συγκεκριμένου γραφείου έχουν συμμετέχει πάνω από 30.000 άτομο. Παράλληλα καταγράφεται ότι ιδιαίτερα δημοφιλείς το τελευταίο διάστημα και ειδικά στους Αμερικάνους τουρίστες, είναι οι περιηγήσεις που αφορούν δραματικές ταινίες και τηλεοπτικές παραγωγές εποχής, όπως το *Pride and Prejudice* (*Περηφάνια και Προκατάληψη*, 2005) και το *Downton Abbey* (*Ο Πύργος του Downton*, 2010-) [(walks.com, 2014)].

Σε αυτή την κατεύθυνση η Βρετανική Επιτροπή Κινηματογράφου (British Film Commission) κατέγραψε τα δέκα σημαντικότερα κινηματογραφικά στούντιο, με οχτώ από αυτά να βρίσκονται στην ευρύτερη περιοχή του Λονδίνου, ώστε να χρησιμοποιηθούν ως τουριστικοί πόλοι για ξεναγήσεις (britishfilmcommission.org.uk, 2014). Ως επόμενο κινηματογραφικό τουριστικό αξιοθέατο εντοπίζεται το Κινηματογραφικό Μουσείου του Λονδίνου, με εκθέσεις για την κινηματογραφική ιστορία ανά περίοδο και για τον Charlie Chaplin. Κατά τον ίδιο τρόπο λειτουργούν και οι περιοδικές εκθέσεις με αφιερώματα σε συγκεκριμένες ταινίες, όπως το 2007 η επετειακή έκθεση για το *Star Wars* (*Ο Πόλεμος των Αστρων*, 1977-1983) και το 2012 για την 50η επέτειο του James Bond η αντίστοιχη έκθεση (media.visitbritain.com, 2012). Ενώ από το 2012 οι στουντιακές

εγκαταστάσεις τις Warner Bros, όπου έλαβαν χώρα τα γυρίσματα τα δεκαετή γυρίσματα της σειράς ταινιών *Harry Potter* (2001-2011), αναδιαμορφώθηκαν ώστε σήμερα να λειτουργούν ως χώροι ξενάγησης στα παρασκήνια και σκηνικά των ταινιών. Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι ο συγκεκριμένος χώρος μπορεί να φιλοξενήσει 5.000 σε ημερήσια βάση, ενώ η διαθεσιμότητα των εισιτηρίων είναι αρκετά περιορισμένη λόγω της ζήτησης (Eskilsson & Månsson, 2013: 48).

Εικόνα 46: Στιγμιότυπο από το διαφημιστικό του Visit Britain που προβάλλονταν στους κινηματογράφους με αφορμή την 50η επέτειο του James Bond



Πηγή: [youtube.com/watch?v=JBgpAij4X98](https://www.youtube.com/watch?v=JBgpAij4X98)

Εικόνα 47: Φιλμική θεματική έκθεση αφιερωμένη στις ταινίες του Charlie Chaplin



Πηγή: thebioscope.net/2010/01/06/the-great-londoner/

Ακόμη μια έκθεση που φέρεται να αποτελεί σημαντικό προϊόν είναι η εικονογραφική θεματική έκθεση «A City of Stars» που λειτουργεί υπό την αιγίδα των ιδρυμάτων Film London και Getty Images, ενώ συστάθηκε στο πλαίσιο της εκστρατείας «Love from London». Η έκθεση περιλαμβάνει φωτογραφικό υλικό μεγάλων αστέρων του σινεμά και σκηνών από τα γυρίσματα δημοφιλών ταινιών, προωθώντας με αυτό τον τρόπο την μακρά κινηματογραφική ιστορία του Λονδίνου ως μια πολιτιστικής μητρόπολης και κέντρο παραγωγής ταινιών. Ενώ αξίζει να αναφερθεί ότι για την προώθηση της εκθέσεως διαφημιστικές καμπάνιες φιλοξενούνται στα μαζικά μέσα μεταφοράς του Λονδίνου, σε περιοδικά και μέσα ενημέρωσης παγκόσμιας εμβέλειας (Vogue, Lonely Planet) [(Eskilsson & Månsson, 2013: 49)].

Όλα τα παραπάνω προϊόντα έχουν συγκεντρωθεί και διατίθενται στο κοινό μέσα από τη πιλοτικής πρωτοβουλίας ιστοσελίδα που λειτουργεί ήδη από το 2009 υπό την εποπτεία του οργανισμού Visit Britain, και σε συνεργασία με το BFI και τον δήμο του Λονδίνου. Οι συγκεκριμένες ψηφιακές πλατφόρμες γνωρίζουν μεγάλο ενδιαφέρον και επισκεψιμότητα από τους τουρίστες του είδους, μιας και τους δίνεται η ευκαιρία να εντοπίσουν τις ακριβείς θέσεις γυρισμάτων αρκετών ταινιών, με οδηγίες και πληροφορίες για τις ταινίες και τις διαθέσιμες ξεναγήσεις (filmlondon.org.uk, 2014). Ενώ παράλληλα κατανοώντας την αποτελεσματικότητα των διαδραστικών ψηφιακών μέσων, διατίθενται πλατφόρμες και εφαρμογές που επιτρέπουν στους χρήστες να διαθέσουν ηλεκτρονικά τις δικές τους θέσεις και να τις επικοινωνήσουν μέσω κοινωνικών δικτύων. Μάλιστα από τα στοιχεία προκύπτει ότι η πρώτη εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα (British Film Locations) που

διατέθηκε το 2009 μεταφορτώθηκε από 50.000 χρήστες, αποτελώντας την πιο δημοφιλή τουριστική εφαρμογή, ενώ η εφαρμογή για την ταινία *Skyfall* (2012) από 100.000 χρήστες. Πιο συγκεκριμένα μέσα από την εφαρμογή διατίθενται 332 τοποθεσίες που έχουν κινηματογραφηθεί, εκ των οποίων το 68% αφορά την πόλη του Λονδίνου (Eskilsson & Månsson, 2013: 10).

Εικόνα 48: Θεματικός χάρτης περιήγησης με τις τοποθεσίες γυρισμάτων από τις ταινίες *Bridget Jones's Diary* (2001) και *Bridget Jones: The edge of reason* (2004)



Πηγή: core.filmlondon.org.uk/library/documents/Bridget_Jones_Movie_Map.pdf

Μέσα από την βιβλιογραφία προκύπτει ως ευνοϊκό το γεγονός ότι μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και μακροπρόθεσμα επωφελήθηκαν φυσικές περιοχές ή τοποθεσίες που κινηματογραφήθηκαν, παρά θέσεις γυρισμάτων χωρίς κάποια στοιχείο της ταυτότητας της περιοχής. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν οι ταινίες που συνδέονται ή κινηματογραφούν μνημεία ή ιστορικά πρόσωπα, όπως το *Braveheart* (1995) αλλά και η τηλεοπτική εκδοχή του *Pride and Prejudice* (1995) που οδήγησε στην αύξηση της σε χώρους που συνδέονται με την Jane Austen (Olsberg SPI, 2007: 20). Χαρακτηριστικά στην οικεία που γυρίστηκε η ταινία μετα την προβολή της σημειώθηκε αύξηση επισκεψιμότητας που ανήλθε στους 3.000 επισκέπτες εβδομαδιαίως (O'Connor, 2010: 125). Είναι σαφές ότι τέτοιου είδους τουριστικές ταινίες δύνανται να μαγνητίσουν το ενδιαφέρον για έναν προορισμό για τα εν γένει χαρακτηριστικά του(ιστορία, τοπία, κοινωνικά χαρακτηριστικά, πολιτιστική ταυτότητα, μνημειακό υπόβαθρο, κ.ά.) χωρίς να παρακινεί τον τουρίστα μόνο για την αποδιδόμενη εικόνα. Το παραπάνω οδηγεί και στο συμπέρασμα βιωσιμότητας στρατηγικών κινηματογραφικού τουρισμού, μιας και τα αναπαριστώμενα χαρακτηριστικά καθίστανται προσβάσιμα και πρόσφορα προς επίσκεψη σε εύρος χρονικού ορίζοντα (Olsberg SPI, 2007: 20).

5.5.2. ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Παρατηρείται ότι το Ηνωμένο Βασίλειο έχει μακρά παράδοση στην πολιτική προσέλκυσης των κινηματογραφικών παραγωγών από το 1927, που πολλά στούντιο κατασκευάστηκαν ακόμη και εντός του πολεοδομικού ιστού του Λονδίνου. Η Βρετανική Επιτροπή Κινηματογράφου (British Film Commission) είναι υπεύθυνη για την χάραξη της εθνικής στρατηγικής σε εθνικό επίπεδο, με δύο βασικούς στόχους που αφορούν την βιώσιμη ανάπτυξη της κινηματογραφικής βιομηχανίας και την εδραίωση της κινηματογραφικής κουλτούρας της χώρας, με έμφαση στην βελτίωση της πρόσβασης και την εκπαίδευσης στον τομέα του κινηματογράφου. Αναφορικά με τον πρώτο στόχο έχουν επέλθει σημαντικές αναδιαρθρώσεις στον τομέα στήριξης και προσέλκυσης των εταιριών παραγωγής ταινιών, που βασίζονται σε οικονομικά κίνητρα και επιπρόσθετες υπηρεσίες. Ενώ όσο αφορά το δεύτερο στόχο δίνει κατεύθυνση στην προώθηση μη εμπορικών και εθνικής παραγωγής ταινιών, ώστε να διευρυνθεί ο αριθμός δικαιούντων των κινήτρων με είδη ταινιών πέρα των συμβατικών ή δημοφιλών (Kerrigan, 2010: 69).

Στο πλαίσιο αυτών των στρατηγικών το Βρετανικό Ινστιτούτο Κινηματογράφου (British Film Institute- BFI) φέρεται να είναι ο υπεύθυνος φορέας για την απήχηση που έχει η τέχνη του κινηματογράφου στο κοινό. Το τελευταίο υλοποιείται μέσα από δράσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα, που αφορούν την κινηματογραφική κουλτούρα και κληρονομιά. Παράλληλα μέσα από τις εκθέσεις αξιολόγησης προκύπτουν οι καίριες αδυναμίες που θέλουν να αντιμετωπίσουν οι δυο φορείς στρατηγικού σχεδιασμού. Πιο συγκεκριμένα καταδεικνύεται το γεγονός ότι το βρετανικό κοινό δείχνει μεγαλύτερη προτίμηση για τις παραγωγές του Χόλυγουντ απ' ότι για τις εθνικές. Ενώ ως πιο κρίσιμο κρίνεται το γεγονός συστηματική αποτυχία του κλάσους να μεταφέρει στην οθόνη το σύνολο της βρετανικής κοινωνίας και την πολιτισμικής ταυτότητας. Παράλληλα προκειμένου να βελτιωθεί η αναγνωσιμότητα των μη εμπορικών ταινιών από το κοινό, το Συμβούλιο Βρετανικού Κινηματογράφου σε συνεργασία με δίκτυα ψηφιακών μέσων και διαφήμισης υλοποιούν καμπάνιες μέσω των οποίων οι χρήστες έχουν άμεση πρόσβαση σε ξενόγλωσσες και μη συμβατικές ταινίες (Kerrigan, 2010: 70-71).

Σήμερα ο παράγοντας εκείνος που αναδεικνύει την χώρα ως μια από τις πιο ανταγωνιστικές στη διεθνή αγορά παραγωγής ταινιών, είναι κίνητρα που αφορούν και σημαντικές φορολογικές ελαφρύνσεις της τάξεως του 20-25%. Προκειμένου όμως οι εταιρείες παραγωγής να δικαιούνται κάτι τέτοιο οφείλουν οι ταινίες να πληρούν τρεις προϋποθέσεις. Κατά αυτή έννοια η ταινία θα πρέπει να προορίζεται για εμπορική διάθεση στους κινηματογράφους, θα πρέπει να φέρει την πιστοποίηση ότι είναι βρετανική παραγωγή και ότι θα πρέπει το 25% του συνολικού κόστους της παραγωγής να έχει δαπανηθεί στην Βρετανία. Μάλιστα για να φέρει το φιλμ την πιστοποίηση της βρετανικής παραγωγής θα πρέπει να ικανοποιούνται κάποιες από τις ακόλουθες συνθήκες της πρόσληψης βρετανών ηθοποιών και σκηνοθετών, η ταινία αν όχι εξολοκλήρου να έχει γυριστεί

στην χώρα ή τουλάχιστον να αφηγείται κάποια ιστορία αναφορικά με την χώρα ή να προβάλλει την τοπική κουλτούρα (Oxford Economics, 2010: 11-12) Μάλιστα το δικαίωμα χρήσης του σήματος του BFI δίνεται έπειτα από την εξέταση της ταινίας από τον Υφυπουργό Πολιτισμού, Μέσων Ενημέρωσης και Αθλητισμού (Secretary of State for Culture, Media and Sport), ο οποίος πιστοποιεί το πολιτιστικό της περιεχόμενο (Eskilsson & Månsson, 2013: 29).

Ίσως το πιο δυναμικό στοιχείο της ανάπτυξη κινηματογραφικού τουρισμού να οφείλεται στο κίνητρο των φοροαπαλλαγών, που λειτουργεί καταλυτικά ως προς την προσέλκυση των παραγωγών και την προσέλευση και παραμονή επαγγελματιών της δημιουργικής τάξης. Χαρακτηριστικά εκτιμάται ότι μέσα στο 2015 το 6-8% της παγκόσμιας κινηματογραφικής παραγωγής θα λάβει χώρα στο Ηνωμένο Βασίλειο, εκμεταλλευόμενο τα οικονομικά οφέλη, αποφέροντας κέρδη που θα υπερβούν του 1 δισεκατομμυρίου λιρών (Oxford Economics, 2012: 50).

Παράλληλα η κινηματογραφική βιομηχανία της Βρετανίας λαμβάνει και επιδοτήσεις, οι οποίες προέρχονται τόσο από την τοπική αυτοδιοίκηση, οργανισμούς του δημόσιου τομέα, τον Εθνικό Οργανισμό Τυχερών Παιχνιδιών (National Lottery) και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Για το οικονομικό έτος 2010-2011 εκτιμάται ότι μόνο ο δημόσιος τομέας παρείχε χρηματοδοτήσεις της τάξεως των 358 εκατομμυρίων λιρών, ενώ το συνολικό ποσό των φοροαπαλλαγών ανήλθε στα 200 εκατομμύρια λίρες (Oxford Economics, 2012: 29).

Πίνακας 13: Η δημοσιονομική οικονομική στήριξη που δόθηκε στη βιομηχανία του κινηματογράφου στο Ηνωμένο Βασίλειο για τα έτη 2008-2011.

	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Σύνολο Δημόσιας Χρηματοδότηση (εκατομμύρια λίρες)	256 £	266 £	358 £
Σύνολο Φοροαπαλλαγών (εκατομμύρια λίρες)	145 £	125 £	300 £
Συνολικό Ποσοστό Φορολογικής Ελάφρυνσης (% επί του συνόλου)	56,6 %	47,0%	55,9 %

Πηγή: Oxford Economics, 2012: 29

Από την βιβλιογραφία προκύπτει το συμπέρασμα ότι αν δεν υπήρχε η συγκεκριμένη κρατική πολιτική ο μαρασμός της κινηματογραφικής βιομηχανίας θα προκαλούσε την απώλεια ίσως εκατοντάδων θέσεων εργασίας. Πιο συγκεκριμένα εκτιμάται ότι απουσία των φορολογικών ελαφρύνσεων οι παραγωγές ταινιών θα ήταν μειωμένη κατά 70% με οικονομικές απώλειες της τάξεως των 600 εκατομμυρίων λιρών ετησίως, εκ των οποίων τα 500 εκατομμύρια θα προέρχονταν από ξένες παραγωγές (Oxford Economics, 2012: 50). Ενώ μακροπρόθεσμα η έλλειψη φορολογικών ελαφρύνσεων θα οδηγούσε σε συρρίκνωση του τουρισμού και του

εξαγωγίμου προϊόντος, ως απόρροια στέρησης των οφελών που προκύπτουν από τη μεγέθυνση της κινηματογραφικής βιομηχανίας.

Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι αν η Βρετανία δεν είχε αναπτύξει όλο αυτό το πλαίσιο στήριξης, ακόμη και η παροχή οικονομικών κίνητρων θα ήταν ατελέσφορη, μιας και θα οδηγούσε τις εταιρίες να στραφούν προς χώρες με χαμηλότερο κόστος παραγωγής (Oxford Economics, 2010: 87-92). Αναφορικά λοιπόν με τις παροχές στήριξης που παρέχονται, πέρα από των υψηλών προδιαγραφών στούντιο, αφορούν την βοήθεια για την εύρεση τοποθεσιών για εξωτερικά γυρίσματα μιας και έχουν εκδοθεί κατάλογοι με φυσικά και αστικά τοπία που σκιαγραφούν το σύνολο της χώρας μέσα από μια πλειάδα φιλμ και τηλεοπτικών σειρών. Στην ίδια κατεύθυνση παρέχεται βοήθεια για την εύρεση των κατάλληλων τεχνικών και ηθοποιών και αυτός είναι ένας από τους λόγους που το Ηνωμένο Βασίλειο έχει προσελκύσει ιδιαίτερα τους παραγωγούς του Bollywood (Olsberg SPI, 2007: 80).

Φαίνεται ότι στον ευρωπαϊκό χώρο η Βρετανία έρχεται αντιμέτωπη σε επίπεδο ανταγωνιστικότητας με τις πολιτικές και τα κίνητρα που προσφέρουν η Ουγγαρία και η Ελβετία. Αναλυτικότερα η Ουγγαρία αναδεικνύεται σε ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά, αναφορικά με την προσέλκυση των χολιγουντιανών παραγωγών, έχοντας αναπτύξει από το 2004 ένα ιδιαίτερα ευνοϊκό σύστημα φορολογικών ελαφρύνσεων, ενώ το 2007 το κράτος επιδότησε την κατασκευή του Korda Studios δημιουργώντας και τις κατάλληλες υποδομές για αυτό το σκοπό. Ακόμη το χαμηλό κόστος εργασίας και η επιτρεπόμενη δωδεκάωρη εργασία, είναι συγκριτικά πλεονεκτήματα που η Βρετανία δεν μπορεί να ανταγωνιστεί βάσει του εργασιακού της δικαίου (Oxford Economics, 2010: 88). Όσο αφορά την Ελβετία και οι δυο χώρες στοχεύουν στις ινδικές παραγωγές του Bollywood έχοντας αναπτύξει διαφορετικές στρατηγικές για την προσέλκυση τους, αλλά ακόμη έχουν βασίσει ξεχωριστό τμήμα του κινηματογραφικού τουρισμού αποκλειστικά στις συγκεκριμένες ταινίες. Αναλυτικότερα το Ελβετικό Συμβούλιο Τουρισμού (Swiss Tourist Board) χρηματοδοτεί ταξίδια Ινδών παραγωγών για εύρεση τοποθεσιών κατάλληλων για κινηματογράφιση, ενώ το Βρετανικό Συμβούλιο Κινηματογράφου (UK Film Council) έχει εκδώσει ενημερωτικούς καταλόγους αποκλειστικά για τους παραγωγούς του Bollywood (Hudson & Ritchie, 2006).

Δίνοντας έμφαση σε συγκεκριμένες ομάδες-στόχους και αγορές, ο οργανισμός Visit Britain διενήργησε ξεχωριστή καμπάνια για τους παραγωγούς του Bollywood από το 2003 μέχρι το 2009, με αποτέλεσμα μέσα σε αυτό το διάστημα να γυριστούν 74 ινδικές ταινίες που απέφεραν κέρδη 122 εκατομμυρίων λιρών. Ενώ οι Ινδοί τουρίστες που επισκέπτονται το σύνολο της χώρας ακολουθώντας τον θεματικό χάρτη ταινιών Bollywood απέδωσαν οικονομικό όφελος στην τοπική οικονομία της τάξεως των 20 εκατομμυρίων λιρών (Oxford Economics, 2010: 29). Παράλληλα προκύπτει ότι μόνο στην Σκωτία, μετά την παραγωγή οχτώ ινδικών ταινιών, οι Ινδοί τουρίστες αυξήθηκαν από 8.000 το 2000 σε 14.000 μέχρι το 2003. (Olsberg SPI, 2007: 40) Ακόμη ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί το σχέδιο μάρκετινγκ προορισμού του Visit Scotland,

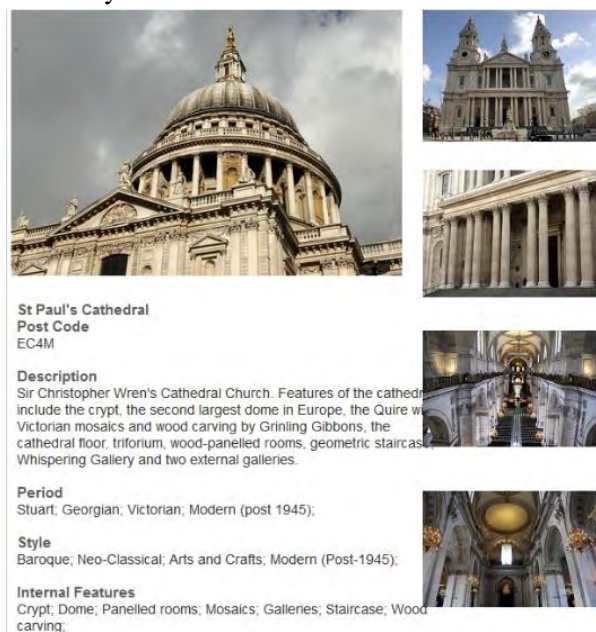
το οποίο στόχευσε στην τουριστική δυναμική των οικογενειών, υλοποιώντας σε συνεργασία με την Disney στρατηγικές προώθησης της Σκωτίας αναφορικά με την ταινία κινουμένων σχεδίων *Brave* (2012) (Eskilsson & Månsson, 2013: 10).

Αναφορικά με τις δραστηριότητες που συμπληρώνουν τον κινηματογραφικό τουρισμό συστήνεται ότι καίρια είναι η κινητοποίηση των *DMO*, ώστε να προσελκύσουν τις κινηματογραφικές βιομηχανίες ή έστω μεμονωμένες παραγωγές, προκειμένου να δραστηριοποιηθούν στην περιοχή του τουριστικού προορισμού (Hudson & Ritchie, 2006). Σε αυτή την κατεύθυνση και σε εθνικό επίπεδο ο οργανισμός Visit Britain έχει αναπτύξει στενές σχέσεις συνεργασίας με του κολοσσούς της κινηματογραφικής βιομηχανίας Warner Brothers και Columbia Pictures, έχοντας ήδη κεφαλαιοποιήσει τα οφέλη από τις ταινίες που γύρισαν στην Βρετανία *Harry Potter* (2001-2011) και *The Da Vinci Code* (*Κώδικας Da Vinci*, 2006) (Flanagan κ.ά., 2010). Ενώ ο ίδιος φορέας για τον σχεδιασμό των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ για την ταινία *Skyfall* (2012) συνεργάστηκε, πέρα από την εταιρεία παραγωγής της ταινίας Sony Pictures, με επιχειρήσεις όπως η Aston Martin, η Coca Cola, η Globetrotter, κ.ά. (Eskilsson & Månsson, 2013: 31).

Αναλυτικότερα ο οργανισμός Visit Britain λειτουργώντας προς την κατεύθυνση προσέλκυσης των παραγωγών προσφέρει ευνοϊκούς διακανονισμούς, ενώ λειτουργεί και επικουρικά αναφορικά με την επιλογή της τοποθεσίας των γυρισμάτων αλλά και με τις απαιτούμενες αδειοδοτήσεις. Ενώ ο ίδιος φορέας ένωσε τις δυνάμεις του με τις εταιρείες Sony Pictures και Columbia Pictures, πριν την διάθεση της ταινίας *Εξ Επαφής* (*Closer*, 2004) για το σχεδιασμό και την προώθηση ενός θεματικού φιλικού χάρτη με τις τοποθεσίες των γυρισμάτων. Παράλληλα αξίζει να αναφερθεί ότι ο συγκεκριμένος χάρτης βρίσκεται στην αρχική σελίδα της επίσημης ιστοσελίδας της Sony Pictures, ενώ ανάλογα παραδείγματα θα αναφερθούν και παρακάτω (Hudson & Ritchie, 2006).

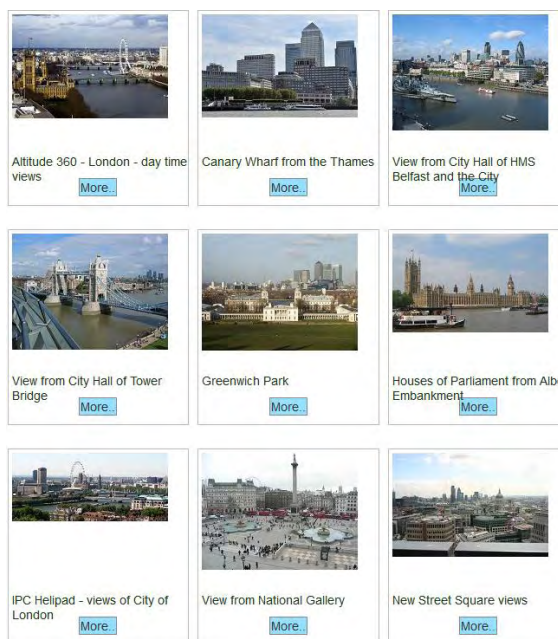
Πέρα από τους τελευταίες συμπράξεις, στο πλαίσιο προώθησης στρατηγικών μάρκετινγκ προορισμού, ο οργανισμός Visit Britain κάθε χρόνο επιλέγει μια ταινία πάνω στην οποία δομεί τουριστική καμπάνια προκειμένου να επωφεληθεί των προοπτικών που προκύπτουν για τον τουρισμό μέσω του κινηματογράφου. Έτσι πέρα από τις μεγάλες εταιρείες παραγωγής ταινιών συνεργάζεται και με τοπικές επιτροπές και παγκόσμιες εταιρίες καταναλωτικών αγαθών, με στόχο να μεγιστοποιηθεί το όφελος του προορισμού που προωθείται. Χαρακτηριστικά με αφορμή την ταινία *Robin Hood* (2010) συστάθηκε ένα δίκτυο συνεργασίας με εμπλεκόμενους φορείς από τέσσερεις διαφορετικές περιοχές (Nottinghamshire, East Midlands, Nottingham City, Nottinghamshire) της Βρετανίας. Τέτοιο τύπου εκτεταμένα μοντέλα συνεργασίας αποσκοπούν στην προσέλκυση τουριστικού ρεύματος που θα καλύπτει ολόκληρη την χώρα, ώστε τα οφέλη να διαμοιράζονται (Eskilsson & Månsson, 2013: 10).

Εικόνα 49: Πληροφορίες, εσωτερικά και εξωτερικά πλάνα από τον καθεδρικό ναό του St. Paul από την βάση τοποθεσιών «Film London Directory»



Πηγή:
<http://directory.filmlondon.org.uk/locations/location/view.asp>

Εικόνα 50: Κατάλογος τοποθεσιών από την βάση δεδομένων «Film London Directory»



Πηγή:
directory.filmlondon.org.uk/locations/theme/themeixget.asp

Αναφορικά με το Λονδίνο, ο οργανισμός Film London λειτουργεί επικουρικά για την εφαρμογή και σχεδιασμό των στρατηγικών κινηματογραφικού μάρκετινγκ και προσέλκυσης των παραγωγών του κινηματογράφου για την μητροπολιτική περιφέρεια του Ηνωμένου Βασιλείου. Είναι υπεύθυνος για την ακμάζουσα πορεία της κινηματογραφικής βιομηχανίας, καθώς συνεργάζεται με όλα τα μέσα ενημέρωσης και τις επιχειρήσεις-κλάδους του θεάματος. Στόχος του φορέα είναι η ανάδειξη του κινηματογραφικού πολιτιστικού κεφαλαίου και η προώθηση του Λονδίνου σε κύρια παραγωγική δύναμη διεθνούς εμβέλειας. Παράλληλα συμβάλει στην ανάπτυξη νέων και αναδυόμενων ταλέντων και επιχειρήσεων της κινηματογραφικής βιομηχανίας (Eskilsson & Månsson, 2013: 32).

Ακόμη αξίζει να σημειωθεί ότι στο πλαίσιο προσέλκυσης των παραγωγών του κινηματογράφου λειτουργεί η υποστηρικτική υπηρεσία «Film London Directory», που παρέχει πληροφορίες αναφορικά με τοποθεσίες και προσωπικό που δύναται να χρησιμοποιηθεί. Αναλυτικότερα στην ηλεκτρονική σελίδα του οργανισμού παρέχεται άμεση πρόσβαση σε βάσεις δεδομένων με πληροφορίες για 1.200 υπηρεσίες-γραφεία (στούντιο, εξοπλισμός, ξενοδοχεία, ασφάλεια) και 2.000 επαγγελματίες (τεχνικούς, ηθοποιούς, κ.ά.) του τομέα που μπορούν να απευθυνθούν οι εταιρίες παραγωγής ταινιών, ενώ ακόμη υπάρχουν και κατάλογοι με ταξινομημένες εικόνες από 4.200 περιοχές, γειτονιές, κτήρια, κ.ά που δύναται να λειτουργήσουν ως τοποθεσίες γυρισμάτων (filmlondon.org.ukⁱⁱⁱ, 2015). Παράλληλα για την τοπική κοινότητα των επαγγελματιών του τομέα του θεάματος λειτουργεί το δίκτυο FLAMIN (Film London Artists' Moving Image

Network), που παρέχει υπηρεσίες και πληροφορίες σχετικά με πόρους χρηματοδότησης και δυνατότητες κατάρτισης και απασχόλησης (filmlondon.org.uk^{iv}, 20150. Τέλος, σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι για την προώθηση των βρετανικών ταινιών που προβάλλουν την πληθώρα και ποικιλομορφία των τοπίων του Λονδίνου και τις διαφορετικές πτυχές του, λειτουργεί το πρόγραμμα χρηματοδότησης «Film London Microwave». Δεδομένου ότι η αξιοποίηση πολυπολιτισμικότητας αποτελεί βασική αρχή της δημιουργικής πόλης, το 50% των χρηματοδοτήσεων παρέχονται σε κινηματογραφιστές που προέρχονται από εθνικές μειονότητες (έγχρωμους, Ασιάτες, κ.ά.) [filmlondon.org.ukⁱⁱ, 2015].

Όσο αφορά, τους οικονομικούς πόρους, ο φορέας χρηματοδοτείται στο μεγαλύτερο ποσοστό από την τοπική αυτοδιοίκηση του Λονδίνου και τον Εθνικό Οργανισμό Τυχερών Παιχνιδιών (National Lottery) μέσω του BFI και δευτερευόντως από λοιπούς δημόσιους φορείς. Ο οργανισμός Film London συνεργάζεται στενά με συγκεκριμένο τμήμα της τοπικής αυτοδιοίκησης για την παγίωση του Λονδίνου ως μιας περιοχής πρόσφορης για την κινηματογραφική επιχειρηματικότητα και που διαθέτει τους κατάλληλους μηχανισμούς για την προώθηση της οικονομικής και πολιτιστικής σημασίας των ταινιών, της τηλεόρασης, των διαφημίσεων και κάθε είδους οπτικοακουστικό υλικό που συνδέεται με την πρωτεύουσα (κατά μέσο όρο 2.000 παραγωγές ετησίως) (Eskilsson & Månsson, 2013: 18).

Σχετικά με το έργο του, στο δεδομένο χρόνο ο συγκεκριμένος οργανισμός δεν διαθέτει τους πόρους για την άμεση επένδυση και υλοποίηση στρατηγικών μάρκετινγκ προώθησης του κινηματογραφικού τουρισμού. Πάρα ταύτα διενεργεί προγράμματα και δράσεις με μικρό ή μηδενικό κόστος, εστιασμένα κατά βάση στην βρετανική αγορά και όχι στην διεθνή ή σε συγκεκριμένες ομάδες στόχους. Ενώ η διεθνή απήχηση που γνώρισαν ορισμένα προγράμματα και δράσεις ήταν αποτέλεσμα εκτενούς διαφήμισης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή λόγω των δικτύων συνεργασίας του αρμόδιου τμήματος του φορέα London & Partners (πρώην γραφείο τουρισμού του οργανισμού Visit London) (Eskilsson & Månsson, 2013: 18).

Κατά την παρούσα φάση ο συγκεκριμένος οργανισμός υλοποιεί το τριετές πρόγραμμα «EuroScreen» , το οποίο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (European Regional Development Fund) και από το πρόγραμμα INTERREG IVC. Στόχος του προγράμματος είναι να αξιοποιηθούν οι οικονομικές και πολιτιστικές ευκαιρίες που αναδύονται μέσα από τον τομέα του κινηματογραφικού τουρισμού. Αναλυτικότερα το πρόγραμμα αποβλέπει στην εκμετάλλευση των δυνατικών του κλάδου του θεάματος, που αποδεδειγμένα λειτουργεί καταλυτικά στην ανάπτυξη του τουρισμού. Υπό αυτό το πλαίσιο θέτεται ως προϋπόθεση η ευθυγράμμιση των πολιτικών για τον κινηματογράφο και τον τουρισμό αλλά και η διατομεακή συνεργασία των δυο βιομηχανιών. Το συγκεκριμένο δίκτυο συνεργασίας απαρτίζεται από εννιά εταιρείες από οχτώ διαφορετικές χώρες της ΕΕ, με τον οργανισμό Film London να προΐσταται αυτών. (Eskilsson & Månsson, 2013: 7).

Εικόνα 51: Μέλη δικτύου συνεργασίας προγράμματος «EuroScreen»



Ο βασικός σκοπός του προγράμματος είναι η αξιολόγηση και η συγκριτική μελέτη των δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού που εντοπίζονται στις περιφέρειες των μελών που συμμετέχουν. Ενώ η μελέτη θέτει του παρακάτω στόχους αναφορικά με τον ρόλο των εταίρων:

- 📺 Η ανταλλαγή γνώσης και εμπειρίας, σχετικά με τις δραστηριότητες και πολιτικές κινηματογραφικού τουρισμού που υλοποιούνται στις περιοχές του δικτύου.
- 📺 Η ανάλυση και διερεύνηση των υφιστάμενων πρακτικών και πολιτικών για την ανάπτυξη των βιομηχανιών του τουρισμού και του κινηματογράφου(γενικά βιομηχανία του θεάματος) και σε συνάρτηση με τις ευκαιρίες που προκύπτουν στον τομέα του κινηματογραφικού τουρισμού.
- 📺 Η αναγνώριση πέντε κατάλληλων πρακτικών-στρατηγικών που μπορούν να υιοθετηθούν από τις υπό-αξιοποίηση περιοχές-μέλη ώστε να αναπτυχθεί ο κινηματογραφικός τουρισμός (Eskilsson & Månsson, 2013: 8).

5.6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μέσα από την ανάλυση που προηγήθηκε διαπιστώνεται ότι τόσο η Βρετανία όσο και το Λονδίνο διαθέτουν μια ισχυρή τουριστική δυναμική, προσελκύοντας κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες. Μάλιστα αυτός είναι και ο λόγος που κατατάσσει τον συγκεκριμένο προορισμό στους πλέον τουριστικούς. Η τουριστική δυναμική όμως του Λονδίνου στηρίζεται στο γεγονός της ύπαρξης ενός πλούσιου μνημειακού υποβάθρου, με

πολυάριθμα κελύφη πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και στην κουλτούρα της πόλης, που αποτελεί χώρο προσέλευσης διαφορετικών εθνοτήτων. Στο πέρας του χρόνου όμως και δεδομένου του ισχυρού ανταγωνισμού των μητροπόλεων του κόσμου, οι αρμόδιοι φορείς έχουν αναπτύξει αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ τουρισμού. Μέσα από αυτές τις στρατηγικές έχουν δοθεί και κατευθύνσεις προς την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού, που έχει εμπλουτίσει το προϊόν παρέχοντας νέες δραστηριότητες και αγαθά, ενώ δρα υποστηρικτικά και προς την συμβατική μορφή του μαζικού τουρισμού.

Εντός αυτού του πλαισίου οι φορείς της μελετώμενης πόλης έχουν θέσει σε τροχιά υλοποίησης, από την δεκαετία του 1990 ακόμη, στρατηγικές ανάπτυξης κινηματογραφικού τουρισμού. Από τα στοιχεία που προκύπτουν εντοπίζεται λοιπόν ότι το Λονδίνο έχει παγιώσει την θέση του και ως κινηματογραφικός προορισμός, τόσο για τους παραγωγούς ταινιών όσο και για τους κινηματογραφικού τουρίστες. Το τελευταίο όμως δε θα ήταν δυνατό αν στην πόλη και στο περιαστικό χώρο αυτής δεν ήταν εγκατεστημένες δημιουργικές επιχειρήσεις ή αν οι φορείς της πόλης δεν είχαν αναπτύξει πολιτικές προσέλκυσης αυτών των επιχειρήσεων ή της δημιουργικής τάξης. Το τελευταίο επισημαίνεται μιας λόγω ανάπτυξης του μοντέλου της δημιουργικής πόλης και των συνιστωσών της, το Λονδίνο είναι σήμερα σε θέση να υλοποιεί στρατηγικές κινηματογραφικού τουρισμού.

Ακολουθως, όπως είναι επόμενο, ως αποτελεσματικότερη τακτική εντοπίζεται η φορολογική ελάφρυνση και οι υπηρεσίες που παρέχονται στις κινηματογραφικές παραγωγές. Το συγκεκριμένο σύστημα παροχών είναι υπεύθυνο για την προσέλκυση αντίστοιχων βιομηχανιών, που επωφελούμενες έχουν εγκατασταθεί μόνιμα στο Ηνωμένο Βασίλειο. Τα οφέλη όμως αφορούν και την τουριστική εικόνα της πόλης, μιας και μέσα από τις ταινίες διευρύνεται η τουριστική της απήχηση με νέες εικόνες και εκδοχές αυτής.

Σε παράλληλη τροχιά οι δυο αρμόδιοι φορείς αναπτύξει ισχυρούς δεσμούς συνεργασίας με τον ιδιωτικό τομέας ο οποίος μονοπωλεί τις κινηματογραφικές τουριστικές δραστηριότητες. Έτσι οι τοπικές επιχειρήσεις, έχοντας κατανοήσει τα δυνητικά οφέλη και το οικονομικό κέρδος, έχουν δημιουργήσει πληθώρα τουριστικών πακέτων που καλύπτει μια ευρεία γκάμα δραστηριοτήτων. Ενώ οι κρατικοί φορείς έχουν χρησιμοποιήσει νεωτεριστικές μεθόδους-εργαλεία διαφήμισης της κινηματογραφικής εικόνας, των αγαθών και των συνεργαζόμενων μελών. Ως αποτελεσματικότερα εργαλεία καταδεικνύονται τα ψηφιακά, οπτικοακουστικά μέσα που είναι άμεσα διαθέσιμα μέσα από τις διαδικτυακές πλατφόρμες των φορέων.

Στον αντίποδα επισημαίνονται οι αδυναμίες και τα εμπόδια που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι τουριστικοί φορείς. Έτσι στην συνείδηση του κοινού το Λονδίνο αποτελεί την πρωτεύουσα του καταναλωτισμού, των αθλητικών γεγονότων, της μουσικής βιομηχανίας καθώς και ένα ισχυρό οικονομικό κέντρο. Υπό αυτούς τους όρους κρίνεται ως εξαιρετικό δύσκολο οι φορείς να καταφέρουν να προωθήσουν την πόλη και ως πρωτεύουσα του κινηματογράφου ή αντίστοιχων δραστηριοτήτων.

Στην ίδια κατεύθυνση επισημαίνεται το γεγονός ότι πέρα από το τουριστικό εμπορικό κέντρο, οι παρακείμενες περιοχές και τα προάστια δεν απολαμβάνουν τα οφέλη, κυρίως οικονομικά, του τουρισμού. Χαρακτηριστικά εντοπίζονται τα όρια εντός των οποίων κινούνται οι επισκέπτες, με τις υπόλοιπες περιοχές να αποτελούν ησυχαστήρια και είναι αδιάφορα για το τουριστικό κοινό. (Βρετανικό Μουσείο, Buckingham Palace, Πύργος του Λονδίνου, Docklands, King's Cross)

Την ίδια στιγμή οι οργανισμοί μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού έρχονται αντιμέτωποι με το έντονο τουριστικό ρεύμα που γνωρίζουν όμορες περιοχές, όπως το Yorkshire και το Belfast. Αυτές οι περιοχές, έχοντας φιλοξενήσει πρόσφατα δημοφιλείς τηλεοπτικές σειρές και ταινίες, γνωρίζουν μεγάλη επισκεψιμότητα λόγω των δραστηριοτήτων και των ολοκληρωμένων πακέτων κινηματογραφικού τουρισμού που υλοποιούν. Υπό αυτές τις συνθήκες ο επισκέπτης προτιμά να γνωρίσει τους χώρους γυρισμάτων αυτών των περιοχών, παρά του Λονδίνου. Ενώ σε διεθνές επίπεδο ισχυρά ανταγωνιστικοί είναι οι πόλοι της Ελβετίας και της Νέας Ζηλανδίας.

Ακολούθως εντοπίζεται ότι δεν υπάρχει σχεδιασμός αναφορικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό σε εθνικό επίπεδο. Γενικές κατευθύνσεις συναντώνται μόνο στο περιφερειακό πλαίσιο για την προώθηση και ανάπτυξη του τουρισμού γενικότερα. Ενώ από το συγκεκριμένο πλαίσιο καταδεικνύεται το γεγονός αδυναμίας σύνδεσης του Λονδίνου με τις ταινίες εθνικής παραγωγής.

Ακόμη ένα σημείο που χρήζει προσοχής είναι το γεγονός ότι οι εν λόγω στρατηγικές δεν γνωρίζουν την απήχηση που θα έπρεπε, μιας και η ενημέρωση αλλά και η συμμετοχή του κοινού σε αυτές είναι αρκετά περιορισμένη. Εντοπίζεται ότι η τοπική κοινωνία δεν έχει πληροφορηθεί για τις δράσεις προώθησης αυτής της μορφής τουρισμού, ενώ και ο αριθμός των επιχειρήσεων που συμμετέχουν είναι μικρός αναλογικά με την κλίμακα και τις δυναμικές της πόλης. Ενώ απύσα στον σχεδιασμό των στρατηγικών και σε επίπεδο συνεργασίας είναι και η ακαδημαϊκή κοινότητα.

Αρκετά κρίσιμο θεωρείται το γεγονός ότι οι φορείς δεν έχουν εντοπίσει τις ομάδες-στόχους στις οποίες θα έπρεπε να εστιάσουν παρέχονται εξειδικευμένα αγαθά. Πιο συγκεκριμένη η μοναδική ομάδα στόχος κινηματογραφικών τουριστών που εντοπίζεται είναι αυτή των Ινδών, για τους οποίους έχει δημιουργηθεί μόνο ανάλογος θεματικός χάρτης με τις ινδικές ταινίες. Ενώ στην ίδια κατεύθυνση δεν εντοπίζονται τουρίστες διαφορετικής εθνικότητας.



6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο κινηματογράφος και η αναπαριστώμενη εικόνα αποτελούν μέσα που συμβάλουν στην επικοινωνία της εικόνας, με την τελευταία να αποτελεί κομμάτι του μίγματος των εργαλείων επικοινωνίας των σχεδίων μάρκετινγκ προώθησης ενός προορισμού. Ενώ η δυναμική του πολεογραφικού σινεμά έγκειται στο γεγονός της εστίασης στο υπόβαθρο και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα μιας πόλης, προσελκύοντας το επιχειρηματικό και τουριστικό κοινό. Παράλληλα δεδομένου ότι οι απαιτήσεις για πληροφόρηση για ένα τόπο αυξάνονται, ο κινηματογράφος αναδεικνύεται σε ένα από τα αποτελεσματικότερα μέσα προσφέροντας μια ολοκληρωμένη και πολυδιάστατη θεώρηση για τα χαρακτηριστικά μιας πόλης.

Για την ορθότερη προώθηση του κινηματογραφικού τουρισμού οι DMO καλούνται να λάβουν υπόψη ποικίλες παραμέτρους, ώστε να σχεδιάσουν τη στρατηγική του μάρκετινγκ που θα περιλαμβάνει τόσο χαρακτηριστικά του προορισμού, όσο και τις κατάλληλες υπηρεσίες. Υπό αυτές τις συνθήκες καλούνται να καθορίσουν τα κίνητρα για τους επίδοξους καταναλωτές, να διαμορφώσουν ένα ελκυστικό πακέτο με προϊόντα και υπηρεσίες, να αναδείξουν τον χαρακτήρα της πόλης αλλά και την προβαλλόμενη εικόνα, έτσι όπως αυτή έχει καθοριστεί από τη στρατηγική διαχείρισης και αξιολόγησής της. Για να καταστεί όμως κάτι τέτοιο δυνατό απαιτείται η συνέργεια πολλών κλάδων και φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, ώστε να ενισχυθεί η ευαισθητοποίηση για την πόλη τόσο στην εθνική όσο και στη διεθνή αγορά και ο επίδοξος επισκέπτης να είναι πλήρως ενημερωμένος για την εμπειρία που πρόκειται να αποκομίσει.

Επειδή όμως όλες αυτές οι στρατηγικές σχετίζονται με την προώθηση της ίδια της περιοχής, κομβικής σημασίας κρίνεται η χρήση εργαλείων από το μοντέλο στρατηγικών μάρκετινγκ του τόπου. Σε αυτή την κατεύθυνση για την επικοινωνία αυτών των στρατηγικών και την ανάδειξη του ίδιου του προορισμού θέτονται τέσσερεις πυλώνες βαρύνουσας σημασία που αποτελούν και τους γενικούς στόχους ενός τέτοιου σχεδίου. Αυτοί αφορούν την πυροδότηση της προσοχής, την κλιμάκωση του ενδιαφέροντος, την ενίσχυση της επιθυμίας για μετάβαση στον προορισμό και την υλοποίηση δράσεων.

Από τη σκοπιά του τουρισμού, τα κινηματογραφικά αγαθά αποτελούν ίσως το πιο ισχυρό εργαλείο μεταξύ των εναλλακτικών και σύγχρονων στρατηγικών μάρκετινγκ και των δραστηριοτήτων και μέσων που δύναται να αναπτυχθούν, έχοντας άμεσο αντίκτυπο στην συνείδηση για ένα προορισμό. Το τελευταίο έγκειται στο γεγονός ότι τα προϊόντα και οι πολιτικές αυτές δημιουργούν νέες, και επιθυμητές από το τουριστικό κοινό, ανατροπές στην παγωμένη εικόνα του προορισμού και των συμβατικών δραστηριοτήτων που μπορεί να συμμετέχει κανείς. Αναλυτικότερα η κινηματογραφημένη εικόνα αποτελεί μια επιπρόσθετη προσέγγιση στην κατανόηση του χαρακτήρα ενός προορισμού, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά που είναι ήδη γνωστά. Επιπλέον η κινηματογραφική εικόνα αποτελεί ένα αξιόπιστο μέσο για την κεφαλαιοποίηση των οφελών μέσα από την δημιουργία καταναλωτικών προϊόντων.

Ο οργανισμός Visit Britain και Visit London σε συνεργασία με το Film London έχουν αναπτύξει μια ισχυρή εταιρική ταυτότητα, η οποία όμως θα μπορούσε να βελτιωθεί δεδομένου ότι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν πιο ολοκληρωμένες αναπαραστάσεις της αστικής κουλτούρας. Τα οφέλη από τον κινηματογραφικό τουρισμό δεν αποτιμώνται μόνο σε αύξηση των θέσεων εργασίας και αύξηση των κερδών της τοπικής επιχειρηματικότητας, αλλά ισχυροποιούν και την θέση της μητρόπολης στο παγκόσμιο πλαίσιο ανταγωνισμού των πόλεων. Παράλληλα ο κινηματογραφικός τουρισμός αποτελεί μια από τις βέλτιστες πρακτικές βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού, εκμετάλλευσης των άυλων υποδομών και προβολής της πολιτισμικής κληρονομιάς που αποτελεί κίνητρο προσέλκυσης του τουριστικού κοινού.

Η Βρετανία στον τομέα ανταγωνιστικότητας και προσέλκυσης των βιομηχανιών του κινηματογράφου αποδεικνύεται ότι έχει αναπτύξει μια πλήρη πολιτική κινήτρων, με εταιρίες παραγωγής από όλο τον κόσμο να μεταβαίνουν στη χώρα ώστε να εκμεταλλευτούν τις διαθέσιμες παροχές. Αντίθετα όμως σε ότι αφορά τον προσδιορισμό της προωθούμενης εικόνας, την ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας, τα δίκτυα και κανάλια συνεργασίας και προβολής, οι δράσεις και στρατηγικές που υλοποιούνται κρίνονται ως ελλιπείς με εμφανή κενά και ανακολουθίες. Εντός αυτού του πλαισίου για την ολιστική θεώρηση των δυνατοτήτων και προοπτικών του κινηματογραφικού τουρισμού, οφείλονται να ληφθούν επιπρόσθετα μέτρα και δράσεις που θα συμπληρώσουν το στρατηγικό πλαίσιο μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού.

Αρχικά, προτού οι αρμόδιοι φορείς προχωρήσουν σε επιμέρους δράσεις και στον σχεδιασμό του πλαισίου μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού πρέπει να προσδιορίσουν την ταυτότητα της πόλης που κρίνεται ότι πρέπει να προωθηθεί και να κατασκευαστεί αυτή εικόνα. Το παρόν αποτελεί δομικό στοιχείο για την στοιχειοθέτηση της στρατηγικής, μιας και η εικόνα θα αποτελέσει τον άξονα βάσει της οποίας θα εξειδικευτούν τα εργαλεία του μάρκετινγκ. Ενώ αναφορικά με την περίπτωση μελέτης δεν εντοπίζεται καμιά τέτοια πρακτική κατασκευής μιας συγκεκριμένης εικόνας. Αντίθετα οι πολιτικές και δράσεις που ακολουθούνται είναι αποσπασματικές, χωρίς στρατηγική κατεύθυνση, με αρκετούς φορείς να προχωρούν να επιχειρούν να εμπλακούν αναλαμβάνοντας πρωτοβουλίες. Υπό αυτούς τους όρους οι δυο εμπλεκόμενοι φορείς για την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουρισμού στο Λονδίνο θα πρέπει να θέσουν ως προτεραιότητα τον σχεδιασμό στρατηγικής για την διαχείριση της εικόνας της πόλης και να περιχαρακώσουν τον ρόλο τους ως οι πλέον αρμόδιοι για τον σχεδιασμό τέτοιων στρατηγικών.

Αναφορικά λοιπόν με τις πρακτικές στρατηγικών διαχείρισης της εικόνας εντοπίζονται σημαντικά εμπόδια, που λειτουργούν κατασταλτικά προς την αποτελεσματικότητα προβολής και οριοθέτησης αυτής. Η ταυτότητα λοιπόν της εικόνας μια πόλης δύναται να επηρεάζεται από αστάθμιστους παράγοντες, που βρίσκονται εκτός της δικαιοδοσίας του διαχειριστή. Έτσι τα μαζικά μέσα αναπαραγωγής της εικόνας διαδραματίζουν σημαίνοντα ρόλο προς αυτή την κατεύθυνση διαδίδοντας όσο κανένα άλλο μέσο αυτή την εικόνα, ενώ σε πολλές περιπτώσεις διαμορφώνουν την εικόνα του προορισμού στην συνείδηση του κοινού. Υπό αυτές τις

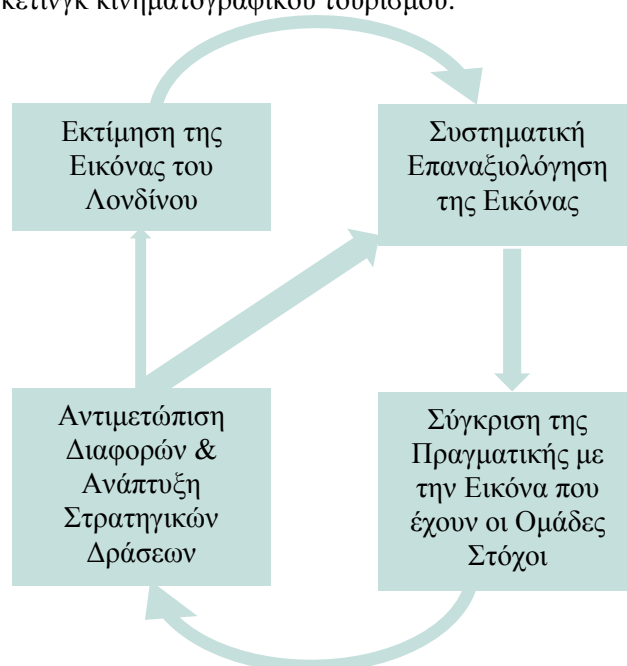
συνθήκες πρέπει να αξιολογηθούν και να ληφθούν υπόψη οι αναπαραστάσεις της πόλης πριν σχεδιαστούν οι στρατηγικές μάρκετινγκ για τον προορισμό, ώστε το αγαθό που προωθείται να είναι εξίσου αξιόπιστο αλλά και να μην απογοητεύσει τις προσδοκίες του επισκέπτη.

Ενώ με βασικό στόχο την μακροχρόνια βιωσιμότητα της προωθούμενης εικόνας και θετικών συνεπειών που δημιουργεί, απαραίτητη είναι η εταιρική και συμμετοχική διαχείριση. Δεδομένου ότι τα οφέλη αφορούν έναν μεγάλο αριθμό επαγγελματιών, επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων, σκόπιμο κρίνεται ο να εντοπίζονται άμεσα οι αλλαγές στην αντίληψη του κοινού για τον προορισμό και των απαιτήσεων των τουριστών. Μάλιστα πάνω σε αυτά τα δυο τελευταία κριτήρια οι φορείς σχεδιασμού πρέπει να αναπτύξουν α) σχέδια δράσης, β) να προσδιορίσουν του τομείς ενδιαφέροντος και να εστιάσουν σε δράσεις για την ανάπτυξη τους, γ) να προσδιορίσουν τα προϊόντα και τις παροχές που σημειώνουν μεγαλύτερη επιτυχία, ώστε να εξειδικεύσουν με δράσεις έντασης ανάδειξης αυτών και δ) τέλος, να αξιολογήσουν τον βαθμό που οι δράσεις αυτές συμβάλουν προς την ανάδειξη της εικόνας της πόλης (Croy, 2010).

Παράλληλα βασικές προϋποθέσεις για την εικόνα, που προβάλλεται μέσα από αυτές τις στρατηγικές, είναι να αποτυπώνει την ρεαλιστική εκδοχή της πόλης, να εμπλουτίζεται συνεχώς με πληροφορίες και χαρακτηριστικά, που προέρχονται από τα μέσα ενημέρωσης και την βιομηχανία του θεάματος, και να επικεντρώνεται σε συγκεκριμένα αξιοθέατα ή τοπόσημα για το σύνολο του αστικού ιστού. Η συνεχής ανανέωση την κατασκευασμένης, προωθούμενης εικόνας δύναται να κινητοποιήσει το ενδιαφέρον μεγαλύτερου τουριστικού κοινού αλλά και διαφορετικών κατηγοριών επισκεπτών.

Σε αυτή την κατεύθυνση για τη βέλτιστη διαχείριση και παρακολούθηση της προωθούμενης εικόνας διακρίνονται τέσσερα στάδια, τα οποία συμβάλλουν τόσο στον ίδιο τον σχεδιασμό όσο και στα επιμέρους εργαλεία του σχεδίου μάρκετινγκ. Κατά το πρώτο στάδιο διενεργείται η εκτίμηση της εικόνας του προορισμού, τόσο της πραγματικής σύγχρονης εικόνας όσο και αυτής που έχουν για τον προορισμό οι ομάδες στόχοι. Στο δεύτερο στάδιο οι φορείς καλούνται να επαναξιολογήσουν αυτή την εικόνα συστηματικά και σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Ενώ κατά το τρίτο στάδιο συγκρίνεται η ρεαλιστική εικόνα με αυτή που έχουν για τον προορισμό οι ομάδες στόχοι, ώστε να εντοπιστούν οι διαφορές. Τέλος, στο τέταρτο στάδιο οι φορείς καλούνται να λάβουν μέτρα για την αντιμετώπιση αυτών των αποκλίσεων και την σύγκληση των εικόνων. Η διαδικασία αυτή επαναλαμβάνεται αδιάκοπα από το δεύτερο στάδιο ως τέταρτο, αφού οι φορείς οφείλουν να ανατροφοδοτούν τις αναπτυξιακές στρατηγικές και να ανακατασκευάζουν την προωθούμενη εικόνα προκειμένου να καταστεί βιώσιμος αυτός ο τουριστικός τομέας (Croy, 2010).

Πίνακας 14: Στάδια διαχείρισης και αξιολόγησης της εικόνας που δύναται που προωθεί μέσα από το σχέδιο μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού.



Πηγή: Croy, 2010, ίδια επεξεργασία

6.1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ

Μέσα από την ανάλυση που προηγήθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια προκύπτουν ορισμένες ανακολουθίες ή ελλείψεις αναφορικά με το πλαίσιο δράσεων που διενεργείται για την προώθηση του κινηματογραφικού τουρισμού και της κινηματογραφικής ταυτότητας του Λονδίνου. Εντός αυτού του πλαισίου σημειώνονται τα καίρια σημεία που πρέπει να δοθεί έμφαση, νέες δράσεις αλλά και προτάσεις και κατευθύνσεις που δίνονται από το υπερκείμενο στρατηγικό σχεδιασμό για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Σε αυτή την κατεύθυνση κρίνεται ως ζωτικής σημασίας κρίνεται η *προώθηση της εμπορικής κινηματογραφικής ταυτότητας του Λονδίνου*, μέσα από σχέδια δράσεων που θα εξειδικεύονται στην προώθηση κινηματογραφικού τουρισμού και μάλιστα όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε τοπικό επίπεδο, για την περίπτωση της πρωτεύουσας. Σε αυτή την κατεύθυνση οφείλεται να αποσαφηνιστεί η *σύνθεση του αγαθού* και των επιμέρους αξόνων και στόχων. Δεδομένου ότι τα οφέλη σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο, έχουν εντοπιστεί, οφείλεται να δημοσιοποιηθούν και να προβληθούν στους επιμέρους τοπικούς φορείς, επιχειρήσεις και πολίτες ώστε να κατανοηθεί η συνεισφορά του κινηματογραφικού τουρισμού.

Ενώ το προσφερόμενο αγαθό αποτελεί ένα μίγμα συγκεκριμένων, μοναδικών και διακριτών στοιχείων και χαρακτηριστικών του προορισμού. Για την δημιουργία αυτού του αγαθού βασική αρχή, όπως σημειώνουν οι Hudson και Richie, είναι να αποτελείται:

«...από τα ειδυλλιακά και εξαιρετα ποιοτικά χαρακτηριστικά του τοπίου, το μοναδικού κοινωνικού και πολιτιστικού υποβάθρου ή/και την διακριτή εικόνα που ο τουρίστας είναι σε θέση να αναγνωρίσει και επιθυμεί να εξερευνήσει και να ανακαλύψει εκ νέου.» Hudson & Richie, 2006)

Για την σύνθεση όμως του αγαθού και την προώθηση της κινηματογραφικής ταυτότητα καίριος κρίνεται ο εντοπισμός εκείνων των ιδιαίτερων *χαρακτηριστικών της μητρόπολης* που δύναται να αξιοποιηθούν και να λειτουργήσουν υποστηρικτικά προς την προώθηση των σχεδίων μάρκετινγκ και των επιμέρους δράσεων. Αναλυτικότερα οφείλεται να διερευνηθούν και να καταγραφούν τα κίνητρα έλξης και ώθησης (θεωρία “push and pull factors”) που φέρονται να αποτελούν τη βάση για την στοιχειοθέτηση του σχεδίου μάρκετινγκ για τον κινηματογραφικό τουρισμό.

Σε αυτή την κατεύθυνση κρίνεται ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση σε εκείνες τις τοποθεσίες, περιοχές, κτίρια που έχουν αποτυπωθεί μέσα από αρκετές ταινίες και από διαφορετικές κινηματογραφικές εκδοχές. Τέτοια παραδείγματα είναι η Trafalgar Square και η περιοχή του Westminster, που από το 1890 έχουν αποτελέσει πόλο κινηματογραφικών γυρισμάτων και έχουν αναπαρασταθεί ως φουτουριστικά ή δυστοπικά αστικά τοπία. Αυτές οι τοποθεσίες γυρισμάτων σε συνδυασμό με τα εντοπισμένα κινηματογραφικά στούντιο, αποτελούν το πρώτο κίνητρο έλξης που αφορά τον τόπο (place, θεωρία “3P’s). Επιπλέον πρέπει να καταγραφούν οι τοποθεσίες που έχουν ταυτιστεί με διάσημους ηθοποιούς ή σκηνοθέτες και σκηνές από ταινίες, όπως η οικεία του Alfred Hitchcock και η ‘πλατφόρμα 9^{3/4}’ στον σταθμό του μετρό του King’s Cross. Το τελευταίο εμπίπτει στην δεύτερη κατηγορία κινήτρων έλξης που σχετίζονται με τους χαρακτήρες-προσωπικότητες (personality) και φέρονται να προσελκύουν το τουριστικό ενδιαφέρον. Τέλος, συστήνεται και ο εντοπισμός εκείνων των πολιτισμικών χαρακτηριστικών-στοιχείων της κουλτούρας και της ιστορίας αλλά και των κοινωνικών ομάδων που φέρονται να ξεχωρίζουν και συνιστούν σήμερα την πολιτιστική ταυτότητα της πόλης. Σε αυτή την κατεύθυνση από το εθνικό σχέδιο μάρκετινγκ τουρισμού ως πόροι (μαλακές υποδομές) σημειώνονται η μουσική και θεατρική παράδοση, το διαφορετικό εθνικό στοιχείο και η πολυπολιτισμικότητα, η κοινότητα των ομοφυλοφίλων και η δημιουργική κοινότητα. Γενικότερα η πολιτισμική κληρονομιά, η εθνική και διαφορετική ταυτότητα ενός τόπου φέρονται να διαμορφώνουν το κίνητρο της απόδοσης (performance).

Ενώ αναφορικά με τα κίνητρα ώθησης πρέπει να καταγραφούν εκείνοι οι τουριστικοί πόροι που φέρονται να προκαλούν συναισθήματα, να ανακαλούν εμπειρίες, να συνδέονται με ιστορικά γεγονότα ή πρόσωπα με κύρος και γόητρο. Τέτοια παραδείγματα συνήθως αφορούν τα σημαντικότερα αξιοθέατα, όπως ο καθεδρικός ναός του St. Paul, το Buckingham Palace, κ.ά..

Σε μια άλλη κατεύθυνση για την ολοκληρωμένη σχεδίαση του προωθούμενου αγαθού, δομικό στοιχείο είναι ο προσδιορισμός των *αγορών στόχων*. Εντός αυτού του πλαισίου και δεδομένου ότι η προωθούμενη εικόνα, τα αγαθά και οι δραστηριότητες κινηματογραφικού τουρισμού καταναλώνονται κατά βάση από τους ίδιους

τους Βρετανούς, οι οργανισμοί Visit London και Film London οφείλουν να αναπτύξουν μια πιο εξωστρεφή πολιτική. Αντίθετα, αναφορικά με την προσέλκυση διεθνών κινηματογραφικών εταιριών ακολουθούνται πιο συστηματικές πολιτικές, που αποφέρουν σημαντικά οφέλη, κλιμακώνοντας την δυναμική της Βρετανίας και του Λονδίνου ως πρόσφορου εδάφους. Σε αυτό το σημείο όμως επισημαίνεται το γεγονός ότι εντοπίζονται ιδιαίτερα ανταγωνιστικές αγορές σε διεθνές επίπεδο, που πρέπει να ανταγωνιστεί το Λονδίνο.

Έτσι με την Νέα Ζηλανδία και τις ΗΠΑ να αποτελούν τους ισχυρότερους κινηματογραφικούς τουριστικούς προορισμούς, η προβολή και ισχυροποίηση της κινηματογραφικής ταυτότητας θα λειτουργήσει ανταγωνιστικά. Ενώ αναφορικά με τον ευρωπαϊκό χώρο, η Βρετανία και ειδικότερα το Λονδίνο οφείλουν να περιχαρλώσουν την θέση τους έναντι των κινηματογραφικών-τουριστικών πόλων της Γαλλίας, της Ελβετίας και της Σουηδίας, με τον τελευταίο να αναδεικνύεται ως ανερχόμενος πόλος. Παράλληλα οφείλουν να υλοποιηθούν δράσεις και τουριστικές καμπάνιες προώθησης-διαφήμισης προς νέες ισχυρές αγορές, όπως η Κίνα και Ιαπωνία.

Ενώ αναφορικά με την προσέλκυση εταιριών κινηματογράφησης στον διεθνή χώρο, η δυναμική της Βρετανίας δεν φέρεται να είναι αρκετά ισχυρή ώστε να ανταγωνιστεί αυτή του Χόλυγουντ. Πάρα ταύτα η προσέλκυση παραγωγών του Bollywood οφείλει να συνεχιστεί μέσα από τα πακέτα κινήτρων που παρέχονται, ενώ ζωτικής σημασίας κρίνεται η περαιτέρω ενημέρωση των Ινδών παραγωγών για τις εν λόγω παροχές. Με την Ελβετία να μονοπωλεί το ενδιαφέρον των Ινδών σκηνοθετών, η Βρετανική Επιτροπή Κινηματογράφου (British Film Commission) και ο οργανισμός Film London οφείλουν υιοθετήσουν παρόμοιες δράσεις, όπως η διοργάνωση δωρεάν ταξιδιών και περιήγησης σε περιοχές που δύναται να ενδιαφέρουν τους συγκεκριμένους παραγωγούς. Ενώ για την περίπτωση της Ουγγαρίας, δεδομένου ότι και οι δυο προσελκύουν της πολυδάπανες αμερικάνικες παραγωγές, συστήνεται η υιοθέτηση κλιμακωτού φορολογικού συστήματος ελαφρύνσεων, έτσι ώστε όσο πιο ακριβή είναι μια παραγωγή τόσο μεγαλύτερο ποσό να εκπίπτει από τις φορολογικές δαπάνες. Υπό αυτούς τους όρους ενδεικτικά συστήνεται 5-10% επιπλέον μείωση στο φορολογούμενο πόσο, για κάθε 100.000€ επιπλέον που δαπανούνται.

Μέσα από την ανάλυση προέκυψε ότι δεν υφίστανται σημαντικά *δίκτυα συνεργασίας* με ιδρύματα, τον ιδιωτικό τομέα και την ακαδημαϊκή κοινότητα, τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η δημιουργία δικτύων συνεργασίας κρίνεται ως ζωτικής σημασίας βήμα μετά τον προσδιορισμό του αγαθού. Βοηθά στην καλύτερη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προκύπτουν από το συνδυασμό των πόρων που προσφέρει η περιοχή. Η ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας παράγει δημιουργική συλλογική σκέψη και έμπνευση, καθώς μπορούν να αντιμετωπιστούν κοινά προβλήματα με τους εταίρους και να υιοθετηθούν πρακτικές που έχουν εφαρμοσθεί και λειτουργήσει σε άλλες περιπτώσεις. Εξαίρεση αποτελεί το δίκτυο «EuroScreen», το οποίο όμως βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο για να μπορούν να καταλήξουμε σε συμπεράσματα και να είναι να είναι ορατά τα οφέλη. Η συνεργασία με αντίστοιχους φορείς άλλων περιοχών, προβάλλει και διαφημίζει τον τόπο,

καθώς η ένταξη σε κάποιο δίκτυο καθιστά την περιοχή επιλέξιμη από ομάδες ατόμων που πιθανώς να μην την επέλεγαν σε άλλη περίπτωση ως προορισμό.

Αναφορικά με τα εσωτερικά δίκτυα συνεργασίας θετικό είναι το γεγονός της συστηματικής, οριζόντιας συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων φορέων των έτερων περιφερειών (Film Wales, Visit Wales, Visit Scotland, Highlands of Scotland Film Commission), αλλά και με τους φορείς που είναι υπεύθυνοι σε εθνική κλίμακα. Ενώ ως περιορισμένος κρίνεται ο αριθμός των συνεργασιών με ιδιώτες που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες κινηματογραφικού τουρισμού, όπως οι οργανωμένες περιηγήσεις σε τοποθεσίες γυρισμάτων και οι επιχειρήσεις που εντοπίζονται στις φιλικές διαδρομές.

Από την άλλη πλευρά όμως δεν εντοπίζονται εσωτερικά δίκτυα συνεργασίας με οργανισμού, φορείς, επιχειρήσεις της χώρας που μπορούν να λειτουργήσουν υποστηρικτικά προς αυτή την κατεύθυνση. Έτσι συστήνεται η έναρξη συνεργασιών με τοπικούς κινηματογραφικούς και τουριστικούς συλλόγους, καλλιτεχνικούς οργανισμούς, μουσεία, πανεπιστήμια, ενώσεις ξενοδόχων, εμπορικούς συλλόγους ιδιωτικών επιχειρήσεων, οργανισμούς και φορείς που σχετίζονται με μουσική, φεστιβάλ, θέατρο και συνέδρια και τους κατοίκους. Η τυπολογία τέτοιων μορφών συμπράξεων αποσκοπεί στην καλύτερη διοργάνωση των δράσεων και τη δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων και την προσφορά χαμηλών τιμών. Ενώ παράλληλα η συνεργασία με τον ακαδημαϊκό χώρο, τις δημιουργικές επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες του τομέα των τεχνών και των ψηφιακών μέσων και των μέσων ενημέρωσης δύναται να συμβάλει στην εδραίωση του Λονδίνου ως κινηματογραφικού τουριστικού προορισμού και στον εκσυγχρονισμό των μεθόδων προώθησης και προβολής της κινηματογραφικής ταυτότητας.

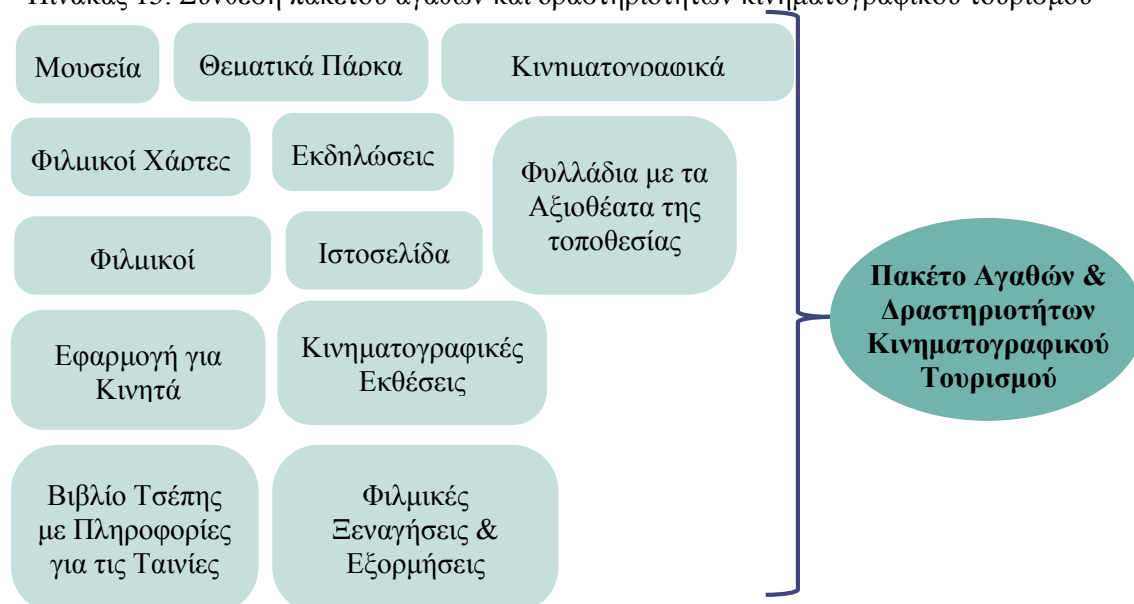
Τέλος, στην κατεύθυνση αυτή καίρια κρίνεται η δημιουργία ενός πανευρωπαϊκού και διεθνούς δικτύου συνεργασίας με φορείς υλοποίησης στρατηγικών κινηματογραφικών τουρισμού με πόλεις που αποτελούν πόλους κινηματογραφικού ενδιαφέροντος. Τέτοιες πόλεις, που δύναται να αποτελέσουν τους ετέρους σε αυτό το δίκτυο, αφορούν μητροπόλεις παγκόσμιας κλίμακας που έχουν προβληθεί όσο λίγες μέσα από τη βιομηχανία του θεάματος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων πόλεων είναι το Παρίσι, το Βερολίνο, η Ρώμη, το Μιλάνο, η Βαρκελώνη, η Νέα Υόρκη, το Λος Άντζελες, κ.ά.. Ενώ κριτήριο για την επιλογή αυτών των πόλεων θα πρέπει να είναι και η ύπαρξη και απήχηση ταινιών που καταγράφουν τα πολεογραφικά στοιχεία της πόλης ή που έχουν ταυτιστεί με μια συγκεκριμένη κινηματογραφική εκδοχή ή κίνημα, σκηνοθέτη ή και δημοφιλή σειρά ταινιών. Γενικότερα θα πρέπει να διαθέτει μια αναγνωρίσιμη κινηματογραφική εικόνα πάνω στην οποία να μπορεί να βασίζει στρατηγικές και δράσεις κινηματογραφικού τουρισμού.

Ακόμη ένα σημείο στο οποίο φαίνεται να υστερεί η στρατηγική προώθησης κινηματογραφικού τουρισμού του Λονδίνου είναι ο προσδιορισμός και εξειδίκευση των ομάδων στόχων και οι παροχές που προσφέρονται αλλά και τα οφέλη που ανακύπτουν. Αναλυτικότερα στις δραστηριότητες κινηματογραφικού τουρισμού φέρονται να συμμετέχουν αποκλειστικά οι μόνιμοι κάτοικοι ηλικίας 18 έως 24 ετών και 55 ετών και άνω,

τουρίστες ινδικής καταγωγής ή μόνιμοι κάτοικοι από την τοπική ινδική κοινότητα και μικρή μερίδα Αμερικάνων τουριστών. Εντός αυτού του πλαισίου οφείλεται να διευρυνθεί ο αριθμός των ομάδων στόχων, τόσο και σε ηλικιακές ομάδες όσο και σε τουρίστες με διαφορετική εθνικότητα. Ενώ οφείλεται να γίνει εξειδίκευση σε στοχευμένες υποομάδες επαγγελματιών, όπως είναι οι συντελεστές των βιομηχανιών του θεάματος (παραγωγοί, κινηματογραφιστές, σκηνογράφοι, κ.ά.), η καλλιτεχνική κοινότητα (ηθοποιοί, σκηνοθέτες, μουσικοί, κ.ά.) και η ακαδημαϊκή κοινότητα (ερευνητές, αρχιτέκτονες, πολεοδόμοι, κοινωνιολόγοι, επαγγελματίες στον τομέα του μάρκετινγκ, κ.ά.).

Σε συνάρτηση με τις ομάδες στόχους οφείλεται να διαμορφωθούν και διαφορετικά «πακέτα» προϊόντων που θα περιλαμβάνουν τα στοιχεία που πρέπει να προβληθούν ώστε να καταστεί η περιοχής μελέτης ανταγωνιστική σε διεθνές επίπεδο, μιας και μέσω αυτών προβάλλεται και προσφέρεται το αγαθό στις αγορές στόχους. Δεδομένου ότι ολοκληρωμένα πακέτα αγαθών και δραστηριοτήτων στην παρούσα φάση προσφέρονται αποκλειστικά από τον ιδιωτικό τομέα (τοπικές επιχειρήσεις tour operators), ο οργανισμός Film London οφείλει να παρέμβει για την αναδιαμόρφωση αυτών. Παράλληλα σημειώνεται ότι από τον ίδιο τον φορέα παρέχονται συγκεκριμένα προϊόντα, που αφορούν φιλικούς χάρτες και διαδρομές, οπότε εναλλακτικά προτείνεται η δημιουργία ολοκληρωμένων πακέτων από τον ίδιο.

Πίνακας 15: Σύνθεση πακέτου αγαθών και δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Υπό αυτούς τους όρους και έχοντας υπόψη τις τρεις κατηγορίες κινηματογραφικών τουριστών, που διαφέρουν βάσει της έντασης επιθυμίας για την αναβίωση της κινηματογραφικής εμπειρίας, συστήνονται τρία επιμέρους πακέτα. (Βλέπε Κεφάλαιο 5.1) Το πρώτο πακέτο αφορά το γενικό-μαζικό τουριστικό κοινό, με τους τουρίστες που συγκυριακά μπορεί να βρεθούν στους κινηματογραφικούς-τουριστικούς πόλους και δυνητικά μπορεί να συμμετέχει και σε δραστηριότητες. Το δεύτερο πακέτο αφορά τους κοινούς κινηματογραφικούς τουρίστες

που επιλέγουν παράλληλα με την περιήγηση τους στα αξιοθέατα και την πόλη να συμμετέχουν και σε δραστηριότητες κινηματογραφικού τουρισμού. Ενώ το τελευταίο πακέτο οφείλεται να διαμορφωθεί αναφορικά με τις απαιτήσεις των αμιγώς κινηματογραφικών τουριστών, που επιλέγουν το Λονδίνο προκειμένου να επισκεφτούν τις κινηματογραφημένες περιοχές και συγκεκριμένες τοποθεσίες με έντονο φιλικό χαρακτήρα. Αναφορικά με την τελευταία κατηγορία πρέπει να συμπεριληφθούν στο πακέτο ποικίλες δραστηριότητες με περιηγήσεις σε τοποθεσίες γυρισμάτων, στούντιο, φεστιβάλ, κινηματογραφικές εκθέσεις και μουσεία, ειδικές θεματικές προβολές, λοιπές θεματικές δραστηριότητες και να τους δοθεί αρχειακό υλικό.

Δεδομένου ότι αυτές οι δραστηριότητες διενεργούνται από ιδιώτες σημαντικό θα ήταν να επεκταθεί το μερίδιο συμμετοχής αυτών στον σχεδιασμό των στρατηγικών μάρκετινγκ, ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι ανάγκες και οι τάσεις της τουριστικής αγοράς. Πέρα όμως από τις συγκεκριμένες επιχειρήσεις, καίριο κρίνεται μεμονωμένες δραστηριότητες να υιοθετηθούν και από τους tour operators μαζικού-συμβατικού τουρισμού, ως εναλλακτικές επιλογές για τους επισκέπτες, εμπλουτίζοντας κατ' αυτό τον τρόπο το τουριστικό προϊόν που προσφέρει το Λονδίνο ως προορισμός.

Παράλληλα μιας και καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου λαμβάνουν χώρα ποικίλες εκδηλώσεις, εκθέσεις, συνέδρια, κ.ά., ο *προγραμματισμός* αυτών των πακέτων συστήνεται να γίνεται αναφορικά με το χρονοδιάγραμμα των εποχιακών δράσεων έτσι όπως οργανώνεται από το αρμόδιο γραφείο του Δήμου.

Σε μια άλλη κατεύθυνση ο αριθμός των *καναλιών διανομής*, μέσω των οποίων προβάλλεται η καμπάνια για την κινηματογραφική τουριστική ταυτότητα του Λονδίνου, οφείλεται να διευρυνθεί. Τα σημεία και τα μέσα που λειτουργούν υποστηρικτικά προς την προβολή και διαφήμιση του αγαθού πρέπει να αφορούν όλους τους συνεργαζόμενους ετέρους του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, καθώς και τα μέσα μαζικής μεταφοράς, λοιπού εκθεσιακού χώρου και μουσεία, τουριστικά γραφεία, θέατρα, κινηματογράφοι, καλλιτεχνικοί σύλλογοι και λέσχες, καθώς και στα κύρια τουριστικά αξιοθέατα. Ενώ σημειώνεται και ο κομβικής σημασίας ρόλος των συνεργασιών με διεθνή μέσα ενημέρωσης, που προωθούν της εικόνα της πόλης και το αγαθό και είναι άμεσα προσβάσιμα σε παγκόσμια κλίμακα.

6.2. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ ΤΟΥ FREE CINEMA

Έχοντας αναπτύξει τα χαρακτηριστικά του κινηματογραφικού κινήματος του Free Cinema και το πλαίσιο στρατηγικών για την ανάπτυξη του κινηματογραφικού τουριστικού, παραθέτονται οι παρακάτω προτάσεις που δύναται να λειτουργήσουν υποστηρικτικά τόσο προς την ανάδειξη της μοναδικής ταυτότητας του Λονδίνου όσο και προς την συνολική δυναμική του κινηματογραφικού τουρισμού για την μητρόπολη. Σε αυτή την κατεύθυνση τέθηκαν ορισμένα κριτήρια ώστε να αξιολογηθούν οι ταινίες του κινήματος ως προς ορισμένα

χαρακτηριστικά τους για να διαπιστωθεί κατά πόσο μπορούν να αποτελέσουν την βάση για την ανάπτυξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα χαρακτηριστικά που αξιολογήθηκαν αφορούν την πολεογραφική εικόνα των ταινιών, τον βαθμό που αυτές αποτυπώνουν τουριστικούς πόρους της πόλης και το σύνολο του πολεοδομικού ιστού, καθώς και το βαθμό αναγνωσιμότητάς και απήχισής τους. (Βλέπε Παράρτημα Π.4.) Ενώ επισημαίνεται ότι οι δράσεις μάρκετινγκ για την περίπτωση μελέτης ακολουθούν την τυπολογία δράσεων που συστήνονται μετά την προβολή της ταινίας, μιας και η πρώτη προβολή έλαβε χώρα το 1956.

Η σύνθεση του πακέτου στρατηγικών προώθησης και προβολής και δημιουργίας ενός πακέτου αγαθών και δράσεων διέπεται από ορισμένες βασικές αρχές. Αρχικά προτείνεται να αναδειχθεί το κίνημα μέσα από τα επιμέρους μοναδικά χαρακτηριστικά του και την πολεογραφική ταυτότητα και του προβαλλόμενους τουριστικούς πόρους, ώστε το τουριστικό κοινό να πληροφορηθεί, να ενδιαφερθεί και να γνωρίσει αυτή την ανακατασκευασμένη και ξεχασμένη εικόνα του Λονδίνου. Κατά δεύτερον προκειμένου να ξεχωρίσει το συγκεκριμένο τουριστικό αγαθό οφείλεται να επισημανθούν τα διαφορετικά στοιχεία του και να επισημανθεί η ξεχωριστή εκδοχή που αποτυπώνει την πόλη. Ενώ σημαντικό σημείο των δράσεων είναι να προβληθεί ως ένα εναλλακτικό τουριστικό πακέτο με δυναμική που θα βασίζεται στο γεγονός ότι αποτυπώνει το σύνολο του πολεοδομικού ιστού και των πτυχών της κοινωνίας της εποχής.

Μέσα από την διαφήμιση, παγίωση και διατήρηση της εικόνας, που προβάλλεται από το κίνημα, στόχος είναι η επιτυχία και μακροχρόνια βιωσιμότητα του αγαθού. Με εργαλείο την εικόνα οι αρμόδιοι DMO οφείλουν να πείσουν το τουριστικό κοινό ώστε όχι μόνο να επισκεφτεί τον προορισμό αλλά και να παραμείνει μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και να καταναλώσει το αγαθό του Free Cinema, ανακαλύπτοντας μια διαφορετική πλευρά του Λονδίνου. Σε παράλληλη τροχιά η σύνθεση αυτού του αγαθού προσδοκεί στην άρση της εποχικότητας, μιας ο κινηματογραφικός τουρισμός δύναται να συναντάται καθ' όλη την διάρκεια του έτους και από διαφορετικού προφίλ επισκέπτες, που μπορεί και να μην έχουν εντοπιστεί ως ομάδες στόχοι.

Αναφορικά με την περίπτωση μελέτης και το προτεινόμενο αγαθό οι δυο φορείς που εντοπίζονται ως οι αρμόδιοι DMO, για τον σχεδιασμό των στρατηγικών μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού και των προϊόντων του, είναι ο Visit London και Film London. Ενώ λόγω την φύσης του αγαθού καίρια κρίνεται η συνεργασία με το BFI για την παροχή αρχειακού υλικού και πληροφοριών αλλά και την ανάπτυξη ενός στενού δεσμού συνέργειας, που θα συντελέσει σημαίνονται ρόλο στην επιτυχία και την διοργάνωση των προϊόντων που προτείνονται. Παράλληλα για την ανάπτυξη και σχεδίαση της διαφημιστικής καμπάνιας καίρια κρίνεται η συνεργασία με τον δίκτυο δημιουργικών επιχειρήσεων διαφήμισης, τεχνολογίας και κινηματογράφου Sohonet, που αποτελεί ένα από τα πλέον εντοπισμένα cluster έντασης δημιουργικότητας και μάλιστα στο τουριστικό κέντρο.

Απώτερος στόχος αυτής της συνεργασίας είναι οι δυο αρμόδιοι φορείς (Visit London και Film London) για τον σχεδιασμό της στρατηγικής μάρκετινγκ με την βοήθεια του BFI να εντοπίσουν και να αξιολογήσουν τα κίνητρα (κίνητρα έλξης και ώθησης) που απορρέουν μέσα από τις ταινίες. (Βλέπε Παράρτημα Π.4.) Παράλληλα μέσα από τις ταινίες προκύπτουν οι κινηματογραφημένες τοποθεσίες και οι τουριστικοί πόλοι, οι οποίοι θα συμπεριληφθούν στον καθορισμό των φιλικών διαδρομών και των στον σχεδιασμό των αντίστοιχων χαρτών. Ενώ μέσα σε αυτά τα κίνητρα οφείλεται να συμπεριληφθεί η προβολή της ταυτότητας της κοινωνίας, των ιστορικό-πολιτικών συνθηκών και αλλαγών, που αποτελούν τα διακριτά κίνητρα έλξης. Ενώ αναφορικά με τα κίνητρα ώθησης, τα παραπάνω φέρονται να λειτουργούν προς αυτή την κατεύθυνση, ανακαλώντας μνήμες μιας προηγούμενης εποχής και προκαλώντας το συναίσθημα του επισκέπτη.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι μέσα από κάθε σχέδιο μάρκετινγκ οφείλεται να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις τόσο των ομάδων συμφερόντων, όσο και των ομάδων στόχων και της τοπικής κοινωνίας. Σε αυτή την κατεύθυνση, εκτός της κάλυψη των προσδοκιών για τους επισκέπτες, πρέπει οι δράσεις να επιφέρουν οικονομικά οφέλη στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και στην εθνική οικονομία. Έτσι στοχεύοντας στην προσέλκυση επιπλέον τουριστικού κοινού, οι επισκέπτες θα δαπανήσουν χρήματα στις τοπικές επιχειρήσεις αποφέροντας επιπρόσθετα έσοδα στην τοπική οικονομία. Ειδικότερα οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον συγκεκριμένο τομέα, διεξαγωγής δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού, φέρονται να είναι αυτές θα έχουν το μεγαλύτερο οικονομικό όφελος. Ενώ αναφορικά με την τοπική κοινότητα και ιδιαίτερα την καλλιτεχνική, οφείλεται να προβλεφθεί η ενεργή συμμετοχή τους αλλά και η κινητοποίηση τους για την μεγιστοποίηση του κέρδους.

Μεταβαίνοντας στο επόμενο βήμα σχεδιασμού της στρατηγικής, οροθετείται και προσδιορίζεται το προϊόν. Έτσι το επιδιωκόμενο προϊόν είναι η δημιουργία ενός ολοκληρωμένου και πολυδιάστατου πακέτου αγαθών αλλά κυρίως δραστηριοτήτων, μέσω των οποίων ο επισκέπτης θα έχει την δυνατότητα να γνωρίσει το ρεαλιστικό Λονδίνο της δεκαετίας του 1950 έτσι όπως αυτό προβάλλεται μέσα από τις ταινίες του Free Cinema. Το αγαθό εμπεριέχει τουριστικές περιοχές, όπως η Piccadilly Circus, το Soho, το Lambeth καθώς και περιοχές που έχουν αναδιαμορφωθεί και αναπλαστεί, όπως τα Docklands αλλά και τα παραμελημένα, εργατικά προάστια του Λονδίνου. Παράλληλα μέσα από το αγαθό οι ομάδες στόχοι θα ενημερώνονται για την βρετανική κοινωνία της εποχής, έτσι όπως αυτή αναπαρίσταται. Έτσι στο επίκεντρο βρίσκεται η εργατική κοινωνική τάξη, με τους επιμέρους δημοφιλείς χαρακτήρες των «Οργισμένων Νέων» και των ‘Teddy-Boys’. Παράλληλα δεδομένου ότι η μουσική αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της βρετανικής παράδοσης, έμφαση δίνεται στη μουσική της εποχής, δηλαδή στην ‘rock ‘n’ roll’ και στην ποπ μουσική. Το τελευταίο θα λειτουργήσει καταλυτικά για την επιτυχία τα αγαθού, μιας και η συγκεκριμένη περίοδος παγίωσε την βρετανική μουσική στον διεθνή χώρο με τους Beatles, που ξεκίνησαν εκείνη την εποχή, να αποτελούν στοιχείο ακόμη και της σύγχρονης ταυτότητας του Λονδίνου.

Βάσει του ενδιαφέροντος που έχει επιδείξει η ακαδημαϊκή κοινότητα, ξεχωριστή ομάδα-στόχος αποτελούν ερευνητές του τομέα της κοινωνιολογίας, των καλών τεχνών, της αρχιτεκτονικής και της πολεοδομίας. Το τελευταίο βασίζεται στο γεγονός ότι συγκρίνοντας το περιεχόμενο των ταινιών με την σύγχρονη εικόνα της πόλης, οι κοινωνιολόγοι είναι σε θέση να εντοπίσουν και να μελετήσουν τις μεταλλαγές της κοινωνίας. Ενώ οι αρχιτέκτονες-πολεοδόμοι είναι σε θέση να μελετήσουν τις αλλαγές και τα έργα που έχουν κυριολεκτικά μεταλλάξει τον αστικό ιστό, συγκρίνοντας το σημερινό Λονδίνο με την εικόνα της πόλης έτσι όπως αποτυπώθηκε στις ταινίες. Τέλος, αναφορικά με τους καλλιτέχνες και ιδιαίτερα τους σκηνοθέτες, αυτοί είναι σε θέση να μελετήσουν εκ του σύνεγγυς τις περιοχές που γυρίστηκαν οι ταινίες. Ενώ μέσα από το υλικό που θα παρέχεται θα είναι σε θέση να μελετήσουν και το πλαίσιο (ύφος, θεματολογία, αισθητική, αρχές) βάσει του οποίου αναπτύχθηκε το κίνημα. Ακόμη επιπλέον ομάδες-στόχοι δύναται να είναι οι Αμερικάνοι, οι Γάλλοι, οι Πολωνοί, οι Ιταλοί και οι Ελβετοί τουρίστες, μιας και οι προβολές του μελετώμενου κινήματος είναι άμεσα συνδεδεμένες με σκηνοθέτες και ταινίες αυτών των χωρών. Ενώ αξίζει να αναφερθεί ότι δε συνιστάται κανένας περιορισμός αναφορικά με οποιαδήποτε άλλη ομάδα επιθυμεί να συμμετάσχει στις δραστηριότητες και να γνωρίσει το προϊόν.

Εν συνεχεία, σε συνάρτηση με τρόπο που προτείνεται να διαφημιστεί το αγαθό κρίνεται ότι αναγκαία είναι η θέσπιση ενός συνθήματος που θα χαρακτηρίζει την επιμέρους καμπάνια. Το εν λόγω σύνθημα δυνητικά θα μπορούσε να αφορά ή να είναι «χαμένες ταυτότητες Λονδίνου του Free Cinema» και θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί από τα κανάλια διανομής. Για την συγκεκριμένη περίπτωση τα κανάλια διανομής σκόπιμο κρίνεται να αφορούν περιοδικά, τουριστικά φυλλάδια και οδηγούς, αφίσες σε κεντρικά σημεία της πόλης και διαφημιστικά σποτ στα εθνικά ραδιοτηλεοπτικά και ψηφιακά δίκτυα. Παράλληλα σκόπιμο κρίνεται το αγαθό να διαφημίζεται από κάθε μέσο (τύπος, ψηφιακή πλατφόρμα, ιστοσελίδα, εφαρμογές για κινητά τηλέφωνα) που διαθέτουν οι αρμόδιοι φορείς Visit London και Film London αλλά και άλλοι οργανισμοί, όπως οι Visit Britain, British Film Commission, BFI, το BBC, London Film Museum, National Film Theatre, National Trust, Arts Council England και Tate Modern, κ.ά..

Για την βέλτιστη προώθηση όμως του αγαθού οφείλεται να ληφθούν επιπρόσθετες δράσεις με γνώμονα ότι πρόκειται για προϊόν του κινηματογραφικού τουρισμού. Ακόμη έχοντας αναλύσει την τυπολογία δράσεων που υλοποιούνται σε αυτές τις περιπτώσεις προτείνονται τα εξής:

Να προσκληθούν τα προτεινόμενα κανάλια διανομής αλλά και ο έντυπος τύπος και τα μέσα ενημέρωσης που εδρεύουν στο Λονδίνο για την εκ νέου παρακολούθηση των ταινιών σε *ειδική προβολή* στο National Film Theatre, εκεί που παρουσιάστηκαν οι προβολές του κινήματος. Σε αυτό το στάδιο το BFI κρίνεται ότι αποτελεί τον πιο αρμόδιο φορέα για να παρουσιάσει τις τοποθεσίες που κινηματογραφούνται αλλά και να εξηγήσει το πλαίσιο ίδρυσης του κινήματος. Μέσα από αυτή την εκδήλωση ο τύπος και λοιποί οργανισμοί θα

ενημερωθούν για τις ταινίες, που αποτελούν την βάση του σχεδίου μάρκετινγκ, αλλά και για τους στόχους και τις κατευθύνσεις που πρόκειται να υλοποιηθούν

Παράλληλα οι αρμόδιοι φορείς καλούνται να τοποθετήσουν *σημάνσεις στις τοποθεσίες* που είχαν πραγματοποιηθεί τα γυρίσματα των ταινιών. Ενώ το BFI θα παρέχει τις πληροφορίες για τις τοποθεσίες και το σήμα του θα χρησιμοποιηθεί στις εν λόγω σημάνσεις.

Παράλληλα με αυτές τις θεματικές εκθέσεις σημαντικό κρίνεται για την βιωσιμότητα του αγαθού να διοργανώνονται και άλλες *θεματικές εκδηλώσεις*. Το παρόν αποβλέπει στην διατήρηση και προώθηση του αντίκτυπου των ταινιών πέρα του ήδη ενημερωμένου τουριστικού κοινού. Ακόμη στηριζόμενοι στο γεγονός ότι οι ταινίες αποτελούν ένα ακριβές δείγμα αναπαράστασης του πολεοδομικού ιστού και της κοινωνίας, σκόπιμο κρίνεται το αγαθό να διαφημίζεται και μέσα από συνέδρια, συμπόσια, ημερίδες, κ.α. με θεματική που ανάγεται στον τομέα της σκηνοθεσίας, της κοινωνιολογίας, της αστικής γεωγραφίας και της αρχιτεκτονικής. Ενώ προτείνεται μέσα από το ετήσιο Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ (London International Documentary Festival), που διεξάγεται από το Academy of Motion Picture Arts and Sciences, πέρα από το βραβείο για την καλύτερη Ταινία Κοινωνικής Αλλαγής (Film for Social Change Award) να θεσπιστεί και βραβείο για την Καλύτερη Ταινία Κοινωνικού Ρεαλισμού, ως φόρο τιμής τόσο στο κίνημα όσο και στο σκηνοθετικό έργο του Lindsay Anderson.

Σε μια άλλη κατεύθυνση δεδομένου ότι τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν σε εξωτερικούς χώρους και δει στα κατεξοχήν τουριστικά σημεία και περιοχές του Λονδίνου, οφείλεται να συμπεριληφθούν στο αγαθό και στους φιλικούς χάρτες και διαδρομές. Το παρόν αποσκοπεί οι τουριστικοί αυτοί πόλοι να λειτουργήσουν υποστηρικτικά και να συνδυαστούν με την ξενάγηση στις τοποθεσίες του Free Cinema. Στο αυτό το σημείο και δεδομένου ότι η χρήση και μορφή του Covent Garden έχει αλλάξει αλλά και τα Docklands έχουν αναπλαστεί και δε θυμίζουν σε τίποτα την αναπαριστώμενη εικόνα, προτείνεται η αναπαραγωγή των περιοχών αυτών με την χρήση ψηφιακών μέσων τρισδιάστατης απεικόνισης και τεχνολογιών της πληροφορικής και της επικοινωνίας (ICT). Αναφορικά με το τελευταίο συστήνεται η τρισδιάστατη απεικόνιση να γίνει από τις επιχειρήσεις κινηματογραφικών εφέ, που εδρεύουν στον cluster δημιουργικότητας του Soho. Ακολούθως το κοινό θα μπορούσε να έχει άμεση πρόσβαση σε αυτό το υλικό μέσα από τη θεματική ιστοσελίδα και εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα, ενώ δυνητικά αυτή η ψηφιακή κατασκευή θα μπορούσε να εκθέτεται τόσο στο Μουσείο της πόλης όσο και στο Μουσείο κινηματογράφου και στο Tate Modern.

Ίσως το πιο αποτελεσματικό εργαλείο για την προώθηση και ανάδειξη του πακέτο να είναι η σύσταση *ιστοσελίδας*, που θα εμπεριέχει το ήδη διαθέσιμο αρχειακό υλικό. Σε αυτή την κατεύθυνση έχει εντοπιστεί ότι το BFI έχει δημιουργήσει μια βάση δεδομένων αφιερωμένη στο κίνημα, που εμπεριέχει εκείνες τις απαραίτητες πληροφορίες για να γνωρίσει κάποιος το κίνημα. Ενώ ακόμη ένα θετικό στοιχείο είναι ότι μέσα από αυτή την πλατφόρμα ο χρήστης βρίσκεται σε διάδραση με το υλικό. Παράλληλα δια θέτονται βίντεο με

εικόνες από τα παρασκήνια και με αφηγητές τους ίδιους τους συντελεστές των ταινιών αλλά και γνωστών ηθοποιών, όπως ο Malcolm McDowell. Έτσι λοιπόν οι αρμόδιοι οργανισμού καλούνται να συγκεντρώσουν αυτό το υλικό σε μια θεματική ιστοσελίδα και αντίστοιχα και στην θεματική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα.

Προκειμένου να καταστούν ακόμη δημοφιλείς αυτές οι ψηφιακές πλατφόρμες συστήνεται να υπάρχει άμεση διάδραση με το κοινό, το οποίο θα είναι σε θέση να δημοσιεύσει φωτογραφίες από κάθε τοποθεσία. Ενώ με στόχο να ανανεώνεται συνεχώς το αγαθό θα είναι σε θέση να συμμετέχουν στον σχεδιασμό του, παραθέτοντας τις προτάσεις τους και την γνώμη τους για τις παροχές.

Εικόνα 52: Ο Malcolm McDowell αφηγητής του διαδραστικού βίντεο για το Free Cinema



Πηγή:
btplc.com/bfi/mcdowell/bb/bfi_mcdowell_main.html

Εικόνα 53: Αρχαικό υλικό για τις προβολές, τις ταινίες και τους συντελεστές των ταινιών



Πηγή:
screenonline.org.uk/film/id/444789/index.html

Εικόνα 54: Θεματική ιστοσελίδα του BFI με αρχαικό υλικό για το Free Cinema



Πηγή:
webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/

Εικόνα 55: Το ντοκιμαντέρ για το Free Cinema *Small is Beautiful* (2006)



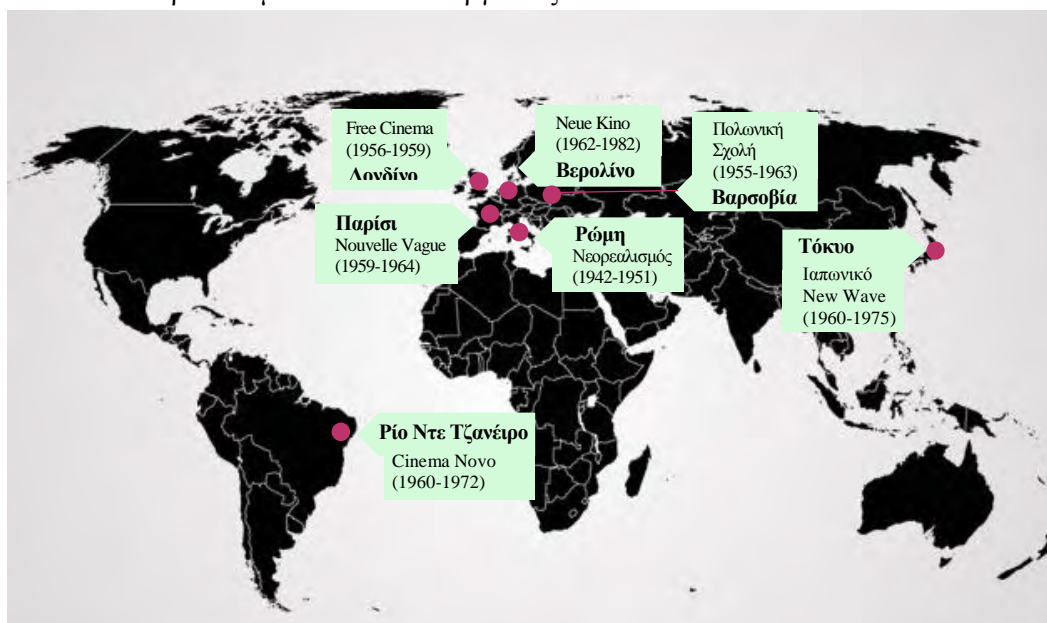
Πηγή: αρχείο ταινιών

Παράλληλα μέσα από αυτές τις εφαρμογές και την ιστοσελίδα προτείνεται να διατίθεται και ο αντίστοιχος θεματικός χάρτης με σημειωμένη την ταινιακή διαδρομή και τα σημαντικότερα αξιοθέατα της πόλης. Ο ταινιακός χάρτης θα συνοδεύεται από ακουστικό υλικό που θα περιγράφει τις τοποθεσίες, μία προς μία,

δίνοντας πληροφορίες αναφορικά με τις ταινίες αλλά και τις αλλαγές και έργα που έχουν υλοποιηθεί. Συστήνεται ότι συνδυαστικά με τα παραπάνω θα μπορούσαν να διατίθενται και βίντεο με τους συντελεστές, οι οποίοι θα περιγράφουν πληροφορίες και λεπτομέρειες για τις ταινίες και τα γυρίσματα. Με αυτό τον τρόπο ο επίδοξος τουρίστας θα είναι ικανός να περιηγηθεί μόνος του στο Λονδίνο του Free Cinema.

Η έντυπη μορφή του χάρτη συστήνεται να διανέμεται σε μορφή φυλλαδίου με επιπρόσθετες πληροφορίες αναφορικά με τις κινηματογραφημένες τοποθεσίες, ενώ θα διατίθενται και εκπτωτικά κουπόνια και διαφημίσεις για τις συνεργαζόμενες τοπικές επιχειρήσεις αλλά και για εκθέσεις, εκδηλώσεις ή και συνέδρια που θα λαμβάνουν χώρα ανά περιόδους (π.χ. London Film Museum, National Film Theatre, London International Documentary Festival, κ.ά.). Ενώ θα διανέμονται δωρεάν από τα επί τόπια περίπτερα πληροφόρησης που υπάρχουν στα τουριστικά αξιοθέατα, σε μουσεία, εκθέσεις, συνεδριακούς χώρους, κ.ά.. Ακόμη όσοι απευθύνονται σε αυτά τα τουριστικά περίπτερα θα μπορούσαν δυνητικά να προμηθεύονται το υλικό σε ψηφιακή μορφή, ώστε να έχουν άμεση πρόσβαση μέσω των κινητών τηλεφώνων, των ηλεκτρονικών ταμπλετών και λοιπών ηλεκτρονικών συσκευών που διαθέτουν. Με αυτό τον τρόπο θα είναι σε θέση ανά πάσα ώρα και στιγμή να περιηγηθούν τόσο στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες όσο και στις φυσικές τοποθεσίες γνωρίζοντας το αγαθό.

Εικόνα 56: Προτεινόμενο δίκτυο συνεργασίας



Πηγή: ίδια επεξεργασία

Ένα άλλο σημείο που αξίζει να ληφθεί υπόψη είναι αυτό του ρόλου της τοπικής κοινωνίας. Κατά αυτό τον τρόπο οι κάτοικοι του Λονδίνου σε εθελοντικό επίπεδο θα μπορούσαν να είναι οι ξεναγοί, που οδηγούν τους κινηματογραφικούς τουρίστες στις τοποθεσίες ενδιαφέροντος. Για να καταστεί όμως κάτι τέτοιο εφικτό απαραίτητη κρίνεται η εκπαίδευση των εθελοντών, ενώ ιδανικοί εθελοντές-ξεναγοί θα ήταν οι σπουδαστές κινηματογραφικών σπουδών και ειδικά όσο ασχολούνται με το είδος των ντοκιμαντέρ. Παράλληλα

προτείνεται να βρίσκονται στα κατά τόπους περίπτερα ενημέρωσης, ώστε να ενημερώνουν το κοινό παρέχοντας τους ταυτόχρονα το αντίστοιχο υλικό.

Τέλος, προτείνεται και η ανάπτυξη δικτύου συνεργασίας με μητροπόλεις που έχουν ταυτιστεί με αντίστοιχα κινηματογραφικά κινήματα κοινωνικού ρεαλισμού και νεορεαλισμού αντίστοιχων δεκαετιών, όπως το Παρίσι, η Ρώμη, το Βερολίνο, Βαρσοβία, το Ρίο ντε Τζανέιρο και το Τόκυο. Για να καταστεί όμως κάτι τέτοιο δυνατό απαιτείται η υλοποίηση αντίστοιχων πιλοτικών σχεδίων μάρκετινγκ. Επιπλέον στόχος αυτής της συνεργασίας είναι να δημιουργηθεί ένα αγαθό παγκόσμιας κλίμακας που θα αφορά τις τουριστικές, πολλάκις κινηματογραφημένες μητροπόλεις. Ενώ οι DMO των περιοχών αυτών θα παρέχουν ένα νέο και εναλλακτικό προϊόν ενισχύοντας και ανανεώνοντας κατά αυτό τον τρόπο της τουριστική τους δυναμική. Επιπρόσθετα όμως το δίκτυο αυτό θα είναι σε θέση να λειτουργεί ως ένα παγκόσμιο παρατηρητήριο, που θα εντοπίζει τις νέες τάσεις του κινηματογραφικού τουρισμού, εκσυγχρονίζοντας το αγαθό, παρέχοντας νέα προσόντα και αγαθά, αλλά και αξιολογώντας συνεχώς την εικόνας των πόλεων.

Σε αυτό το σημείο όμως οφείλεται να επισημανθούν οι περιορισμοί που εντοπίζονται. Αναλυτικότερα η σύνθεση ενός πλάνου μάρκετινγκ, βασισμένος στο Free Cinema, πιθανόν να μη γνωρίσει την επιθυμητή απήχηση λόγω της μη ευρείας δημοφιλίας των ταινιών του κινήματος. Ακόμη η παγίωση αυτής της εικόνας έρχεται να ανταγωνιστεί πιο αναγνωρίσιμες και εμπορευματοποιημένες εικόνες, αγαθά και δραστηριότητες, πράγμα που καθιστά δύσκολη την επιτυχία ενός τέτοιου σχεδίου. Βάσει τον παραπάνω σκόπιμη κρίνεται η εστίαση στις ομάδες στόχους, ενώ η υλοποίηση αυτού το σχεδίου συστήνεται να διενεργηθεί και για λόγους διατήρησης και προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς του Λονδίνου.

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η αναπαράσταση της πόλης στον κινηματογράφο αποτελεί πεδίο διερεύνησης πολλών ετών και από ποικίλους επιστημονικού κλάδους. Μέσα από τα βασικά χαρακτηριστικά της δόμησης της κινηματογραφικής αφηγηματικής διαπιστώνεται ο βαθμός ταύτισης και οι τεχνικές που η κάμερα αναπαριστά τον αστικό χώρο. Η τελευταία παραδοχή σε συνδυασμό με τα συμπεράσματα που έχουν προκύψει από ποικίλες μελέτες αποτελούν ικανή συνθήκη, ώστε σήμερα πλέον να θεωρείται παγιωμένη η θέση ότι ο κινηματογράφος αποτελεί το αποτελεσματικότερο μέσο απόδοσης του έμβιου χώρου. Στην προσπάθεια εκσυγχρονισμού του πεδίου μελέτης αυτών των δύο χωρικών τεχνών, κινηματογράφος και αρχιτεκτονική-πολεοδομία, εντοπίζονται παραδείγματα που θέλουν τον κινηματογράφο να έχει πολλαπλούς ρόλους-εκφάνσεις. Δεν αποτελεί μόνο τρόπο ψυχαγωγίας, αλλά και μέσο διάδοσης τουριστικών εικόνων, εργαλείο πολιτικής χειραγώγησης αλλά και πηγή έμπνευσης για την κατασκευή κτιρίων, την ανάπλαση περιοχών, κ.ά.

Στην συνέχεια έχοντας εντοπίσει ότι οι μητροπόλεις του κόσμου έχουν ταυτιστεί με το έργο συγκεκριμένων σκηνοθετών ή έχουν συνδεθεί με κινηματογραφικά κινήματα, διαπιστώνεται ότι το Λονδίνο δεν διαθέτει κάποια ανάλογη κινηματογραφική ταυτότητα. Συνεπώς ανατρέχοντας στην ιστορία του κινηματογράφου αναζητήθηκε το κίνημα, οι ταινίες του οποίου θα διαθέτουν έντονο πολεογραφικό χαρακτήρα αλλά και θα αποτυπώνουν την λονδρέζικη κοινωνία και κουλτούρα.

Υπό αυτές τις προϋποθέσεις το κίνημα του Free Cinema εντοπίστηκε ότι διαθέτει όλα εκείνα τα απαραίτητα κριτήρια, πάνω στο οποίο στρατηγικές προβολής της εικόνας της πόλης μπορούν να στηριχθούν. Έτσι σημειώνεται ακόμη μια λειτουργία του κινηματογράφου, που μέσα από την αναπαριστώμενη αστική εικόνα παρέχει τα εργαλεία για την δόμηση στρατηγικών μάρκετινγκ των πόλεων.

Έχοντας εντοπίσει όμως ότι το Free Cinema εστιάζει στους πλέον τουριστικούς πόλους του Λονδίνου, ως καταλληλότερος τομέας αξιοποίησης αυτής της εικόνας εντοπίζεται ο κινηματογραφικός τουρισμός. Έτσι στοιχειοθετείται μια συνοπτική πρόταση αναφορικά με την υλοποίηση στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού βασισμένου στις ταινίες του Free Cinema. Κατά αυτό τον τρόπο οι φορείς θα καταφέρουν να κεφαλαιοποιήσουν την κινηματογραφική, να διατηρήσουν την κινηματογραφική κληρονομιά αλλά και η τοπική κοινωνία θα βιώσει το επιπρόσθετο οικονομικό όφελος. Συμπεραίνεται λοιπόν ο τρόπος κατά τον οποίο ένα απλό πλάνο μπορεί να επιφέρει πολλαπλά οφέλη σε βάθος χρόνου.

Αναφορικά με την κινηματογραφική ταυτότητα του Λονδίνου έχει εντοπιστεί ένα αξιόλογο κενό, τόσο ως προς την κινηματογραφική απόδοση του πολεοδομικού χώρου και της κοινωνίας όσο και προς την διαχείριση αυτής. Οι φορείς συνεχίζουν να εμμένουν και να προβάλλουν κινηματογραφικές εκδοχές του προηγούμενου

αιώνα και του δυστοπικού χαρακτήρα της πόλης. Με αυτή την εκδοχή να έχει παγιωθεί κρίνεται ως εξαιρετικά δύσκολο το Λονδίνο να καταφέρει να επαναπροσδιορίσει την κινηματογραφική του ταυτότητα.

Αντίθετα αποτελεί ίσως την μοναδική μητρόπολη που για την κινηματογράφιση του αστικού της χώρου παρέχονται τόσα κίνητρα και υπηρεσίες από κρατικούς φορείς. Υπό αυτή την έννοια σημειώνεται η αναπτυξιακή δυναμική της βιομηχανίας του κινηματογράφου, που όμως τα τελευταία χρόνια έχει δείξει μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τις σπουδαιότερες υποδομές αλλά και για την κινηματογράφιση της αγροτικής ενδοχώρας. Έτσι εντοπίζεται ότι αν η θεματική της ταινίας δεν αφορά τον πεσιμιστικές, παραβατικές και λοιπές αρνητικές εκδοχές της πόλης, τότε το αστικό τοπίο του Λονδίνου δεν προτιμάται.

Σε συνάρτηση με τις στρατηγικές μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού, διαπιστώνεται ότι χρειάζεται να καλυφθούν σημαντικά κενά, που αφορούν ολοκληρωμένα τουριστικά πακέτα, νεωτεριστικές δραστηριότητες και όχι απλώς ταινιακές διαδρομές, κ.ά.. Θεωρείται καίριος ο εκσυγχρονισμός των αγαθών και των δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού δεδομένου ότι στο διεθνή χώρο εντοπίζονται πιο ελκυστικοί προορισμοί (π.χ. Χόλυγουντ, Νέα Ζηλανδία).

Τέλος, έχοντας εντοπίσει εκείνα τα καίρια σημεία συστήνεται ως αντικείμενο μελλοντικής μελέτης η διερεύνηση και άλλων τομέων, που η αναπαριστώμενη εικόνα αποτελεί μέσο ή δομικό εργαλείο. Οι τάσεις στην βιβλιογραφία εντοπίζουν ως νέο πεδίο προβληματικής τα δυνητικά οφέλη ή εφαρμογές που θα επιφέρει ο συνδυασμός της κινηματογραφικής εικόνας με τα ψηφιακά μέσα επικοινωνίας και τεχνολογίας. Ενώ αναφορικά με τον κινηματογραφικό τουρισμό συστήνεται η βαθύτερη διερεύνηση των αγαθών και των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται αλλά και η δημιουργία μιας πιο ολοκληρωμένης, πολυτομεακής και διεπιστημονικής τυπολογίας δράσεων και πολιτικών.

ΦΙΛΜΟΓΡΑΦΙΑ

- ▶ Φ.1. FREE CINEMA 1, 3 ΚΑΙ 6: ΟΙ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ
- ▶ Φ.1.1. ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ
- ▶ Φ.1.2. ΛΟΙΠΕΣ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA
- ▶ Φ.2. FREE CINEMA 2, 4 ΚΑΙ 5: ΟΙ ΞΕΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ
- ▶ Φ.3. ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΣΤΑ KITCHEN SINK



ΦΙΛΜΟΓΡΑΦΙΑ

Φ.1. FREE CINEMA 1, 3 ΚΑΙ 6: ΟΙ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ

Φ.1.1. ΟΙ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΠΟΥ ΓΥΡΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΟ ΛΟΝΔΙΝΟ

Momma Don't Allow

«Η μαμά δεν επιτρέπει»

1956

Εικόνα 57: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Momma Don't Allow* (1956)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Karel Reisz, Tony Richardson

Σενάριο: Karel Reisz, Tony Richardson

Διάρκεια: 21'

Η ταινία μας μεταφέρει σε μια φτωχογειτονιά του βόρειου Λονδίνου στο κέντρο διασκέδασης Green Wood, όπου το τζαζ συγκρότημα του Chris Barber προετοιμάζεται για την νυχτερινή του εμφάνιση. Την ίδια στιγμή οι νέοι της περιοχής τελειώνουν με την καθημερινή τους εργασία και προετοιμάζονται για την βραδινή τους έξοδο.

Η αφηγηματική συνεχίζεται στο νυχτερινό κέντρο Green Wood, όπου τα “teddy-boys” της εποχής και οι νεαρές κοπέλες πίνουν, χορεύουν και φλερτάρουν. Η ροή της εύθυμης βραδιάς διακόπτεται μόνο από την άφιξη μιας κομψής παρέας μεσοαστών. Στα πλάνα δίνεται έμφαση στο ακριβό αμάξι και τα ρούχα της παρέας, αλλά και στον περιφρονητικό τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν τους γύρω τους. Καθώς η πλοκή εξελίσσεται η συγκεκριμένη παρέα ενσωματώνεται με τους υπόλοιπους, ενώ μετά από λίγο αναχωρεί.

Κατά το πέρας της ταινίας οι έντονοι ρυθμοί αντικαθίστανται από τους νωχελικούς, ατμοσφαιρικούς ρυθμούς της μουσικής, με τα ζευγάρια να γεμίζουν την πίστα του νυχτερινού κέντρου και τους υπόλοιπους νέους να αποκοιμούνται. Οι νέοι σταματούν να χορεύουν μόνο όταν το συγκρότημα αρχίζει να πακετάρει τα μουσικά όργανα. Ενώ η τελευταία σκηνή αποθανατίζει το κουρασμένο κοινό να εγκαταλείπει το νυχτερινό κέντρο ζητωκραυγάζοντας εύθυμα.

Εικόνα 58: Νεαρό κοινό χορεύει στην πίστα του νυχτερινού κέντρου Green Wood



Πηγή : αρχείο ταινιών

Εικόνα 59: Η παρέα των κομψών μεσοαστών της τάξης του εξαστισμού



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 60: Το νυχτερινό κέντρο Green Wood



Πηγή: αρχείο ταινιών

Together
«Μαζί»
1956

«Together ... it is about the complexities, subtleties, beauty and harshness of the East End world»,
Catalogue BFI Productions, 1977

Εικόνα 61: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Together* (1959)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Lorenza Mazzetti

Σενάριο: Denis Horne

Διάρκεια: 52'

Η ταινία πραγματεύεται την ζωή δυο κωφάλαλων φίλων, τις δυσκολίες και τον χλευασμό που αντιμετωπίζουν καθημερινά, στις εργατικές γειτονιές του East-End του Λονδίνου.

Έτσι η πλοκή ξεκινά με τους δυο πρωταγωνιστές να περπατούν στους δρόμους των Docklands, ενώ συνομιλούν στην νοηματική. Καθώς κατευθύνονται προς το σπίτι τους μια παρέα παιδιών τους ακολουθεί προπηλακίζοντας τους. Στην συνέχεια τους παρακολουθούμε να παίρνουν το δείπνο τους μαζί με την οικογένεια του σπιτονοικοκύρη τους, ενώ τις βραδινές ώρες κατευθύνονται και διασκεδάζουν σε μια τοπική παμπ.

Καθώς η νέα μέρα ξημερώνει οι δυο κωφοί οδεύοντας προς τις αποβάθρες, όπου και εργάζονται ως λιμενεργάτες, έρχονται αντιμέτωποι με έναν εκνευρισμένο οδηγό. Η υπόλοιπη μέρες τους εξελίσσεται στους ίδιους ρυθμούς με την προηγούμενη.

Την τρίτη και τελευταία μέρα οι δυο άνδρες, καθώς απολαμβάνουν την βόλτα τους, σταματούν και καπνίζουν στην άκρη μιας γέφυρας, παρακολουθώντας τις λιμενικές εργασίες που γίνονται στον Τάμεση. Ενώ ο ένας από τους δύο απομακρύνεται, εμφανίζεται μια παρέα παιδιών που σπρώχνει τον πρωταγωνιστή, με αποτέλεσμα να πέσει μέσα στον ποταμό. Λίγο αργότερα ο φίλος τους επιστρέφει ψάχνοντας τον, ενώ ο ίδιος πνίγεται λίγα μέτρα μακριά ς μιας και δε μπορεί να καλέσει σε βοήθεια.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα της ταινίας είναι η βουβές σκηνές μόνο στα πλάνα όπου εξελίσσονται διάλογοι μπροστά στους πρωταγωνιστές.

Εικόνα 62: Οι πρωταγωνιστές περπατούν στους δρόμους των Docklands



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 63: Οι δυο πρωταγωνιστές κουβεντιάζουν στο σπίτι τους



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 64: Οι πρωταγωνιστές κάθονται σε μια γέφυρα στις αποβάθρες



Πηγή: αρχείο ταινιών

Every Day Except Christmas

«Κάθε Μέρα Εκτός των Χριστούγεννα»

1957

Εικόνα 65: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Every Day Except Christmas* (1957)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Lindsay Anderson

Διάρκεια: 40'

Η μέρα για τους διανομείς του Λονδίνου ξεκινά από τις πρώτες πρωινές ώρες, όπου στο Sussex γίνονται οι πρώτες μεταφορτώσεις προϊόντων. Καθοδόν για την αγορά του Covent Garden προβάλλεται το ήσυχο, νυχτερινό αστικό τοπίο της βρετανικής μητρόπολης. Καθώς οι προμηθευτές καταφθάνουν, οι έμποροι προετοιμάζουν τους πάγκους και τις αποθήκες μέσα στην στεγασμένη αγορά.

Στην συνέχεια επαναλαμβανόμενα πλάνα εστιάζουν στους εργαζόμενους, που εκφορτώνουν τα εμπορεύματα. Μέχρι τις 4:30 η αγορά έχει στηθεί για να υποδεχθεί το κοινό και έτσι οι εργαζόμενοι έχουν λίγο χρόνο να πιούν τον πρώτο τους καφέ. Μόλις η μέρα ξημερώνει στήνονται και οι υπόλοιποι πάγκοι στον εξωτερικό, υπαίθριο χώρο. Παράλληλα οι έμποροι, που επισκέπτονται την αγορά, εξετάζουν τα προϊόντα και κάνουν μαζικές αγορές. Η πλοκή μεταφέρεται στο τμήμα όπου πωλούνται λουλούδια, όπου κάποιοι εργαζόμενοι βρίσκουν λίγο χρόνο για να ξεκουραστούν. Μέχρι τις 10:30 η κίνηση έχει λιγοςτέψει, ενώ ηλικιωμένες κυρίες εμφανίζονται ψάχνοντας και πουλώντας λουλούδια σε χαμηλή τιμή. Λίγη ώρα αργότερα μόνο σκουπίδια έχουν μείνει στον χώρο και στους δρόμους του Covent Garden.

Η ταινία κλείνει με τους ήχους μιας μπάντας που περιφέρεται στην περιοχή παίζοντας μουσική, ενώ οι εργαζόμενοι προετοιμάζουν την αγορά για την επόμενη μέρα. Συμπερασματικά το ντοκιμαντέρ εστιάζει στους καθημερινούς ρυθμούς και στις συνθήκες εργασίας των εργαζομένων της πιο πολυσύχναστης και γνωστής λαχαναγοράς της εποχής.

Εικόνα 66: Εργαζόμενος της αγοράς



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 67: Πάγκοι πώλησης λουλουδιών στην αγορά του Covent Garden



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 68: Πάγκοι στον εσωτερικό χώρο της στεγασμένης αγοράς



Πηγή: αρχείο ταινιών

Nice Time «Ωραίος Χρόνος»

1957

FREE CINEMA 3

Εικόνα 69: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Nice Time* (1957)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Claude Goretta, Alain Tanner

Σενάριο: Claude Goretta, Alain Tanner

Διάρκεια: 17'

Με το άγαλμά του έρωτα της κεντρικής πλατείας Picadilly Circus ως κεντρικό πλάνο, η ταινία ξεκινά με κεντρικό θέμα την νυχτερινή διασκέδασή της κεντρικής περιοχής του West End και του Mayfair. Νεαρές, καλοντυμένες κοπέλες, οικογένειες, ζευγάρια και ναύτες του πολεμικού ναυτικού που διασχίζουν την οδό Regent, παρατηρώντας βιτρίνες, διαφημιστικές αφίσες και πινακίδες στις εισόδους των θεάτρων και κινηματογράφων και τους καταλόγους με το μενού των εστιατορίων. Ταυτόχρονα η προσοχή επικεντρώνεται σε πλανόδιους τραγουδιστές, μουσικούς, μικροπωλητές και ζητιάνος αλλά και σε οίκους ανοχής και πορνογραφικό υλικό. Στον αντίποδα σημειώνεται, με πολλαπλά πλάνα, η επιβλητική παρουσία αστυνομικών και τροχονόμων που επιτηρούν την περιοχή και επιβάλλουν την τάξη.

Καθώς η νύχτα εξελίσσεται και τα θέατρα και οι κινηματογράφοι κλείνουν, το πλήθος συρρέει εσπευσμένα στην πλατεία Picadilly και στον τοπικό σταθμό του μετρό για να προλάβει τα τελευταία δρομολόγια της ημέρας. Την ίδια στιγμή πολλοί νέοι αναπαύονται στα σκαλιά του σιντριβανιού της πλατείας, υπό τα έντονα φώτα των τεράστιων πινακίδων νέον που καλύπτουν τα κτίρια περιμετρικά.

Καθώς η ταινία πλησιάζει προς το τέλος αποτυπώνεται το, άδειο και ήσυχο κέντρο του Λονδίνου των πρώτων πρωινών ωρών. Έτσι η ταινία κλείνει υπό αυτό το πλαίσιο με αυτή την αντικρουόμενη εικόνα του ερημοποιημένου κέντρου της πόλης και με το αρχικό εστιασμένο πλάνο στο άγαλμα του έρωτα.

Εικόνα 70: Στρατιώτες μπροστά στις τεράστιες φωτισμένες πινακίδες της πλατείας Piccadilly Circus



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 71: Παρέα νέων στο σιντριβάνι της πλατείας Piccadilly Circus



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 72: Νεαρή κοπέλα μπροστά σε διαφημιστικές αφίσες στην οδό Regent



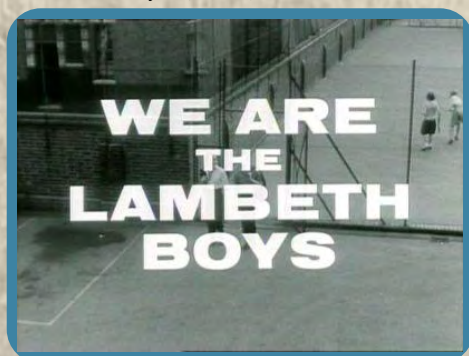
Πηγή: αρχείο ταινιών

We are the Lambeth Boys

«Είμαστε παιδιά του Lambeth»

1959

Εικόνα 73: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *We are the Lambeth Boys* (1959)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Karel Reisz

Διάρκεια: 52'

Ίσως η πιο ώριμη ταινία του κινήματος και αυτή που σκιαγραφεί ολοκληρωμένα την νέα γενιά, καταρρίπτοντας την στερεοτυπική εικόνα των βίαιων 'teddy-boys'. Η υπόθεση ξεκινά με την ομάδα κρίκετ του Lambeth να προπονείται για τον επερχόμενο αγώνα σε ένα συνοικιακό γήπεδο.

Στην συνέχεια και καθώς η μέρα περνά η αφηγηματική μεταφέρεται στο κέντρο νεότητας του Alfred House στην περιοχή του Oval. Οι άνδρες της λέσχης συζητούν για τους μισθούς και την εργασία τους, ενώ απογοητευμένοι συζητούν ότι τα έσοδα τους δεν είναι αρκετά. Την ίδια στιγμή οι νεαρές κοπέλες συζητούν για ρούχα και πιο ανάλαφρα θέματα. Μ' αυτό τον τρόπο καταδεικνύεται η διαφορετική θεώρηση των δυο φύλων, που όμως συμφωνούν για τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν μέσα στην καπιταλιστική κοινωνία.

Την επόμενη ημέρα η ομάδα του Lambeth κερδίζει την ομάδα των μεγαλοαστών σε αγώνα κρίκετ και επιστρέφουν πίσω στο Lambeth πανηγυρίζοντας. Σε αυτό το σημείο η μελαγχολία ακολουθεί την χαρά, με τους πρωταγωνιστές να είναι σκυθρωποί καθώς συγκρίνουν τις παραμελημένες συνοικίες της περιοχής τους με τα πλούσια προάστια και τις αθλητικές εγκαταστάσεις που είχαν αγωνιστεί πριν από λίγο. Η ταινία κλείνει με τους νέους να διασκεδάζουν για ακόμη ένα βράδυ στο Lambeth.

Εικόνα 74: Νεαρός παρατηρεί απογοητευμένος τις γειτονίες του Lambeth



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 75: Παρέα νέων συζητά στη λέσχη Alford House



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 76: Οι νέοι της ομάδας κρίκετ στην γέφυρα του Westminster



Πηγή: αρχείο ταινιών

Refuge England

«Καταφύγιο Αγγλία»

1959

Εικόνα 77: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Refuge England* (1959)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Robert Vas

Σενάριο: Laszlo Marton

Διάρκεια: 27'

Ένα τρένο intercity με προορισμό το Λονδίνο, φτάνει στο σταθμό Waterloo. Είναι ώρα αιχμής και ανάμεσα στους επιβάτες, ως επί το πλείστον εργαζόμενους, βρίσκεται ένας άντρας ουγγρικής καταγωγής, ο οποίος επισκέπτεται το Λονδίνο για πρώτη φορά. Γνωρίζει ελάχιστα πράγματα για την Αγγλία και τα μόνα αγγλικά που γνωρίζει είναι η λέξη «καταφύγιο».

Καθώς απομακρύνεται από το σταθμό, βγάζει από τη τσέπη του μια κάρτα που φέρει το όνομα A.T. Cox και τη διεύθυνση 25 Love Lane, που του είχε δοθεί στο καταφύγιο προσφύγων από όπου και ήρθε. Διασχίζοντας τον ποτάμι, ακολουθεί τη νότια διαδρομή, παρατηρεί τους ανθρώπους που τον προσπερνούν και προσπαθεί να εγκλιματιστεί στο νέο περιβάλλον. Φθάνοντας στο The Strand, μεταφράζει το «strand» στη γλώσσα του, όπου και σημαίνει δημόσιο λεωφορείο.

Προχωρώντας τον σταματάει ένας ημεδαπός, ο οποίος του μιλάει σε μια γλώσσα που δεν του είναι οικεία. Γίνεται όμως σαφές, ότι ο άντρας ψάχνει το The Strand και ο πρόσφυγας είναι σε θέση να του δώσει κατευθύνσεις. Με νέα αυτοπεποίθηση πλέον, πλησιάζει ένα περίπτερο με εφημερίδες και ζητάει πληροφορίες για να μεταβεί στην οδό Love Lane.

Μετά από μια σειρά συγχυσμένων οδηγιών και έχοντας διασχίσει το μισό Λονδίνο καταφέρνει να φτάσει στην οδό 25 Love Lane. Ο άνδρας όμως που βρίσκεται στο σπίτι της οδού, κοιτάει την κάρτα χωρίς να την αναγνωρίζει, είναι σαφές ότι βρήκε το λάθος σπίτι. Αμήχανος πλέον και κακοδιάθετος, απομακρύνεται από το σπίτι. Ένας αστυνομικός του δείχνει αρκετές Love Lane στο Λονδίνο.

Διασχίζοντας το Λονδίνο ξανά, αρχίζει να αισθάνεται όλο και περισσότερο αποξενωμένος από την ίδια την πόλη και τους ανθρώπους της. Αναρωτιέται πόσο ακόμα θα χρειαστεί μέχρι να ενσωματωθεί και πως οι άνθρωποι που βλέπει θα του απαντούσαν αν εργαζόταν μαζί τους ή για αυτούς.

Εικόνα 78: Ο σταθμός Waterloo που αποβιβάζεται ο πρωταγωνιστής



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 79: Ο πρωταγωνιστής αναζητά την διεύθυνση 25 Love Lane στα προάστια



Πηγή: αρχείο ταινιών

Εικόνα 80: Νυχτερινό πλάνο της οδού Strand



Πηγή: αρχείο ταινιών

Φ.1.2. ΛΟΙΠΕΣ ΒΡΕΤΑΝΙΚΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA

FREE CINEMA 1

O' Dreamland

«Η Χώρα του Ονείρου»
1953

Εικόνα 82: Η αφίσα της ταινίας *O' Dreamland* (1953)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Lindsay Anderson

Διάρκεια: 12'

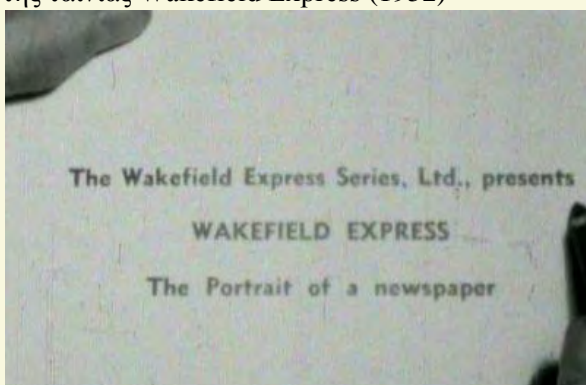
Η πλοκή διαδραματίζεται στο θεματικό πάρκο Dreamland της πόλης Margate του Kent. Η ταινία αποτελεί μια επικριτική θεώρηση της αποβιομηχανοποιημένης διασκέδασης και της συγκαταβατικής στάσης της μεσαίας τάξης, που επισκέπτεται το πάρκο, προς τους εργαζομένους. Το σενάριο ξεκινά με πλάνα στο πλήθος του κόσμου που συρρέει, καθώς και στον χώρο στάθμευσης του πάρκου που κατακλύζεται από αυτοκίνητα και λεωφορεία. Στην συνέχεια η δράση μεταφέρεται στο μουσείο των βασανιστηρίων, όπου το κοινό παρακολουθεί αναπαραστάσεις γνωστών τρόπων βασανισμού από αυτοματοποιημένα ανθρώπινα ομοιώματα.. Παράλληλα στο υπαίθριο χώρο η συρροή κόσμου συνεχίζεται αδιάκοπα, με οικογένειες και παρέες νεαρών να περιπλανιούνται και να κατευθύνονται προς υπόλοιπα παιχνίδια και θεάματα, όπως "ο άνθρωπος που καταπίνει φωτιές". Καθώς αρχίζει να νυχτώνει ο κόσμος κατευθύνεται κουρασμένος στις υπαίθριες καντίνες, σε καφέ και εστιατόρια για να αναπαυθεί, ενώ τα παιδιά συνεχίζουν παίζουν. Η ταινία κλείνει με ένα βραδινό νυχτερινό, πανοραμικό πλάνα του πάρκου, με τις πινακίδες νέον και τα φώτα από το πάρκο να αναβοσβήνουν.

FREE CINEMA 3

Wakefield Express

«Η εφημερίδα Wakefield Express»
1952

Εικόνα 82: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Wakefield Express* (1952)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Lindsay Anderson

Διάρκεια: 32'

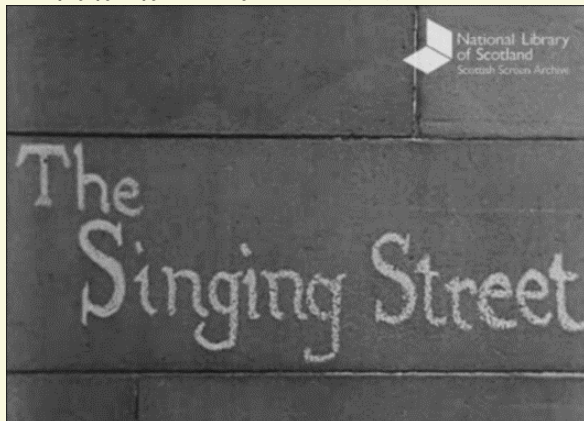
Η ταινία γυρίστηκε στο πλαίσιο εορτασμού των 100 χρόνων κυκλοφορίας της ομώνυμης εφημερίδας. Η κάμερα ακολουθεί την τοπική ομάδα δημοσιογράφων, καθώς αναζητούν όλη μέρα ειδήσεις και γεγονότα στην πόλη του West Riding στο Yorkshire. Βασική θεματική είναι η καταγραφή της κοινωνικής ζωής τόσο των δημοσιογράφων όσο και της τοπικής κοινωνίας, με την αφηγηματική να μεταβαίνει από πολιτιστικά κέντρα σε χώρους άθλησης, σε συγκέντρωση του δημοτικού συμβουλίου και στο λιμάνι. Σε γενικές γραμμές η ταινία αποτελεί μια έρευνα πεδίου για τις καθημερινές ανησυχίες, τους προβληματισμούς και τις δραστηριότητες της τοπικής κοινωνίας.

The Singing Street

«Ο δρόμος του τραγουδιού»

1952

Εικόνα 84: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *The Singing Street* (1952)



Πηγή: screever.org/2014/10/

Σκηνοθεσία: Nigel McIsaac, Raymond Townsend, James T. Ritchie

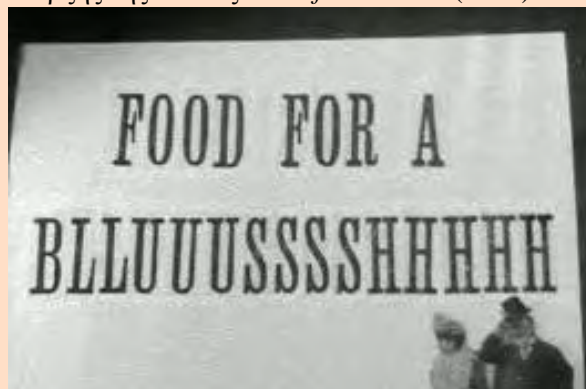
Διάρκεια: 18'

Η ταινία αποτελεί μια αφήγηση του αστικού χώρου του Εδιμβούργου, με την ηχητική επένδυση από παραδοσιακά, παιδικά τραγούδια και παρέες νεαρών μαθητών που παίζουν στους δρόμους της πόλης. Αφορμή για την παραγωγή αυτού του έργου ήταν η έρευνα ομάδας εκπαιδευτικών (Norton Park School) για τις δραστηριότητες των παιδιών. Ενώ έμφαση δίνεται στις ζωγραφιές από κιμωλίας στους τοίχους, στις περιφράξεις και σε άλλα σημεία της πόλης, που περιγράφονται από τους δημιουργούς ως παιδική τέχνη του δρόμου. Παράλληλα αξίζει να αναφερθεί η έμφαση που δίνεται από τον κινηματογραφικό φακό στον γοτθικό στιλ δημόσια κτίρια, στις βιομηχανικές καπνοδόχους και στον ασφυκτικό αστικό χώρο που συνδέεται με την ύπαιθρο μόνο μέσω μιας γέφυρας.

Food for a Blush

1955

Εικόνα 84 : Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Food for a Blush* (1955)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Elizabeth Russell

Ηθοποιοί: Nicholas Ferguson, Elizabeth Russell

Διάρκεια: 30'

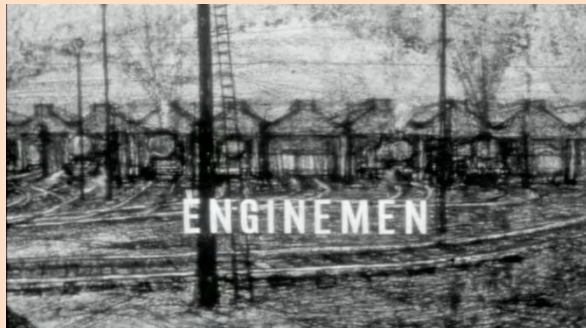
Το έργο αποτελεί την σουρεαλιστική εκδοχή μιας ρομαντικής ιστορίας. Η κάμερα αποδίδει την αίσθηση του δρόμου της καλλιτεχνικής περιοχής του Chelsea, μέσα από την ερωτική απόγνωση της πρωταγωνίστριας για τον άπιστο άνδρα της.

Enginemen

«Μηχανικοί των Τρένων»

1959

Εικόνα 85: Στιγμιότυπο από τους τίτλους έναρξης της ταινίας *Enginemen* (1959)



Πηγή: αρχείο ταινιών

Σκηνοθεσία: Michael Grigsby

Διάρκεια: 21'

Newton Heath, υπόστεγα ατμομηχανών σιδηροδρόμου, μια κρύα χειμωνιάτικη ημέρα. Ένας εργαζόμενος στο σιδηρόδρομο επιβλέπει μια ατμομηχανή πάνω σε μια περιστροφική πλάκα καθώς το υπόλοιπο προσωπικό χαλαρώνει στο ενδιάμεσο της βάρδιας του. Δύο άντρες αναλαμβάνουν να καθαρίσουν και να προετοιμάσουν τη μηχανή απομακρύνοντας τον εξαντλημένο άνθρακα από τον κλίβανο.

Στο κυλικείο, το προσωπικό τρώει το πρωινό του και συζητάει για τη δουλειά του. Στο γραφείο, οι οδηγοί συγκεντρώνονται και ετοιμάζουν να ενώσουν τις μηχανές τους. Καθώς οι εργαζόμενοι καθαρίζουν και λαδώνουν τις μηχανές, συζητούν για την υπερηφάνεια τους στον τομέα των σιδηροδρόμων και τη λύπη τους για την πτώση της εποχής του ατμού. Αρνούνται ταυτόχρονα τον μοντερνισμό και την αναγκαία αντικατάσταση του παλιού βρώμικου ατμού με νέες καθαρές ντίζελ μηχανές.

Με την ολοκλήρωση της προετοιμασίας, η πρώτη μηχανή απομακρύνεται από τα υπόστεγα μέσα σε μια ομίχλη ατμού, περνάει κάτω από μια γέφυρα και εν συνεχεία χάνεται από το οπτικό πεδίο.

Φ.2. FREE CINEMA 2, 4 ΚΑΙ 5: ΟΙ ΞΕΝΕΣ ΠΡΟΒΟΛΕΣ

Αναφορικά με το 2^ο Πρόγραμμα φέρετε να αποτελείται από μια συλλογή πειραματικών ταινιών επιλεγμένων από τους συντελεστές του κινήματος, λόγω της θεματικής τους και της πρωτοτυπίας του. Κατά αυτή την έννοια η ταινία *On the Bowery* (1955) είναι ένα από τα πιο πολυβραβευμένες μεταπολεμικά ντοκιμαντέρ του πρώιμου αμερικάνικου κινηματογράφου. Η ταινία λόγω των ουμανιστικών μηνυμάτων έτριξε τις δομές της αμερικάνικης κοινωνίας, που ήθελε στις φτωχογειτονιές του Μανχάταν να επικρατεί ακόμα ο νόμος της ζούγκλας. Οι βασικές κατευθύνσεις της ταινίας ταυτίζονταν με αυτές του κινήματος, μιας και καταγράφονταν οι συνθήκες ζωής της καθημερινότητας των κοινών πολιτών, χωρίς επαγγελματίες ηθοποιούς (ontheboweryfilm.com, 2012).

Η δεύτερη ταινία που περιέχονταν στο συγκεκριμένο πρόγραμμα ήταν η αντιπολεμική, канаδική, μικρού μήκους ταινία κινουμένων σχεδίων *Neighbours* (1952) ενός από τους πιο καινοτόμους σκηνοθέτες και ανιματέρ, του Norman McLaren. Το βραβευμένο με Όσκαρ έργο πραγματεύεται τις ζωές δυο γειτόνων, προβάλλοντας σε διάφορες γλώσσες το μήνυμα του ευαγγελιστή Ματθαίου περί *αγάπης για τον πλησίον*, την ίδια εποχή που ο κόσμος βάλλονταν από τις επιπτώσεις του Ψυχρού Πολέμου. Ενώ λόγω του ηθικού διδάγματος και της κινηματογραφικής της τεχνικής, η ταινία το 2009 συγκαταλέχθηκε σε λίστα της UNESCO με τα πιο σημαντικά ντοκιμαντέρ παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς (blog.nfb.ca, 2014).

Η τρίτη και τελευταία ταινία του δεύτερου προγράμματος ήταν το μικρού μήκους σουρεαλιστικό ντοκιμαντέρ *Le Sang des bêtes* (1949), με έντονα στοιχεία θρίλερ του Γάλλου κινηματογραφιστή Georges Franju. Η θεματολογία πραγματεύεται το νοσηρό περιβάλλον ενός σφαγείου που έρχεται σε αντιπαράθεση με τους

γαλήνιους ρυθμούς των παριζιάνικων προαστίων της μεταπολεμικής Γαλλίας (horrornews.net,2014-ruthlessculture.com, 2014).

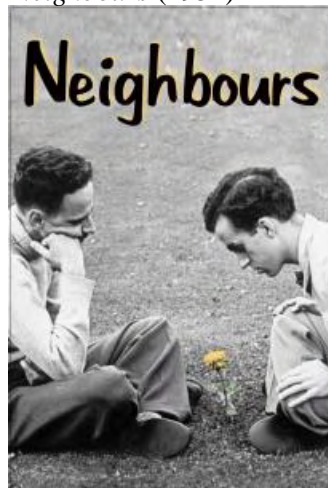
Το 4^ο πρόγραμμα του Free Cinema έφερε τον τίτλο «Polish Voices»(Πολωνικές Φωνές) και αποτελούνταν από έξι ταινίες που μπορούν να διαχωριστούν επιπρόσθετα σε δυο κατηγορίες. Αρχικά λοιπόν το πρώτο μέρος των ταινιών απαρτιζόταν από “μαύρα” ντοκιμαντέρ τα *Where the Devils Says Goodnight* (Kazimierz Karabasz, 1956), *Paragraph Zero* (Wlodzimierz Borowik, 1956) και το *The House of Old Women* (Jan Lomnicki, 1957). Και οι τρεις ταινίες φέρεται να έκανα ιδιαίτερη αίσθηση λόγω της προβληματικής τους με τα πιο φλέγοντα ζητήματα της πολωνικής κοινωνίας. Η τελευταία μάλιστα, που πραγματεύεται τη ζωή της τρίτης ηλικίας, χαρακτηριστική ως έπος λαμβάνοντας αρκετά τιμητικά βραβεία σε φεστιβάλ. Ακολούθως οι υπόλοιπες τρεις ταινίες χαρακτηρίστηκαν ως πειραματικές, ξεκινώντας με δυο ταινίες κινουμένων σχεδίων το *Dom* (Jan Lenica, 1958) και το *Once upon a Time* (Walerian Borowczyk, 1957).

Εικόνα 86: Η αφίσα της ταινίας *Le Sang des bêtes* (1949)



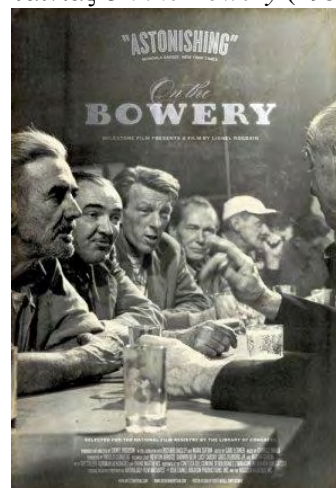
Πηγή:
horrornews.net/wp-content/uploads/2013/02/Blood_of_the_Beasts-1948-movie-1.jpg

Εικόνα 87: Η αφίσα της ταινίας *Neighbours* (1952)



Πηγή:
media1.nfb.ca/medias/nfb_tube/jackets/neighbours_voisins.jpg

Εικόνα 88: Η αφίσα της ταινίας *On the Bowery* (1955)



Πηγή:
movieposterdb.com/posters/12_01/1957/50800/1_50800_88fb954c.jpg

Διαφαίνεται ότι η Επιτροπή του κινήματος επέλεξε τις δυο αυτές ταινίες ως χαρακτηριστικά παραδείγματα του παράλογου μοντερνισμού που επικρατούσε εκείνη την εποχή στην πολωνική τέχνη. Παράλληλα από τα κείμενα που συνόδευαν το πρόγραμμα προκύπτει ότι επρόκειτο για εξαιρετα παραδείγματα συμβολισμού της σύγχρονης ανασφάλειας, που επισκιάζεται από τις νοσταλγικές αναμνήσεις και την απειλή της καταστροφής που караδοκούσε λόγω του Ψυχρού Πολέμου. Το παρόν πρόγραμμα ολοκλήρωσε η πειραματική ταινία *Two Men and a Wardrobe* (*Δυο Άνδρες και μια Ντουλάπα*, Roman Polanski, 1957) η οποία επιλέχθηκε λόγω της αναπαράστασης της κουλτούρας και της αστικής ζωής της ανατολικής Ευρώπης. Μάλιστα η προβολής της

ταινίας προκάλεσε εντύπωση κατορθώνοντας να ανατρέψει την στερεότυπη εικόνα ζωής του απομονωμένου σοβιετικού μπλοκ κατά την περίοδο του Ψυχρού Πολέμου (Sørenssen, 2012: 198-197).

Συγκρίνοντας τις πολωνικές ταινίες του 4^{ου} προγράμματος με τα βρετανικά ντοκιμαντέρ του Free Cinema παρατηρείται η διαφορετική προσέγγιση κριτικής των αστικών και κοινωνικών ζητημάτων. Η κριτική των βρετανικών παραγωγών περιστρέφεται γύρω από τα υλικά αγαθά, την ταξική διαστρωμάτωση και την γενιά των οργισμένων νέων, ενώ από της πολωνικές ταινίες διακρίνεται μια πιο συστηματική κριτική σε θέματα ζωτικότερης σημασίας που σχετίζονται με την πολιτική και τις διαφορετικές κουλτούρες αυτού του πολυσύνθετου κράτους. Τέλος, από βιβλιογραφικές αναφορές προκύπτει ότι το συγκεκριμένο πρόγραμμα αποτέλεσε εναρκτήριο λάκτισμα για την δημιουργία αμίδρομων σχέσεων μεταξύ των δυο κινηματογραφικών σχολών. Ιδιαίτερα για τον πολωνικό κινηματογράφο το Free Cinema αποτέλεσε πηγή έμπνευσης και αναφοράς για τους μετέπειτα εθνογραφικούς ντοκιμαντερίστες, ενώ στα χρόνια που ακολούθησαν ο Lindsay Anderson κλήθηκε από τον Οργανισμό Ντοκιμαντέρ της Βαρσοβίας να κινηματογραφήσει της αστική ζωή και κοινωνία της χώρας (Sørenssen, 2012: 198-199).

Εικόνα 89: Η αφίσα της ταινίας *Les Mistons* (1957)



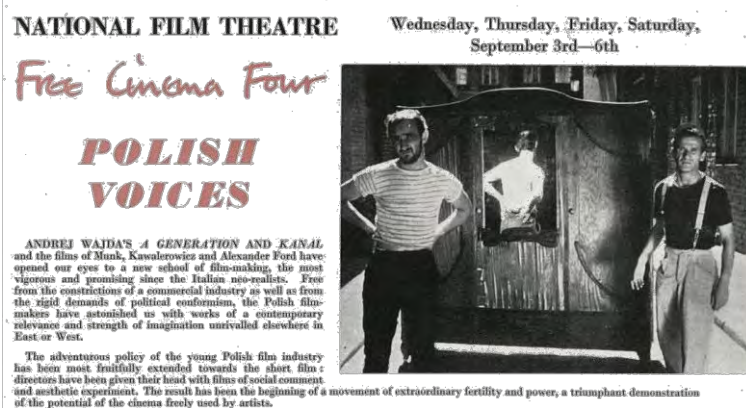
Πηγή: fulltv.tv/movies/les-mistons.html

Εικόνα 90: Η αφίσα της ταινίας *Le Beau Serge* (1958)



Πηγή: bonjourtristesse.net/t/2011/09/le-beau-serge-1958.html

Εικόνα 91: Το φυλλάδιο που συνόδεψε τις ταινίες του 4^{ου} προγράμματος με τις πολωνικές ταινίες



Πηγή: archives.wordpress.stir.ac.uk, ίδια επεξεργασία

Εν συνεχεία το 5^ο πρόγραμμα αποτελούνται από δείγμα δουλειάς των σκηνοθετών της γαλλικής Nouvelle Vague και στόχο είχε να παρουσιάσει στο βρετανικό κοινό το συγκεκριμένο κίνημα μέσα από του σημαντικότερους τους εκπροσώπους του. Έτσι προβλήθηκε η ταινία *Les Mistons* (1957), ένα από τα πρώτα αναγνωρίσιμα σκηνοθετικά εγχειρήματα του François Truffaut, που λαμβάνει χώρα στην γαλλική αγροτική ενδοχώρα αποτυπώνοντας με λυρικό τρόπο την καθημερινή ζωή. Πιο συγκεκριμένα καταγράφεται η ιστορία αγάπης της πρωταγωνίστριας, που αποτελεί το μυστηριώδες αντικείμενο του πόθου, μέσα από τα αθώα μάτια των παιδιών που την παρακολουθούν. Η ταινία επευφημήθηκε και έλαβε βραβεία σε διεθνείς διαγωνισμούς, ενώ όπως σημειώνει ο ίδιος ο δημιουργός λειτούργησε ως προπομπός για την μετέπειτα ταινία του *Les quatre cents coups* (*Ta 400 Χτυπήματα*, 1959), που ήταν σταθμός στην καριέρα του (newwavefilm.com, 2014).

Τέλος η ταινία που ολοκλήρωσε το τελευταίο πρόγραμμα ξένων παραγωγών ήταν το *Le Beau Serge* (1958) ακόμη μιας εμβληματικής μορφής της Nouvelle Vague, του σκηνοθέτη Claude Chabrol. Το συγκεκριμένο έργο θεωρείται ως το ντεμπούτο του γαλλικού κινήματος και είναι ένα ρεαλιστικό μελόδραμα. Ενώ πραγματεύεται την μετάβαση του πρωταγωνιστή από το Παρίσι στην γενέτειρα του, ένα αγροτικό χωριό της υπαίθρου, όπου και συναντά το παλιό φιλικό του περιβάλλον και καλείται να επανενταχθεί σε αυτή τη μικρή κοινωνία και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει (selectiveviewing.com, 2014· slantmagazine.com, 2014).

Φ.3. ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ FREE CINEMA ΣΤΑ KITCHEN SINK DRAMAS ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΤΟΥ NEW WAVE

Η νέα τάση για τα *Kitchen Sink Dramas* για πολλούς ήταν ισοδυναμούσε με αυτή του γαλλικού Nouvelle Vague, ενώ οι εκπρόσωποι τους διέπονταν από τις αρχές και την αισθητική του Free Cinema, μιας και σε πολλές περιπτώσεις ήταν οι ίδιοι. Η έμπνευση για τα σενάρια των ταινιών προήλθε κυρίως από τη λογοτεχνία και το θέατρο και αφορούσε την απογοητευμένη κοινωνία και τις ανεκπλήρωτες ελπίδες της μεταπολεμικής Βρετανίας. Και όπως ήταν αναμενόμενο λόγω του περιεχομένου, το κοινό Free Cinema ταυτίστηκε ιδεολογικά με το συγκεκριμένο είδος (Petrie, 1996).

Αμέσως μετά το τέλος του πρώτου προγράμματος διαφάνηκε ότι το Free Cinema θα ήταν μέρος ενός ευρύτερου κινήματος που θα επέφερε ριζικές αλλαγές στις τέχνες. Εκείνη την εποχή το *Look Back in Anger* ένα έργο του John Osborne, παίζονταν στο Θέατρο της Βασιλικής Αυλής (Royal Court Theatre) του Λονδίνου, εστίαζε σε ένα ήρωα οργισμένο για τις ανεκπλήρωτες φιλοδοξίες του, παγιδευμένη και θυμωμένο για τον συντηρητισμό της σύγχρονης Βρετανίας. Το έργο επιδοκιμάστηκε για την αναπαράσταση της γενιάς των οργισμένων νέων και την καυστική υπονόμηση των κατεστημένων αξιών. Στα χρόνια που ακολούθησαν η προβληματική αυτής της γενιάς διογκώθηκε, με πολλούς καινούργιους δημιουργούς να επανεξετάζουν μια κουλτούρα απαλλαγμένη από τις ανησυχίες της κουρασμένης μεσαίας τάξης. Έτσι υλοποιήθηκε η κινηματογραφική μεταφορά του *Look Back in Anger* (*Οργισμένα Νιάτα*, 1959) από τον Tony Richardson, με την βρετανική κουλτούρα να βιώνει μια διαφορετική καλλιτεχνική επανάσταση για την οποία το Free Cinema φαίνεται να ήταν υπεύθυνο (*BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema*, 2009). Η παραγωγή αυτής της ταινίας σηματοδότησε το τέλος του ρεαλισμού και την μετάβαση στην μυθοπλασία με αυτή την διασκευή που αναγνωρίστηκε ως το πρώτο έργο του New Wave. Ο Tony Richardson όντας πλέον ιδιόκτητης εταιρείας κινηματογραφικών παραγωγών πέρασε από τα μικρού μήκους ντοκιμαντέρ του Free Cinema στις υψηλών προδιαγραφών ταινίες. Χαρακτηριστικό είναι ότι στην εν λόγω ταινία πρωταγωνίστησε ο Richard Burton, όπου και υποδύθηκε τον αλλοτριωμένο ήρωα που στομφάζει επικρίνοντας τις αδικίες του ταξικού συστήματος. Όπως οι υπόλοιπες ταινίες του είδους έτσι και αυτή διακρίνεται για τον ωριμότερο

ρεαλισμό τους, ενώ εμφανή είναι και τα κατάλοιπα του Free Cinema, όπως η επιμονή για τα εξωτερικά γυρίσματα (Bordwell & Thompson, 2003: 455).

Στο ίδιο πνεύμα κινήθηκε και η επόμενη ταινία *Room at the Top* (1958) βασισμένη σε νουβέλα, αφορούσε τους κοινωνικά καταδικάσιμους τρόπους με τους οποίους ο τυχοδιώκτης ήρωας στόχευε στην κοινωνική αναρρίχηση. Η ταινία έκανε αίσθηση λόγω του μνησίκακου τρόπο που απέδωσε το ταξικό χάσμα και λόγω των προκλητικών σκηνών (Bordwell & Thompson, 2003: 455).

Βάσει της βιβλιογραφίας όμως προκύπτει ότι η πιο χαρακτηριστική ταινία *Kitchen Sink Drama* ήταν το *Saturday Night and Sunday Morning* (*Σάββατο Βράδυ Κυριακή Πρωί*, 1961) του Karel Reisz, βασισμένο σε μυθιστόρημα του Alan Sillitoe. Η υπόθεση αφορά έναν νεαρό εργάτη βιομηχανίας ο οποίος αγανακτισμένος για την θλιβερή ζωή του και την παθητικότητα των οικείων του παρακολουθεί την καλπάζουσα οικιστική εξάπλωση των προαστίων (Bordwell & Thompson, 2003: 455).

Σε ακόμη μια ταινία του Tony Richardson το *The Loneliness of the Long Distance Runner* (Ο Επαναστάτης, 1962) ο θεατής παρακολουθεί τη ζωή ενός κρατούμενου σε αναμορφωτήριο όπου και εκπαιδεύεται ως δρομέας για αγώνες. Όπως και στην υπόλοιπες ταινίες που πραγματεύονται με την οργισμένη νέα γενιά έτσι και σε αυτή χρησιμοποιούνται τεχνικές δανεισμένες από το γαλλικό Nouvelle Vague, όπως η γρήγορη κίνηση της κάμερας για να αποδοθεί η έξαψη του ήρωα στην σκηνή του εγκλήματος και η κάμερα χειρός για την λήψη των σκηνών όπου ο ήρωας προπονείται σε υπαίθριους χώρους. Στη συγκεκριμένη ταινία ο σκηνοθέτης έχοντας αναφορές από την ταινία του François Truffaut *Les quatre cents coups* (Τα 400 Χτυπήματα, 1959) επιλέγει για την τελική σκηνή την ίδια τεχνική του φριζαρισμένου πλάνου (Bordwell & Thompson, 2003:455).

Το πρώτο εγχείρημα του Lindsay Anderson για μεγάλο μήκος ταινία ήταν το *This Sporting Life* (Η Τιμή ενός Ανθρώπου, 1963), που πραγματεύεται την ζωή ενός μεταλλωρύχου που προσπαθεί να γίνει επαγγελματίας αθλητής του ράγκμπι ενώ αντιμετωπίζει προβλήματα με την σπιτονοικοκυρά του. Ο σκηνοθέτης μέσα από το έργο του καταγγέλλει την καπιταλιστική κοινωνία μέσω της διαφθοράς του αθλητικού τομέα και των παραγόντων του (Bordwell & Thompson, 2003: 455).

Συμπερασματικά αυτές οι ταινίες αποτελούν για τον βρετανικό κινηματογράφο τις τελευταίες του είδους που διατήρησαν την προοδευτική αισθητική του ρεαλισμού, συμπεριλαβαίνοντας την ρεαλιστική αναπαράσταση των χαμηλότερων βαθμίδων της κοινωνίας. Και ενώ κρίθηκαν αυστηρά για τον ωμό σεξισμό και την αλαζονεία τους, οι ταινίες του New Wave σηματοδότησαν την αισθητική επανάσταση, απελευθέρωση. Το τελευταίο επαφίεται στο γεγονός των τεχνολογικών εξελίξεων που είχαν επέλθει στα κινηματογραφιστικά μέσα, τέτοιες ήταν οι ελαφρύτερες φορητές κάμερες και τα ταχύτερα και μεγαλύτερης διάρκειας φιλμ. Με αυτά τα βελτιωμένα μέσα οι κινηματογραφιστές ήταν πλέον σε θέση να καταγράψουν εκτενώς τα αστικά

βιομηχανικά τοπία, προάγοντας τα σε κύρια χαρακτηριστικά των ταινιών κατά των ίδιο τρόπο που η Nouvelle Vague είχε ξεκινήσει να προβάλλει τους δρόμους του Παρισιού. Υπό αυτές τις συνθήκες γεννήθηκε και μια νέα σχολή βρετανών ηθοποιών, που επέβαλε ερμηνείες ηρώων που ζούσαν στα άκρα της ταξικής διαστρωμάτωσης και ήταν σκληρές, με την σοφία του δρόμου και πιο φυσικές που βασιζόνταν στο ένστικτο (Petrie, 1996).

Εικόνα 92: Οι ταινίες του New Wave *Saturday Night and Sunday Morning* (1961), *The Loneliness of the Long Distance Runner* (1962) και *A Taste of Honey* (1962)



Πηγή: webpace.webring.com/people/gj/jlinwood/newwave.htm, ίδια επεξεργασία

Η εμπορική αποτυχία αρκετών από τις ταινίες *Kitchen Sink Dramas* επέβαλε την μεταστροφή της θεματικής από την αναπαράσταση της εργατικής τάξης στην αναπαράσταση της ζωή στις βιομηχανικές πόλεις. Οι σκηνοθέτες άρχισαν να υιοθετούν στα έργα τους την μόδα της εποχής μέσα από την σκιαγράφιση του τρόπου ζωής του Swinging London. Στα μέσα της δεκαετίας του '60 η βρετανική μόδα και το rock 'n' roll βρέθηκαν στο προσκήνιο του παγκόσμιο ενδιαφέροντας δημιουργώντας την νέα τάση. Το Λονδίνο θεωρήθηκε η πρωτεύουσα της νεωτερικότητας, λόγω της κοινωνικής κινητικότητας και της σεξουαλικής απελευθέρωσης. Έτσι μια σειρά από ταινίες της εποχής γνώρισαν μεγάλη επιτυχία κατακρίνοντας της ρηχότητα του νέου lifestyle (Bordwell & Thompson, 2003: 455-456).

Το βρετανικό New Wave είχε ολοκληρώσει τον κύκλο του μέχρι το 1963, με κάποιους από τους κύριους σκηνοθέτες να στρέφονται προς νέα είδη. Πάρα ταύτα το σύνολο αυτών ασχολήθηκε και τις επόμενες δεκαετίες με την αισθητική, την παράδοση και την κουλτούρα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου. Στα χρόνια που ακολούθησαν η επιρροή του New Wave στιγμάτισε τις παραγωγές τους διεθνούς σινεμά, πράγμα ου σηματοδοτεί τη σημασία του κινήματος. Ο μοντέρνος κοινωνικός ρεαλισμός αναζωπυρώθηκε την δεκαετία του '80 από μια νέα γενιά σκηνοθετών που ονομάστηκαν Brit Grit, με πρωτοπόρους τους Mike Leigh και Ken Loach. Όπως οι δημιουργοί του New Wave του '60 έτσι και αυτοί αφιερώθηκαν στο ρεαλισμό με ταινίες που μιλούν άμεσα για τον σύγχρονο κόσμο, αποφεύγοντας τις πιο ακραίες μορφές του μοντερνισμού (Palmer, 2006).

Φ.4. ΛΟΙΠΕΣ ΤΑΙΝΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΚΕΙΜΕΝΟ

<i>2001: A Space Odyssey (2001: Η Οδύσσεια του Διαστήματος, 1968)</i>	42	<i>Gotham City (1989)</i>	18
<i>A Kid for Two Farthings (1955)</i>	39	<i>Harry Potter (2001-2011)</i>	παντού
<i>A propos de Nice (1930)</i>	55	<i>Heartbeat (1992-2010)</i>	119
<i>A Taste of Honey (Γεύση από Μέλι, 1962)</i>	41	<i>Help! (1965)</i>	40
<i>Alphaville (1965)</i>	18	<i>Henry V (Ερρίκος ο 5ος, 1989)</i>	43
<i>American Rebel Without a Cause (1955)</i>	41	<i>Here We Go Round the Mulberry Bush (1968)</i>	41
<i>An American Werewolf in London (Ένας Αμερικανός Λυκάνθρωπος στο Λονδίνο, 1981)</i>	43	<i>If... (1968)</i>	41
<i>Anna Karenina (Άννα Καρένινα, 2012)</i>	129	<i>It Always Rains on Sunday (1947)</i>	38
<i>Anthony Bourdain: No Reservations (2005-)</i>	98	<i>L'Atalante (1934)</i>	55
<i>Australia (Αυστραλία, 2008)</i>	122	<i>Ladybird, Ladybird (1994)</i>	44
<i>Beau Serge (1958)</i>	177	<i>Lavender Hill Mob (1951)</i>	40
<i>Before Midnight (2013)</i>	77	<i>Le Sang des bêtes (1949)</i>	174
<i>Bend It Like Beckham (Καν'το όπως ο Μπέκχαμ, 2002)</i> ..	45	<i>Les Misérables (Οι Άθλιοι, 2012)</i>	129
<i>Billy Elliot (Billy Elliot Γεννημένος Χορευτής, 2000)</i> ..	127	<i>Les Mistons (1957)</i>	176
<i>Billy Liar (Μπίλι, ο Ψεύτης, 1963)</i>	41	<i>Les Quatre Cents Coups (Τα 400 Χτυπήματα, 1959)</i> ..	176, 178
<i>Blow-Up (1966)</i>	41	<i>Lisbon Story (1994)</i>	15
<i>Borat: Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan (Μποράτ, 2006)</i>	104	<i>Listen to Britain (1942)</i>	40
<i>Braveheart (1995)</i>	παντού	<i>London (Παράνομος Κόσμος, 2005)</i>	15
<i>Breakfast at Tiffany's (Πρόγευμα στο Τίφανις, 1961)</i>	15	<i>London Can Take It (1940)</i>	40
<i>Bridget Jones's Diary (Το Ημερολόγιο της Μπρίτζετ Τζόουνς, 2001)</i>	45	<i>Lost in Translation (Χαμένοι στη Μετάφραση, 2003)</i> ..	104
<i>Captain Corelli's Mandolin (Το Μαντολίνο του Λοχαγού Κορέλη, 2001)</i>	117	<i>Maleficent (2014)</i>	129
<i>Casablanca (1942)</i>	15	<i>Manhattan (1979)</i>	15, 16
<i>Casino Royale (1952)</i>	42	<i>March to Aldermaston (1959)</i>	74
<i>Chariots of Fire (Οι Δρόμοι της Φωτιάς, 1981)</i>	43	<i>Marry Poppins (1964)</i>	42
<i>Cheers (1982–1993)</i>	127	<i>Metropolis (1927)</i>	18
<i>Closer (Εξ Επαφής, 2004)</i>	45	<i>Miami Vice (1984–1989)</i>	125
<i>Darling (1965)</i>	41	<i>Midnight Express (Το Εξπρές του Μεσονυχτίου, 1978)</i> ..	42
<i>Deliverance (Όταν Ξέσπασε η Βία, 1972)</i>	119	<i>Midnight in Paris (Μεσάνυχτα στο Παρίσι, 2011)</i>	15
<i>Der Himmel uber Berlin (Τα Φτερά του Έρωτα, 1987)</i> ..	15	<i>Miracolo a Milano (Θάυμα στο Μιλάνο, 1951)</i>	15
<i>Doctor No (1962)</i>	42	<i>Modern Times (Μοντέρνοι Καιροί, 1936)</i>	23
<i>Dom (1958)</i>	175	<i>Mona Lisa (1986)</i>	38
<i>Driving Miss Daisy (Ο σοφέρ της κυρίας Ντέιζι, 1989)</i>	119	<i>Munich (2005)</i>	15
<i>East is East (1999)</i>	127	<i>My Beautiful Laundrette (1985)</i>	43
<i>Enginemen (1958)</i>	73	<i>Neighbours (1952)</i>	174
<i>Field of Dreams (Ο ξυπόλητος Τζο, 1989)</i>	107	<i>Never Say Never Again (Ποτέ Μην Ξαναπείς Ποτέ, 1983)</i>	107
<i>Four Weddings and a Funeral (Τέσσερις Γάμοι και μία Κηδεία 1994)</i>	44	<i>New York Stories (Ιστορίες της Νέας Υόρκης, 1989)</i>	15
<i>Fried Green Tomatoes (Πράσινες Τηγανητές Ντομάτες, 1991)</i>	119	<i>Night and the City (Η Νύχτα και η Πόλη, 1950)</i>	38
<i>Friends (Τα Φιλαράκια, 1994-2004)</i>	104	<i>NYPD Blue (1993-2005)</i>	104
<i>Gala Day (1963)</i>	74	<i>On the Bowery (1955)</i>	174
<i>Gandhi (Γκάντι, 1982)</i>	43	<i>Once upon a Time (1957)</i>	175
<i>Georgy Girl (1966)</i>	41	<i>Our Daily Bread (1936)</i>	199
<i>GoldenEye (Επιχείρηση Χρυσά Μάτια, 1995)</i>	42	<i>Palermo Shooting (2008)</i>	15
<i>Goldfinger (Τζέιμς Μποντ, Πράκτωρ 007 Εναντίων Χρυσοδάκτυλου, 1964)</i>	42	<i>Paragraph Zero (1956)</i>	175
		<i>Paris-Texas (1984)</i>	15
		<i>Passport to Pimlico (1949)</i>	40
		<i>Peeping Tom (Ο Ηδονοβλεψίας, 1960)</i>	38
		<i>Performance (1970)</i>	41
		<i>Pirates of the Caribbean (Οι Πειρατές της Καραϊβικής, 2003-)</i>	100

<i>Pride and Prejudice</i> (1995).....	135	<i>Trainspotting</i> (1996).....	45, 103, 127
<i>Pride and Prejudice</i> (Περηφάνια και Προκατάληψη, 2005)	98, 133	<i>Two Men and a Wardrobe</i> (Δυο Άνδρες και μια Ντουλάπα, 1957).....	175
<i>Prometheus</i> (Προμηθέας, 2012).....	129	<i>Where the Devils Says Goodnight</i> (1956).....	175
<i>Repulsion</i> (Αποστροφή, 1965)	41	<i>Which We Serve</i> (Ναυάγιο στα Νερά της Κρήτης, 1942) 40	
<i>Rob Roy</i> (Ρομπ Ρόι: Εις το Όνομα της Τιμής, 1995)....	127	<i>Wonderland</i> (Χώρα των Θαυμάτων, 1999).....	39
<i>Roma</i> (Ρόμα, 1972)	15	<i>Yellow Submarine</i> (Το Κίτρινο Υποβρύχιο, 1968)	40
<i>Room with a View</i> (Δωμάτιο με Θέα, 1986).....	43	<i>Zéro de Conduite</i> (1933)	55
<i>Saturday Night and Sunday Morning</i> (Σάββατο Βράδυ Κυριακή Πρωί, 1961)	178	<i>Ζορμπάς</i> (1964).....	77
<i>SeaChange</i> (1998-2000)	119	<i>Μανταλένα, 1960,</i>	77
<i>Seinfeld</i> (1989-1998).....	104	<i>Οζ</i> (1939).....	18
<i>Sense and Sensibility</i> (Λογική και Ευαισθησία, 1995)...44, 98		<i>Στέλλα</i> (1955)	77
<i>Sex and the City</i> (1998-2004).....	103, 104	<i>στο Riff Raff</i> (1994)	44
<i>Sherlock</i> (2010-).....	98	<i>Το Κορίτσι με τα Μαύρα</i> (1956).....	77
<i>Skyfall</i> (2012)	129, 135, 139		
<i>Snow White and the Huntsman</i> (Η Χιονάτη και ο Κονηγός, 2012).....	129		
<i>Star Wars</i> (Ο Πόλεμος των Άστρων, 1977-1983)...42, 133			
<i>Steel Magnolias</i> (Ανθισμένες Μανόλιες, 1989)	107		
<i>Terminus</i> (1961).....	74		
<i>The Crying Game</i> (Το Παιχνίδι των Λυγμών, 1992)	45		
<i>The Da Vinci Code</i> (Κώδικας Da Vinci, 2006).....	139		
<i>The Elephant Man</i> (Ο Άνθρωπος Ελέφαντας, 1980).....	44		
<i>The English Patient</i> (Ο Άγγλος Ασθενής, 1997)	44		
<i>The Full Monty</i> (Άντρες με τα Όλα τους, 1997).....	127		
<i>The House of Old Women</i> (1957).....	175		
<i>The King's Speech</i> (Ο Λόγος του Βασιλιά, 2010).....	127		
<i>The Knack ... and How to Get It</i> (Το Νακ και Πως να Το Αποκτήσετε, 1965)	41		
<i>The Lady from Shanghai</i> (Η Κυρία απ` τη Σαγκάη, 1947)	15		
<i>The Last Samurai</i> (Ο Τελευταίος Σαμουράι, 2003)	104		
<i>The Loneliness of the Long Distance Runner</i> (Ο Επαναστάτης, 1962).....	178		
<i>The Merchant of Venice</i> (Ο Έμπορος της Βενετίας, 2004)	15		
<i>The Piano</i> (Μαθήματα Πιάνου, 1993).....	107		
<i>The Plow that Broke the Plains</i> (1936).....	199		
<i>The Proud City</i> (1945)	31		
<i>The River</i> (1937)	199		
<i>The Saturday Men</i> (1963)	74		
<i>The Servant</i> (Ο Υπηρέτης, 1963)	41		
<i>The Sheltering Sky</i> (Τσάι στη Σαχάρα, 1990)	100		
<i>The Sound of Music</i> (Η μελωδία της Ευτυχίας, 1965) ..119			
<i>The Vanishing Street</i> (1962)	73, 83		
<i>The Way We Live</i> (1946).....	24, 31		
<i>The World is not Enough</i> (Ο Κόσμος δεν είναι Αρκετός, 1999)	42		
<i>This is England</i> (Αυτή είναι η Αγγλία, 2006)	127		
<i>This Sporting Life</i> (Η Τιμή ενός Ανθρώπου, 1963).....	178		
<i>To Rome with Love</i> (Στην Ρώμη με Αγάπη, 1912).....	15		
<i>Tomorrow's Saturday</i> (1962)	73		
<i>Topkapi</i> (1964).....	15		

ΠΗΓΕΣ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Ανθρακοπούλου, Μ.Τ. και Καμπέρη, Κ. (2008) 'Η Αναπαράσταση της Πόλης στον Κινηματογράφο. Το Παρίσι μέσα από το Κινηματογραφικό Κίνημα το Nouvelle Vague', Διπλωματική Εργασία, Βόλος: ΠΘ-ΤΜΧΠΠΑ, σελ. 157-168.
- Βοζάνη, Α. (2005) 'Η αντίληψη του χώρου στην αρχιτεκτονική και τον κινηματογράφο', *αρχιτέκτονες*, 53, σελ. 55-58 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.sadas-pea.gr/archive/2000-2011/ARXITEKTONES_53.pdf> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Γκίκα, Γ. (2010) 'Η προβολή των ελληνικών τουριστικών περιοχών, μέσω των ξένων κινηματογραφικών ταινιών', Διπλωματική Εργασία, Βόλος: ΠΘ-ΤΜΧΠΠΑ, σελ. 108-115.
- Γουδέλης, Τ. (2010) 'FREE CINEMA(Βρετανικός Ελεύθερος Κινηματογράφος)', *Αφιέρωμα στο FREE CINEMA Σχολείου Θεωρίας, Ιστορίας, κριτικής Κινηματογράφου Β. Ραφαηλίδη*, 27 Φεβρουαρίου 2010, Αθήνα: Camera Stylo Online, [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:http://camerastyloonline.wordpress.com/2010/02/27/free_cinema_tou_tasou_goudeli/> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Δατσέρη, Μ. (2012) 'Οι Παραγκουπόλεις ως Φαινόμενο της Άτυπης Ανάπτυξης των Πόλεων: Το Παράδειγμα του Sao Paulo', στο Ελληνική Εταιρεία Περιφερειακής Επιστήμης ERSA (επ.) *10^ο Τακτικό Επιστημονικό Συνέδριο "Οικονομική Κρίση και Πολιτικές Ανάπτυξης και Συνοχής"*. Θεσσαλονίκη: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σελ. 2 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://plandevl.web.auth.gr/ERSA_GR_CONF_2012/papers/Datseri_paper.pdf> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Ζούγλας, Β. (2012) 'Ο Αρχιτεκτονικός Χώρος στον Κινηματογράφο', *ARCHISEARCH.GR*, [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.archisearch.gr/article/687/o-arxitektonikos-xwros-ston-kinimatografo.htm>> [πρόσβαση 5 Αυγούστου 2013]
- Καζούκας, Κ. και Κωστανάσιος, Ε. (2006) 'Ένας πεζός αναρωτιέται περιδιαβάζοντας την πόλη – Διαθεματική ανάγνωση του βιβλίου «Ανθρωπογεωγραφίες της Πόλης» του Γιάννη Ρέντζου', *2^ο Διεθνές Διεπιστημονικό Συνέδριο «Επιστήμη και Τέχνη: Κοινή Πορεία προς το Ωραίο και την Αλήθεια*, Αθήνα: Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο:< http://geander.com/Kaz_Kos.pdf> [πρόσβαση 27 Δεκεμβρίου 2014]
- Καρπαθιωτάκη, Θ. (2007) 'Η περίπτωση του κινηματογράφου σαν Εργαλείο Μάρκετινγκ Προορισμού', *Πρακτικά Πανελληνίου Συνεδρίου Νέες Τεχνολογίες και Marketing*, Ιεράπετρα: ΤΕΙ Κρήτης-Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης, σελ. 111-117 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο:<URL:http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCUQFjAB&url=http%3A%2F%2Fmyoffice.gr%2Fbusiness-library%2Fitem%2Fdownload%2F57_5f19294f243e6149738417fcc5382cd5.html&ei=HScOVNTWDYvb7AbcQlGIDQ&usq=AFQjCNGNynvQe3510mJ7stAcT6c3-j9thg&sig2=JhR3kBbmOmmf3fiTN962Aw&bvm=bv.74649129,d.ZGU> [πρόσβαση 27 Αυγούστου 2014]
- Κουσιδώνης, Χ. (2003) 'Η επιχειρησιακή επάρκεια ως προϋπόθεση της τοπικής αυτοτέλειας', στο Γετίμης, Π. και Καυκαλάς, Γ. (επ.) *Χώρος και Περιβάλλον: Παγκοσμιοποίηση – Διακυβέρνηση – Βιωσιμότητα*. Αθήνα: ΤΟΠΟΣ και Ι.Α.Δ.Α.Π., 249-264.
- Κούτουλας, Δ. και Σταυρινούδης, Θ. (2006) 'Διαχρονική εξέλιξη και στρατηγικές κατευθύνσεις ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού σε συνθήκες διεθνούς επέκτασης και γιγάντωσης των Ευρωπαίων tour operators', στο Αγγελής, Β. και Μαρούδας, Λ. (επ.) *Οικονομικά Συστήματα, Αναπτυξιακές Πολιτικές και Στρατηγικές των Επιχειρήσεων στην Εποχή της Πλανητικής Αγοράς*, Αθήνα: Παπαζήση [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/Stratigikes%20katefthinseis%20anaptiksis.doc> [πρόσβαση 22 Αυγούστου 2014]
- Λάλου, Γ. (2012) 'Η συμβολή του Κτισμένου Περιβάλλοντος στο Μάρκετινγκ και το Branding των Πόλεων: το παράδειγμα του Βερολίνου', Μεταπτυχιακή Εργασία, Βόλος: ΠΘ-ΤΜΧΠΠΑ, σελ. 3.
- Μαντάς, Ν. (2010) 'Η αναπαράσταση της "έμβιας πόλης" στον κινηματογράφο : οι περιπτώσεις της Ρώμης και της Αθήνας', Διπλωματική Εργασία, Βόλος: ΠΘ-ΤΜΧΠΠΑ, σελ. 30-40.

- Νικολακοπούλου, Χ. (2011) 'Δημιουργική πόλη, διεθνής εμπειρία & ελληνική πραγματικότητα', Διπλωματική Εργασία, Βόλος: ΠΘ-ΤΜΧΠΠΑ, σελ. 33.
- Οικονόμου, Δ.(2011) *Πολεοδομική Πολιτική: Σημειώσεις, Πρώτο Μέρος*, σημειώσεις μαθήματος Πολεοδομική Πολιτικής προπτυχιακού προγράμματος σπουδών ΤΜΧΠΠΑ, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, σελ.16-20.
- Οικονόμου, Δ. (2004) *Πολεοδομία III: Σημειώσεις*, σημειώσεις μαθήματος Πολεοδομική Πολιτικής προπτυχιακού προγράμματος σπουδών ΤΜΧΠΠΑ, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, σελ 11-15.
- Παπαγιαννάκης, Α. & Τσαμτζή, Δ. (2012) 'Ουτοπία ή Δυστοπία; Η Μελλοντική Πόλη στην Ουτοπική Θεωρία, στην Κινηματογραφική Επιστημονική Φαντασία και στην Σύγχρονη Πραγματικότητα', στο Γοσποδίνη, Α., Γουσιος, Δ., κ.ά.(επ.) *Βιβλίο Πρακτικών 3^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Πολεοδομίας, Χωροταξίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης*. Βόλος: πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας και Εκδόσεις Γράφημα, σελ. 606-613.
- Παπαδόπουλος, Γ. (2005) *Η πόλη στον Κινηματογράφο*, Ελευθεριακή Κολεκτίβα Αντιεξουσιαστικής Επιθυμίας: Βραχόκηπος [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.vrahokipos.net/old/against/arts/town.htm>> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Παπακωνσταντίνου, Γ. (2002) 'Η πόλη στον κινηματογράφο του μεσοπολέμου και ο κινηματογράφος της πόλης', (παρέμβαση στην ημερίδα «Η πόλη στη λογοτεχνία και τον κινηματογράφο», που διοργάνωσαν στις 2-2-2002 το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου, η Πανελλήνια Ένωση Κριτικών Κινηματογράφου και το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου)
- Παπακωνσταντίνου, Γ. (2005) 'Αφηγήσεις του χώρου στον πειραματικό κινηματογράφο', *αρχιτέκτονες*, 53, σελ. 69-71 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.sadas-pea.gr/archive/2000-2011/ARXITEKTONES_53.pdf> [πρόσβαση 28 Ιουνίου 2013].
- Ρέντζος, Γ. (2006) *Ανθρωπογεωγραφίες της πόλης: διεπιστημονική, διαθεματική και διαπολιτισμική προσέγγιση του αστικού φαινομένου*, Αθήνα: Τυπωθήτω, σελ. 128-129.
- Συμβούλιο της Ευρώπης-CEMAT (2007) 'Ζωνοποίηση', στο Μπεριάτος, Η., Σταθάκης, Δ. και Γουργιώτης, Α. (επ.) *Γλωσσάριο Χωροταξίας, Σύνοδος των Υπουργών Χωροταξίας του Συμβουλίου της Ευρώπης(CEMAT) - Χώρος και τοπίο 2*, Στρασβούργο: Εκδόσεις του Συμβουλίου της Ευρώπης, σελ. 17 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=c5MCXrpdLNE%3d&tabid=322&language=el-GR>> [πρόσβαση 22 Ιουλίου 2014]
- Φούφρη Δ. (2009) 'Η πόλη στον κινηματογράφο: Το άλλο Παρίσι', Μεταπτυχιακή Σπουδαστική Εργασία, Αθήνα: ΕΜΠ-ΤΑΜ, σελ. 6-11 [διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://courses.arch.ntua.gr/fsr/129128/ergasia-5.pdf>> [πρόσβαση 30 Ιουνίου 2013]
- Knox, P. και Pinch (2009) *Κοινωνική γεωγραφία των πόλεων*, Αθήνα: Σαββάλας, σελ.114, 337, 340, 99-100.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Anderson, L. (1957) "Get out and Push!", in Maschler, T. (επ.) *Declaration*, London: MacGibbon and Kee, σελ.160
- AlSayyad, N. (2006) *Cinematic Urbanism*, New York: Routledge, σελ 1-18.
- Barber, M. (1994) 'Power and Control in Education 1944-2004', *British Journal of Educational Studies*, 42(4), σελ. 348-362.
- Beeton, S (2005) *Film-induced Tourism (Aspects of Tourism)*, Clevedon: Channel View Publications, σελ. 9.
- Berger, J. (1964) 'Look at Britain', *Sight and Sound*, Summer 157, σελ.12-13.
- Brown, G. (2002) 'Paradise Found and Lost: The Course of British Realism', στο Murphy, R. (επ.) *The British Cinema Book*. London: British Film Institute, σελ. 248-253.
- Butler, T. και Hamnett, C. (2013) 'Re-classifying London: a growing middle class and increasing inequality', *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action*, 17(2), σελ. 197-208.
- Carl, D., Kindon, S. και Smith, K. (2007) 'Tourist's experiences of film locations: New Zealand as 'Middle Earth'', *Tourism Geographies*, 9 (1), 49-63.
- Christie, I. (2010) 'London in Cinema: the Cinematic City Since 1945-London Eyes: Reflections in Text and Image', *Screen*, 51(3), σελ. 281-285.
- Clarke, A. (2012) 'Documentary', στο Bell, E. και Mitchell, N. (επ.) *Britain: Directory of World Cinema*. Bristol: Intellect, σελ. 207-208.
- Connell, J. (2012) 'Film Tourism- Evolution, Progress and Prospects', *Tourism Management: Progress in Tourism Management*, University of Exeter Business School: 33(5), σελ.1007-1029.
- Cornish R. & Ketels V. (1985) *The Plays of the Sixties: Landmarks of Modern British Drama*, London: Methuen, σελ. viii-ix.
- Cronin, E.J. (1994) 'Embourgeoisement', στο Stearns, N.P. (επ.) *Encyclopedia of Social History*. Garland: Taylor & Francis, σελ. 304.
- Croy, G.W. (2010) 'Planning for Film Tourism: Active Destination Image Management', *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), σελ. 21-30.
- Day, G. (2000) 'Introduction', Bloom, C. και Day, G.(επ.) *Literature and Culture in Modern Britain*, Harlow: Pearson, σελ 12.
- Debeljak, A. (1998) *Reluctant modernity: the institution of art and its historical forms*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, σελ.129.
- Drazin, C. (2011) *The Faber Book of French Cinema*, London: Faber & Faber, σελ. 85-87.
- Dumančić, M. (2014) 'The Cold War's cultural ecosystem: angry young men in British and Soviet cinema, 1953–1968', *Cold War History*, 14(3), σελ. 403-422.
- Enticknap, L. (2001) 'Postwar urban redevelopment, the British film industry, and the way we live', στο Shield M. και Fitzmaurice T. (επ.) *Cinema and the city: Film and urban societies in a global context*, Oxford: Blackwell Publishers, σελ. 234-243.
- Freitas, D.S. (2007) 'Representations Of Dystopia And The Film City Of London', στο Barber, S. και Cunningham, G. (επ.) *London Eyes: Reflections in Text and Image*. ΗΠΑ: Berghahn Books, σελ. 177-180.
- Frey, H. (2007) 'Shutting Out The City Reflections On The Portrayal Of London In 1960s Auteur Cinema', στο Barber, S. και Cunningham, G. (επ.) *London Eyes: Reflections in Text and Image*. ΗΠΑ: Berghahn Books, σελ. 135-137.
- Grierson, J. (1966) *Grierson on Documentary*, Λονδίνο: University of California Press, σελ. 199.
- Gold R., J (2002) 'The real thing? Contesting the myth of documentary realism through classroom analysis of films on planning and reconstruction', στο Cresswell T. και Dixon D. (επ.) *Engaging Film: Geographies of Mobility and Identity*, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers inc, σελ. 209-225.

- Gold R., J. και Ward V., S. (1997) 'Of Plans and Planners: documentary film and the challenge of the urban future, 1935-1952', στο Clarke D. V. (επ.) *The cinematic city*, Glasgow: Routledge, σελ.61-80.
- Hahm, J. και Wang, Y. (2011) 'Film-induced tourism as a vehicle for destination marketing: is it worth the efforts?', *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(2), σελ. 165- 179.
- Hedling, E. (2003) 'Lindsay Anderson: Sepuence and the rise of auteurism in 1950s britain', στο Mackillop I. και Sinyard N. (επ.) *British Cinema of the 1950s: a celebration*, Ηνωμένο Βασίλειο: Manchester University Press, σελ.23-35.
- Highmore, B. (2005) 'Introduction – Methodology I: Culture, Cities and Legibility', *Cityscapes: Cultural Readings in the Material and Symbolic City*, New York: Palgrave Macmillan, σελ.9
- Hill, J. (1986) *Sex, class and realism: British cinema 1956-63*, London British Film Institute, σελ. 1,22,136.
- Hutchings, P. (2009) 'Beyond the New Wave: Realism in British Cinema 1959-1963', *The British Cinema Book*, 2^η εκδ., London: British Film Institute, (17), σελ. 146-161.
- Kavaratzis, M. (2004) 'From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands'. *Place Branding*, 1 (1), σελ. 58-73.
- Kerrigan, F. (2010) *Film Marketing*, Oxford: Routledge, σελ. 69-71.
- Kim, S. (2011) 'Audience involvement and film tourism experiences: emotional places, emotional experiences', *Tourism Management*, 33(2012), σελ. 387-396.
- Landry, C. (2006) *The Art of City Making*, Λονδίνο: Earthscan Publications Ltd., σελ 39-45.
- Landry, C. (2008) *The creative city: A toolkit for urban innovators*, 2^η εκδ., Λονδίνο: Earthscan Publications Ltd, σελ 133-135.
- Murphy, R. (1992) *Sixties British cinema*, 1^η εκδ., London: British Film Institute, σελ.11.
- Petrie, D. (1996) 'British Cinema: The Search for Identity', στο Nowell-Smith, G. (επ.) *The Oxford History of World Cinema*. Νέα Υόρκη : Oxford University Press, σελ. 604-605.
- Richens, P., Thomas, M. και Sussner, J. (2006) 'Patterning reconfigurable narrative: interactive cinema as architectural elevation within 3D interactive digital environments', *Digital Creativity*, 17(4), σελ. 243-256.
- Rockhill, G. (2014) *Radical History and the Politics of Art*, New York: Columbia University Press, σελ 102-104.
- Shield, M. (2001) 'Cinema and the city in history and theory', στο Shield M. και Fitzmaurice T. (επ.) *Cinema and the city: Film and urban societies in a global context*, Oxford: Blackwell Publishers, σελ.1-18
- Shonfield, K. (2010) 'Glossing with graininess: cross occupations in postwar British film and architecture', *The Journal of Architecture*, 3(4), σελ. 355-375.
- Smith, A. (2007) 'Displacing Urban Man: Sherlock Holmes's London', στο Barber, S. και Cunningham, G. (επ.) *London Eyes: Reflections in Text and Image*, ΗΠΑ: Berghahn Books, σελ. 47-49.
- Soliman D., M. (2011) 'Exploring the role of film in promoting domestic tourism: a case study of Al Fayoum, Egypt', *Journal of Vacation Marketing*, 17 (3), σελ. 225-235.
- Sørenssen, B. (2012) 'The Polish Black Series Documentary and the British Free Cinema Movement', στο Imre, A. (επ.) *A Companion to Eastern European Cinemas*. Malden: Wiley-Blackwell, σελ. 183-184 και 196-99.
- Street, S. (1997) *British national cinema*, London: Routledge, σελ. 59-61.
- Sutton, P. (2005) *If...: Turner Classic Movies British Film Guide*, 1^η εκδ., London: I.B.Tauris, σελ. 11.
- Van Den Berg, L. & Braun, E. (1999) 'Urban competitiveness, marketing and the need for organising capacity'. *Urban Studies*, 36 (5-6) 987-999.
- Waddell, N. (2012) 'Christopher Nolan's The Dark Knight: An Unacknowledged Adaptation of Joseph Conrad's The Secret Agent?', *Oxford University Press-Adaptation*, 3, σελ. 1-17.

Webster, R. (2007) 'The Aesthetics Of Walking Literary And Filmic Representations Of London In Joseph Conrad's The Secret Agent', στο Barber, S. και Cunningham, G. (επ.) *London Eyes: Reflections in Text and Image*. ΗΠΑ: Berghahn Books, σελ. 91-93.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία Διαθέσιμη και στο Διαδίκτυο

Adams, D. και Larkham J.,P. (2011) 'The post-war reconstruction planning of London: a wider perspective', *Birmingham City University: Working Paper Series*, No.8., σελ.22-25 και 37-38 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.bcu.ac.uk/_media/docs/CESR_Working_Paper_8_2011_Larkham_Adams.pdf> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2013]

Akçay, A. (2008) *The architectural city images in cinema: The representation of the city in renaissance as a case study*, MArch thesis, Middle East Technical University Library, σελ. 6-9 και 16-18 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12609699/index.pdf>> [πρόσβαση 17 Ιουνίου 2013]

Anderson, L. (1957) 'Free Cinema', *Barry Amiel & Norman Melburn trust: Universities and Left Review Summer 1957*, 1(2) [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.amielandmelburn.org.uk/collections/ulr/2_cinema.pdf> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2012]

Anderson, L. (1977) 'Free Cinema (1 and 2)', *National Film Theatre- Programme Notes 15.8.1977*, 15^η Αυγούστου [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/archive/anderson-77prognotes.pdf>> [πρόσβαση 17 Ιουλίου 2014]

Andrew, J. και Spoehr, J. (2007) *Thinking strategically-Acting creatively: Conceptualizing creativity in Adelaide*, Adelaide: University of South Australia and Flinders University [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://soac.fbe.unsw.edu.au/2007/SOAC/thinkingstrategically.pdf>> [πρόσβαση 28 Ιουλίου 2014]

Antakly de Mello, C. (2009) 'Free Cinema: o elogio do homem comum', *Significação*, 29(2009), σελ. 71-72 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCoQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.revistas.usp.br%2Fsignificacao%2Farticle%2Fdownload%2F65660%2F68274&ei=eC3gU5bCOaOk0QX30IDwDw&usq=AFQjCNExnwYkiufzMRipWoX22mgVvQnQ4w&sig2=Qij5ksJ6ebY6dLm8vgVhsg&bvm=bv.72197243,d.d2k>> [πρόσβαση 12 Ιουνίου 2014]

Atkinson, R., και Easthope, H. (2007) *The consequences of the creative class: The pursuit of creativity strategies in Australia's cities*, Adelaide: University of South Australia and Flinders University [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.be.unsw.edu.au/sites/default/files/upload/research/centres/cf/CFpresentations/SOAC07Atkinson_Easthope.pdf> [πρόσβαση 27 Αυγούστου 2013]

Barber, Stephen (2007) 'Introduction: Part II: The modern age: London in image', στο Cunningham, G. και Barber, S. (επ.) *London eyes: reflections in text and image*. New York, U.S.: Berghahn Books, σελ. 119-121. 17 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.berghahnbooks.com/books/freepdfs/CunninghamLondon_part2intro.pdf> [πρόσβαση 13 Μαρτίου 2014]

Baum, S., Horton, S. και Yigitcanlar, T. (2007) 'Attracting and retaining knowledge workers in knowledge cities', *Journal of Knowledge Management*, 11(5), σελ. 6-17 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://eprints.qut.edu.au/15001/1/15001.pdf>> [πρόσβαση 13 Μαρτίου 2014]

BFI (2011) *Opening Your Eyes: How film contributes to the culture of the UK*, UK: BFI, σελ. 45 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-opening-our-eyes-2011-07.pdf>> [πρόσβαση 17 Δεκεμβρίου 2014].

Bolan, P. & Williams, L. (2008) The role of image in service promotion: focusing on the influence of film on consumer choice within tourism, *International Journal of Consumer Studies*, 32, σελ. 382-390 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2008.00672.x/pdf>> [πρόσβαση 13 Αυγούστου 2014]

- Bordwell, D. και Thompson, K. (2003) *Film History: An Introduction*, 2^η έκδοση, Boston: McGraw-Hill, σελ 454-456 και 480-481 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://printranet.redwoods.edu/FILES_FORMS/HU_Humanities/Cinema2%20Reader%20sections/21%20CINE2%20POTAMIANOS%20SP12-21.pdf> [πρόσβαση 25 Ιουνίου 2013]
- Brown D., St. (2007) *The Subversion of Sympathy in British Social Realism – uses of Laughter in the Cinematic representation of the British Working-Class.*, MPhil thesis, Glasgow: University of Glasgow - Department of Theatre and Television [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://theses.gla.ac.uk/670/1/2007brownmphil.pdf>> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2012]
- Bruno, G. (1997) 'Site-seeing: Architecture and the Moving Image', *Wide Angle*, 19.4(2), σελ. 8-24 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.pitzer.edu/academics/faculty/lerner/wide_angle/19_4/194bruno.htm> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2014]
- Carrillo J.,F., Ergazakis, K., Metaxiotis K., και Yigitcanlar, T. (2010) 'Editorial: Knowledge - based development of cities – a myth or reality?', *Journal of Knowledge Based Development*, 1(3), σελ. 153 - 157 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://sistemasdeconocimiento.org/wp-content/plugins/pintel/pdfs/9964_Yigitcanlar&al_2010_IJKBD_1_3.pdf> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2014]
- Cross J., R. (1998) *The Teddy Boy as Scapegoat*, Kyoto: Doshisha University, σελ 1, 6, 19 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.kompost.ru/files/file75709784.pdf>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Cuesta, D. J. (2001) 'Kenneth loach's Riff-Raff, Between the British Documentary Tradition and the Working-Class Cinema', *University of Almeria: ODISEA*, (2), σελ.147-156. [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.ual.es/odisea/Odisea01_DiazCuesta.pdf> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2012]
- Dixon, B. (2003) 'Archiving the 1950s', στο Mackillop I. και Sinyard N. (επ.) *British Cinema of the 1950s: a celebration*. UK: Manchester University Press, σελ. 205-213 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://en.calameo.com/read/0003653908d1dd547937b>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2013]
- Dupin, C. (2002) *Free Cinema: A selection Film-bibliography*, 2^η έκδ. , London: BFI National Library [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/filmtvinfo/publications/bibliographies/free_cinema.pdf> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Durmaz, B., Velibeyoglu, K. και Yigitcanlar, T. (2008) 'Creative cities and the film industry: Antalya's transition to a Eurasian film centre', *The Open Urban Studies Journal*, 1, σελ1-10 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://eprints.qut.edu.au/17551/1/17551.pdf>> [πρόσβαση 16 Αυγούστου 2014]
- Ellis, D. (2011) '“Swinging Realism”: The Strange Case of to Sir, With Love and Up the Junction.', στο Aaron M. (επ.) *Screen and Hamlet on Film a special supplement*, London: School of Arts at Brunel University, σελ.65-82 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://arts.brunel.ac.uk/gate/entertext/Ellis.pdf>> [πρόσβαση 17 Ιουνίου 2013]
- Ellis, J. (1977) 'Free Cinema', στο Ellis,J. (επ.) *1951-1976: BFI Productions*. Λονδίνο: BFI, σελ. 29-34 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/archive/ellis-freecinema.pdf>> [πρόσβαση 17 Ιουνίου 2014]
- Ernst & Young (2009) *Economic and Fiscal Impacts of the New Mexico Film Production Tax Credit*, New Mexico: New Mexico State Film Office and State Investment Council, σελ.10-11 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.southwindsor.org/pages/swindsorct_it/ct_studios/Impact_Study.pdf> [πρόσβαση 20 Αυγούστου 2014]
- Eskilsson, L. και Månsson, M. (2013) *Euroscreen: The Attraction of Screen Destinations.Baseline Report Assessing Best Practice*, Πολωνία: Film London, the EuroScreen Partnership και Pracownia Pomysłów, σελ 10-45 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/131223_Euroscreen_Capitalising%20on%20Screen%20To%20urism.pdf> [πρόσβαση 17 Δεκεμβρίου 2014]
- Flanagan, S., Gilbert, D. και O'Connor, N. (2010) 'The Capitalizing of the Film-Induced tourism Phenomenon Through Stakeholder Collaboration in Yorkshire, UK', *e-Review of Tourism Research*, 8(1), σελ. 114-124 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://ertr.tamu.edu/files/2012/09/847_The_capitalizing_of_the_film-

- induced_tourism_phenomenon_through_stakeholder_collaboration_in_Yorkshire_UK.2.15.2010.1-11.pdf>
[πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2014]
- Fleming, M. D. (2011) *From Real Time to Reel Time: The Films of John Schlesinger*, PhD thesis, Μελβούρνη: University of Melbourne–School of Culture and Communication, σελ. 11-15 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.academia.edu/439165/Postwar_Urban_Redevelopment_the_British_Film_Industry_and_The_Way_We_Live> [πρόσβαση 20 Μαρτίου 2013]
- Florida, R. (2003) 'Cities and the Creative Class', *City & Community*, 2(1), σελ. 3-19 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.tel-aviv.gov.il/TheCity/2013/Cities%20and%20The%20Creative%20Class.pdf>> [πρόσβαση 20 Απριλίου 2014]
- Florida, R. (2004) 'America's Looming Creativity Crisis', *Harvard Business Review* [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://hbr.org/2004/10/americas-looming-creativity-crisis/ar/1>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2013]
- Gjorgievski, M. και Trpkova M., S. (2011) 'Movie Induced Tourism: A New Tourism Phenomenon', *UTMS Journal of Economics*, 3(1), σελ. 97–104 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://utmsjoe.mk/files/Vol.%203%20No.%201/1-C3-Gjorvievski.pdf>> [πρόσβαση 12 Σεπτεμβρίου 2014]
- Gospodini, A. (2002) 'European cities and place-identity', *Discussion Paper Series*, 8(2), σελ. 19-36 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.prd.uth.gr/uploads/discussion_papers/2002/uth-prd-dp-2002-02_en.pdf> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2013]
- Gourdin-Sanguard, I. (2011) "Lindsay Anderson: Britishness and National Cinemas". *Alphaville: Journal of Film and Screen Media* 1 (Summer 2011) [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.alphavillejournal.com/Issue%201/ArticleGourdin-Sanguard.html>> [πρόσβαση 22 Νοεμβρίου 2013]
- Hall, P. (2010) 'Creativity, Culture, Knowledge and the City', *Built Enviroment*, 30(3), σελ. 256-258 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: URL: <http://studiereis.fondsbkvb.nl/wp-content/uploads/2010/06/Hall-Peter-Creativity-culture-knowledge-and-the-city.pdf>> [πρόσβαση 22 Αυγούστου 2014]
- Hanley, D. (2011) 'The British New Wave and Its Sources', *OFFSCREEN-The experience of cinema*, 25(6) Ιούλιος 2011 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://offscreen.com/view/british_new_wave > [πρόσβαση 22 Ιουλίου 2014]
- Heyck W., T. (2008) *The Peoples of the British Isles: A New History Volume III: From 1870 to Present*, 3^η εκδ., Chicago: Lyceum Books, σελ. 217-239. [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://lyceumbooks.com/pdf/PeoplesBritishIslesIII_Chapter_11.pdf> [πρόσβαση 12 Αυγούστου 2014]
- Hudson, S. και Richie, J.R.B (2006) 'Promoting Destination via film Tourism: an empirical identification of supporting marketing initiatives', *Journal of Travel Research*, 44(4), σελ. 387-396 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.academia.edu/3432925/Promoting_destinations_via_film_tourism_an_empirical_identification_of_supporting_marketing_initiatives> [πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2014]
- Hudson, S., Wang, Y. και Gil, S.M. (2010) 'The influence of a film on destination image and the desire to travel: a cross-cultural comparison', *International journal of tourism research*, 13, σελ. 177-190 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.academia.edu/591468/The_influence_of_a_film_on_destination_image_and_the_desire_to_travel_A_cross-cultural_comparison> [πρόσβαση 13 Σεπτεμβρίου 2014]
- Jacobson R., B. (2005) *Constrictions of Cinematic Space: Spatial Practice at the Intersection of Film and Theory*, Msc thesis, Μασαχουσέτη: Massachusetts Institute of Technology, σελ 7-9 [διαδίκτυο(online)] Διαθέσιμο στο: <URL: <dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/39189/65170987.pdf?sequence=1>> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Keady, S. (2004) *Working-class Culture and Work as portrayed in the Texts and Films of Alan Sillitoe's Saturday Night and Sunday Morning and The Loneliness of the Long Distance Runner*, PhD thesis, Βαρκελώνη: University of Barcelona- Department de Filologia Anglesa I Alemanya, σελ 143, 148, 263-265 και 343-345 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/132282/STEPHEN_KEADY_PhD_THESIS.pdf?sequence=1> [πρόσβαση 15 Ιουνίου 2014]

- Kunzmann K., R. (2004) 'Culture, Creativity and Spatial Planning', *The Town Planning Review*, 75(4), σελ. 383-404. [διαδίκτυο(online)] Διαθέσιμο στο: <URL: http://kulturplan.lixnet.dk/pdf/aktivitetsplan/071003_TPRCulture.pdf> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2013]
- Lambert, G. (1956) 'Free Cinema', *Sight & Sound*, Τεύχος Άνοιξης 1956, σελ. 173-177 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:<http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20090104191600/http://bfi.org.uk/features/freecinema/archive/lambert-freecinema.pdf>> [πρόσβαση 9 Μαΐου 2014]
- Loumioti, M. και Vagionis, N. (2011) 'Movies as a Tool of Modern Tourism Marketing', *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6 (2), σελ. 353-362. [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_6_No2_art20.pdf>[πρόσβαση 9 Σεπτεμβρίου 2014]
- O'Connor, K., Westerman, C. και Yigitcanlar, T. (2008) 'The making of knowledge cities: Melbourne's knowledge-based urban development experience', *Cities*, 25(2), σελ. 63-72 [Online]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://eprints.qut.edu.au/14829/1/14829.pdf>> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2013]
- Olsberg SPI (2007) *Stately Attraction- How Film and Television Programmes Promote Tourism in the UK*, Λονδίνο: FilmLondon, σελ 20, 40-41 και 76-80 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://filmlondon.org.uk/library/documents/Research_Stately_Attraction_Tourism.pdf> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2014]
- Oxford Economics (2010) The economic impact of the UK film industry, Οξφόρδη: Oxford Economics, σελ. 50-51 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/economic-impact-of-the-uk-film-industry-2010-06.pdf>> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2014]
- Oxford Economics (2012) The economic impact of the UK film industry, Οξφόρδη: Oxford Economics, σελ. 66-73 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.bfi.org.uk/sites/bfi.org.uk/files/downloads/bfi-economic-impact-of-the-uk-film-industry-2012-09-17.pdf>> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2014]
- Pallasmaa, J. (2006) 'Lived Space in Architecture and Cinema', in Uluoğlu, B., Enşici, A. & Vatansever, A. (επ.) *Design and Cinema Form Follows Film*, Newcastle: Cambridge Scholars Press, σελ. 11-32 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.ucalgary.ca/ev/designresearch/publications/insitu/copy/volume2/imprintable_architecture/Juhani_Pallasmaa/index.html> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2013]
- Palmer B., R. (2006) 'The British New Wave: A modernist cinema', στο Badley, L., Palmer, B.R. και Schneider, S.J. (επ.) *Traditions in World Cinema*. Εδιμβούργο: Edinburgh University Press, σελ. 52-63 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://archive.org/stream/The_Oxford_History_Of_World_Cinema.PDF/The_Oxford_History_Of_World_Cinema_djvu.txt>[πρόσβαση 12 Φεβρουαρίου 2014]
- Reekie, D. (2003) *Not Art: An Action of British Underground Cinema*, PhD thesis, Plymouth: University of Plymouth-Falmouth College of Arts, σελ. 139 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fpearl.plymouth.ac.uk%2Fpearl_jsui%2Fbitstream%2F10026.1%2F2329%2F1%2FDUNCAN%2520REEKIE.PDF&ei=Tr7BU5PSJKWGywOL5YGYAg&usg=AFQjCNHEDfPp0lx01uOCg54wBa2ZetoLXQ&sig2=3KthumAfO1ECbQluLW9E9Q&bvm=bv.70810081,d.bGQ> [πρόσβαση 9 Δεκεμβρίου 2013]
- Reisz, K. (1958) 'A Use for Documentary', *Barry Amiel & Norman Melburn trust: Universities and Left Review Winter 1958*, 1(3), σελ. 23-23 και 25-26 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.amielandmelburn.org.uk/collections/ulr/03_Use.pdf> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2012]
- Shi, T. (2011) *Working Class in British Films 1950s-2000s: Identity, Culture, and Ideology*, PhD thesis, Kentucky: University of Louisville - Department of Humanities, σελ 170, 295-301 και 309-313 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://digital.library.louisville.edu/utls/getfile/collection/etd/id/2300/filename/5097.pdf>> [πρόσβαση 5 Ιουλίου 2014]
- Seino, T. (2010) *Realism and Representations of the Working Class in Contemporary British Cinema*, MPhil thesis, Leicester: De Montfort University - Department of Film Studies, σελ. 5 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <https://www.dora.dmu.ac.uk/bitstream/handle/2086/4720/SOCIAL%20REALISM%20AND%20REPRESENTATI>

- ON%20OF%20THE%20WORKING%20CLASS%20IN%20CONTEMPORARY%20BRITISH%20CINEMA.pdf
> [πρόσβαση 27 Μαΐου 2012]
- Tanskanen, T. (2012) *Film Tourism: Study on How Films Can Be Used to Promote Tourism*, Bachelor's thesis, Laurea Kerava: Laurea University of Applied Sciences, σελ. 15-17 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51720/Tanskanen_Tanja.pdf?sequence=1> [πρόσβαση 12 Σεπτεμβρίου 2014]
- Tewdwr-Jones, M. (2013) 'Modern planning on film: Re-shaping space, image and representation', *Berkeley Planning Journal*, 26(1), σελ. 88-102 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://ced.berkeley.edu/bpj/2013/08/modern-planning-on-film-re-shaping-space-image-and-representation/>> [πρόσβαση 16 Φεβρουαρίου 2014]
- Turok, I. (2003) 'Cities, Regions and Competitiveness', *Regional Studies*, 38(9), σελ. 1069-1093 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://led.co.za/sites/led.co.za/files/documents/181.pdf>> [πρόσβαση 12 Αυγούστου 2014]
- Turok, I. (2004) *The Distinctive City: 'Quality' as Source of a Competitive Advantage*, Γλασκόβη: University of Glasgow [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.lse.ac.uk/geographyAndEnvironment/research/Resurgencities31%20I%20Turok.doc>> [πρόσβαση 12 Αυγούστου 2014]
- Turok, I. (2009) 'The distinctive city: pitfalls in the pursuit of differential advantage', *Environment and Planning A*, 41, σελ. 13-30 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://www.academia.edu/185162/The_Distinctive_City> [πρόσβαση 26 Αυγούστου 2014]
- Tweedie, J. (2010) 'Delirious Cities and Their Cinema: On Koolhaas and Film Studies', *Public Culture*, 22(2), σελ. 369-397 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://publicculture.dukejournals.org/content/22/2/369.full.pdf+html>> [πρόσβαση 8 Ιανουαρίου 2014]
- UK Film Council (2009) *The Cultural Impact of UK Film 1946-2006*, Λονδίνο: British Film Institute [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: http://industry.bfi.org.uk/media/pdf/f/i/CIREport_010709.pdf> [πρόσβαση 6 Μαΐου 2013].
- Van Der Vliet, E. (2009) *Make-believe: claiming the real in contemporary fiction cinema*, PhD thesis, Cape Town: University of Cape Town - Department of Film and Media Studies, σελ.20 [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: https://open.uct.ac.za/bitstream/handle/11427/8128/thesis_hum_2008_van_der_vliet_e.pdf?sequence=1> [πρόσβαση 5 Νοεμβρίου 2014]

Ηλεκτρονικές Πηγές

- Arch'it (2010) 'Cinem(a)rchitecture: signifying the imaginary city in film', Διαθέσιμο στο: <URL: <http://architettura.it/movies/19990901/>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2013]
- British Film Commission (2014), Studios, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.britishfilmcommission.org.uk/crew-facilities/studios/>> [πρόσβαση 18 Αυγούστου 2014]
- BBC (2007), *The Culture Show: British Film Map-Culture Show Road Trip*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.bbc.co.uk/arts/filmmap/film_map.shtml> [πρόσβαση 18 Σεπτεμβρίου 2014]
- BBC (2014), Back to Back Terraces, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.bbc.co.uk/insideout/westmidlands/series1/back-to-back-houses.shtml>> [πρόσβαση 18 Αυγούστου 2014]
- Campaign for Nuclear Disarmament (2014), *The history of CND*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.cnduk.org/information/info-sheets/item/437-the-history-of-cnd>> [πρόσβαση 18 Αυγούστου 2014]
- Chris's British Road Directory (2012), *Wartime plans*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.cbrd.co.uk/histories/ringways/background/wartimeplans.shtml>> [πρόσβαση 28 Μαΐου 2013]
- CineCollage: Film Styles and Movements (2014), *An Era of New Waves*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://cinecollage.net/british-new-wave.html#ftn>> [πρόσβαση 12 Ιουνίου 2014]
- CineCollage: Film Styles and Movementsⁱ (2014), *Nouvelle Vague: 1959-1969*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://cinecollage.net/nouvelle-vague.html>> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2014]

- Classic Literature Library (2015), *Honore de Balzac Biography*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.classic-literature.co.uk/french-authors/19th-century/honore-de-balzac/honore-de-balzac-biography.asp> /> [πρόσβαση 8 Ιανουαρίου 2014]
- Digital Media Architecture Urbanism (2013), *If I could Design London*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://dmau.com/portfolio/42/>> [πρόσβαση 28 Μαΐου 2013]
- Earlham Sociology Pages (2013), *Marxist Theory and Capitalist Class Structures*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.earlhamsociologypages.co.uk/marxclasscap.htm>>[πρόσβαση 6 Μαΐου 2014]
- Education Portal (2014), *Latchkey Kids: Definition, Effects & Statistics*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://education-portal.com/academy/lesson/latchkey-kids-definition-effects-statistics.html#lesson>> [πρόσβαση 17 Μαΐου 2014]
- Encyclopedia Britannicaⁱ (2014), *Sergey Mikhaylovich Eisenstein*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/181530/Sergey-Mikhaylovich-Eisenstein>> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2014]
- Encyclopedia Britannicaⁱⁱ (2014), *René Clair*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/119594/Rene-Clair>> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2014]
- Encyclopedia Britannicaⁱⁱⁱ (2014), *Cesare Zavattini*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/656043/Cesare-Zavattini>> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2014]
- Film London (2014), *Maps & Tours*, Διαθέσιμο στο: <URL:<http://filmlondon.org.uk/maps>> [πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2014]
- Film Londonⁱ (2014), *Bridget Jones: The Edge of Reason*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://filmlondon.org.uk/bridget_jones> [πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2014]
- Film Londonⁱⁱ (2015), *Film London Microwave*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://filmlondon.org.uk/feature-film-funding/>> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2015]
- Film Londonⁱⁱⁱ (2015), *Film London Directory*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://directory.filmlondon.org.uk/directory.asp>> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2015]
- Film London^{iv} (2015), *FLAMIN- Artists' Moving Image Network*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://flamin.filmlondon.org.uk/about_us/mission_statement> [πρόσβαση 17 Ιανουαρίου 2015]
- GFK (2014), *London and Sydney Knock Paris off the "Best City" Pedestal*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.gfk.com/news-and-events/press-room/press-releases/pages/london-and-sydney-knock-paris-off-the-best-city-pedestal.aspx>> [πρόσβαση 17 Αυγούστου 2014]
- Horrornews.net (2013), *Film Review: Blood of the Beasts (Le Sang des bêtes) (short film) (1949)*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://horrornews.net/65831/film-review-blood-of-the-beasts-le-sang-des-betes-short-film-1949/>> [πρόσβαση 17 Νοεμβρίου 2014]
- Internet Encyclopedia of Cinematographers (2014) *Walter Lassally*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.cinematographers.nl/GreatDoPh/lassally.htm>> [πρόσβαση 4 Σεπτεμβρίου 2014]
- Kate and Chelsie (2012), *Have Your Carrie Bradshaw Moment At Hôtel Plaza Athénée, Paris*, Διαθέσιμο στο: <URL:http://katieandchelsie.blogspot.gr/2012/12/sex-and-city-experience-at-plaza_10.html> [πρόσβαση 14 Αυγούστου 2014]
- Kinoeye-Warwick Blogs (2008), *Humphrey Jennings (1907-1950)*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://blogs.warwick.ac.uk/michaelwalford/entry/only_connect_some/>[πρόσβαση 8 Ιανουαρίου 2014]
- Kinoeye-Warwick Blogs (2008), *Only Connect: some aspects of the work of Humphrey Jennings*, Διαθέσιμο στο: <URL:<https://blogs.warwick.ac.uk/michaelwalford/daily/170308/>> [πρόσβαση 8 Ιανουαρίου 2014]
- Live Journal (2010), *Kitchen-sink drama*, Διαθέσιμο στο: <URL:<http://exam-prep.livejournal.com/35076.html/>> [πρόσβαση 28 Δεκεμβρίου 2013]
- London Walks (2014), *The London Walks A to Z*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.walks.com/London_Walks_Home/Pick_a_London_Walk/default.aspx> [πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2014]

- Minaret Lodge Luxury Boutique Hotel (2014), *Lord the Rings Packages Hobbit Accommodation Wanaka NZ*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.minaretlodge.co.nz/special-packages/lord-of-the-rings-hobbit-packages/>> [πρόσβαση 23 Αυγούστου 2014]
- National Film Board of Canada's blog (2011), *Neighbours: The NFB's Second Oscar Winner*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://blog.nfb.ca/blog/2011/02/27/neighbours-the-nfbs-second-oscar-winner/>> [πρόσβαση 3 Δεκεμβρίου 2014]
- New Wave Film.com (2014), *Les Mistons(1957)- Francois Truffaut*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.newwavefilm.com/french-new-wave-encyclopedia/les-mistons.shtml>> [πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2014]
- On the Bowery Film (2010), *On the Bowery(1955)*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.ontheboweryfilm.com/perfectteam.html>> [πρόσβαση 23 Σεπτεμβρίου 2012]
- Provocateur, (2015) *Το Λονδίνο μέσα από τα... γυαλιά του Woody Allen (Vol.1)*. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://provocateur.gr/post/949/to-londino-mesa-apo-ta-hellip-gyalia-toy-woody-allen>> [πρόσβαση 26 Ιανουαρίου 2015].
- Ruthless Culture (2009), *Blood Of The Beasts (1949) – Humanity's Capacity to Dream*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://ruthlessculture.com/2009/07/08/blood-of-the-beasts-1949-humanitys-capacity-to-dream/>> [πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2014]
- Screenonline (2013) *Food for a Blush (1959)-A surreal journey through bohemian Chelsea in the mid-1950s* [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/452792/index.html>> [πρόσβαση 13 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2014)ⁱ *Beyond Free Cinema: The legacy of the short lived but influential documentary movement* [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/453903/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)ⁱⁱ *Free Cinema 1: The 1956 cinema programme that launched a movement*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/592843/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)ⁱⁱⁱ *Free Cinema 3: The second programme of British films in the Free Cinema series*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/592900/>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{iv} *Every Day Except Christmas (1957)-12 hours in the life of Covent Garden fruit and vegetable market*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/438953/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^v *Nice Time (1957)-Impressions of Piccadilly Circus on a Saturday night in 1957*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/439028/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{vi} *Wakefield Express (1952)-Study of a traditional industrial community seen through the columns of its local newspaper*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/452147/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{vii} *Together (1956)-Experimental, semi-documentary film, showing London's East End through the lives of two deaf-mutes*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/439078/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{viii} *Momma Don't Allow(1956)- An evening at the Wood Green Jazz Club with Chris Barber's Jazz Band and an audience of young men and women*, Διαθέσιμο στο: <URL:<http://www.screenonline.org.uk/film/id/439003/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{ix} *O Dreamland (1956)-An examination of the attractions of the 'Dreamland' funfair in Margate*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/438978/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^x *Free Cinema 6-The final Free Cinema programme in March 1959*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/592881/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{xi} *We are the Lambeth Boys (1959)- Members of Alford House Youth Club in Kennington, London, are seen at school, at work, and taking part in the club's activities*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/439103/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]

- Screenonline (2013)^{xii} *Refuge England (1959)-The story of a Hungarian man's first day in London*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/439053/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{xiii} *Enginemen (1959)-The working day of enginemen at Newton Heath locomotive sheds, Manchester. They discuss the impact of dieselisation on their jobs*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/438928/index.html>> [πρόσβαση 12 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{xiv} *A History of Free Cinema*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/592919/index.html>> [πρόσβαση 14 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{xv} *Beyond Free Cinema-The legacy of the shortlived but influential documentary movement*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/453903/index.html>> [πρόσβαση 15 Μαρτίου 2014]
- Screenonline (2013)^{xvi} *'Social Realism- The most 'typically British' of all film genres'* [διαδίκτυο(online)]. Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.screenonline.org.uk/film/id/1037898/index.html>> [πρόσβαση 12 Δεκεμβρίου 2013]
- Selective Viewing (2014), *Review – Le Beau Serge (dir. Claude Chabrol, 1958)*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://selectiveviewing.com/2014/04/06/review-le-beau-serge-dir-claude-chabrol/>> [πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2014]
- Shortfilm (2006), *Walter Lassaly: «Η λάμψη ενός Όσκαρ... στο Φεστιβάλ της Δράμας»*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.shortfilm.gr/new.asp?id=224>> [πρόσβαση 28 Δεκεμβρίου 2013]
- Simon Anholt (2014), *City Brands Index*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.simonanholt.com/Research/cities-index.aspx>> [πρόσβαση 23 Αυγούστου 2014]
- Slant Magazine (2011), *Le Beau Serge*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.slantmagazine.com/dvd/review/le-beau-serge>> [πρόσβαση 23 Νοεμβρίου 2014]
- StudyMode (2014), *Girl, power in joy luck club and a Taste of Honey*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.studymode.com/essays/Girl-Power-In-Joy-Luck-Club-48029565.html/>> [πρόσβαση 28 Δεκεμβρίου 2013]
- Tate (2015), *Brutalism*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.tate.org.uk/learn/online-resources/glossary/b/brutalism>> [πρόσβαση 28 Ιανουαρίου 2015]
- The Garden and Landscape Guide (2013), *Patrick Abercrombie: a biography from the Garden and Landscape Guide*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.gardenvisit.com/biography/patrick_abercrombie> [πρόσβαση 28 Αυγούστου 2013].
- The Garden and Landscape Guide (2013), *The 1943/44 Abercrombie plans*, Διαθέσιμο στο: <URL: http://www.gardenvisit.com/landscape_architecture/london_landscape_architecture/landscape_planning_public_open_space/1943-44_abercrombie_plan> [πρόσβαση 28 Αυγούστου 2013].
- The Free Dictionary (2014), *embourgeoisement*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.thefreedictionary.com/embourgeoisement>> [πρόσβαση 28 Μαΐου 2014]
- UK Essays (2013) *European Film Movements Periphery Hollywood*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.ukessays.com/services/example-essays/film-studies/european-film-movements-periphery-hollywood.php?cref=1>> [πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2014].
- University of Cambridge (2009), Διεθνές Συμπόσιο *Urban Cinematics: Films, City & Narrative*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.crash.cam.ac.uk/events/23626>> [πρόσβαση 28 Σεπτεμβρίου 2013].
- VisitBritain (2012), *007's Great Mission to Lure More Tourists to Britain*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.thefreedictionary.com/embourgeoisement>> [πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2014].
- Zandberg, A. (2008) *cinema*, Διαθέσιμο στο: <URL: <http://www.adrianzandberg.pl/bi/cinema.pdf>> [πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2014].

Λοιπές Πηγές

- Τζήμου, Κ. *Συνέντευξη: Κωνσταντίνος Γιάνναρης Gender Pop 2009*, ενημερωτικό έντυπο Πρώτο Πλάνο-Οι εικόνες του 21^{ου} Αιώνα, Οι Πρωταγωνιστές της Γιορτής, Θεσσαλονίκη: 11ο Φεστιβάλ Ντοκιμαντέρ Θεσσαλονίκης, σελ. 6

[διαδίκτυο (online)]. Διαθέσιμο στο: <URL:
<http://www.filmfestival.gr/inst/Festival/gallery/FirstShot/2009/pp236.pdf>> [πρόσβαση 30 Ιουνίου 2013]

BFI-Διαδραστικό Αρχείο: Malcolm McDowell για το Free Cinema 2009, διαδραστικό βίντεο αφιέρωμα στο Free Cinema από το British Film Institute(BFI), Διαθέσιμο στο: <URL:
http://www.btplc.com/bfi/mcdowell/bb/bfi_mcdowell_main.html> [πρόσβαση 28 Αυγούστου 2013]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Π.1. Ο ΡΕΑΛΙΣΜΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό επιχειρείται η ανάγνωση του ρεαλισμού έτσι όπως μεταφέρθηκε από την λογοτεχνία στην κινηματογράφο. Έτσι ενώ ο λογοτεχνικός ρεαλισμός αναφέρεται στην τεχνική της δημιουργίας ενός αναγνωρίσιμου κόσμου, στον κινηματογράφο η εικόνα που αποθανατίζεται αναγνωρίζεται από πριν ως αυθύπαρκτη και ανεξάρτητη από τα μέσα και τον τρόπο αναπαράστασης. Το τελευταίο οδήγησε στην πάγια θέση ότι ο ρεαλισμός ήταν η μόνη καλλιτεχνική μορφή για τον κινηματογράφο, που αναπαριστά τον κόσμο ακριβώς ως έχειν. Οι κύριοι υποστηρικτές αυτής της θεωρίας, ιδίως ο Γάλλος θεωρητικός André Bazin , τόνισαν την ιδεολογική πτυχή του ρεαλισμού ότι ήταν έγκυρος, διότι αποκάλυψε την πραγματικής ζωής εκείνων των κοινωνικών ομάδων που μέχρι τότε είχαν αγνοηθεί. Ενώ οι πιο πρόσφατοι θεωρητικοί υποστηρίζουν ότι καθώς ο κινηματογράφος ωριμάζε ο ρεαλισμός έκτος από αισθητική στρατηγική λειτούργησε και ως ένα δυνατό ιδεολογικό εργαλείο (Fleming, 2011:11).

Πέρα από την πορεία της ιστορία του, η θεωρία του κινηματογράφου αποδεικνύει την παρατεταμένη αναγκαιότητα κατανόησης των ιδιαιτεροτήτων του κινηματογράφου. Χωρίς αμφιβολία ο κύριος άξονας για την μελέτη του σινεμά καλύπτει ένα θεωρητικό πλαίσιο, το οποίο στοιχειοθετείται από την σημειολογία, την ψυχανάλυση και τον ιστορικό υλισμό. Όμως εν μέσω της ανησυχίας ότι η θεωρία του κινηματογράφου έχει υποτιμηθεί, λόγω της ορθολογικής αντιμετώπισης, ορισμένοι θεωρητικοί επιχειρούν να επαναπροσδιορίσουν την φύση της κινηματογραφικής εμπειρίας. Έτσι το εγχείρημα του κινηματογράφου, να αναπαράγει την οπτικοακουστική αίσθηση, αποτυγχάνει να εξισώσει ή να μειώσει την πραγματικότητα μέσω της αναπαράστασης. Η συγκεκριμένη προβληματική διερευνά, την αποτελεσματικότητα μεταξύ αναπαράστασης και επανάληψης. Η αναπαράσταση πάντα ακολουθεί το λογικό και το όμοιο και πορεύεται παράλληλα με το σενάριο και την πόλη. Ενώ, η επανάληψη αναλώνεται στον περιορισμό των διαφορών και της ετερότητας μεταξύ πραγματικού και προβαλλόμενου.

Υπό αυτούς του όρους διαμορφώνονται τα δυο κινηματογραφικά ρεύματα του ρεαλισμού και του φορμαλισμού. Από την μία πλευρά ο ρεαλισμός αναδεικνύει την κινηματογραφική δύναμη που υπερισχύει έναντι των υπόλοιπων μορφών τέχνης, ενώ ο φορμαλισμός, με κύριο αντιπρόσωπο τον Eisenstein, αποτυπώνει την κινηματογραφική ζωτικότητα που βασίζεται στην ικανότητα να ξεπερνά και να εξιδανικεύει την πραγματικότητα. Αυτή η εξέλιξη της κινηματογραφικής θεωρίας προκύπτει ως αποτέλεσμα της σημειολογικής προσέγγισης, που βασίστηκε στην άστοχη υπόθεση, που έθεσε πρωτίστως ο κινηματογράφος, καταδεικνύοντας την σχέση με την πραγματικότητα.

Σύμφωνα με έναν ακόμα θεωρητικό τον Honoré de Balzac¹⁵, ο ρεαλιστής καταγράφει την ιστορία και την πραγματικότητα της κοινωνίας ως έχειν και αυτή ακριβώς η φράση «ως έχειν» αποτελεί το δομικό στοιχείο της θεωρίας του ρεαλισμού. Έτσι ένα έργο που δεν αναπαριστά την πραγματικότητα «ως έχειν» μπορεί να είναι πιστευτό, αποδεκτό αλλά είναι έργο φαντασίας ή γκροτέσκο και παραμένει μη ρεαλιστικό. Αυτό όμως που παραμένει αδιαμφισβήτητο είναι ότι κάθε είδος ταινίας εμπεριέχει στοιχεία ρεαλισμού και αυτό λόγω της φύσης του κινηματογράφου, μιας και η απαθανάτιση μια σκηνής αποτελεί αναπαραγωγή μιας πραγματικότητας. Μάλιστα αυτό ακριβώς ήταν και το σημείο που διαφοροποιήθηκαν οι υπόλοιποι ευρωπαίοι από τους βρετανούς θεωρητικούς. Οι μεγάλοι ευρωπαίοι θεωρητικοί, όπως ο André Bazin και ο Sergei Eisenstein, δεν απέρριψαν τις ταινίες μυθοπλασίας που δομήθηκαν υπό το πρίσμα του ρεαλισμού. Ενώ οι Βρετανοί ντοκιμαντερίστες με πρωτοπόρο τον John Grierson εναντιώθηκαν, επικαλούμενοι τον κεντρικό θεωρητικό Cesare Zavattini¹⁶ της ιταλικής σχολής νεορεαλισμού (Fleming, 2011: 12, 15).

Αποτελεί κοινή παραδοχή ότι ρεαλισμός αποτέλεσε ζωτικής σημασίας στοιχείο του βρετανικού κινηματογράφου, παρά την αρχική δυσπιστία περί ενός μεθοδευμένου κινήματος που απλώς απέρριπτε το μαζικό, εμπορικό κινηματογράφο. Μάλιστα οι πολέμιοι του βρετανικού ρεαλισμού στην προσπάθεια τους να αποδυναμώσουν το ρεύμα του New Wave αναφέρονται υποτιμητικά στις πιο μελοδραματικές ταινίες αυτού ως *'Kitchen Sink Dramas*. Προς απάντηση όμως των πολέμιων του ρεαλισμού, με το Free Cinema και εν συνεχεία με το New Wave και την κοινή ιδεολογία που τα διέπει, αναβίωσαν τα βιομηχανικά και αστικά τοπία μέσα από τους χαρακτήρες και τις ιστορίες της εργατικής τάξης, εκφράζοντας με αυτό τον τρόπο την μεσαία τάξη και της πατριαρχικές αξίες της κοινωνίας (Hutchings, 2009: 146).

Το New Wave και τα ντοκιμαντέρ του Free Cinema, θεωρήθηκαν από τους κριτικούς ως μια κίνηση προς έναν πιο ώριμο, νεωτερικό και έξυπνο κινηματογράφο. Ακολούθως γνώρισε αποδοχή και καλωσορίστηκε, γιατί αντιτίθονταν στον κομορμιστικό κινηματογράφο και αγνόησε την σύγχρονη κουλτούρα της ψυχαγωγίας.

Π.2. ΤΟ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

Βάσει του υποβάθρου της κινηματογραφικής πρακτικής και ιδεολογίας δεν προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι το κίνημα των ντοκιμαντέρ πήρε κάποια χρόνια για στοιχειοθετήσει την δική του θέση απέναντι στην πόλη

¹⁵ Ένας από τους κυριότερους Γάλλους συγγραφείς και θεμελιωτής του ρεαλισμού στην λογοτεχνία. Η Ανθρώπινη Κωμωδία αποτελεί το βασικότερο του έργο που καυτηριάζει τα χρηστά ήθη (classic-literature.co.uk, 21014).

¹⁶ Ιταλός σεναριογράφος, συγγραφέας, ποιητής και ζωγράφος που μνημονεύεται για την συμβολή του στον ιταλικό νεορεαλισμό. Οι απόψεις του για τον νεορεαλισμό εμβαθύνουν στο ντοκιμαντεριστικό ύφος των ταινιών ρεαλισμού, στην χρήση πραγματικών τοποθεσιών για τα γυρίσματα, στην αποφυγή της επιτηδευμένης έντασης του δράματος από το μοντάζ και στην ενασχόληση με τα καθημερινά ζητήματα του κοινού πολίτη (britannica.com,2014)ⁱⁱⁱ.

και τα προβλήματα της. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αποσαφηνιστεί ότι ντοκιμαντέρ και ταινίες μυθοπλασίας δεν είναι εκ διαμέτρου αντίθετα. Όμως ως ντοκιμαντέρ συνήθως ορίζονται οι ταινίες που ξεχωρίζουν για την ρεαλιστικότητα και το κοινωνιολογικό τους περιεχόμενο και με θεματικό αντικείμενο το οποίο καταγράφει τις ζωές των ανθρώπων στο καθημερινό τους περιβάλλον (Gold & Ward, 1997: 62).

Έχει παρατηρηθεί ότι πολλά από τα πρώτα ντοκιμαντέρ, που κατέγραφαν τις δραστηριότητες των ανθρώπων σε καθημερινή βάση, γυρίστηκαν σε ευρωπαϊκές και αμερικάνικες πόλεις στο μεταίχμιο του 19^{ου} και 20^{ου} αιώνα. Στο πέρασμα του χρόνου καινούργιες εικόνες της πόλης και της αστικής ζωής παρήχθησαν με τον ίδιο ρυθμό που τα ντοκιμαντέρ εξελίσσονταν μέσα από ποικίλες μορφές. Για παράδειγμα, η σκηνοθετική οπτική, που ανάλογα διαμόρφωνε το μοντάζ των αστικών σκηνών, πήγαζε από τον ρωσικό και γερμανικό κινηματογράφο. Σε αυτό ακριβώς το σημείο ήταν που δημοτικές αρχές ενδιαφέρθηκαν για τις κινηματογραφικές δραστηριότητες, στοχεύοντας στα διαφημιστικά οφέλη¹⁷ που δύναται να προκύψουν. Προοδευτικά οι κινηματογραφιστές έδειξαν ενδιαφέρον για τις φτωχές συνθήκες διαβίωσης, αντιμετωπίζοντας τις πόλεις ως χοάνες επαναστατικές διαμαρτυρίας¹⁸ (Gold & Ward, 1997: 62).

Σε μια άλλη κατεύθυνση το κίνημα των εμπορικών ντοκιμαντέρ σε ΗΠΑ και Βρετανία φέρεται να αγνοεί και να παραμελεί γενικώς την συνιστώσα της πόλης μέχρι τα τέλη του 1940. Στις ΗΠΑ κύριος λόγος υπήρξε η αναγκαιότητα για μια εναλλακτική στόχευση. Ταινίες όπως *Our Daily Bread* (King Vidor, 1936), *The Plow that Broke the Plains* (1936), *The River* (1937) εξέταζαν αντ' αυτού τα προβλήματα της αγροτικής ενδοχώρας της Αμερικής. Μέσα από αυτές τις ταινίες καταγράφεται η κοινωνικοοικονομική ιστορία των μεγάλων πεδιάδων από την εποχή του εποικισμού μέχρι τα ύστερα χρόνια της οικονομικής ύφεσης. Με εμφανείς τις επιρροές από τον σοβιετικό πειραματικό κινηματογράφο, οι ταινίες καταδεικνύουν τα ποικίλα προβλήματα που προκλήθηκαν από τα προγράμματα αναδασμού, την ρύπανση και διάβρωση του εδάφους και την επακόλουθη μετανάστευση. Μόνο μετά την προβολή της ταινίας *The City* (Willard Van Dyke, Ralph Steiner, 1939) έγιναν γνωστά στο ευρύ κοινό τα προβλήματα βιωσιμότητας που αντιμετώπισε η αγροτική ύπαιθρος (Gold & Ward, 1997: 62).

Πέρα όμως από τα παραπάνω, οι αντιξοότητες ήταν αρκετές με τους παραγωγούς των ταινιών να έρχονταν αντιμέτωποι και με θέματα χρηματοδότησης και λογοκρισίας. Έτσι λοιπόν οι οικονομικοί πόροι προέρχονταν από διαφημιστικές και κρατικές χορηγίες, με τους χορηγούς αυτών σπανίως να παρεμβαίνουν άμεσα στην σκηνοθετική κατεύθυνση και το περιεχόμενο της ταινίας. Ωστόσο την ίδια περίοδο το Βρετανικό Συμβούλιο

¹⁷ Για παράδειγμα, το δημοτικό συμβούλιο της Γλασκόβης χρηματοδότησε την παραγωγή ταινιών που έδιναν έμφαση στους χώρους πρασίνου και τις υποδομές υγείας (Gold & Ward, 1997: 62).

¹⁸ Πάρα ταύτα υπάρχει και η άποψη που υποστηρίζει ότι αυτές οι ταινίες αποτελούν μια ξεχωριστή υποκατηγορία στο είδος των ντοκιμαντέρ και πρέπει να γίνεται διαχωρισμός μεταξύ αυτών και των λιγότερο μαχητικών. Για παράδειγμα αρκετοί θεωρητικοί του κινηματογράφου έχουν θέσει επί τάπητος το ζήτημα διαχωρισμού των κοινών ντοκιμαντέρ από τα αριστερόφωνα και τις ταινίες του πειραματικού κινηματογράφου (Gold & Ward, 1997: 62).

Λογοκρισίας Ταινιών(British Board of Film Censors) επέβαλε ένα λεπτομερές σύστημα κανόνων, αποθαρρύνοντας την κινηματογραφική ενασχόληση με οποιοδήποτε αμφιλεγόμενο πολιτικό ή κοινωνικό ζήτημα, ιδιαίτερα αυτών που έθιγαν τις συνθήκες διαβίωσης των φτωχογειτονιών(*slums*). Υπό αυτές τις συνθήκες η προβολή ή και η παραγωγή αρκετών ταινιών ακυρώθηκε με την αιτιολόγηση ότι έδειχναν πάρα πολλά από την τραγική και ρυπαρή πλευρά της φτώχειας (Lord Tyrell, 1937· Gold & Ward, 1997: 64).

Στην ίδια κατεύθυνση με τα παραπάνω, αξίζει να αναφερθεί ότι υπήρξαν και περιπτώσεις όπου τα ντοκιμαντέρ χρησιμοποιήθηκαν και ως μέσο προβολής ή και προπαγάνδας για την ανάδειξη του έργου της εκάστοτε κυβέρνησης. Έτσι στις αρχές του '40 και μετά την απόφαση υλοποίησης έργων εξυγίανσης των συνθηκών διαβίωσης των φτωχογειτονιών (*slums*) της μεταπολεμικής Βρετανίας, όλα τα κόμματα ομόφωνα συμφώνησαν για την χρηματοδότηση ντοκιμαντέρ με την συγκεκριμένη θεματική. Αλλά ακόμη και τότε έμφαση δόθηκε στις πολιτικές αναδιαμόρφωσης και επαναστέγασης και όχι στα προβλήματα που μαστίζαν τις περιοχές, είτε επρόκειτο για φαινόμενα γκετοποίησης είτε για τις υποτυπώδεις τεχνικές υποδομές (Gold & Ward, 1997: 6).

II.3. Η ΔΙΑΛΕΚΤΙΚΗ ΤΟΥ GRIERSON ΓΙΑ ΤΟΝ ΡΕΑΛΙΣΜΟ ΤΩΝ ΒΡΕΤΑΝΙΚΩΝ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ

Την ίδια περίοδο στην Βρετανία οι παρατεταμένες προσπάθειες αναπαράστασης της πόλης αντανακλούν το μοντέλο εξέλιξης των ντοκιμαντέρ και ταυτόχρονα τις θεματικές τους αναζητήσεις. Το παραπάνω καταδεικνύει τις άμεσες επιρροές που δέχτηκε το βρετανικό ντοκιμαντέρ από το έργο του Σκοτσέζου σκηνοθέτη John Grierson, πρωτεργάτη του κινήματος των βρετανικών ντοκιμαντέρ που αναγνώστηκε διεθνώς. Ο τελευταίος καντηρίασε το Χόλυγουντ, που άστοχα παρέβλεπε να συνδυάσει την ψυχαγωγία με το διδακτικό περιεχόμενο. Μέσα από το έργο ώθησε καταλυτικά την ενασχόληση με το συγκεκριμένο είδος ταινιών, με αποτέλεσμα να παραχθούν πάνω από εκατό ταινίες μεταξύ 1929-1952. Ενώ η συνεισφορά του στον κινηματογράφο διαφαίνεται μέσα από τρία σημεία, τα οποία είναι σημαντικά ώστε να γίνει κατανοητό το πεδίο διερεύνησης και οι αναζητήσεις του κινήματος (Gold & Ward, 1997: 63).

Έτσι το πρώτο σημείο αφορά την έμφαση που του John Grierson να υπηρετεί το δημόσιο-κοινό 'καλό'. Ο ίδιος ως φανατικός μη μαρξιστής αλλά ταυτόχρονα βαθιά ριζοσπάστης υπερασπίστηκε το συγκεκριμένο είδος, όντας αφοσιωμένος στο εν δυνάμει παιδευτικό ρόλο των ταινιών. Για την απόδοση της ρεαλιστικότητας σημαντικός παράγοντας υπήρξε η δυνατότητα μεταφοράς της κινηματογράφησης από τα στούντιο στον εξωτερικό έμβιο χώρο. Ο ίδιος ο Grierson σημειώνει ότι ο πραγματικός ηθοποιός-κοινός πολίτης και το εγγενές φυσικό σκηνικό είναι οι καλύτεροι οδηγοί οπτικής ερμηνείας του σύγχρονου κόσμου (Gold & Ward, 1997: 63).

Όσο αφορά το δεύτερο σημείο, ενώ τα ντοκιμαντέρ γυρίζονται ώστε να παρουσιάσουν τον ρεαλιστικό κόσμο δεν υπήρξε το σκηνοθετικό δίλλημα κατά πόσο αυτό επιτυγχάνονταν. Παρόλο που ο ίδιος ο Grierson ποτέ

δεν ενστερνίστηκε την ιδέα ότι η «η κάμερα ποτέ δεν ψεύδεται», ωστόσο υποστήριζε ότι η αλήθεια είναι η ερμηνεία ή η γενικότερη αίσθηση της ταινίας, που απορρέει μόνο όταν ο κινηματογραφιστής έχει δομήσει την ταινία πάνω σε μια κατάλληλη και ουσιαστική φόρμα. Η αλήθεια αυτή δεν δύναται να αναπαραχθεί στρέφοντας απλώς την κάμερα και στοχεύοντας σε ένα αντικείμενο, αλλά αναδύεται από την δημιουργική ιδέα που καθοδηγεί τα διάφορα στάδια παραγωγής της ταινίας (Gold & Ward, 1997: 63).

Τέλος, για τα κατακτηθεί η προσδοκώμενη ρεαλιστικότητα, οι ντοκιμαντερίστες ακολούθησαν υπό την ευρεία έννοια τις οδηγίες του Grierson τονίζοντας την αισθητική και τον κοινωνικό ρόλο αυτών. Έτσι από αισθητικής άποψης, τα ντοκιμαντέρ δεν παρέμειναν μια συλλογή πληροφοριών απλώς για να συντάξουν ‘μια οπτική τέχνη’, η οποία θα μπορούσε να μεταφέρει την αίσθηση του κοινού κόσμου. Πράγματι αρκετοί συμφώνησαν ότι οι καινοτόμες μέθοδοι επεξεργασίας ήχου και εικόνας που χρησιμοποιήθηκαν στο βρετανικό ντοκιμαντέρ, συνέβαλαν καταλυτικά στην ιστορία του κινηματογράφου. Ακόμα περισσότερο όμως, θα μπορούσε και επιβάλλεται να τονιστεί η κοινωνιολογική συνεισφορά αυτών, η οποία επισήμανε την κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες του πρώτου μισού του 19^{ου} αιώνα (Gold & Ward, 1997: 63).

Π.4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΙΚΗΣ ΤΩΝ ΤΑΙΝΙΩΝ ΤΟΥ FREE CINEMA

Βάσει των όσων έχουν αναφερθεί παραπάνω διαφαίνεται ότι η βρετανική βιομηχανία του θεάματος έχει ξεχωρίσει για τις ταινίες κοινωνικού ρεαλισμού και τα ντοκιμαντέρ, εγκαθιδρύοντας μια δίκη του κινηματογραφική-σκηνοθετική σχολή. Πάρα ταύτα η μελετώμενη δεκαετία του '50 θεωρείται ως περίοδος μαρasmus για τον εθνικό κινηματογράφο, με αποτέλεσμα οι ιδιωτικές παραγωγές να στραφούν σε πιο εμπορικά είδη, όπως οι ταινίες κατασκοπίες και τα θρίλερ. Κατά συνέπεια υπολογίσιμο μέρος της δημιουργικής κοινότητας μετανάστευσε στις ΗΠΑ και πιο συγκεκριμένα στο Χόλυγουντ, όπου τα πλήρως εξοπλισμένα στούντιο και οι μεγάλοι προϋπολογισμοί για την παραγωγή ταινιών προσέλκυσαν εμβληματικές προσωπικότητες, όπως οι Charlie Chaplin και Alfred Hitchcock. Την ίδια περίοδο στην Βρετανία οι σκηνοθέτες εγκατέλειψαν την πρωτεύουσα προτιμώντας να κινηματογραφήσουν τις νοτιοανατολικές, εργατικές περιοχές της χώρας. Ενώ και στις δεκαετίες που ακολούθησαν η κινηματογραφική βιομηχανία, εγχωρία και μη, δεν απέδωσε μεθοδευμένα τα διακριτά και αναγνωρίσιμα στοιχεία του Λονδίνου, ώστε να παγιώσει τον ρόλο της στην μεγάλη οθόνη και στην συνείδηση του θεατή.

Υπό αυτούς τους όρους οι ταινίες του Free Cinema συνιστούν το αντιπροσωπευτικότερο δείγμα ταινιών. που αντικατοπτρίζουν την πολεογραφική και κοινωνική ταυτότητα της μητρόπολης. Έτσι στην επόμενη ενότητα επιχειρείται να διερευνηθεί η δυναμική των ταινιών του κινήματος, ώστε να λειτουργήσουν ως δομικό στοιχείο των κινήτρων έλξης για την προσέλκυση των κινηματογραφικών τουριστών.

Προκειμένου να αξιολογηθούν οι προοπτικές μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού, που αναδύονται μέσα από τις ταινίες του κινήματος, χρησιμοποιούνται μια σειρά από ποιοτικά κριτήρια, ώστε να

διαπιστωθούν ορισμένοι από τους παράγοντες επιτυχίας ενός τομειακού κινηματογραφικού τουρισμού. Έτσι μέσα από έρευνα δημόσιων φορέων που διερεύνησε στους κινηματογραφικούς τουριστικούς πόρους της Βρετανίας προκύπτουν τα παρακάτω ποιοτικά κριτήρια που αφορούν: το είδος της ταινίας, την απήχηση των συντελεστών των ταινιών, τον προϋπολογισμό, την σύνδεση με κάποιον κινηματογραφικό οργανισμό-ίδρυμα που πιθανόν να έχει χρηματοδοτήσει και η ταινία να φέρει το σήμα του, το είδος της κινηματογραφικής παραγωγής (ανεξάρτητη, χολιγουντιανή, Bollywood, κ.ά.), τον αριθμό εισιτηρίων και το είδος των θέσεων γυρισμάτων αναφορικά με τον αν πρόκειται για πραγματικές ή φανταστικές τοποθεσίες και αν αποτυπώνονται ή προκύπτουν εκ των υστέρων τουριστικοί πόροι. (Olsberg SPI,2007:20)

Σε συνάρτηση με την περίπτωση μελέτης τα συγκεκριμένα κριτήρια αναπροσαρμόζονται αφαιρώντας το είδος, μιας και πρόκειται για ντοκιμαντέρ που αποτυπώνουν την πόλη υπό το πρίσμα του ρεαλισμού την καθημερινότητας της κοινωνίας. Ακόμη αφαιρείται το κριτήριο του προϋπολογισμού μιας και για όλες τις ταινίες ήταν ιδιαίτερα χαμηλό, αλλά και το κριτήριο του αριθμού των εισιτηρίων μιας και τα διαθέσιμα δεδομένα αφορούν μόνο το βρετανικό κοινό. Τέλος, τα κριτήρια της εταιρείας παραγωγής ή οργανισμού χρηματοδότησης και του είδους παραγωγής παραλείπονται, αφού πρόκειται για έργα που στην πλειονότητα τους χρηματοδοτήθηκαν από το Ταμείο Πειραματικών Ταινιών του Βρετανικού Ινστιτούτου Κινηματογράφου(BFI's Experimental Film Fund) και μέρος αυτών υπήρξαν παραγωγές της Ford Motor Company και όλες φέρουν το σήμα του BFI.

Εντός αυτού του πλαισίου το πρώτο κριτήριο που διερευνάτε είναι αυτό της *αναγνώρισης των συντελεστών*. Αναλυτικότερα γι' αυτό το κριτήριο διερευνήθηκε η σκηνοθετική πορεία των συντελεστών, η αναγνωσιμότητα του έργου τους και του ονόματος τους, ενώ αρκετοί από αυτούς τιμήθηκαν με βραβεία είτε για τις συγκεκριμένες ταινίες είτε για τις μετέπειτα παραγωγές που έλαβαν μέρος.

Στην ίδια κατεύθυνση διερευνήθηκε το αντίκτυπο των ταινιών στον κινηματογράφο με γνώμονα την συνεισφορά των ταινιών στην καλλιτεχνική σκηνή και ειδικά στον κινηματογράφο. Σε αυτό το κριτήριο λήφθηκε υπόψη η αναγνώριση των ταινιών κατά την περίοδο προβολής τους, τόσο μέσα από τον αριθμό των βραβείων που έλαβαν από διάφορα φεστιβάλ και διαγωνισμούς, όσο ο αριθμός των μετέπειτα ταινιών που έχουν αναφορές και επηρεάστηκαν από την αισθητική του κινήματος. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι για την ταινία *We are the Lambeth Boys*(1959) το 1980 υπήρξε η χρονιά που γυρίστηκε η συνέχεια της, με θεματική την αποτύπωση των ηρώων της πρώτης και την εξέλιξη της περιοχής του Lambeth μετά από είκοσι χρόνια.

Στον αντίποδα προστίθεται το κριτήριο του *ακαδημαϊκού αναφοράς*, που προσμετρά το βαθμό που το κίνημα και τα χαρακτηριστικά του σήμερα αποτελούν πεδίο μελέτης. Όπως αναφέρθηκε ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει δείξει η κοινότητα των ανθρωπιστικών επιστημών και του κινηματογράφου. Έτσι η συγκεκριμένη παράμετρος

προσμετρά την συνεισφορά και το ενδιαφέρον του ακαδημαϊκού κόσμου για κατάφερε να αποτυπώσει ο φακός των ταινιών.

Παράλληλα κρίσιμο θεωρείται να ληφθεί υπόψιν ο τουριστικός χαρακτήρας κάθε ταινία με γνώμονα την πληθώρα ή μη αναπαριστώμενων τουριστικών πόρων. Υπό αυτό το πρίσμα αρχικά αξιολογείται ο βαθμός που η κάθε ταινία αποτυπώνει τον αστικό, πολεοδομικό χώρο του Λονδίνου, αναφορικά με τον αριθμό των σκηνών και πλάνων που κινηματογραφούν τους δημόσιους, κοινόχρηστους χώρους αποδίδοντας μια γενική εικόνα για το σύνολο της πόλης. Προκειμένου το παραπάνω να γίνει πιο κατανοητό, ανασταλτικός παράγοντας για την βαθμονόμηση θεωρείται η πληθώρα πλάνων από κλειστούς και ιδιωτικούς χώρους και ιδιαίτερα όταν δεν πρόκειται για αναγνωρίσιμα ή ιστορικά κτίρια ή μνημεία που θα μπορούσαν να συμβάλουν στο τουριστικό μάρκετινγκ. Εντός αυτού του πλαισίου θέτεται *το κριτήριο της πολεογραφικής αναπαράστασης*, ως δυνητικού παράγοντα για την προώθηση των κινηματογραφικών τουριστικών πόρων.

Ακόμη σκόπιμο κρίνεται να κατηγοριοποιηθούν οι ταινίες με *κριτήριο την αναπαράσταση των ήδη αναγνωρίσιμων τοπόσημων και αξιοθέατων της πόλης*. Αναλυτικότερα αρκετές από τις ταινίες γυρίστηκαν σε θέσεις που θεωρούνται κεντροβαρικές για τον τουρισμό της μητρόπολης, αποτελώντας σήμερα αξιοθέατα, που συρρέει η πλειονότητα των επισκεπτών.

Επιπλέον βάσει όσων αναφέρθηκαν για την ανάπτυξη στρατηγικών κινηματογραφικού τουρισμού αλλά και δημιουργικών επιχειρήσεων ως κρίσιμος θεωρείται ο παράγοντας της μοναδικής πολιτιστικής ταυτότητας. Το παρόν σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά της αστικής κοινωνικής γεωγραφίας και το πλούσιο υπόβαθρο της βρετανικής κουλτούρας της εποχής, που αποτυπώνεται μέσα από το κίνημα του Free Cinema, οδηγούν στον *κριτήριο της έντασης κληρονομιάς πολιτιστικής ταυτότητας*. Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, πολλοί μελετητές των ανθρωπιστικών και κοινωνικών επιστημών ανατρέχουν στις συγκεκριμένες ταινίες για να διερευνήσουν τα στοιχεία της δομής και του χαρακτήρα της κοινωνίας της Βρετανίας στα τέλη του 1950. (Βλέπε Κεφάλαιο 4.1.) Εντός αυτού του πλαισίου μέσα από αυτό το κριτήριο επιχειρείται να αξιολογηθούν οι ταινίες βάσει του βαθμού αναπαράστασης των κοινωνικών φαινομένων και του βαθμού που προβάλλεται η ταυτότητα της κουλτούρας της εποχής.

Σε μια άλλη κατεύθυνση όπως προαναφέρθηκε σημαντικό για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων κινηματογραφικού τουρισμού κρίνεται να δημιουργούνται πόλοι ταινιακού ενδιαφέροντος. Έτσι δεδομένου ότι στην παρούσα φάση υλοποιούνται καμπάνιες προώθησης κινηματογραφικού τουρισμού με ψηφιακές πλατφόρμες, χάρτες, περιηγήσεις, κ.ά. επιχειρείται να εντοπισθεί η εγγύτητα των τοποθεσιών γυρισμάτων των ταινιών του Free Cinema με έτερες, που ήδη προσελκύνουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Στον πολεοδομικό ιστό του Λονδίνου ήδη συναντώνται συγκεντρώσεις θέσεων γυρισμάτων ταινιών και αντίστοιχες διαδρομές, ενώ το BBC μέσα από την καμπάνια “The Culture Show” έχει οργανώσει ψηφιακή πλατφόρμα για την πολιτιστική κουλτούρα της χώρας, διαθέτοντας υλικό και έχοντας εντοπίσει και σχεδιάσει μια

κινηματογραφική διαδρομή αφιερωμένη στις ταινίες κοινωνικού ρεαλισμού (bbc.co.uk ,2014). Έτσι θέτεται το κριτήριο εγγύτητας κινηματογραφικού τουριστικού πόλου σε συνάρτηση με την εγγύτητα σε συγκεντρώσεις τέτοιων τοποθεσιών και ιδιαίτερα αυτών που ανήκουν σε ταινίες κοινωνικού ρεαλισμού.

Πίνακας 16: Αξιολόγηση ταινιών του Free Cinema ως προς την ακαταλληλότητά τους για την ανάπτυξης στρατηγικών κινηματογραφικού τουρισμού.

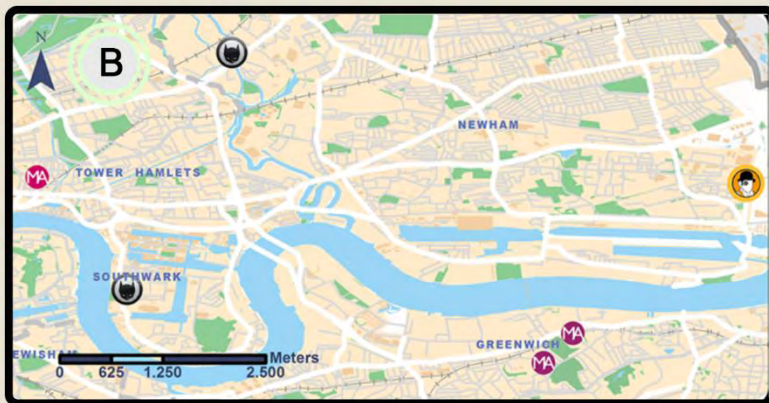
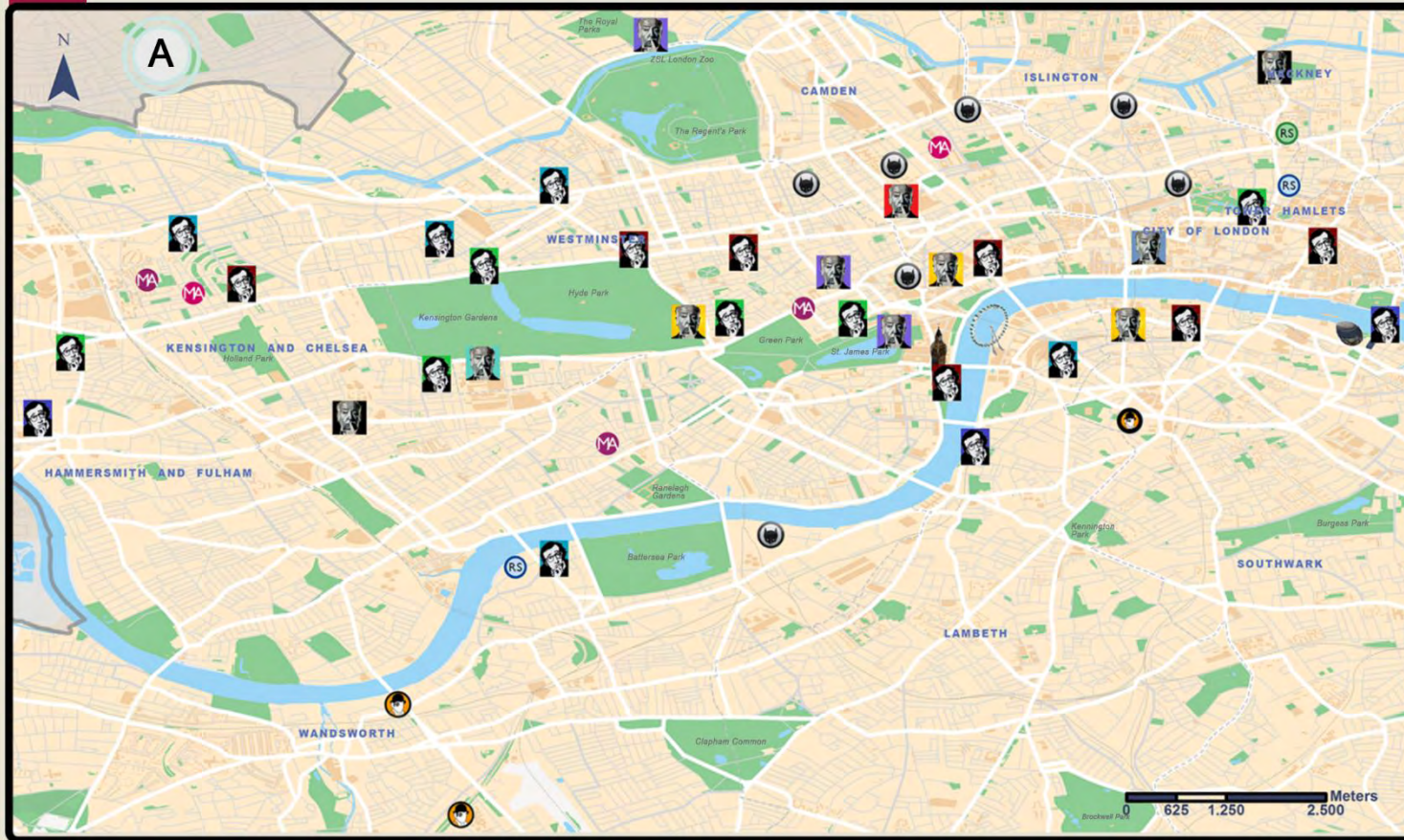
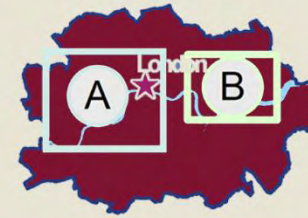
	Momma Don't Allow (1956)	Together (1956)	Every Day Except Christmas (1957)	Nice Time (1957)	We are the Lambeth Boys (1959)	Refuge England (1959)
Αναγνώριση Συντελεστών	★ ★ ★ ★	★	★ ★ ★	★ ★	★ ★	★
Αντίκτυπο στον κινηματογράφο	🎬 🎬 🎬	—	🎬 🎬	🎬 🎬 🎬	🎬 🎬 🎬 🎬	🎬
Ακαδημαϊκές Αναφορές	🏆	🏆 🏆	🏆 🏆 🏆	🏆	🏆 🏆	🏆 🏆 🏆
Πολεογραφική Αναπαράσταση	🏙️	🏙️ 🏙️	🏙️ 🏙️	🏙️ 🏙️ 🏙️	🏙️ 🏙️ 🏙️ 🏙️	🏙️ 🏙️ 🏙️ 🏙️
Αποτύπωση Τοπόσημων-Αξιοθέατων	—	🏠	🏠 🏠 🏠 🏠	🏠 🏠 🏠 🏠	🏠 🏠	🏠
Πολιτιστική Ταυτότητα	© © ©	©	© © ©	© ©	© © © ©	© ©
Εγγύτητα	↔️ ↔️	↔️	↔️ ↔️ ↔️ ↔️	↔️ ↔️ ↔️ ↔️	↔️ ↔️	↔️ ↔️

Πηγή: ίδια επεξεργασία

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ
ΧΑΡΤΩΝ



Το Λονδίνο των Διάσημων Σκηνοθετών




μέσα απο τις ταινίες του Alfred Hitchcock

-  *Blackmail (1929)*
-  *Sabotage (1936)*
-  *Stage Fright (1950)*
-  *The Man Who Knew Too Much (1956)*
-  *Frenzy (1972)*
-  *Gainsborough Studios και η οικεία του σκηνοθέτη*





μέσα απο τις ταινίες του Stanley Kubrick

-  *A Clockwork Orange (1971)*
-  *Full Metal Jacket (1987)*
-  *Εκθεση Stanley Kubrick*

μέσα απο την σειρά ταινιών Batman του Christopher Nolan

-  *Batman Begins (2005), The Dark Knight (2008), The Dark Knight Rises (2012)*



μέσα απο τις ταινίες του Woody Allen

-  *Match Point (2005)*
-  *Scoop (2006)*
-  *Cassandra's Dream (2007)*
-  *You Will Meet A Tall Dark Stranger (2010)*

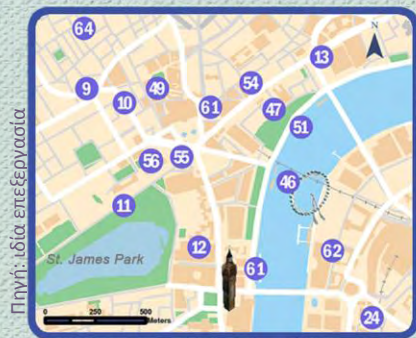
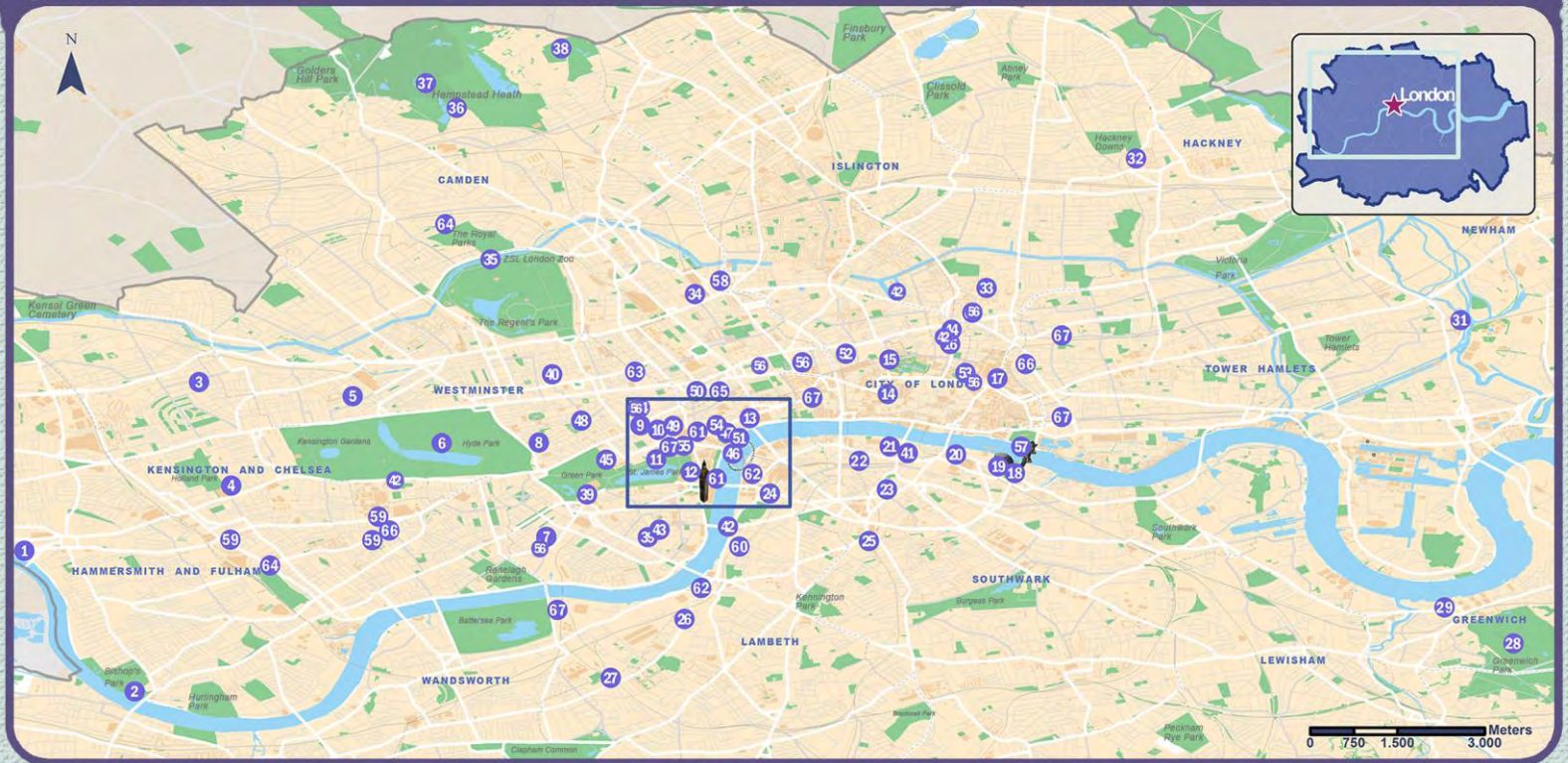
μέσα απο τις ταινίες του Ridley Scott

-  *A Good Year (2006)*
-  *The Counselor (2013)*

μέσα απο τις ταινίες του Michelangelo Antonioni

-  *Blow Up (1966)*
-  *Professione: Reporter (1975)*

ΧΑΡΤΗΣ Το Λονδίνο μέσα από τις
2 τοποθεσίες γυρισμάτων
65 ταινιών



Πηγή: IMDb, επεξεργασία

- 1** *Night and the City* (1950)
2 *The Omen* (1976)
3 *Performance*
4 *A Room with a View* (1985)
5 *Trainspotting* (1996)
6 *Finding Neverland* (2004)
7 *The Knack... and How to Get It* (1965)
8 *The Hunger* (1983)
9 *Bend It Like Beckham* (2002)
10 *Aksar* (2006)
11 *The Prince and The Showgirl* (1957)
12 *Alfie* (2004)
13 *Bride and Prejudice* (2004)
14 *Great Expectations* (1946)
15 *Elizabeth: The Golden Age* (2007)

- 16** *Eyes Wide Shut* (1999)
17 *The Elephant Man* (1980)
18 *Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street* (2007)
19 *Alfie* (1966)
20 *The French Lieutenant's Woman* (1981)
21 *Shakespeare in Love* (1998)
22 *Judge Dredd* (1995)
23 *Passport to Pimlico* (1949)
24 *Bourne Ultimatum* (2007)
25 *Hereafter* (2010)
26 *My Beautiful laundrette* (1985)
27 *Take on Me* (1985)
28 *Wolfman* (2010)
29 *The Golden Compass* (2007)
30 *Brighton Rock* (2010)
31 *Fantastic Mr Fox* (2009)
32 *Chaplin* (1992)
33 *Bittersweet Symphony* (1998)
34 *Smashing Time* (1967)
35 *About a Boy* (2002)
36 *Bright Star* (2009)
37 *Mary Poppins* (1964)
38 *Hammer's Taste the Blood of Dracula* (1970)

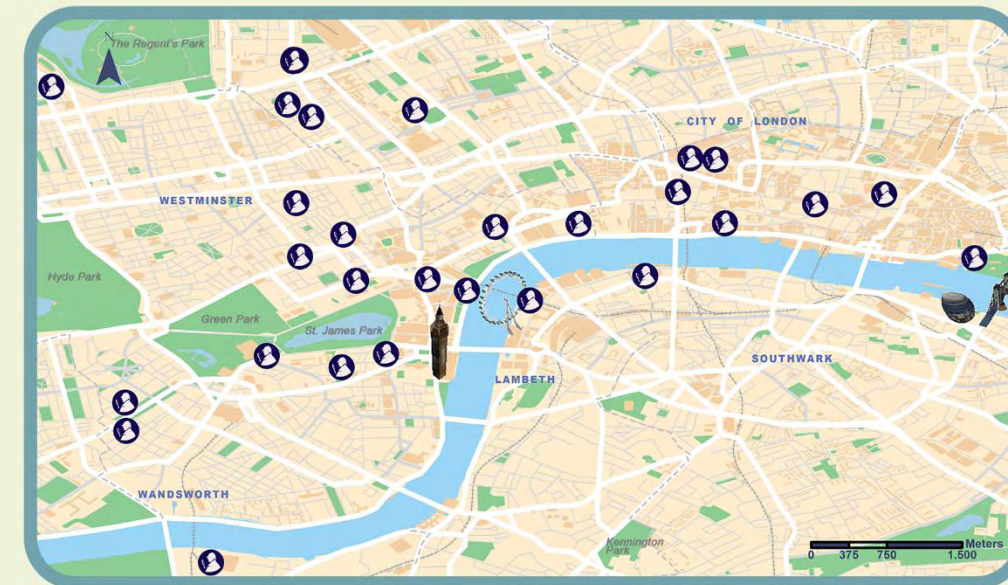
- 39** *The King's Speech* (2010)
40 *Sense and Sensibility* (1995)
41 *Lock, Stock and Two Smoking Barrel* (1998)
42 *The Crying Game* (1992)
43 *Layer Cake* (2004)
44 *Franklyn* (2008)
45 *National Treasure: Book of Secrets* (2007)
46 *The Watchmen* (2009)
47 *From Hell* (2001)
48 *Moon* (2009)
49 *Indiana Jones and the Last Crusade* (1989)
50 *Lost* (2004-2010, season 6)
51 *Sleepy Hollow* (1999)
52 *Eastern Promises* (2007)
53 *Mission: Impossible* (1996)
54 *The Long Good Friday* (1980)
55 *V for Vendetta* (2005)
56 *Children of Men* (2006)
57 *The Imaginarium of Doctor Parnassus* (2007)
58 *Billion Dollar Brain* (1967)
59 *Repulsion* (1965)
60 *Snatch* (2000)
61 *28 Days Later* (2002)

- 62** *Fantastic Four: Rise of the Silver Surfer* (2007)
63 *Peeping Tom* (1960)
64 *An American Werewolf in London* (1981)
65 *Green Zone* (2010)



Το Λονδίνο του Sherlock Holmes








Σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος μέσα από τις ταινίες *Sherlock Holmes* (2009) και *Sherlock Holmes: A Game of Shadows* (2011)

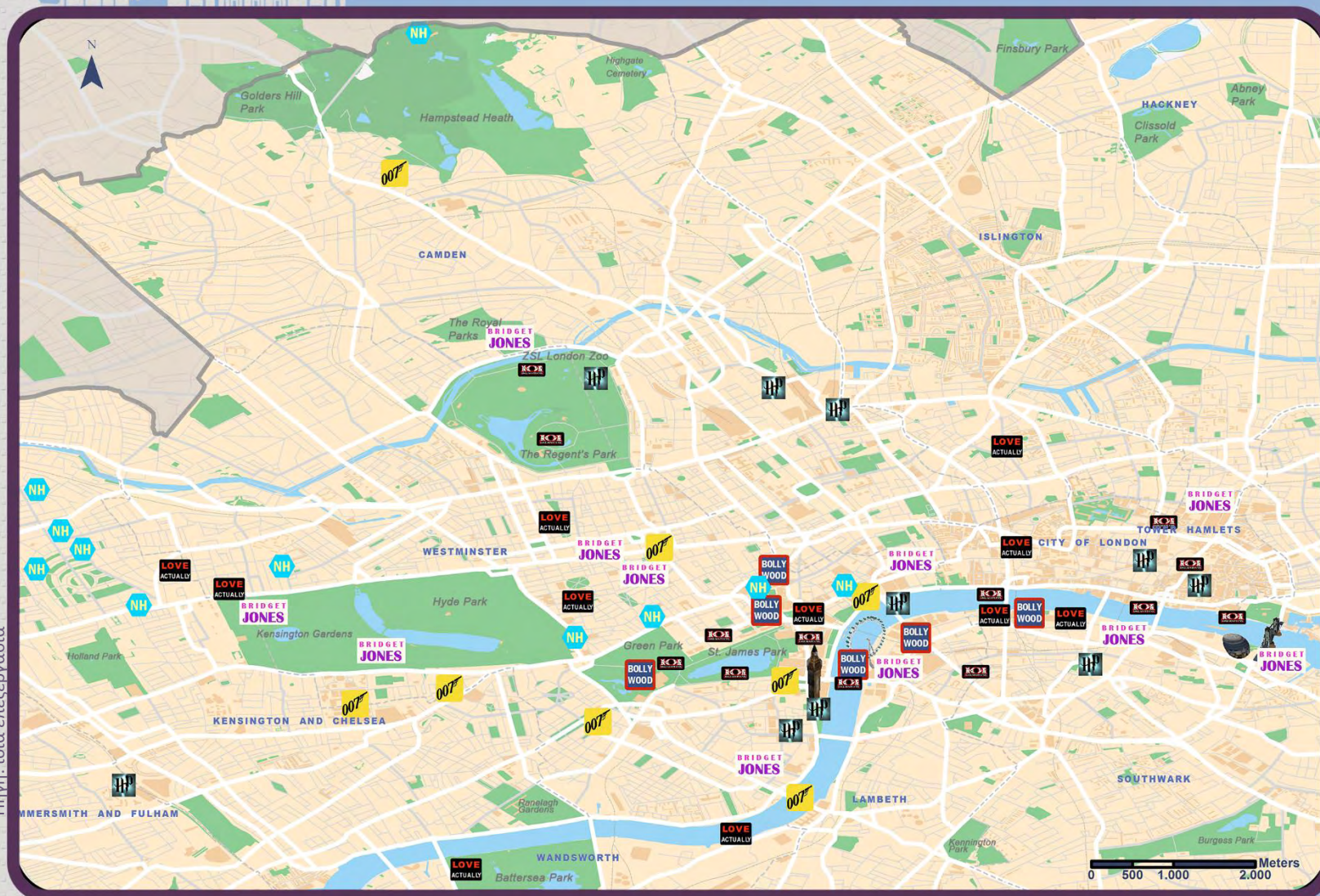


Το πρώτο παράδειγμα στρατηγικής μάρκετινγκ κινηματογραφικού τουρισμού διεθνούς εμβέλειας, διενεργήθηκε με αφορμή την προβολή της ταινίας *Sherlock Holmes* (2009). Για την συγκεκριμένη καμπάνια συνεργάστηκε ο οργανισμός Visit Britain με την εταιρεία παραγωγής Warner Bros και τους τοπικούς αρμόδιους φορείς του Λονδίνου Visit London και Film London.

Στο πλαίσιο αυτής της εκστρατείας υλοποιήθηκαν δράσεις που αφορούσαν την διαδικτυακή προώθηση της ταινίας και του Λονδίνου ως ταξιδιωτικού προορισμού, μέσα από ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ταξιδιωτικών υπηρεσιών και υπηρεσιών εστίασης και διασκέδασης. Παράλληλα δόθηκαν 44 συνεντεύξεις τύπου σε διαφορετικές περιοχές, κίνηση που είχε ως αποτέλεσμα να γραφτούν 738 άρθρα για την συγκεκριμένη καμπάνια. Εκτιμήσεις έδειξαν ότι η συγκεκριμένη εκστρατεία αποτέλεσε επιπρόσθετο κίνητρο για την προσέλκυση 156 εκατομμυρίων επισκεπτών από 30 διαφορετικές χώρες, που απέδωσαν κέρδη 3,4 εκατομμυρίων λιρών στην τοπική οικονομία.



-  *101 Dalmatians* (1996)
-  *Notting Hill* (1999)
-  *Love Actually* (2003)
-  *Bridget Jones's Diary* (2001), *Bridget Jones: The Edge of Reason* (2004)
-  *Goldfinger* (1964), *The World is Not Enough* (1999), έκθεση *James Bond*, οικεία *Ian Fleming*
-  *Harry Potter* (2001-2011)
-  Παραγωγές *Bollywood: Diwale Dulhania Le Jayenge* (1995), *I Proud to be an Indian* (2004), *Askar* (2006), *Jhoom Barabar Jhoom* (2007), *Namastey London* (2007), *Salaam-e-Ishq* (2007)



Refuge England (1959)

η οδός Strand



Momma Don't Allow (1956)

το νυχτερινό κέντρο διασκέδασης τζαζ μουσικής στην περιοχή του Wood Green



Every Day Except Christmas (1956)

η υπαίθρια αγορά του Covent Garden



Nice Time (1957)

η πλατεία Piccadilly και η ευρύτερη περιοχή του Soho



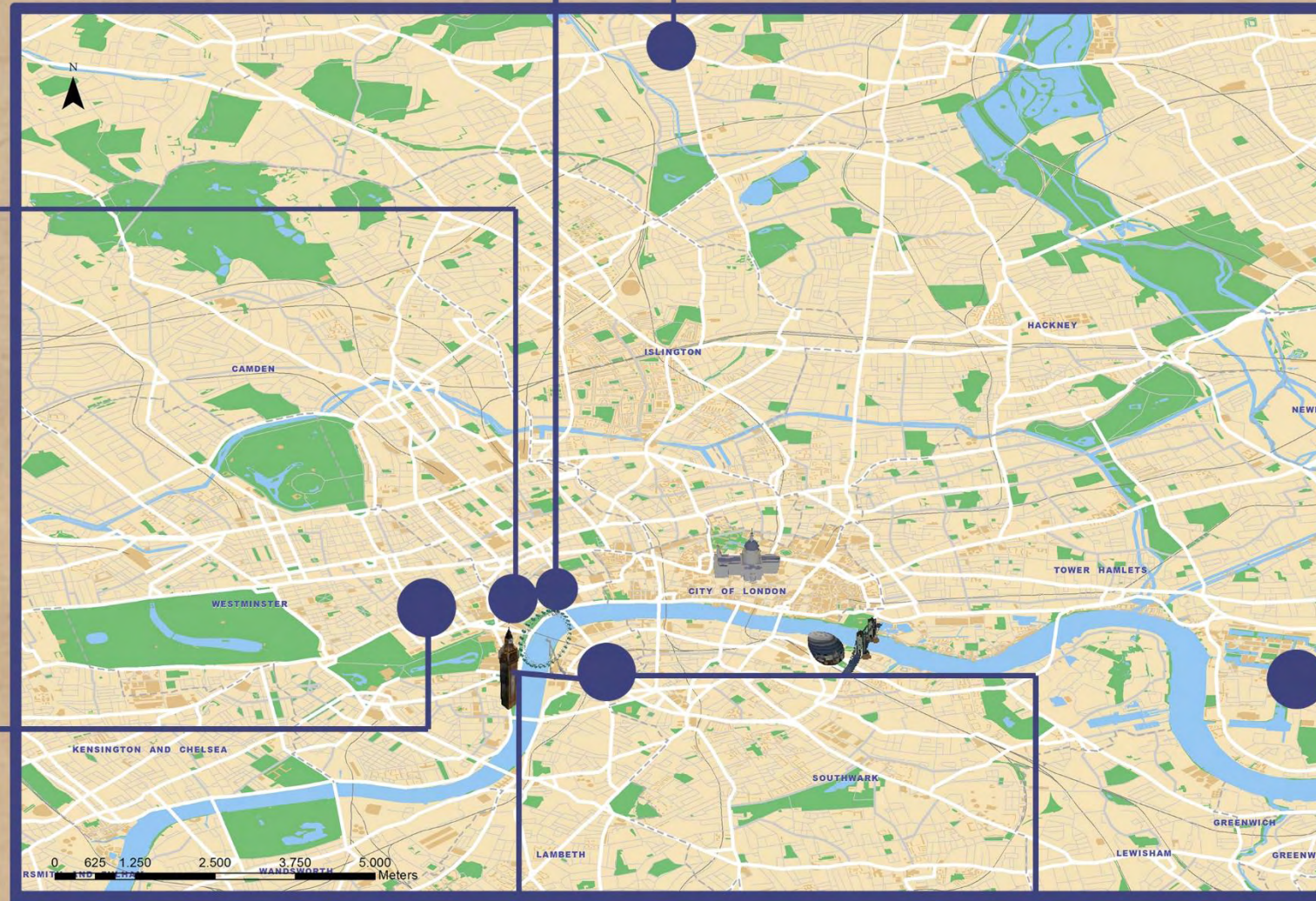
We Are the Lambeth Boys (1959)

to Big Ben



Refuge England (1959)

ο σταθμός Waterloo



Χάρτης 4.
Η κινηματογραφική διαδρομή του Λονδίνου του Free Cinema



Together (1956)

οι λιμενικές εγκαταστάσεις στις αποβάθρες των Docklands