



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΤΕΧΝΩΝ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑΣ

Πτυχιακή εργασία στην παραγωγή και εκτέλεση video clip

«Ως τη συλλαβή»

Κόκορης Ιωάννης: TX2012077

Επιβλέπουσα Διδάσκουσα: Μαρία Χάλκου

Κέρκυρα, Ιούνιος 2022

Σύνοψη

Η παρακάτω εργασία αναφέρεται στα στάδια της προπαραγωγής, παραγωγής και μεταπαραγωγής ενός μουσικού βίντεο (music video clip) με τίτλο «Melodyss - Ως τη συλλαβή», με κεντρικό θέμα τις αναμνήσεις της παιδικής ηλικίας και την επιρροή τους στον άνθρωπο σε όλη τη διάρκεια της ζωής του.

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή	5
2. Πρώτο μέρος	6
2.1. Ιστορική αναδρομή	6
2.1.1. Τι είναι το μουσικό video clip	6
2.1.2. Η ιστορία του video clip	7
2.1.3. Η εξέλιξη του video clip	10
i. MTV	10
ii. Το φαινόμενο Youtube	13
2.1.4. Το μουσικό βίντεο ως έργο τέχνης – Η σχέση με καλλιτέχνη	15
2.1.5. Πώς τα μουσικά βίντεο άλλαξαν τον κόσμο.	16
2.2. Video clip που άφησαν εποχή	17
i. «Thriller» - Michael Jackson (1983)	18
ii. «Smells Like Teen Spirit» - Nirvana (1991)	19
iii. «Nuthin' but a 'G' Thang» - Dr. Dre feat. Snoop Doggy Dogg (1992)	20
iv. «Da Funk» - Daft Punk (1997)	20
v. «Bad Romance» - Lady Gaga (2009)	21
2.3. Αναφορές Video Clip	22
3. Δεύτερο μέρος	24
3.1. Σενάριο	24
3.2. Moodboard	25
i.«2046» (Wong Kar-Wai, 2004)	26
ii.«Λήθη» - «Oblivion» (Joseph Kosinski, 2013)	26
iii.«Σεληνόφως» - «Moonlight» (Barry Jenkins, 2016)	27
iv.«Joker» (Todd Phillips, 2019)	27
4. Storyboard	28
5. Breakdown Σεναρίου	30
5.1. Ordino Πρώτης Ημέρας	30
5.2. Ordino Δεύτερης Ημέρας	31
6. Πρόβα	31
7. Γύρισμα	32
7.1. Εξοπλισμός	32

7.2.	Εκτέλεση	33
7.2.1.	Πρώτη μέρα Γυρισμάτων	33
7.2.2.	Δεύτερη μέρα Γυρισμάτων	34
8.	Μοντάζ	35
9.	Χρώμα	41
10.	Συμπεράσματα	43
11.	Βιβλιογραφία - Ιστογραφία	44
12.	Quotes	47

1. Εισαγωγή

Η παρακάτω εργασία αναφέρεται στα στάδια της προπαραγωγής, παραγωγής και μεταπαραγωγής ενός μουσικού βίντεο (music video clip) με τίτλο «Melodyss - Ως τη συλλαβή», με κεντρικό θέμα τις αναμνήσεις της παιδικής ηλικίας και την επιρροή τους στον άνθρωπο σε όλη τη διάρκεια της ζωής του.

Χωρίζεται σε δύο βασικές ενότητες:

- Το πρώτο μέρος (θεωρητικό), στο οποίο περιλαμβάνονται ο ορισμός του μουσικού βίντεο (music video clip) και μια ιστορική αναδρομή από τα πρωτοεμφανιζόμενα μουσικά βίντεο μέχρι σήμερα. Μελετά από πού ξεκίνησαν, ποιο σκοπό εξυπηρετούσαν, τον τρόπο που φιλοτεχνήθηκαν, αλλά και την εξελικτική τους πορεία μέσα στα χρόνια, καθώς προσάρμοζαν το είδος και το στυλ τους ανάλογα με τις ανάγκες της εκάστοτε εποχής. Επιπλέον, αναφέρονται παραδείγματα τα οποία αποτέλεσαν κομβικό σημείο στην ιστορία των μουσικών video clip, καθώς και εκείνα που είχαν μεγάλη επιρροή στην εργασία αυτή.
- Το δεύτερο μέρος (τεχνικό), στο οποίο περιγράφονται οι ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν για την επίτευξη της εργασίας. Γίνεται ανάλυση για τα στάδια της προπαραγωγής, της εκτέλεσης και της μεταπαραγωγής, ενώ στο τέλος της εργασίας γίνεται αναφορά στα εμπόδια και στις δυσκολίες που παρουσιάστηκαν, στον τρόπο επίλυσής τους – όπου αυτό ήταν εφικτό – καθώς και στα συμπεράσματα και στα όσα κατάφερα να μάθω μέσω αυτής της εργασίας.

2. Πρώτο μέρος

2.1. Ιστορική αναδρομή

2.1.1. Τι είναι το μουσικό video clip

Δεν υπάρχει κάποιος επίσημος ορισμός για το μουσικό video clip. Ωστόσο ο όρος είναι υπαρκτός στην καθημερινότητα των ανθρώπων, ειδικότερα ανάμεσα στις νεότερες γενιές. Όπως ορίζουν οι λέξεις, η κάθε μία ξεχωριστά, η έννοια του video παραπέμπει σε μια ταινία, ενώ η λέξη clip αναφέρεται στην πολύ μικρή διάρκεια. Συνεπώς, όπως αναφέρεται και στο Wikipedia (2022) το μουσικό video clip μπορεί να εννοηθεί ως μια ταινία μικρού μήκους, σύντομης και ανάλογα με τις περιστάσεις μεταβαλλόμενης διάρκειας, η οποία κυριαρχείται από το μουσικό στοιχείο. Το σενάριο της ή οι σκηνές που περιέχει, αποδίδουν ένα τραγούδι από κάποιο μουσικό άλμπουμ με εικόνες που παράγονται για προωθητικούς ή μουσικούς καλλιτεχνικούς σκοπούς. Τα σύγχρονα μουσικά βίντεο κατασκευάζονται και χρησιμοποιούνται κυρίως για σκοπούς μάρκετινγκ και προορίζονται για την προώθηση της πώλησης ηχογραφήσεων. Υπάρχουν επίσης περιπτώσεις όπου τα μουσικά βίντεο χρησιμοποιούνται επί τούτου σε καμπάνιες μάρκετινγκ, για παράδειγμα για παιχνίδια, τρόφιμα ή άλλα προϊόντα.

Σύμφωνα με τον Bradley (2019) τα video clip χωρίζονται σε πέντε βασικές κατηγορίες, εκ των οποίων η πιο δημοφιλής είναι τα «Performance Video clips» ή αλλιώς τα video clip που δείχνουν μια μικρή μουσική παράσταση. Αυτό το είδος είναι το παλιότερο καθώς επίσης και το πιο γνωστό και δείχνει μια μπάντα να εκτελεί ένα τραγούδι, το οποίο πολύ πιθανόν έχει ηχογραφηθεί εκ των προτέρων. Το συγκρότημα εμφανίζεται σε διάφορα σημεία και δίνει στο κοινό την εντύπωση ότι παίζει ζωντανά. Αυτό το είδος video clip δημιουργείται συνήθως όταν η μπάντα λειτουργεί με χαμηλό προϋπολογισμό.

Το δεύτερο είδος είναι το αφηγηματικό μουσικό video clip, στο οποίο ο καλλιτέχνης διηγείται μια ιστορία. Έχει μια συνοχή, δηλαδή είναι εμφανής η αρχή, η μέση και το τέλος της ιστορίας, η οποία μπορεί να δημιουργηθεί με βάση τους στίχους του τραγουδιού, ή μπορεί να είναι εντελώς ανεξάρτητη.

Το τρίτο είδος είναι τα «Concept video clip», τα οποία δείχνουν μια ιστορία, χωρίς κάποια ιδιαίτερη πλοκή, που δεν έχει καμία σχέση με τους στίχους που ακούγονται από τους

τραγουδιστές. Πρέπει να σημειωθεί ότι ενώ μπορεί να υπάρχει μια μικρή αφήγηση έτσι ώστε να καταλαβαίνει το κοινό τι συμβαίνει, δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη δομή. Το συγκεκριμένο είδος είναι αρκετά συναρπαστικό καθώς χρησιμοποιούνται εναλλακτικοί τρόποι προσέγγισης του θέματος από τον σκηνοθέτη και τους καλλιτέχνες, με ασαφή νοήματα και αλληγορικό χαρακτήρα, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στους αποδέκτες για τη δημιουργία πολλαπλών νοημάτων. (*Types of Music Video*, 2017)

Το τέταρτο είδος μουσικού video clip είναι video clip με στίχους ή αλλιώς «Lyrics music videos». Στην συγκεκριμένη περίπτωση οι στίχοι είναι γραμμένοι στην οθόνη καθώς προχωράει το τραγούδι με τις εικόνες από πίσω, έτσι που να μπορεί το κοινό να σιγοτραγουδάει αν επιθυμεί. Αυτό το είδος video clip οδήγησε στην έννοια του караόке, που είναι ακριβώς αυτό που εννοεί, το κοινό να τραγουδά τα λόγια μαζί με τη μουσική ενός τραγουδιού. Αυτό το είδος είναι επίσης ένα video clip που δημιουργείται όταν η μπάνα έχει χαμηλό προϋπολογισμό.

Το πέμπτο και τελευταίο είδος είναι τα μουσικά βίντεο κινουμένων σχεδίων, το εύρος του οποίου κυμαίνεται από βίντεο που είναι δυσδιάστατα έως και video clip χωρίς καμία κίνηση στην εικόνα.

2.1.2. Η ιστορία του video clip

Στις μέρες μας υπάρχουν πολλά μέσα μαζικής ενημέρωσης και πλατφόρμες, όπου προβάλλονται μουσικά video clip και έχουν διατυπωθεί αρκετές υποθέσεις για την αφετηρία των μουσικών βίντεο. Ωστόσο, αν ανατρέξουμε στο παρελθόν, είναι γεγονός ότι το πρώτο βήμα προς το μουσικό video clip έγινε το 1894 από τους συγγραφείς παρτιτούρας και μουσικούς Joe Stern και Edward B. Marks, με τη βοήθεια του George Thomas. Οι Joe Stern και Edward B. Marks προσέλαβαν τον ηλεκτρολόγο George Thomas για τις ανάγκες προώθησης του κομματιού τους «Το Μικρό Χαμένο Παιδί» (*“The Little Lost Child”*). Η ιδέα ήταν, ο συνδυασμός μιας σειράς από εικόνες, αφηγηματικού χαρακτήρα, συνοδευόμενες από το μουσικό κομμάτι. Ο George Thomas εικονογράφησε το μουσικό κομμάτι και πρόβαλε μία σειρά στατικών εικόνων μέσω του Magic Lantern¹ στις ζωντανές παραστάσεις / συναυλίες των Joe Stern και Edward B. Marks. Μέσω των εικονογραφημένων παραστάσεων, το κομμάτι «Το Μικρό Χαμένο Παιδί» γνώρισε πολύ γρήγορα τεράστια επιτυχία και πούλησε πάνω από δύο εκατομμύρια αντίτυπα. Ενώ το εικονογραφημένο

¹ <https://www.magiclanternsociety.org/about-magic-lanterns/>

τραγούδι έγινε δημοφιλής μορφή ψυχαγωγίας και θεωρείται το πρώτο βήμα προς το μουσικό βίντεο. (Norman, 2014)

Στο τέλος της δεκαετίας του 1920 ο βωβός κινηματογράφος άρχισε να παρακμάζει και τη θέση του έδωσε στον ομιλούντα κινηματογράφο. Ολόκληρη η κινηματογραφική βιομηχανία που είχε δημιουργήσει ένα χαρακτήρα με τον βωβό κινηματογράφο τώρα γνώρισε μία ριζική αλλαγή, την οποία έπρεπε να υποστηρίξει και να εντάξει στις ταινίες της. Να ξεκινήσει από το μηδέν στο πώς μπορεί ο ήχος να αφομοιωθεί σε αυτές. Ο *Τραγουδιστής της Jazz* (*The Jazz Singer*, 1927) του Alan Crosland, που σηματοδοτεί το πέρασμα στην ομιλούσα εποχή, ήταν παραγωγή της Warner Bros και περιλαμβάνει έξι τραγούδια που ερμήνευσε ο Al Jolson. Ήταν η πρώτη ταινία μεγάλου μήκους που συγχρόνισε ήχο και εικόνα και κυρίως τον συγχρονισμό των χειλιών του ερμηνευτή με τους στίχους του τραγουδιού. (Siqueira, 2018) Αυτό σήμαινε ότι για πρώτη φορά υπήρχε η δυνατότητα να δεις – όχι απλώς να ακούσεις – μια μουσική παράσταση που δεν ήταν ζωντανή, ενώ μέχρι τότε ήταν εφικτό να ακούσει κάποιος τον καλλιτέχνη που επιθυμούσε, να δει μια φωτογραφία του πώς έμοιαζε ή να έχει την τύχη να τον δει ζωντανά.

Την περίοδο αυτή δημιουργήθηκαν πολλές μουσικές ταινίες μικρού μήκους. Η σειρά Spoooney Melodies (1930-1931) ήταν η πρώτη που εισήγαγε την ιδέα των μικρού μήκους που συνδυάζουν τη μουσική με πλάνα δράσης του ερμηνευτή. Ήταν μια σειρά μιούζικαλ, μικρού μήκους, που δημιουργήθηκαν από τη Warner Bros, με στόχο να παρουσιάσουν δημοφιλείς μελωδίες της εποχής. Η πρώτη από την σειρά και πιο γνωστή ήταν το *Crying For The Carolines*² (1930) του Leon Schlesinger σε μουσική του Frank Marsales. Διαρκεί σχεδόν έξι λεπτά και περιλαμβάνει κινούμενα σχέδια στυλ Art Deco³ σε συνδυασμό με τα πλάνα του live-performer Milton Charles. Οι επόμενες τέσσερις κυκλοφορίες έφεραν τον τίτλο της σειράς «Song'nata» δεν παρήχθησαν σε μορφή ήχου σε δίσκο Vitaphone⁴, αλλά όλες επιβιώνουν σε μορφή 35 χιλιοστών. (Liebman, 2003). Για την εποχή τους, αυτές οι μικρού μήκους ήταν καινοτόμες και θα μπορούσαν να θεωρηθούν

² <https://www.youtube.com/watch?v=SBo98gikxQ&t=93s>

³ Art Deco, γνωστό και ως Deco, είναι ένα στυλ εικαστικών τεχνών, αρχιτεκτονικής και σχεδίου που πρωτοεμφανίστηκε στη Γαλλία λίγο πριν τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Είναι συντομογραφία του Arts Décoratifs, από τη Διεθνή Έκθεση Μοντέρνων Διακοσμητικών και Βιομηχανικών Τεχνών (Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes) που πραγματοποιήθηκε στο Παρίσι το 1925 (Wikipedia contributors, 2022).

⁴ Ένα εξελεγκμένο σύστημα ήχου σε δίσκο που ονομάζεται Vitaphone, το οποίο οι εκπρόσωποί του προσπάθησαν να πουλήσουν στο Χόλιγουντ το 1925. Η Warner Brothers αγόρασε τόσο το σύστημα όσο και το δικαίωμα να το εκμισθώσει. (MacMahon, 2022)

ως ένα από τα πρώτα μουσικά βίντεο. Ο μουσικός Louis Jordan, εκμεταλλεύτηκε αυτή την ευκαιρία και δημιούργησε μία ταινία μεγάλου μήκους, *Πρόσεχε Αδερφή / Look out Siste*⁵, (1947) η οποία απαρτίζεται από ταινίες μικρού μήκους που είχε φτιάξει για τα τραγούδια του. Ο ιστορικός μουσικής Donald Clarke ισχυρίζεται πως αυτό αποτελεί «πρόγονο» του μουσικού video clip (Siqueira, 2018).

Στα τέλη της δεκαετίας του 1950 το Scopitone, ένα οπτικό juke box, εισήχθη στη Γαλλία και έτσι παρήχθησαν ταινίες μικρού μήκους από πολλούς Γάλλους καλλιτέχνες. Η χρήση του εξαπλώθηκε σε άλλες χώρες όπου εμφανίστηκαν παρόμοια μηχανήματα όπως το Cinebox στην Ιταλία και η Color-sonic στις ΗΠΑ. Έπαιζαν φιλμ 16 χιλιοστών, συγχρονισμένο με ήχο (τεχνολογία που επινοήθηκε για τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο), και ήταν η μανία της δεκαετίας του '60. Ο Francis Ford Coppola έχασε μια μικρή περιουσία επενδύοντας μεγάλες ποσότητες σε έναν ανταγωνιστή του Scopitone στις ΗΠΑ, ενώ ο Robert Altman σκηνοθέτησε μια μικρού μήκους ταινία σε Scopitone με το όνομα *Εικόνες / Images* (1972) (Goldstein, 2019)

Ο κινηματογράφος εξελίσσεται και τα φιλμ των 16 χιλιοστών γίνονται ολοένα και πιο φθηνά και προσιτά στον κόσμο. Ταυτόχρονα, η ποπ κουλτούρα αναδύεται με την ανάπτυξη της τηλεόρασης στα τέλη της δεκαετίας του '60, αρχές του '70. Όλα αυτά τα φαινόμενα διευκόλυναν την προώθηση του μουσικού καλλιτέχνη. Το μουσικό κομμάτι των Beatles, «We Can Work it Out» (1965)⁶ θεωρείται το πρώτο μουσικό βίντεο που μεταδόθηκε στην τηλεόραση. Οι Beatles είχαν ήδη γυρίσει μερικές πολύ δημοφιλείς ταινίες μεγάλου μήκους όπως το *Βοήθεια!!/Help!* του Richard Lester και αναζητούσαν τρόπους να προωθήσουν τις δισκογραφικές τους κυκλοφορίες χωρίς να χρειάζεται να κάνουν αυτοπροσώπως εμφανίσεις (κυρίως στις ΗΠΑ). Η ιδέα ήταν αρκετά απλή και προοριζόταν να συνδυάζεται με τις τηλεοπτικές εκπομπές που γίνονταν εκείνη την εποχή. Οι ταινίες που δημιουργήθηκαν για τους Beatles ανοίγουν ένα νέο μονοπάτι σε καλλιτέχνες, δισκογραφικές εταιρείες και κινηματογραφιστές. Ως αποτέλεσμα, οι μουσικές ταινίες διαψεύδουν όσους πίστευαν πως ήρθε το τέλος του κινηματογράφου με την εμφάνιση του ομιλούντος και μπαίνουν για τα καλά στη ζωή της μουσικής κουλτούρας. Αυτό που προηγουμένως είχε

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=nzXTnSw1MfA>

⁶ https://www.youtube.com/watch?v=Qyclqo_AV2M

περιοριστεί σε εξειδικευμένες Art House αίθουσες είναι πλέον ανοιχτό για το κοινό και παρακολουθείται από εκατομμύρια ανθρώπους (Siqueira, 2018).

Rolling Stones, Pink Floyd, David Bowie, The Kinks είναι μερικά από τα συγκροτήματα τα οποία έφεραν επανάσταση και άλλαξαν τη μουσική βιομηχανία. Το πρώτο video clip που δημιουργήθηκε με βάση μια πλοκή και ένα σενάριο, έγινε από τους The Kinks και ήταν το «Dead End Street»⁷(1966). Απεικονίζει τους τραγουδιστές να τριγυρνούν στην πόλη με ένα φέρετρο και για τον λόγο αυτό απαγορεύτηκε η προβολή του στην τηλεόραση (Felder, 2022).

Ένα μουσικό video clip σταθμός στην ιστορία ήταν το «Bohemian Rhapsody» των Queen. Κυκλοφόρησε το 1974 και αποτέλεσε προάγγελο του MTV. Αυτό το τραγούδι «θεωρείται ευρέως ως το πρώτο παγκόσμιο hit single το οποίο αν και ήταν συνοδευτικό βίντεο έπαιξε κεντρικό ρόλο στη στρατηγική του μάρκετινγκ» (Wade, 2012). Αξίζει να σημειωθεί πως οι Queen έλαβαν μια πρόσκληση σε ένα τηλεοπτικό πρόγραμμα λόγω ακύρωσης άλλου συγκροτήματος, τελευταία στιγμή. Το αποτέλεσμα ήταν ένας απρόσμενος συνδυασμός εντυπωσιακών εφέ με neon χρώματα και η ολοκληρωμένη προώθηση του άλμπουμ του συγκροτήματος, καθώς θεωρήθηκε μεγάλη επιτυχία και ως το πρώτο live video clip στην ιστορία. Είναι η πρώτη φορά που σε ένα βίντεο πιστώθηκε η επιτυχία ενός ποπ τραγουδιού. Πίστευαν ότι το κοινό ήθελε να «συναντήσει» τους αγαπημένους του καλλιτέχνες «ζωντανά» στην τηλεόραση, όχι να δει ένα προκατασκευασμένο κλιπ ταινίας. Το Bohemian Rhapsody τούς απέδειξε ότι έκαναν λάθος (Giorgina, H. 2021). Πολλές ημερομηνίες και γεγονότα αναφέρονται συχνά ως η απαρχή του μουσικού βίντεο. Σήμερα, η 1η Αυγούστου 1981, όταν το MTV έκανε πρεμιέρα στις ΗΠΑ, θεωρείται ως η τελευταία σημαντική ανακάλυψη για το μέσο.

2.1.3. Η εξέλιξη του video clip

i. MTV

«Ladies and gentlemen, rock 'n' roll. »

Αυτά ήταν τα λόγια που ακούστηκαν, από τον John Lack, της Warner Cable, όταν το MTV (Music Television) «βγήκε» για πρώτη φορά στον αέρα την 1η Αυγούστου 1981, στις 12:01 π.μ. Με αυτή τη σύντομη δήλωση, γεννήθηκε μια νέα γενιά – η «γενιά του MTV». Απεικονιζόταν η μορφή ενός

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=i0WPC-N3UYE>

αστροναύτη, σύμφωνα με το πρότυπο του Neil Armstrong, και μια σημαία του MTV τοποθετημένη στην επιφάνεια του φεγγαριού. Η σύγκριση της έναρξης του καναλιού με την προσγείωση στο φεγγάρι μπορεί να φαινόταν υβριστική εκείνη την εποχή, αλλά το MTV επρόκειτο να αλλάξει την ποπ μουσική και τον αντίκτυπό της στη λαϊκή κουλτούρα για πάντα. Το MTV ιδρύθηκε ως κοινή επιχείρηση της Warner Communications και της American Express και έδωσε την ευκαιρία στο κοινό να έρθει πιο κοντά στα ινδάλματα της δημοφιλούς μουσικής. Ενώ από την άλλη, «ανάγκασε» τους καλλιτέχνες να σκεφτούν νέα μέσα για να εξασφαλίσουν την αγάπη του κοινού (Hawkins & Richardson, 2007).

Το βασικό πλεονέκτημα του MTV ήταν η 24ωρη καθημερινή προβολή μουσικών κομματιών και βίντεο. Εκείνα τα χρόνια ήταν δύσκολο να παρευρεθεί όποιος επιθυμούσε στη συναυλία του αγαπημένου του συγκροτήματος είτε για οικονομικούς λόγους, είτε για γεωγραφικούς. Επίσης, και από τη μεριά των συγκροτημάτων, δεν ήταν εφικτό να παρίστανται συνέχεια σε τηλεοπτικές εκπομπές επειδή το πρόγραμμά τους ήταν αρκετά αυστηρό (ηχογραφήσεις, περιοδείες, προωθήσεις και άλλα). Στο πρόβλημα αυτό ήρθε να δώσει λύση το MTV. Πλέον, οι ακροατές όχι μόνο μπορούσαν να ακούσουν τη μουσική της αρεσκείας τους, αλλά ήταν εφικτό να παρακολουθήσουν το video clip από το αγαπημένο τους συγκρότημα, σαν να το έβλεπαν ζωντανά στη σκηνή, και όλα αυτά από την άνεση του καναπέ τους. Σύντομα, και συγκεκριμένα από το 1985, το MTV άρχισε να απομακρύνεται από τη λογική του 24/7 προγράμματος με βίντεο και να σκέφτεται τα διαφημιστικά έσοδα και μία αλλαγή στην ταυτότητά του ως μουσικό κανάλι. Σταμάτησε να αναμειγνύει διάφορα είδη μουσικής και άρχισε να έχει προγράμματα και shows με συγκεκριμένα μουσικά είδη. Ενδιάμεσα από τα μουσικά κομμάτια της εκπομπής, υπήρχαν παρουσιάσεις και promo νέων δίσκων, καινούργιων video clip, περιοδειών, και γενικά μουσικών νέων. Τη δουλειά αυτή αναλάμβαναν οι VJs (Video Jockeys). Νέοι, κοντά στην ηλικία του κοινού που απευθύνεται το MTV, με αποτέλεσμα μεγαλύτερη ταύτιση του κόσμου με το κανάλι. Κάποιοι από τους πιο γνωστούς VJs που άφησαν εποχή είναι οι Martha Quinn, Nina Blackwood, Alan Hunter, J.J. Jackson και Mark Goodman. Μαζί, θα συνέχιζαν να παρουσιάζουν μερικά από τα πιο κουλ, πιο περίεργα και πιο χαριτωμένα μουσικά βίντεο της δεκαετίας του 1980 και μετά. (Douris, 2021).

Πολλά από τα πρώτα βίντεο που μετέδωσε ο σταθμός έγιναν επιτυχίες. Όπως είναι γνωστό, το πρώτο μουσικό video clip που έπαιξε στον αέρα μέσω της συχνότητας του MTV ήταν το Video

«Killed The Radio Star»⁸ από τους The Buggles. Στη συνέχεια ακολούθησε το «You Better Run»⁹ από την Pam Benatar και το «She Won't Dance» από τον Rod Stewart¹⁰. Ποτέ πριν δεν είχε υπάρξει 24ωρη τηλεοπτική εκπομπή για τη μουσική. Με 24 ώρες εκπομπής που έπρεπε να συμπληρωθούν, το MTV έδειχνε σχεδόν οποιοδήποτε βίντεο είχε σε διαθεσιμότητα .

Αυτό που έκανε το MTV, ήταν για πρώτη φορά να δώσει ένα μεγάλο κεντρικό βήμα στους μουσικούς, και έτσι αντί να χρειάζεται να πηγαίνουν από ραδιοφωνικό σταθμό σε ραδιοφωνικό σταθμό, έγινε η κύρια διέξοδος για νέα μουσική και νέα συγκροτήματα. Το MTV έδωσε στους διαφημιστές νέες ιδέες για το μοντάζ και στους σκηνοθέτες ένα νέο λεξιλόγιο. Το timing του MTV ήταν ιδανικό γιατί η ποπ κουλτούρα ήταν έτοιμη γι αυτό. Εκείνη την ώρα το πανκ ροκ πέθαινε, η ντίσκο άφηνε την τελευταία της πνοή και ο Τζον Λένον είχε πυροβοληθεί από σφαίρα δολοφόνου. (ABC News, 2006b)

Αξίζει να σημειωθεί ότι το MTV έδωσε βήμα και στις γυναίκες μουσικούς, λειτούργησε ως μέσο αναγνώρισής τους, καλλιέργησε τη γυναικεία ταυτότητα και δημιούργησε την «κουλτούρα των κοριτσιών». Παράλληλα, αυξήθηκε η προσέλευση των γυναικών στις συναυλίες δημοφιλούς μουσικής, ειδικά σε εκείνες των γυναικών καλλιτεχνών. Ο Banks (1997) συμπληρώνει ότι ενώ η εποχή του ροκ ήταν ανδρική υπόθεση, το MTV βοήθησε στην άνοδο της δημοτικότητας των γυναικών στην post rock σκηνή.

Είναι ενδιαφέρον πως καμία άλλη συχνότητα στην τηλεόραση, κανένα δίκτυο, καμία καλωδιακή υπηρεσία δεν είχε ποτέ μια γενιά με το όνομά της. Το MTV πήρε μία συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων και τους έδωσε μία ταυτότητα. Όταν εμφανίστηκε το MTV, άλλαξε πραγματικά τη βιομηχανία. Ξαφνικά ένα μουσικό κομμάτι δεν μπορούσε απλά να ακούγεται καλά. Έπρεπε επίσης να φαίνεται καλό. Σήμερα, το MTV εμφανίζεται σε 350 εκατομμύρια σπίτια και στο 70 τοις εκατό της υφηλίου και παράγει αναφερόμενα ετήσια έσοδα 3 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Η μουσική είναι ακόμα εκεί, αλλά όχι αρκετή, λένε οι επικριτές του καναλιού. Σήμερα το «Music TV» είναι «μάρκα». Παράγει θεατρικές ταινίες, εκπομπές παιχνιδιών και μια εκπομπή βραβείων. (ABC News, 2006)

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=W8r-tXRLazs>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=IvSbQB6-UdY>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=EHKHjtup3Qk>

Στη χρυσή εποχή του MTV — μεταξύ της ίδρυσής του το 1981 και το 1992 — τα βίντεο έγιναν σημαντικά πολιτιστικά αντικείμενα. Το MTV είχε και έχει μέχρι και σήμερα τρομερό αντίκτυπο στην κουλτούρα των νέων, είτε μέσω του καναλιού είτε μέσω εκδηλώσεων, όπως το ετήσιο «MTV MUSIC AWARDS» που έχει πιστό κοινό από όλο τον κόσμο. Τέλος, όπως η γενιά του ραδιοφώνου έδωσε τη σκυτάλη στη γενιά του MTV, έτσι και το μουσικό βίντεο μετακομίζει από το MTV στο διαδίκτυο, όπου βρίσκει ακόμα μεγαλύτερη αποδοχή. Ένας λόγος που σήμερα το κοινό προτιμά ιστοτόπους όπως το Youtube και το Vimeo, αντί του MTV, είναι ότι δεν ακολουθούν κάποιο πρόγραμμα. (Κοκκίδου, 2019)

ii. Το φαινόμενο Youtube

Με αριθμητικούς όρους το Youtube είναι μία πλατφόρμα που την επισκέπτονται πάνω από 100.000.000 άνθρωποι καθημερινά, για να δούνε ή να ανεβάσουν βίντεο. Το 2011, το ποσοστό των χρηστών του Youtube έφτανε το 25% επί του συνόλου καθημερινών χρηστών του διαδικτύου, και το 30% το 2012 (Holt, 2014: 306). Το 2012 το Youtube κατέγραψε 800 εκατομμύρια χρήστες που παρακολούθησαν βίντεο για τρεις δισεκατομμύρια ώρες ανά μήνα (Grossman, 2012).

Το Youtube δημιουργήθηκε το 2005 από τους Chad Hurley, Steve Chen και Jawed Karim. Σχεδόν μέσα σε ένα χρόνο, από τον Απρίλιο του έτους ίδρυσης έως το φθινόπωρο του 2006, έγινε ένα νέο φαινόμενο στα ΜΜΕ. Η παγκόσμια εμβέλειά του, το ποικίλο υλικό του και το γεγονός ότι το προσφέρει δωρεάν, έφεραν το Youtube στην πρώτη γραμμή των προτιμήσεων των χρηστών, ακόμα και πάνω από τη Google και το Facebook σε άτομα 16-24 ετών. Ο ψηφιακός διαδικτυακός πολιτισμός άλλαξε δραματικά τους τρόπους που οι άνθρωποι καταναλώνουν την μουσική. Ανάλογα έχει αλλάξει το πλαίσιο της παραγωγής, της διανομής και της υποδοχής του μουσικού βίντεο, σε σύγκριση με την εποχή της τηλεόρασης. Το διαδίκτυο δίνει την ευκαιρία στους χρήστες να έχουν δωρεάν πρόσβαση σε χιλιάδες μουσικά βίντεο κάθε είδους μουσικής και σχεδόν από όλους τους μουσικούς πολιτισμούς από την υφήλιο, οποιαδήποτε στιγμή θέλουν. Σε μία γενική προοπτική, το Youtube είναι μία πλατφόρμα με κοινωνική, οικονομική, καλλιτεχνική και τεχνολογική σημασία. Ανήκει στο πεδίο του συμμετοχικού ιστού (participative web) όπου οι χρήστες μπορούν να ανεβάσουν να παρακολουθήσουν και να μοιραστούν βίντεο με μία κοινότητα εκατομμυρίων ατόμων. Στο Youtube, οι αισθητικές αξίες, οι πολιτισμικές μορφές και οι δημιουργικές τεχνικές συνυφαίνονται μέσω συλλογικών δράσεων, διαμορφώνοντας αναδυόμενους χώρους καλλιτεχνικής έκφρασης (Burgess & Green, 2009). Οι καλλιτέχνες δεν

χρειάζονται απαραίτητα να προωθήσουν τα βίντεό τους μέσω κάποιας δισκογραφικής, καθώς πλέον έχουν άμεση επικοινωνία με το κοινό. Ανταμείβονται πολλαπλά και σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα μετά το ανέβασμα του βίντεο στην πλατφόρμα. Η διάδοση και η εξέλιξη των νέων μέσων γίνεται με ραγδαίες ταχύτητες. Κάποιοι καλλιτέχνες, έχοντας πρόσβαση σε πλήθος χρηστών έγιναν αγαπητοί και κατάφεραν κάνουν επαγγελματική σταδιοδρομία σε μία ημέρα Όπως για παράδειγμα οι Adele, Lana Del Ray και Justin Bieber οφείλουν μεγάλο μέρος την επιτυχία τους στο Youtube. (Κοκκίδου, 2019)

Αναφορικά με τη μουσική βιομηχανία, η επιτυχία του Youtube ήταν καταλυτική για να αναθεωρηθεί ο σκοπός που εξυπηρετεί ένα βίντεο μουσικής. Ενώ παλαιότερα το βίντεο θεωρούνταν κυρίως ως εργαλείο μάρκετινγκ, η οικονομική λογική τους απόκτησε άλλα κέντρα βάρους (Edmond, 2014). Στις αρχές της δεκαετίας του 2000 τα κέρδη της μουσικής βιομηχανίας μειώθηκαν δραματικά λόγω της ελεύθερης διακίνησης μουσικής μέσω ιστοτόπων και πειρατικών σελίδων. Αλλά με την προσθήκη διαφημίσεων πριν από το επιλεγμένο βίντεο ενός χρήστη, το Youtube επέτρεψε στη μουσική βιομηχανία να καλύψει μεγάλο μέρος από τις απώλειες από πωλήσεις μουσικής. Έχοντας υπόψη ότι ο σκοπός του video clip είναι για την προώθηση ενός καλλιτέχνη μέσα από ένα τραγούδι, η εξέλιξη είναι εμφανής, ειδικότερα την τελευταία δεκαετία. Δεν υπάρχει κάποιος πιο αποτελεσματικός τρόπος για να αναδειχθεί ο καλλιτέχνης, και έτσι όλες αυτές οι ταινίες μικρού μήκους με τη συνοδεία μουσικής, έχουν κατακτήσει πολλές πλατφόρμες στο διαδίκτυο και πολλά κανάλια στην τηλεόραση (Phoenix, 2014). Τα video clip είναι η πρώτη επαφή των θεατών με τα καινούρια τραγούδια και μια δυνατή επανάληψη για τα παλιά. Τα μουσικά βίντεο, αν και διαρκούν το πολύ πέντε λεπτά, είναι αρκετός χρόνος να απογειωθεί ένας καλλιτέχνης. Η εξέλιξή τους είναι ραγδαία τα τελευταία χρόνια καθώς γίνονται με όλο και πιο έντονα χρώματα και ανατρεπτικές χορογραφίες. Μέσα από τα νεότερα video clip, είναι εμφανές ότι η ψηφιακή παρέμβαση στην εικόνα και στον ήχο έχουν ανεβάσει αρκετά την ποιότητα. Είναι φανερό ότι ένα μουσικό βίντεο συνδέει τον καλλιτέχνη με τον θεατή προκαλώντας διάφορες αισθήσεις και επιτρέποντας ευκολότερη πρόσβαση στον θεατή από κάθε γωνιά του κόσμου, κάτι που σε σύγκριση με τα παλιότερα χρόνια δεν υπήρχε ούτε καν σαν ιδέα (Peeters, 2004). Η ένωση φωνής, εικόνας και στίχων τραγουδιού προσαρμοσμένα στον μοντέρνο τρόπο ζωής και στη μοντέρνα κουλτούρα, αποτελούν τους παράγοντες που έχουν συμβάλλει σημαντικά στην εξέλιξη.

Το YouTube είναι η δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης μετά την Google και η μεγαλύτερη υπηρεσία μουσικής παγκοσμίως. Χάρη στο YouTube μπορούμε εύκολα να ανακαλύψουμε ένα νέο μουσικό βίντεο ή/και έναν νέο καλλιτέχνη. Όσο εύκολα μπορούμε να βρούμε ένα καινούργιο μουσικό βίντεο, άλλο τόσο εύκολα μπορούμε να το ξεχάσουμε, καθώς η ροή μουσικής στο διαδίκτυο είναι τεράστια. Αν το σκεφτούμε καθαρά εμπορικά, για να μπορέσει ένας καλλιτέχνης να παραμείνει στη μνήμη του θεατή, χρειάζεται κάτι περισσότερο από ένα αρχείο MP3 και ταλέντο. Χρειάζεται δημιουργικότητα και φαντασία για να μπορέσει να αποκτήσει ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά μουσικής. Το πλεονέκτημα αυτό είναι κομβικής σημασίας, καθώς το μουσικό βίντεο τραβάει την προσοχή του θεατή ή τουλάχιστον βοηθάει να μείνει ο καλλιτέχνης στη μνήμη του θεατή. (Boardman, 2018)

2.1.4. Το μουσικό βίντεο ως έργο τέχνης – Η σχέση με καλλιτέχνη

Στις μέρες μας το μουσικό βίντεο είναι ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια της κουλτούρας της μουσικής, της τέχνης και της ψυχαγωγίας γενικότερα. Παλαιότερα θα αγοράζαμε ένα φυσικό άλμπουμ με ένα ωραίο ή ευφάνταστο εξώφυλλο σε καταστήματα (π.χ. Public), πλέον τη θέση τους έχουν πάρει τα μουσικά βίντεο, τα οποία έχουν τη δυνατότητα να εμφανίζονται σε πολλές πλατφόρμες (π.χ. Youtube, Vimeo, Spotify). Ένα βίντεο συνδέει έναν καλλιτέχνη και έναν ακροατή προσωπικά. Στη συνέχεια, η σύνδεση επεκτείνεται σε έναν ακροατή με ένα κοινό. Αυτόματα, τα μουσικά βίντεο επηρεάζουν τις τάσεις πιο γρήγορα από όσο η τηλεόραση ή ο κινηματογράφος, από πολλές απόψεις. Παραδείγματος χάρη, μόδα, χορευτικές κινήσεις, λεξιλόγιο.

Ένα κακό βίντεο μπορεί να καταστρέψει τη ζωή ενός τραγουδιού και ένα καλό βίντεο μπορεί να κάνει ένα τραγούδι επιτυχία. Ένα άλλο καλό παράδειγμα θα ήταν το Gangnam Style ένα βίντεο που σίγουρα εντυπώθηκε ισχυρά στη μνήμη του κοινού. Το τραγούδι και το βίντεο κλιπ έγιναν αμέσως viral τον Αύγουστο του 2012. Τον Σεπτέμβριο του 2012, το Gangnam Style αναγνωρίστηκε από τα Ρεκόρ Γκίνες ως το βίντεο με τα περισσότερα «Likes» στο YouTube εκείνη την εποχή. Στη συνέχεια κέρδισε το βραβείο καλύτερου βίντεο στα MTV Europe Music Awards που έγιναν εκείνη τη χρονιά. Στις 21 Δεκεμβρίου 2012, το Gangnam Style έγινε το πρώτο βίντεο στο YouTube που έφτασε το 1 δισεκατομμύριο προβολές. Από τις 9 Ιουνίου 2022, το μουσικό βίντεο του τραγουδιού είχε περισσότερες από 4,44 δισεκατομμύρια προβολές και ήταν το βίντεο με τις περισσότερες προβολές στην ιστορία του YouTube (Gruger, 2012). Αυτό μας οδηγεί προς

μια κατεύθυνση συνέργειας εταιρείας παραγωγής και σκηνοθέτη. Δεν υπάρχει άλλο μέσο σύντομης φόρμας που να έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει εκατομμύρια θεατές όπως ένα μουσικό βίντεο. Οι απλές ταινίες μικρού μήκους δεν έχουν την ίδια απήχηση και συχνά χρειάζονται αυτοχρηματοδότηση, ενώ ένα μουσικό βίντεο έχει μια οικονομική υποστήριξη έστω και περιορισμένη. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης σκηνοθέτες όπως ο Kahlil Joseph των οποίων οι ταινίες έχουν ξεπεράσει τη μορφή του μουσικού βίντεο, όπως η ταινία του m.A.A.d για τον Kendrick Lamar.(Boardman, 2018)

Τα μουσικά βίντεο εξακολουθούν να είναι ένα σημαντικό σημείο εκκίνησης για τους σκηνοθέτες να εξερευνήσουν και να βελτιώσουν τη δημιουργικότητά τους. Δίνουν σε νεαρά ταλέντα την ευκαιρία να εισέλθουν σε διαφορετικούς τομείς της κινηματογραφικής βιομηχανίας. Ταυτόχρονα, τα μέσα ενημέρωσης εξακολουθούν να εξετάζουν τα μουσικά βίντεο για να ανακαλύψουν νέα ταλέντα και ιδέες. Ως εκ τούτου, τα μουσικά βίντεο μπορούν να ξεπεράσουν τα όρια της εμπορικότητας και να είναι προϊόν καθαρής δημιουργικότητας.

2.1.5. Πώς τα μουσικά βίντεο άλλαξαν τον κόσμο.

Το τραγούδι, έχοντας εξελιχθεί μέσα στον χρόνο και έχοντας αποκτήσει παγκόσμια εμβέλεια, θα μπορούσαμε να πούμε ότι ασκεί επιρροές, δημιουργεί πρότυπα ή ακόμη και ότι μπορεί «να αλλάξει τον κόσμο» όπως για παράδειγμα η τεράστια επιτυχία του Τζον Λεον "Imagine"(1971). Όλη αυτή την κατάσταση ήρθε να την εντείνει η άνοδος του μουσικού video clip δημιουργώντας έναν νέο τρόπο έκφρασης και συνειδητοποίησης. Ασκεί πολύ μεγάλες επιρροές σε θέματα συμπεριφοράς, προσωπικότητας, κατεύθυνσης μόδας και τρόπου ζωής, ή και ακόμη και σε κοινωνικοπολιτικά ζητήματα, τον τρόπο που συμπεριφερόμαστε και δρούμε στην κοινωνία, καθώς πολλές φορές πραγματεύεται κοινωνικά ζητήματα. Η καθημερινότητα αλλά και η πολιτική διοχετεύτηκαν σε τηλεοπτικές οθόνες όπως ποτέ πριν. Για παράδειγμα, ο συγγραφέας David Wild, εμφανιζόμενος στη σειρά ντοκιμαντέρ *The Eighties*, στο κανάλι SBS, δήλωσε ότι «Το να παρακολουθώ την συναυλία της Live Aid στην τηλεόραση ήταν η δική μου εκδοχή για να οδηγήσω στο Woodstock». (Zwierzchaczewski, 2017)

Με αφορμή την άνοδο του μουσικού βίντεο και την κυκλοφορία του MTV, η μουσική μετατρέπεται σε εργαλείο αλλαγής κοινωνικών πρακτικών – από τα δυναμικά και πολιτικοποιημένα μουσικά φεστιβάλ στον βολικό καναπέ μπροστά στην τηλεόραση του σαλονιού. Το Live Aid, που πραγματοποιήθηκε σε δύο ηπείρους και μεταδόθηκε μέσω δορυφόρου σε όλο

τον κόσμο, επρόκειτο να αλλάξει τον κόσμο. Ήταν η πρώτη στιγμή κυριαρχίας του slacktivism, ότι δηλαδή δεν χρειαζόταν στην πραγματικότητα να παραβρεθεί κάποιος αυτοπροσώπως για να βοηθήσει. Σε όλο το επεισόδιο του πρώτου Live Aid, διάφοροι συνομιλητές, από πρώην DJs του MTV μέχρι μουσικοί παραγωγοί, σχεδιάζουν τη μεταμόρφωση της μουσικής βιομηχανίας και τον πραγματικό αντίκτυπο που θα έχει στην κοινωνία της Αμερικής. Βεβαίως εξακολουθούν να υπάρχουν και οι αισιόδοξοι, που έχουν μεγαλώσει με τον John Lennon και τον Joe Strummer, οι οποίοι πιστεύουν ότι ένα τραγούδι μπορεί να αλλάξει τον ίδιο τον άνθρωπο και κατ' επέκταση τον κόσμο ολόκληρο. (Zwierzchaczewski, 2017)

Αξιοσημείωτο γεγονός ήταν και η άνοδος του Michael Jackson ως αστέρα της ποπ μουσικής και κουλτούρας. Ξεκίνησε την καριέρα του, λόγω φυλετικών και κοινωνικών στερεοτύπων και περιορισμών, με το να παίζει σε ραδιοφωνικούς σταθμούς για έγχρωμους. Παρά τις ρατσιστικές επιφυλάξεις της ίδιας της CBS Records, το MTV άφησε τελικά έναν μαύρο καλλιτέχνη να «παίξει» στο κανάλι του όπου και δημιουργεί αυτή την τεράστια περσόνα ερμηνευτή, αλλά κυρίως δίνοντας βήμα σε άλλους έγχρωμους καλλιτέχνες να κατακτήσουν το κοινό. (Zwierzchaczewski, 2017)

Μετά ήρθε το hip-hop. Το MTV και τα μουσικά βίντεο έφεραν την πραγματικότητα της «μαύρης καθημερινότητας» στα προάστια της «λευκής» και της μεσαίας τάξης. Τα μουσικά βίντεο της hip-hop κουλτούρας θεωρούνται κανάλι κοινωνικής κινητικότητας, ειδικά για τις περιθωριοποιημένες κοινότητες όπως οι μαύροι στην Αμερική. Μέσω δράσεων, από τους Public Enemy και τους N.W.A, ξεκίνησε μια συζήτηση για τις φυλετικές σχέσεις στην Αμερική που διεξάγεται ακόμα τώρα και πιθανώς έχει προκαλέσει αρκετές συντηρητικές επιθέσεις εκείνη την εποχή μέχρι και σήμερα. (Zwierzchaczewski, 2017)

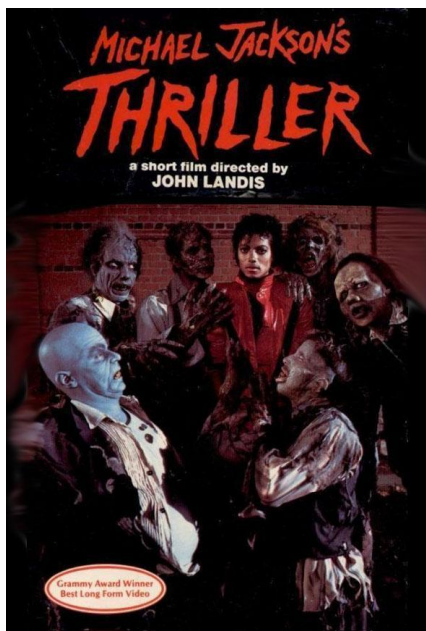
Επομένως, τα μουσικά βίντεο είναι μια σημαντική κινητήρια δύναμη της δημοφιλούς κουλτούρας. Αποτελούν, πλέον, μέρος της οπτικής μας γλώσσας – ένα σημαντικό κομμάτι της κουλτούρας της κατανάλωσης μουσικής, τέχνης και ψυχαγωγίας μας.

2.2. Video clip που άφησαν εποχή

Το μουσικό video clip από την αρχή του μέχρι και σήμερα δεν σταματάει να ανθίζει και να εξελίσσεται. Από το Magic Lantern του George Thomas στο Lyric video του Bob Dylan και τα χορευτικά κομμάτια του Elvis Presley. Από τις μεγάλες συναυλιακές παραστάσεις και το ραδιόφωνο, στη δημιουργία της «νέας γενιάς» MTV, όπου τα video clip μετατρέπονται σε

υπερπαραγωγές ταινιών μικρού μήκους με σενάριο. Από τα χρυσά χρόνια της τηλεόρασης, και συγκεκριμένα του MTV, στο διαδίκτυο που προσφέρει παγκόσμια ελευθερία στην αναζήτηση και εύρεση πληροφοριών, δημιουργία και καταχώρηση περιεχομένου. Τα μέσα και οι ιδέες μπορεί να μεταβάλλονται συνεχώς και να γίνονται ολοένα και καλύτερα, αλλά αυτό που παραμένει πάντα ίδιο είναι ο στόχος: Το μάρκετινγκ και η προώθηση του καλλιτέχνη. Όλες οι παρακάτω επιλογές είναι αντιπροσωπευτικά παραδείγματα του πώς ο συνδυασμός ήχου και εικόνας δημιούργησε ένα ολόκληρο καλλιτεχνικό λεξιλόγιο, μας έδωσε αρκετά αριστουργήματα και άλλαξε τον τρόπο που ακούμε και πλέον «βλέπουμε» τη μουσική. Συνεχίζουν να μας ενθουσιάζουν ή να μας ενοχλούν και να μας θυμίζουν πόσα μπορούμε να «πούμε» σε τρία με τέσσερα λεπτά με ένα τραγούδι, μια κάμερα, μια ιδέα και λίγο φωτισμό.

i. «Thriller» - Michael Jackson (1983)



Το «Thriller» του Michael Jackson αποτελεί ορόσημο στην ιστορία των μουσικών βίντεο. Σκηνοθέτης του είναι ο John Landis, ενώ το τραγούδι δημιουργία του Rod Temperton. Είναι pop χορευτικό κομμάτι με στοιχεία rock, post-disco και funk. Πούλησε πάνω από 9 εκατομμύρια αντίτυπα και αυτή τη στιγμή είναι το μόνο μουσικό βίντεο που διατηρείται στη Βιβλιοθήκη Congress National Film Registry. Μόνο ένας ποπ σταρ με το όραμα του Michael Jackson θα μπορούσε να το είχε πετύχει.

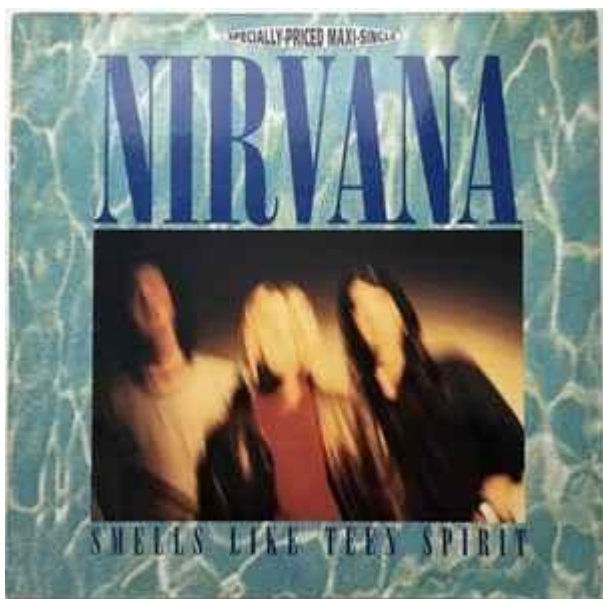
Εξαιρετικά πρωτοποριακό για την εποχή του καθώς μοιάζει με ταινία τρόμου και δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από μία ταινία μικρού μήκους. Με διάρκεια 15 λεπτών, μεγαλεπήβολο σενάριο γεμάτο αναφορές και τεχνικές, καθώς και επαναστατικό ήχο το καθιστά ένα από τα καλύτερα video clip όλων των εποχών. Επιπλέον, οι άκρως δημιουργικές και πρωτοποριακές χορογραφίες καθιστούν αδύνατο να μην παρασυρθεί ο ακροατής στον ρυθμό των χορευτικών.

Σε μία ανάλυση (Mercer,1993), ο Michael Jackson στις μεταμορφώσεις που δημιουργεί στο βίντεο, όταν αλλάζει από άνθρωπος σε λυκάνθρωπο-ζόμπι, προκαλεί συνειρμούς αναφορικά με τις αισθητικές αλλαγές που έχει κάνει στον ίδιο του τον εαυτό. Μόλις το «Thriller» κυκλοφόρησε, τα μουσικά video clip δεν ήταν ποτέ ξανά τα ίδια. Ένα video clip δεν ήταν πλέον μόνο μουσικό

διαφημιστικό υλικό. Ήταν κινηματογραφικό γεγονός που θα μπορούσε να αλλάξει την ίδια την κουλτούρα της μουσικής όπως την ξέραμε.

ii. «Smells Like Teen Spirit» - Nirvana (1991)

Το Smells Like Teen Spirit ήταν κυρίαρχο single της δεκαετίας του '90, από το άλμπουμ των Nirvana «Nevermind» του 1991 και το βίντεό του τους βοήθησε να εδραιωθούν ως The Only Band

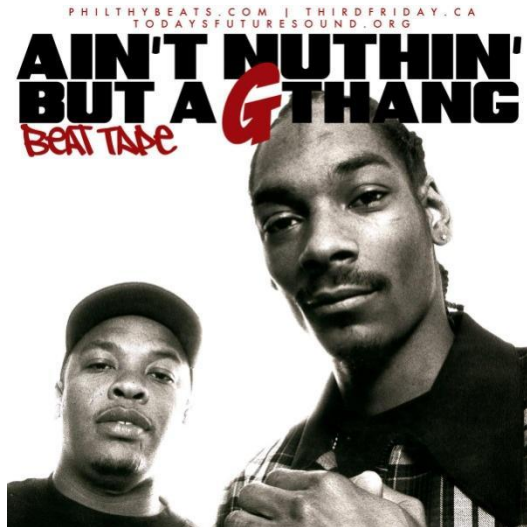


That Mattered. Τον τίτλο του τραγουδιού «Smells like Teen Spirit» φημολογείται πως ο Cobain τον έδωσε από το γκράφιτι της Kathleen Hanna, του συγκροτήματος Bikini Kill, που έγραψε κάποτε στον τοίχο του δωματίου του ξενοδοχείου του τραγουδιστή Kurt Cobain. Έγραψε το «Kurt smells like Teen Spirit» αναφερόμενη σε μια μάρκα αποσμητικού που φορούσε τότε η κοπέλα του Cobain. Ο Κομπέιν, που δεν ήξερε τι ήταν το Teen Spirit, το ερμήνευσε ως επαναστατική φράση και έδωσε το όνομά του στο ένα τραγούδι. (Dictionary.com, 2021).

Ο σκηνοθέτης Samuel Bayer συνέλαβε τη σκληρή, βρώμικη αισθητική του γκρουπ σκηνοθετώντας τη δράση σε ένα πανκ mosh pit: Το πάτημα με το παπούτσι Converse All-Star, τα high top μπλουζάκια, οι πανκ τσιρλίντερ με σύμβολα αναρχίας στις στολές τους· το ριγέ μπλουζάκι του Kurt Cobain, φορεμένο πάνω από ένα μακρυμάνικο πουκάμισο, οι αρχικές συγχορδίες, οι απείθαρχοι έφηβοι, που από σιωπηλοί δημιουργούν το χάος. Όλα αυτά βοήθησαν στο να πουληθεί η έννοια του εναλλακτικού ροκ τόσο στον χώρο της μουσικής αλλά και της ενδυμασίας. Εγκαινίασε το κίνημα «Grunge». (Mezydlo, 2022).

iii. «Nuthin' but a 'G' Thang» - Dr. Dre feat. Snoop Doggy Dogg (1992)

Είναι το πρώτο σόλο ντεμπούτο άλμπουμ του Dr. Dre σε συνεργασία με τον Snoop Dogg και μέσα από αυτό το κομμάτι εισήγαγαν το G-funk (το 'G' προέρχεται από το Gangsta). Με την εμφάνισή



του δεν άργησε να γίνει γνωστό στο κοινό και να ακούγεται παντού. Έπαιζε στα μαγαζιά, σε R&B, ακόμη και σε Pop ραδιοφωνικούς σταθμούς. Είναι ένα κλασικό gangsta rap με αναφορές στο lifestyle, τη μουσική, τα λεφτά και τη βία των ράπερ της περιόδου. Και όλα αυτά τα αποδίδουν, με γλαφυρότητα στο video clip: Σπίτι πάρτι, μπλουζάκια, 1940s, μαριχουάνα και τόπλες γυναίκες. Το βίντεο άνοιξε τον δρόμο για τους άλλους ράπερ να επιδείξουν την καλή ζωή – και συχνά τη ζωή των κακοποιών – που τείνει να συνδέεται με κάποιο ραπ. Η επεξεργασμένη έκδοση ήταν επιτυχία

του MTV και έδωσε στο ραπ της δεκαετίας του 1990 ένα νέο πρόσωπο και μια νέα μέθοδο για να ακολουθήσει. (Mezydlo, 2022)

iv. «Da Funk» - Daft Punk (1997)



Το βίντεο Da Funk είναι από τα ελάχιστα βίντεο αφήγησης όπου η μουσική ακούγεται σε διηγητικό επίπεδο. Ο σκηνοθέτης Spinke Jonze, χρησιμοποιώντας διηγητικούς ήχους και διαλόγους στο βίντεο, το κάνει να μοιάζει σαν ταινία μικρού μήκους όπου το κομμάτι, καθώς δεν έχει στίχους αφήνει απόλυτη ελευθερία στη σύλληψη της ιστορίας. Η μουσική μοιάζει σαν ηχητικό υπόβαθρο για την αφήγηση. Η ιστορία διαδραματίζεται σε

μία πολυσύχναστη πόλη την περίοδο των Χριστουγέννων. Ο κύριος χαρακτήρας του βίντεο είναι ένας ανθρωπόμορφος σκύλος, ο Charles, που περπατά στους δρόμους με ένα δεκανίκι και ένα ραδιόφωνο. Ειρωνεία αποτελεί ότι κανένας από τους ανθρώπους δεν ξαφνιάζεται από την εμφάνιση του ανθρώπου-σκύλου. Στο εν λόγω βίντεο κλιπ, όλα τα ηχητικά,

συμπεριλαμβανομένου και του τραγουδιού, σχετίζονται με τη θέση της κάμερας. Σε κάποιες γωνίες λήψης ακούμε μόνο τους ήχους της πόλης, ενώ σε άλλες ακούμε το κομμάτι κανονικά. Δημιουργείται ασυμφωνία και ακολουθείται σουρεαλιστική λογική γιατί αν και έχουμε ένα κομμάτι με χορευτική μουσική, εκτυλίσσεται μία μελαγχολική ιστορία.

Τον Σεπτέμβριο του 2010, οι Pitchfork Media συμπεριέλαβαν το τραγούδι στο νούμερο 18 στα «Top 200 Tracks of the 90s». Το 2011, εμφανίστηκε στα βιντεοπαιχνίδια Top Spin 4 και Just Dance 3 της Ubisoft (Pitchfork, 2010). Την ίδια χρονιά, το περιοδικό *Slant* το κατέταξε στο νούμερο 93 στην κατάταξή του για «Τα 100 καλύτερα σινγκλ της δεκαετίας του 1990» (Staff, 2022).

v. «Bad Romance» - Lady Gaga (2009)

Το «Bad Romance» της Lady Gaga, είναι ένα τραγούδι από την τρίτη της συλλογή *The Fame Monster* (2009). Μουσικά είναι dance-pop, synth pop κομμάτι. Έχει στοιχεία από techno και germanesque house, με επιρροές new wave, καθώς και από τα '80s και τα '90s. Από την Gaga



συστήνεται ως πειραματικό ποπ. Για την παραγωγή του τραγουδιού συνεργάστηκε με τον Nadir Khayat, ενώ το video clip σκηνοθέτησε ο Francis Lawrence. Η Gaga το παρουσίασε στο show του Alexander McQueen στο Παρίσι, στο Fashion Week, τον Οκτώβριο του 2009.

Σε μία πρώτη προσέγγιση το «Bad Romance» μοιάζει σαν ένα τυπικό pop video με πολλά χορευτικά (ενίοτε με σπασμωδικές κινήσεις θυμίζοντας τις χορογραφίες Michael Jackson από το «Thriller») και την Gaga να τραγουδάει συγχρονισμένα με τις εικόνες. Τα χορευτικά

είναι ερωτικά, ενίοτε με πολύ προκλητικές κινήσεις, ενώ αξιοσημείωτα στοιχεία είναι επίσης οι υπέροχες λεπτομέρειες με τα γυαλιά ηλίου με ξυράφι, τα κοστούμια λύκου από λατέξ, οι γόβες Alexander McQueen που όλα μαζί δημιουργούν μια ανίερη σύγκρουση στυλ, σεξ και showbiz. Από την άλλη, δεν κρύβεται και η επιλογή της Gaga για μεταφορά μηνυμάτων μέσω του video clip. Αν κάποιος εστιάσει στις λεπτομέρειες θα ανακαλύψει μία σύνθετη, πολυεπίπεδη αφήγηση που είναι δομημένη με τέτοιο τρόπο ώστε να αναδειξεί ένα πλήθος ιδεών αναφορικά με τους σκοτεινούς μηχανισμούς της μουσικής βιομηχανίας. Η αφήγηση αφορά, σε μεγάλο βαθμό, την

ίδια την Lady Gaga και τη σχέση της με τη δημοσιότητα, καθώς δείχνει να μοιράζεται με το κοινό της πως κατάλαβε το βαρύ κόστος της επιτυχίας και της φήμης στο καλλιτεχνικό στερέωμα και τι συνεπάγεται η αποδοχή των όρων της μουσικής βιομηχανίας..(Κοκκίδου, 2019)

2.3. Αναφορές Video Clip

Η ιδέα της πτυχιακής εργασίας για δημιουργία μουσικού video clip προήλθε από την αγάπη μου για τις ταινίες μικρού μήκους και τη μουσική. Ανάμεσα σε μία πληθώρα μουσικών video, ορισμένα αποτέλεσαν κατευθυντήρια γραμμή και πηγή έμπνευσης για την επίτευξη της εργασίας. Πιο αναλυτικά, εμπνεύστηκα στοιχεία για το ύφος και τον χαρακτήρα του δικού μου μουσικού βίντεο (KAS:ST – VTOPIA και Territory από The Blaze), βασίστηκα σε ορισμένα σκηνοθετικά ευρήματα (Kendrick Lamar- Humble), ενώ άλλα μου έδωσαν λύσεις σε τεχνικές φωτισμού (Self Care του Mac Miller). Το πιο σημαντικό video clip από αυτά είναι το MA του Wang - ΕΘΙΣΜΟΣ από όπου εμπνεύστηκα τα σκηνογραφικά στοιχεία και την ιδέα του να γυριστεί το βίντεο κλιπ σε θέατρο. Από την άλλη υπήρξαν και μουσικά video clip τα οποία συνέβαλαν ως κίνητρο για την υλοποίηση της εργασίας χωρίς να την επηρεάσουν ή να βασιστώ σε αυτά τεχνικά. Σίγουρα όλα τα παραπάνω συνέβαλαν με τον τρόπο τους στη διαμόρφωση της ιδέας, αλλά σε καμία περίπτωση δεν έγινε αντιγραφή στοιχείων καθώς αποτέλεσαν πηγή έμπνευσης και αναφοράς για την εργασία.

Παρακάτω παραθέτω λίστα με κάποια από αυτά τα κομμάτια:

<i>AL044 - KAS:ST - VTOPIA</i>	<i>AL044 - KAS:ST - VTOPIA (Official video)</i>
<i>The Blaze - Territory - Official Video</i>	<i>The Blaze - Territory - Official Video</i>
<i>KAS:ST - Hell on Earth (Official Video)</i>	<i>KAS:ST - Hell On Earth (Official Video)</i>
<i>Adana Twins - Strange (Acid Pauli & NU Remix) (Official Video) Exploited</i>	<i>Adana Twins - Strange (Acid Pauli & NU Remix) (Official Video) Exploited</i>
<i>WANG X ΕΘΙΣΜΟΣ - MA (LIMITED EDITION #2)</i>	<i>WANG X ΕΘΙΣΜΟΣ - MA (LIMITED EDITION #2)</i>
<i>Kendrick Lamar - HUMBLE.</i>	<i>Kendrick Lamar - HUMBLE.</i>
<i>Mac Miller - Self Care</i>	<i>Mac Miller - Self Care</i>
<i>WANG - INTERRAIL (Official Music Video) Prod. by Electabaz</i>	<i>WANG - INTERRAIL (Official Music Video) Prod. by Electabaz</i>
<i>Anser - Λυπητερή / Lipiteri prod.by Briansway (Official Video Clip)</i>	<i>Anser - Λυπητερή / Lipiteri prod.by Briansway (Official Video Clip)</i>
<i>OK Go - The Writing's On the Wall - Official Video</i>	<i>OK Go - The Writing's On the Wall - Official Video</i>
<i>Deadfile - Black Old Hound</i>	https://vimeo.com/160811364

3. Δεύτερο μέρος

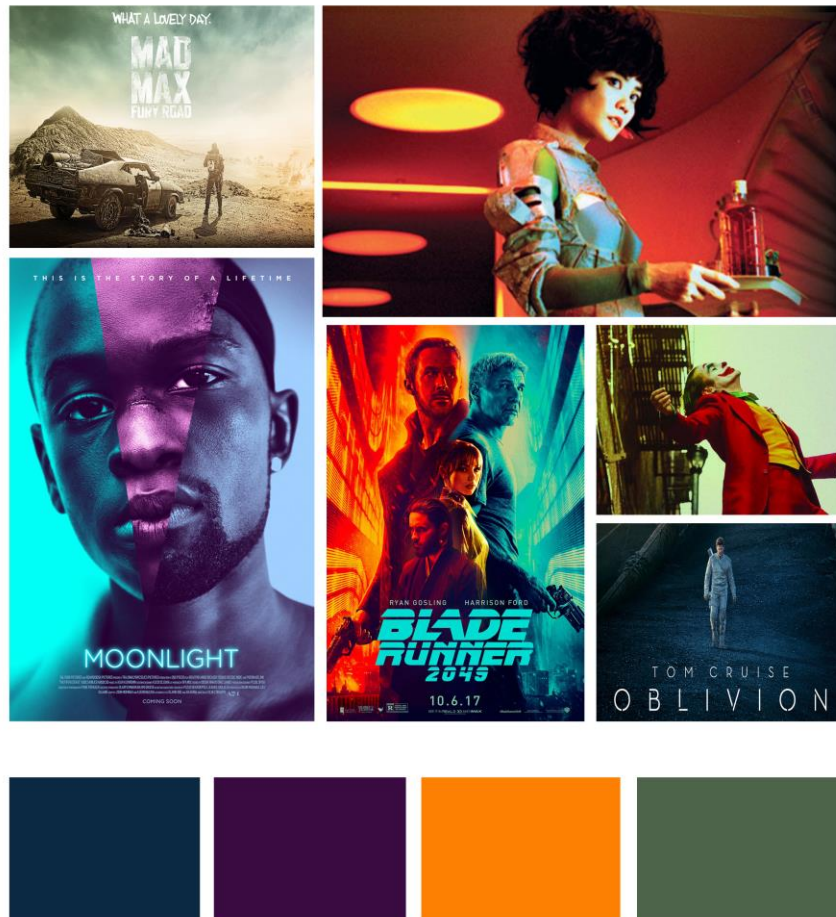
3.1. Σενάριο

Η κεντρική ιδέα του μουσικού video clip «Ως τη συλλαβή» ξεκίνησε με στόχο την ανάδειξη των αναμνήσεων ως τρόπου σύνδεσης με τα συναισθήματα, τις αισθήσεις και τις εικόνες του παρελθόντος, αλλά και την θεραπευτικότητάς τους μέσα από την ανάκλησή τους στο παρόν. Το βίντεο παρουσιάζει έναν νεαρό άνδρα ο οποίος μέσα από τις παιδικές του μνήμες οδηγεί συνειρμικά τον θεατή στο συμπέρασμα ότι πέρασε δύσκολα παιδικά χρόνια με κύρια συναισθήματα την απομόνωση και τη μοναξιά. Οι επιδράσεις που δέχτηκε από τη μουσική, τους ανθρώπους που συνάντησε και τα βιώματά του σε τρυφερή ηλικία τον διαμόρφωσαν σε αυτό που είναι σήμερα. Έτσι, υπογραμμίζω τη σημαντικότητα των αναμνήσεων στη ζωή ενός ανθρώπου καθώς τον συνδέουν με τις ρίζες του και το ποιος τελικά είναι. Συνοδοιπόρος με τις μνήμες ο ήρωας αλλάζει νοοτροπίες, εμπλουτίζει την προσωπικότητά του, γράφει μουσική και στίχους, παίρνει τον ρόλο του μαθητή και του δασκάλου ταυτόχρονα, και με αυτόν τον τρόπο ενηλικιώνεται. Ο πρωταγωνιστής περιφέρεται ανάμεσα στις αναμνήσεις του και εξιστορεί μέσω του τραγουδιού την ιστορία του. Ακολουθώντας τον στην ενηλικίωσή του παρακολουθούμε τον ρόλο των αναμνήσεων στη ζωή του μέσα από αφαιρετικά πλάνα, εναλλαγή φωτισμών, γρήγορων εναλλαγών στο μοντάζ, κάμερα στο χέρι και άλλων τεχνικών που υποδηλώνουν τη διαμόρφωση της προσωπικότητας του ήρωα και αναδεικνύουν τη φορτισμένη ψυχολογική του κατάσταση.

Η αρχική ιδέα του βίντεο άλλαξε καθ' όλη τη διάρκεια των γυρισμάτων και διαμορφωνόταν βάσει των συνθηκών (χρήση κομπάρσων, χώροι, πίεση χρόνου, διαθεσιμότητα πρωταγωνιστή). Το πρωταρχικό πλάνο εμπεριείχε πολλούς εξωτερικούς χώρους και αρκετά άτομα, αλλά λόγω των καιρικών συνθηκών καθώς και της δυσκολίας εύρεσης ατόμων, τα γυρίσματα διεξήχθησαν σε σύντομο χρόνο και με λίγα άτομα. Τέλος, τα γυρίσματα πραγματοποιήθηκαν μέσα σε ένα θέατρο ώστε να δοθεί μία πιο δραματική διάσταση στο βίντεο. Οι αναμνήσεις του ήρωα, αν και δεν μπορεί να θυμάται τα πάντα, λειτουργούν σαν θεατρικές σκηνές ενός ενιαίου έργου που είναι η ζωή του. Η επιλογή του χώρου δίνει μεγαλύτερη έμφαση στη δραματικότητα που κορυφώνεται μέσα από τους στίχους και την αισθητική των πλάνων. Το ξεδίπλωμα των αναμνήσεων γίνεται τμηματικά σαν καρέ από ταινία.

3.2. Moodboard

Δεύτερο βήμα, υποχρεωτικό και αναγκαίο, ήταν η υλοποίηση moodboard. Ενός μέσου οργάνωσης και «οραματισμού» του τελικού αποτελέσματος, υποχρεωτικό για την προπαραγωγή και αναγκαίο για την επικοινωνία με τον καλλιτέχνη. Και στις δύο περιπτώσεις στόχος ήταν η έγνοια του γενικού αισθητικού αποτελέσματος για το video clip. Μία πρώτη αδρή οπτικοποίηση της ιδέας αλλά και του ύφους και του χαρακτήρα που θα αποδοθεί στην εργασία. Το moodboard που διαμόρφωσα αποτελείται από εικόνες και χρωματικές παλέτες που καθορίζουν το συναίσθημα και τον φωτισμό του video clip. Μια σειρά από λεπτομέρειες και διαφορετικές ιδέες οργανώθηκαν ώστε να δομηθεί μία ενιαία εικόνα και αισθητική. Το σενάριο πλαισιώθηκε καλλιτεχνικά από διάφορα μέσα, αλλά το moodboard έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην αποτύπωσή του στην κάμερα. Οι συνδυασμοί χρωμάτων, οι υφές, το ύφος του έργου απέκτησαν ζωή στο moodboard, το οποίο διευκόλυνε την αναζήτηση, ανάλυση και σύνθεση αισθητικών δεδομένων.



Το moodboard απαρτίζεται κυρίως από τις γενικές χρωματικές παλέτες ταινιών για την ψυχολογική απόδοση μέσω του χρώματος και του φωτισμού του χαρακτήρα κάθε θεματικής. Για κάθε σκηνή έγινε χρήση διαφορετικού στιλ φωτισμού και χρωματικής παλέτας από τις ταινίες που επιλέχθηκαν, με το κάθε ένα να είναι όσο πιο κοντά γίνεται στο γενικό συναίσθημα της σκηνής.

i.«2046» (Wong Kar-Wai, 2004)



Από την ταινία «2046» χρησιμοποιήθηκαν τα θερμά χρώματα για την απόδοση ζεστασιάς και οικείου στο παρόν. Χρησιμοποιείται στα αρχικά πλάνα που ο ήρωας βρίσκεται στο «Τώρα».

ii.«Λήθη» - «Oblivion» (Joseph Kosinski, 2013)



Από την ταινία «Oblivion» χρησιμοποιήθηκε χρωματική παλέτα ψυχρών αποχρώσεων για την αποκοπή του ήρωα από την πραγματικότητα. Την απόδοση του ονειρικού στοιχείου και της απομόνωσης.

iii.«Σεληνόφως» - «Moonlight» (Barry Jenkins, 2016)



Τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν από την παλέτα του «Moonlight» είναι παλ αποχρώσεις του μπλε και το μωβ. Σκοπός ήταν η απόδοση της παιδικότητας, αθωότητας και ανεμελιάς καθώς χρησιμοποιήθηκε στις σκηνές που ο πρωταγωνιστής διασκεδάζε είτε σε μικρή ηλικία είτε μεγάλος.

iv.«Joker» (Todd Phillips, 2019)



Από την ταινία «Joker» αξιοποιήθηκαν το κίτρινο και το πράσινο στις σκηνές μίσους και βίας, με σκοπό την απόδοση του αισθήματος απέχθειας και μίσους.

4. Storyboard

Με την ολοκλήρωση του moodboard, και έχοντάς το σαν οδηγό για το αισθητικό κομμάτι της ταινίας, προχώρησα στο επόμενο βήμα το οποίο ήταν η δημιουργία storyboard. Έχοντας σαν στόχο μία πρώτη ιδεατή οπτικοποίηση του σεναρίου, αλλά και όσο το δυνατόν ρεαλιστική απεικόνιση της τελικής εικόνας, για τις ανάγκες του storyboard έγινε η χρήση του προγράμματος CineTracer. Το CineTracer είναι ένας κινηματογραφικός προσομοιωτής, κατασκευασμένος από τον Matt Workman με το λογισμικό UnrealGame (μηχανή παιχνιδιών που αναπτύχθηκε από την Epic Games). Το πρόγραμμα παρέχει τη δυνατότητα να στήσεις εύκολα και γρήγορα (χωρίς να απαιτούνται γνώσεις μοντελοποίησης) έναν χώρο 3D, όσο πιο πιστό γίνεται στον χώρο που θα γίνει το γύρισμα της εκάστοτε σκηνής. Ταυτόχρονα παρέχει μία μεγάλη γκάμα τεχνικού εξοπλισμού για να επιλέξεις τόσο κινηματογραφικό (κάμερες, φακούς, τρίποδα, ράγες, γερανούς, πάνθηρες και άλλα) όσο και ηλεκτρικό εξοπλισμό (φώτα, αμερικάνες, ανακλαστήρες και άλλα), ακόμη και γκάμα χαρακτήρων για να στήσεις τη σκηνή που επιθυμείς. Έχοντας στήσει τη σκηνή όπως την έχεις φανταστεί, με τα κατάλληλα αντικείμενα στον χώρο, και έχοντας τοποθετήσει το κινηματογραφικό και φωτιστικό εξοπλισμό με βάση τη σκηνοθετική στόχευση, με την εγγραφή της κάμερας το CineTracer σου δίνει το τελικό αποτέλεσμα στην καταγραφή της κάμερας, το οποίο είναι πολύ κοντά στο πραγματικό αποτέλεσμα. Όλο αυτό δημιουργεί ένα πολύ εύκολο και υπερβολικά βοηθητικό Storyboard καθώς η ταινία είναι σαν να έχει «γυριστεί», αλλά ψηφιακά.

Αυτή είναι μια ενδεικτική εικόνα από το πρόγραμμα δίπλα στο τελικό αποτέλεσμα:



5.2. Ordino Δεύτερης Ημέρας

A1	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1		ΣΚΗΝΗ 3	ΣΚΗΝΗ 9	ΣΚΗΝΗ 4	ΣΚΗΝΗ 8	ΣΚΗΝΗ 6	ΣΚΗΝΗ 10	ΣΚΗΝΗ 11	ΣΚΗΝΗ 12
2	LOCATION	θέατρο	ωδείο	δωμάτιο Μάριου	κουζίνα	δρόμος	δρόμος	δρόμος	δρόμος
3	CAST	Οδυσσέας + Μάριος	Άρτεμις + Μάριος	Μάριος	Τσιώνης + Γεωργία + Μάριος	Μάριος + 2 κλέφτες	Μήτσος, Μάριος, 2 κλέφτες	Μήτσος	Μήτσος
4	EXTRAS	X	X	Τσιώνης + Γεωργία	X	1	1	1	1
5	PROPS	X	αρμόνιο, καρέκλες, κιθάρες, βάση για πεντάγραμμο, χαλί, φωτιστικό, ρολόι μεγάλο	Γραφείο: βιβλία, χαρτιά, μολυβοθήκη γεμάτη, πικ απ, walkman, φωτιστικό. Δωμάτιο: κρεβάτι, ποδοσφαιρικές μπλούζες, αφίσες, δίσκους, φωτιστικό, ποδήλατο, ακατάστατα ρούχα. Κουζίνα: ...	Κουζίνα: ψυγείο, τραπέζι, καρέκλες, γαβάδα, φρούτα, λουλούδια, λογαριασμοί, μπουκάλι νερό.	Δρόμος: πανί, σήμα ΣΤΟΠ, κώνος, ποδήλατο, χύμα, ξερόφουτα, 2 ασβεστόλιθοι / παλέτα + σακούλες. Μάριος: τσάντα, χαρτιά, walkman	Δρόμος: πανί, σήμα ΣΤΟΠ, κώνος, ποδήλατο, χύμα, ξερόφουτα, 2 ασβεστόλιθοι / παλέτα + σακούλες. Μάριος: τσάντα, χαρτιά, walkman	Δρόμος: πανί, σήμα ΣΤΟΠ, κώνος, ποδήλατο, χύμα, ξερόφουτα, 2 ασβεστόλιθοι / παλέτα + σακούλες, πανί. Μήτσος: με σπρέι	Δρόμος: πανί, σήμα ΣΤΟΠ, κώνος, ποδήλατο, χύμα, ξερόφουτα, 2 ασβεστόλιθοι / παλέτα + σακούλες, πανί. Μήτσος: με 3 σπρέι
6	NTYΣΙΜΟ	Ο Μάριος φοράει τα ίδια με τον Οδυσσέα	Μάριος: 2η ποδοσφαιρική μπλούζα. Άρτεμις: όμορφο πουκάμισο/μπλούζα	πυτζάμα / 1η ποδοσφαιρική μπλούζα	Πατέρας: ... / Μητέρα: ... / Μάριος: όπως ήταν στην σκηνή 5	Μάριος: ποδοσφαιρική μπλούζα / φούτερ + τζιν + αθλητικά παπούτσια. Κλέφτες: Μαύρη (σκουρόχρωμη) ζακέτα, κουκούλα, καπέλα, γυαλιά ηλίου, γάντια. Μήτσος: μαύρη ζακέτα, μαύρη μπλούζα, μαύρο τζιν.	Μάριος: ποδοσφαιρική μπλούζα / φούτερ + τζιν + αθλητικά παπούτσια. Κλέφτες: Μαύρη (σκουρόχρωμη) ζακέτα, κουκούλα, καπέλα, γυαλιά ηλίου, γάντια. Μήτσος: μαύρη ζακέτα, μαύρη μπλούζα, μαύρο τζιν.	Μήτσος: μαύρη ζακέτα, μαύρη μπλούζα, μαύρο τζιν.	Μήτσος: μαύρη ζακέτα, μαύρη μπλούζα, μαύρο τζιν + 2 ζευγάρια μπότες (μπάτσου).
7	NOTES	Ο Οδυσσέας κάθεται στα καθίσματα και ξεκινά να χιώνει το κομμάτι. Ο Μάριος είναι πάνω στην σκηνή και κάνει τις ίδιες κινήσεις με τον Οδυσσέα. Ο Οδυσσέας συνεχίζει να χιώνει το κομμάτι.	Η Άρτεμις παίζει πιάνο. Ο Μάριος ετοιμάζεται να χωρέψει. Χορεύει με τον ίδιο ρυθμό και κινήσεις που χορεύει ο Οδυσσέας.	Ο Μάριος είναι στο γραφείο του, ακούει μουσική και γράφει στα χαρτιά ενώ κουνάει τα χέρια του γουστάροντας στον ρυθμό του Οδυσσέα. Στο βάθος υπάρχει κίνηση των γονέων (μπαίνουν οι γονείς και του κάνουν δώρο το walkman ?)	Ο Μάριος μπαίνει στην κουζίνα, πετάει την τσάντα του νευριασμένος και πάει στο δωμάτιο του βιαστικός. Ο Τσιώνης και η Γεωργία σταματάνε να μαλώνουν. Πάνε στο δωμάτιο και παρηγορούν τον Μάριο. Ο Τσιώνης του λέει: "δεν πειράζει, το έχεις μέσα σου!".	Ο Μάριος είναι στη μέση της σκηνής και κοιτάει τον Οδυσσέα, ενώ οι 2 κλέφτες του ανοίγουν την τσάντα. Πετάνε χαρτιά πετάνε και πατάνε το walkman. Νευριάζει ο Οδυσσέας. Νευριάζει ο Μάριος. Οι 2 κλέφτες πιάνει ο ένας τον άλλον και κοιτάνε αριστερά.	Ο Μήτσος μπαίνει στη μέση, διώχνει τους 2 κλέφτες και σίωζει τον Μάριο. Ο Μάριος λέει συγκινημένος "Ευχαριστώ" και φέυγει. Ο Μήτσος χαμογελάει, βάζει την κουκούλα και πάει προς το πανί.	Ο Μήτσος πάει προς το πανί, βγάζει το σπεί και αρχίζει να βάφει το πανί. Αναβοσβήνουν φάροι. Ο Οδυσσέας γελάει. Ο Μήτσος γελάει και αυτός.	Ανάβουν φάροι αστυνομίας. Ο Μήτσος βάζει την κουκούλα. Ο εκτρα σηκώνεται και αρχίζουν και τρέχουν. Περνάνε οι μπάτσου. Track out στο πανί.
8	SEC								

6. Πρόβα

Μία εβδομάδα πριν το γύρισμα είχε προγραμματιστεί να γίνει η κεντρική πρόβα του βίντεο κλιπ. Παρευρέθηκε μόνο ο κύριος Πρωταγωνιστής ενώ οι θέσεις των υπόλοιπων χαρακτήρων καλύφθηκαν από βοηθούς της παραγωγής. Αξίζει να σημειωθεί πως μέρες πριν το γύρισμα και μέχρι και την μέρα του γυρίσματος, το θέατρο που θα χρησιμοποιούσαμε λειτουργούσε σαν αποθήκη. Λόγω παραστάσεων και γυρισμάτων ταινίας μεγάλου μήκους, ο χώρος του θεάτρου ήταν γεμάτος με όλο τον κινηματογραφικό εξοπλισμό που χρησιμοποιούσαν και αντικείμενα του θεάτρου. Ο χώρος δηλαδή που είχαμε στη διάθεσή μας να κάνουμε την πρόβα ήταν αρκετά περιορισμένος. Για τον λόγο αυτό έγιναν μόνο κάποια απαραίτητα στησίματα του πρωταγωνιστή στις θέσεις που θα βρίσκεται για την κάθε σκηνή με σκοπό την τοποθέτηση της κάμερας και των φώτων, αλλά και για να γνωρίζει την κίνησή του στον χώρο ο Πρωταγωνιστής. Επίσης καλύφθηκαν οι οργανωτικές ανάγκες και κινήσεις του στησίματος. Καθώς ο χώρος της σκηνής θα άλλαζε συνεχώς σκηνογραφικά, βρεθήκαμε εκεί με την ομάδα της σκηνογραφίας για να φτιάξουμε ένα προσχέδιο για τις ανάγκες της κάθε σκηνής. Και πάλι επειδή δεν υπήρχε η δυνατότητα

μεταφοράς αντικειμένων πάνω στη σκηνή (ούτε σε όλους τους χώρους του θεάτρου) το προσχέδιο αυτό έγινε μόνο ιδεατά και για να γνωρίζουμε πώς θα κινηθούμε στην αλλαγή κάθε σκηνής.

7. Γύρισμα

7.1. Εξοπλισμός

Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιήθηκε στα γυρίσματα δανείστηκε από το Photo Video Rent. Όσον αφορά την επιλογή της κάμερας έγινε επειδή ήταν η πιο προσιτή κινηματογραφική κάμερα σύμφωνα με τον προϋπολογισμό της παραγωγής. Η συγκεκριμένη κάμερα ήταν αρκετά αξιόλογη και πληρούσε όλες τις προϋποθέσεις για τη βιντεοσκόπηση της εκάστοτε σκηνής όπως, για παράδειγμα, τη χρήση slow motion. Ο φακός μεγάλης εστιακής απόστασης επιλέχθηκε επί τούτου για να πετύχουμε την απομόνωση του κεντρικού θέματος της κάθε σκηνής, αλλά και μία επίπεδη αίσθηση στο τελικό αποτέλεσμα της εικόνας, όπως συμβαίνει σε μια θεατρική σκηνή. Με άλλα λόγια, η επίπεδη αίσθηση της τελικής εικόνας βοήθησε να αποτυπώσουμε τις αναμνήσεις του πρωταγωνιστή στην αφήγηση. Το slider χρησιμοποιήθηκε για τις κινήσεις του πρωταγωνιστή στον χώρο. Τελευταίο και σημαντικότερο, το Handheld, που στηρίζει την κάμερα, αποτέλεσε αναπόσπαστο κομμάτι εξοπλισμού γιατί με αυτό βιντεοσκοπήθηκαν όλες οι υπόλοιπες σκηνές. Η χρήση του έγινε τόσο για αισθητικούς όσο και χρηστικούς λόγους. Αισθητικά, δεν χρησιμοποιήθηκε stabilizer για την αποφυγή σταθερής εικόνας, γιατί κατά την γνώμη μου το stabilizer οδηγεί σε ωραιοποίηση της εικόνας, σε αντίθεση με το Handheld που προσδίδει ρεαλισμό στην εικόνα. Με αυτό τον τρόπο ο θεατής θα παρακολουθούσε την αφήγηση του πρωταγωνιστή σαν να ήταν μέρος της δράσης ή ακόμη και από την σκοπιά του πρωταγωνιστή.

Η επιλογή που αφορούσε τα φώτα έγινε με κριτήριο τον υπάρχοντα φωτιστικό εξοπλισμό του θεάτρου, το φυσικό φως που εισέβαλε στον χώρο του γυρίσματος και τις ανάγκες ιδιαίτερου φωτισμού κάθε σκηνής (για παράδειγμα, τα φώτα αστυνομίας). Τα φώτα τύπου LED χρησιμοποιήθηκαν για την απόδοση της ψευδαίσθησης ενός έντονου απόφιου χρώματος, που απαιτείται για την αφήγηση από τον πρωταγωνιστή-θεατή. Ενώ οι ζελατίνες, αντίστοιχου χρώματος με τα LED φώτα, αξιοποιήθηκαν ως συμπληρωματικό φως.

7.2. Εκτέλεση

7.2.1. Πρώτη μέρα Γυρισμάτων

10:00 – 14:00 Παραλαβή εξοπλισμού από Photo Video Rent

14:00 – 16:00 Φτάνουμε στο θέατρο. Ωστόσο, επειδή είχαν προηγηθεί γυρίσματα άλλης ταινίας όπως προαναφέραμε, ο χώρος ήταν ακόμη ακατάστατος και γεμάτος πράγματα που έπρεπε να αφαιρεθούν από τα σημεία που θα γινόταν το γύρισμα. Λόγω κακής ενημέρωσης από τον υπεύθυνο του θεάτρου, το αποτέλεσμα ήταν να βγούμε εκτός προγράμματος των γυρισμάτων.

16:00 – 17:00 Στήσιμο των φώτων και του υπόλοιπου εξοπλισμού, ενώ ταυτόχρονα γινόντουσαν και οι κύριες κινησιολογικές πρόβες με τον πρωταγωνιστή. Στήθηκε ένα Key Light υπό γωνία 45 μοιρών στη δεξιά μεριά του πρωταγωνιστή. Η αριστερή του μεριά φωτίστηκε ελαφρώς με ανακλαστήρα, ενώ ο χώρος από πίσω του φωτίστηκε αποκλειστικά με φώτα τύπου LED.

17:00 – 20:00 Στήσιμο του χώρου όπου θα πραγματοποιηθεί το πρώτο γύρισμα με βιβλία. Γύρισμα όλων των ατομικών πλάνων του πρωταγωνιστή από τη μεριά του «θεατή». Στην αρχή γυρίστηκε το γενικό πλάνο, στο οποίο ο πρωταγωνιστής τραγουδούσε το κομμάτι, ενώ αυτό έπαιζε σε επανάληψη από τα ηχεία. Η σκηνή γυρίστηκε 5 με 6 φορές μέχρι να έχουμε το πλάνο που επιθυμούμε. Στη συνέχεια γυρίστηκαν υπό γωνίες B-roll πλάνα για τις εμβόλιμες σκηνές στο μοντάζ. Ο φωτισμός παραμένει ίδιος για όλα τα πλάνα.

20:00 – 22:00 Έχοντας τελειώσει τα πλάνα του «θεατή», μαζεύτηκαν τα αντικείμενα της πρώτης σκηνής και ξεκινήσαμε να στήνουμε τον χώρο για τη σκηνή του «Live». Στήθηκαν 4 ηχεία και ένα booth όπου θα βρισκόταν ο DJ. Ο κόσμος ήδη είχε αρχίσει να μαζεύεται έξω από τον χώρο του θεάτρου. Στήθηκαν 4 LED φώτα με θερμά χρώματα στον χώρο που θα βρισκόταν το κοινό και κυρίως φως χρησιμοποιήθηκαν τα φώτα του θεάτρου που βρισκόντουσαν πάνω από τις θέσεις του κοινού, που στην περίπτωσή μας εμφανίζονται ως «κερκίδες». Για τον φωτισμό του «τραγουδιστή» χρησιμοποιήθηκε ένα Key light σε γωνία 45 μοιρών από τα δεξιά και ψηλά και ανακλαστήρας για να καλύψει φωτιστικά την υπόλοιπη μεριά του. Ο χώρος που βρισκόταν ο DJ φωτίστηκε με ένα μικρό σε μέγεθος LED σε άσπρο φως. Γυρίστηκαν πλάνα κοντινά και πολύ κοντινά. Στο τέλος, γυρίστηκε ένα πλάνο σε μορφή πυραμίδας με τη χρήση του slider, ενώ ο φωτισμός παραμένει ίδιος. Με το πέρας του «Live», ο κόσμος (κομπάρσοι) έφυγε από τον χώρο του θεάτρου.

22:00 – 00:00 Οι επόμενες σκηνές στο πρόγραμμα ήταν η είσοδος του πρωταγωνιστή από τον εξωτερικό χώρο στο λόμπι του θεάτρου και στη συνέχεια η είσοδος του μέσα στη θεατρική σκηνή και η πορεία του προς τις εξέδρες. Για τη σκηνή στην είσοδο στο λόμπι χρησιμοποιήθηκαν πράγματα που υπήρχαν στον χώρο του θεάτρου (καλόγερος, φωτιστικά, «ταμείο» και άλλα). Για τον φωτισμό της σκηνής χρησιμοποιήθηκε ένα φως από ψηλά, και έξω από τον χώρο, με μπλε ξελατίνα για να αποδώσει τον ψυχρό φωτισμό βροχερής μέρας, ενώ στον εσωτερικό χώρο χρησιμοποιήθηκε φως με θερμά χρώματα για την αντίθεση του εσωτερικού χώρου με τον εξωτερικό. Η σκηνή γυρίστηκε με το slider για την αίσθηση της κίνησης. Στην είσοδο του πρωταγωνιστή στον χώρο της σκηνής επιλέχθηκαν φώτα LED με πιο ψυχρά χρώματα για την απόδοση της απομόνωσης και μοναχικότητας του πρωταγωνιστή. Η σκηνή γυρίστηκε με slider, για την έμφαση στην κίνηση, και στη συνέχεια με Handheld.

7.2.2. Δεύτερη μέρα Γυρισμάτων

10:00 – 12:00 Στο πρόγραμμα για πρώτη σκηνή της ημέρας είχε καθοριστεί η σκηνή του σχολείου. Ο εξοπλισμός είχε στηθεί από την προηγούμενη, και είχε ολοκληρωθεί το στήσιμο του χώρου με θρανία και βιβλία. Το πρώτο πράγμα που κάναμε, λοιπόν, ήταν πρόβα με την κίνηση του πρωταγωνιστή στον χώρο. Χρησιμοποιήθηκε φυσικός φωτισμός από τα παράθυρα του χώρου και ένα Key Light για τον φωτισμό του πρωταγωνιστή. Χρησιμοποιήθηκαν επίσης φώτα LED για τον φωτισμό και την ανάδειξη των υπόλοιπων αντικειμένων όπως βιβλία, πίνακας και άλλα.

12:00 – 14:00 Δεύτερη σκηνή της ημέρας είχε καθοριστεί αυτή με το παιδί στο κέντρο της σκηνής του θεάτρου. Ο εξοπλισμός στήθηκε γρήγορα καθώς δεν χρειάστηκε κάποιο ειδικό στήσιμο του χώρου. Το πρώτο πράγμα που κάναμε, λοιπόν, ήταν πρόβα με την κίνηση του πρωταγωνιστή στον χώρο, ενώ η θέση του παιδιού καλύφθηκε από έναν βοηθό για να βρεθούν οι σωστές γωνίες στησίματος για το φως, αλλά και η κίνηση της κάμερας. Με την έλευση του παιδιού το γύρισμα ξεκίνησε. Στην πρώτη σκηνή του παιδιού, που βρίσκεται στο κέντρο της θεατρικής σκηνής, χρησιμοποιήθηκαν τα φώτα του θεάτρου που βρίσκονται ακριβώς από επάνω (θερμά) και ένα Key Light από τη δεξιά του μεριά σε γωνία 45 μοιρών (ψυχρό).

13:00 – 15:00 Στη συνέχεια γυρίστηκε η σκηνή με το παιδί στο Ωδείο. Ο χώρος στήθηκε με μουσικά όργανα, καρέκλες και φυτά για τα props. Οι πρόβες έγιναν επιτόπου καθώς δεν υπήρχε δυνατότητα να προβαριστούν άλλη μέρα με το παιδί παρόν. Καθ' όλη τη διάρκεια που εξηγήσαμε στο παιδί τη σκηνή προβάροντάς την, γινόταν και η τεχνική πρόβα. Χρησιμοποιήθηκε ένα φως σε

θερμό χρώμα για τον φωτισμό όλης της σκηνής, και ένα φως ακόμα για το παιδί. Τα υπόλοιπα αντικείμενα στον χώρο φωτίστηκαν με φώτα LED. Η κίνηση της κάμερας έγινε στον ώμο, ακολουθώντας τις κινήσεις των ηθοποιών.

15:00 – 17:00 Ακολούθησαν οι σκηνές στο σπίτι. Γυρίστηκαν και οι δύο σκηνές του σπιτιού, η μία μετά την άλλη για πρακτικούς λόγους. Η σκηνή του θεάτρου στήθηκε η μισή με αντικείμενα όσο πιο κοντά στο πρότυπο σπιτιού, ενώ η άλλη μισή σε δωμάτιο. Χρησιμοποιήθηκαν καναπές, τραπέζι, πολυθρόνες, «παράθυρο», εφημερίδες/περιοδικά, ενώ για τον χώρο του δωματίου χρησιμοποιήθηκαν γραφείο, αφίσες, ρούχα, καρέκλες και διάφορα βιβλία και αντικείμενα πάνω στο γραφείο. Για τον φωτισμό χρησιμοποιήθηκαν τα φώτα του θεάτρου για να καλύψουν όλη τη σκηνή, ενώ για μεγαλύτερη έμφαση χρησιμοποιήθηκαν ένα φως για την μεριά του σαλονιού, και ένα για του «δωματίου». Η υπόλοιπη σκηνή καλύφθηκε με πρακτικά φώτα ενώ για τον background φωτισμό φώτα LED. Στα κοντινά του παιδιού ο φωτισμός άλλαξε. Το Key Light στήθηκε σε γωνία 45 μοιρών δεξιά και γυρισμένο πλάτη στον ηθοποιό. Φώτιζε πάνω σε ανακλαστήρα, ο οποίος επέστρεφε τον φωτισμό στον ηθοποιό ακόμα πιο διάχυτο και ομαλό. Η αριστερή μεριά του παιδιού φωτίστηκε με ανακλαστήρα, αλλά και το πρακτικό φως. Με τον τρόπο αυτό γυρίστηκε τα B-Roll πλάνα του παιδιού στο γραφείο του.

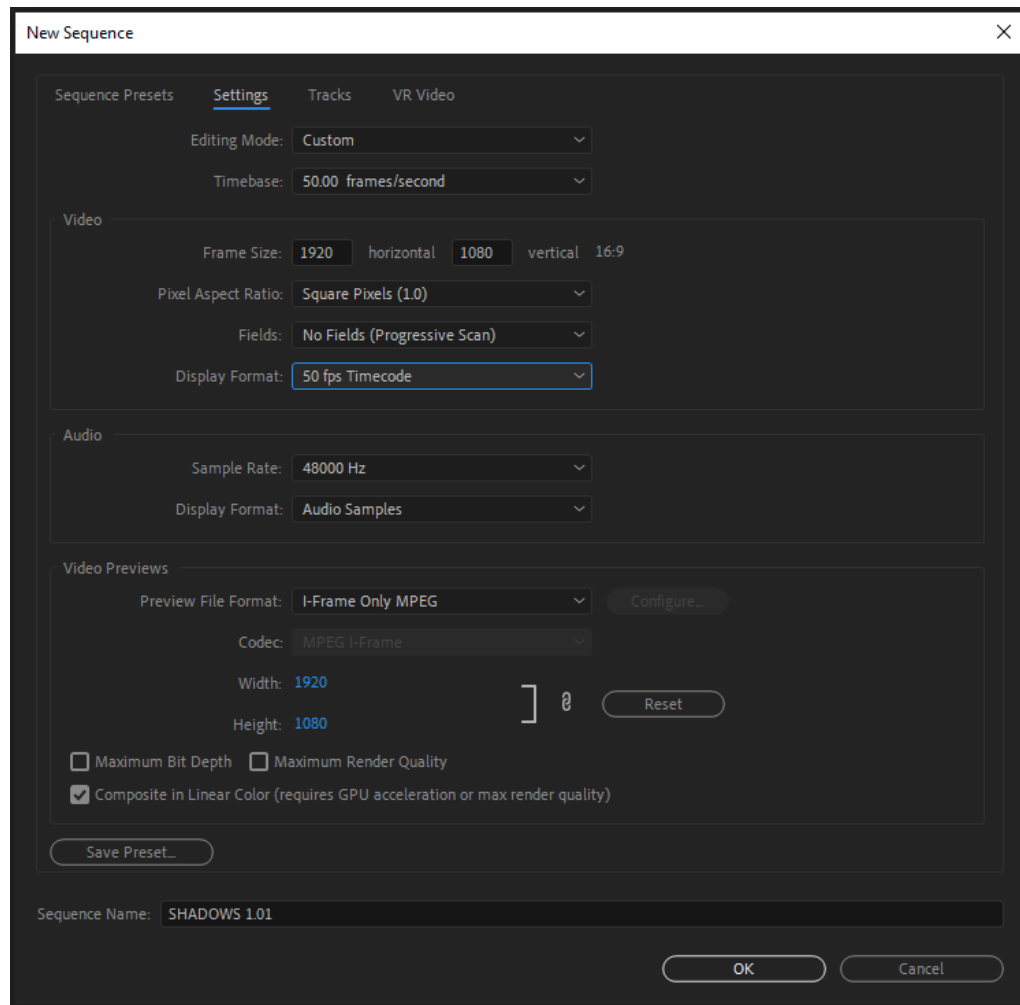
17:00 – 20:00 Τελευταία γυρίστηκε η σκηνή του δρόμου. Ο χώρος ξεστήθηκε αμέσως και ετοιμάστηκε για τη σκηνή στον δρόμο. Τα αντικείμενα (props) που χρησιμοποιήθηκαν ήταν άσπρο πανί για την απόδοση του τοίχου, ρόδες στο πάτωμα, μία πινακίδα STOP, παλέτες, κάδοι και αντικείμενα που να θυμίζουν δρόμο. Στον χώρο αυτό γυρίστηκαν οι σκηνές της κλοπής, η σκηνή που ο έφηβος σώζει το παιδί και η σκηνή όπου ο έφηβος ζωγραφίζει στον τοίχο. Για φωτισμό χρησιμοποιήθηκαν τα φώτα του θεάτρου που βρίσκονται πάνω από τη σκηνή, ενώ για τον φωτισμό του υπόλοιπου χώρου χρησιμοποιήθηκε ένα φως προσπίπτον υπό γωνία 45-90 μοιρών αριστερά από τους ηθοποιούς για πιο έντονες αντιθέσεις. Χρησιμοποιήθηκαν επίσης φώτα LED για ειδικό φωτισμό φάρου αστυνομίας.

8. Μοντάζ

Με την ολοκλήρωση των γυρισμάτων τα αρχεία «φορτώθηκαν» σε ένα σκληρό δίσκο, ο οποίος μεταφέρθηκε στον υπολογιστή όπου θα πραγματοποιούνταν το μοντάζ. Το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν το Adobe Premiere Pro, όπου έγινε όλη η επεξεργασία των πλάνων, το

editing και το color correction. Ενώ για τους τίτλους χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Adobe After Effects 2020.

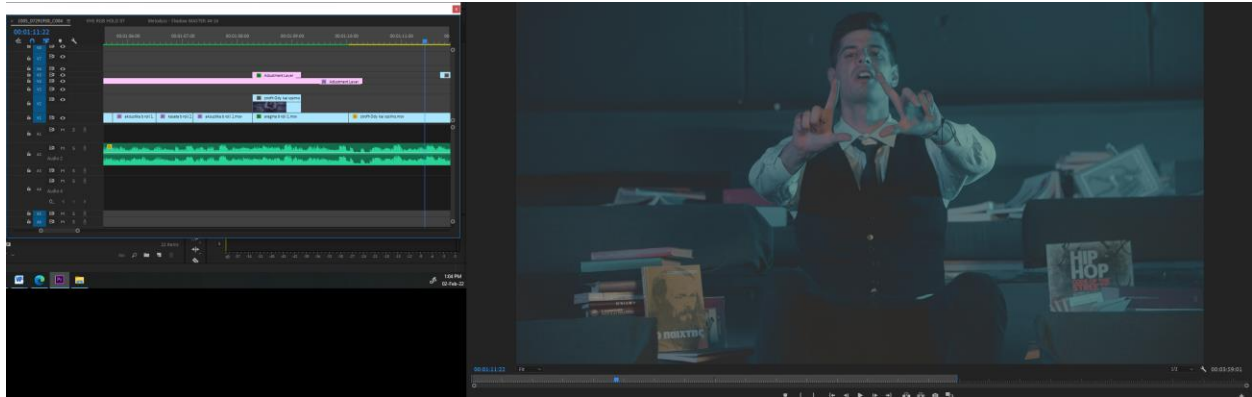
Δημιουργήθηκε Custom Sequence στα 50 fps και 48000Hz.



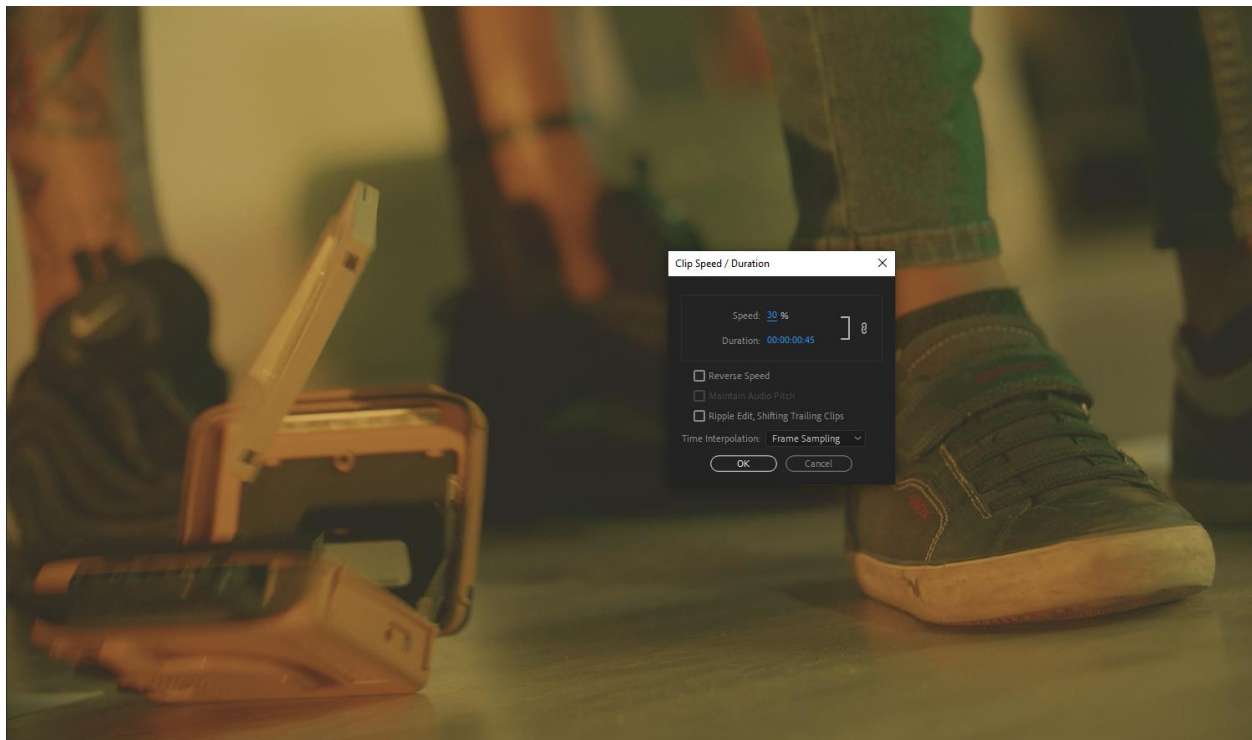
Τα αρχεία του βίντεο χωρίστηκαν και ομαδοποιήθηκαν με βάση το θέμα τους για καλύτερη οργάνωση. Οι φάκελοι που δημιουργήθηκαν ήταν: INTRO (Είσοδος του πρωταγωνιστή στον χώρο και πριν ξεκινήσει η μουσική), ΘΕΑΤΗΣ (τα πλάνα του πρωταγωνιστή στον ρόλο του θεατή), ΠΡΩΤΟ ΣΠΙΤΙ (τα πρώτα πλάνα από το σπίτι του παιδιού), ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΠΙΤΙ (τα πλάνα από το σπίτι του παιδιού που γυρνάει αφού το έχουν κλέψει), ΔΡΟΜΟΣ (τα πλάνα από τη σκηνή όπου κλέβουν τον μικρό + η είσοδος του τρίτου χαρακτήρα), ΤΟΙΧΟΣ (τα πλάνα από το πανί που βάφει ο τρίτος χαρακτήρας), ΩΔΕΙΟ (τα πλάνα που ο μικρός παίζει μουσική και χορεύει), ΣΧΟΛΕΙΟ (τα πλάνα που ο πρωταγωνιστής είναι δάσκαλος), LIVE, ΠΥΡΑΜΙΔΑ. Στη συνέχεια

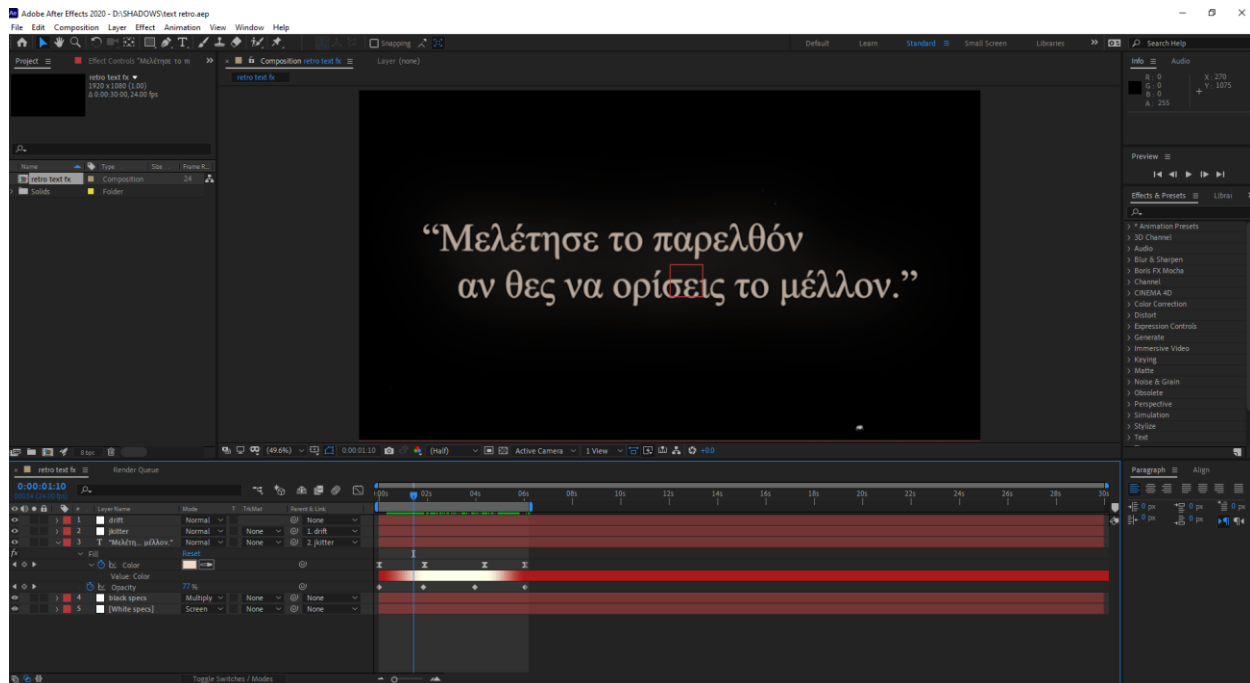
The screenshot displays the Adobe Premiere Pro 2020 interface. The top menu bar includes File, Edit, Clip, Sequence, Markers, Graphics, View, Window, and Help. The main workspace is divided into several panels. On the left, the Project panel shows a grid of assets, including folders like 'VHS GLITCH EFFECTS PACK' and 'Melodysys - Shadow MASTER 44-16'. The center panel is the Lumetri Color panel, which is currently set to the 'Adjustment Layer' tab. It shows a list of adjustment layers and a timeline with a green bar indicating a clip's duration. The right panel is the Lumetri Color panel, which is currently set to the 'Adjustment Layer' tab. It shows a list of adjustment layers and a timeline with a green bar indicating a clip's duration.

37



Σε κάποια αρχεία προκειμένου να δοθεί έμφαση και να ενισχυθεί η ένταση κρίθηκε απαραίτητο να αλλάξω την ταχύτητά τους σε πιο αργό ρυθμό.

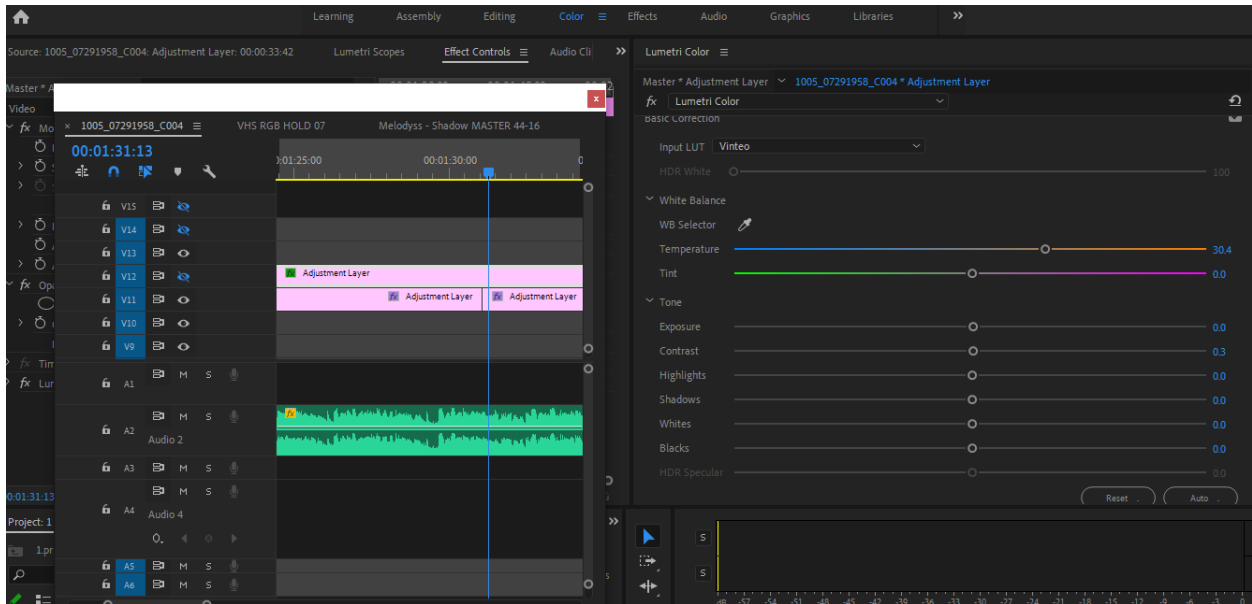
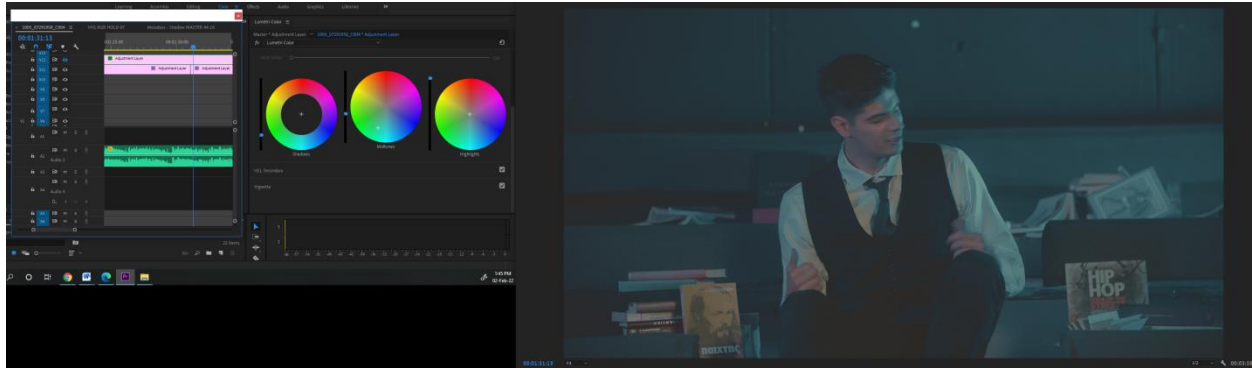




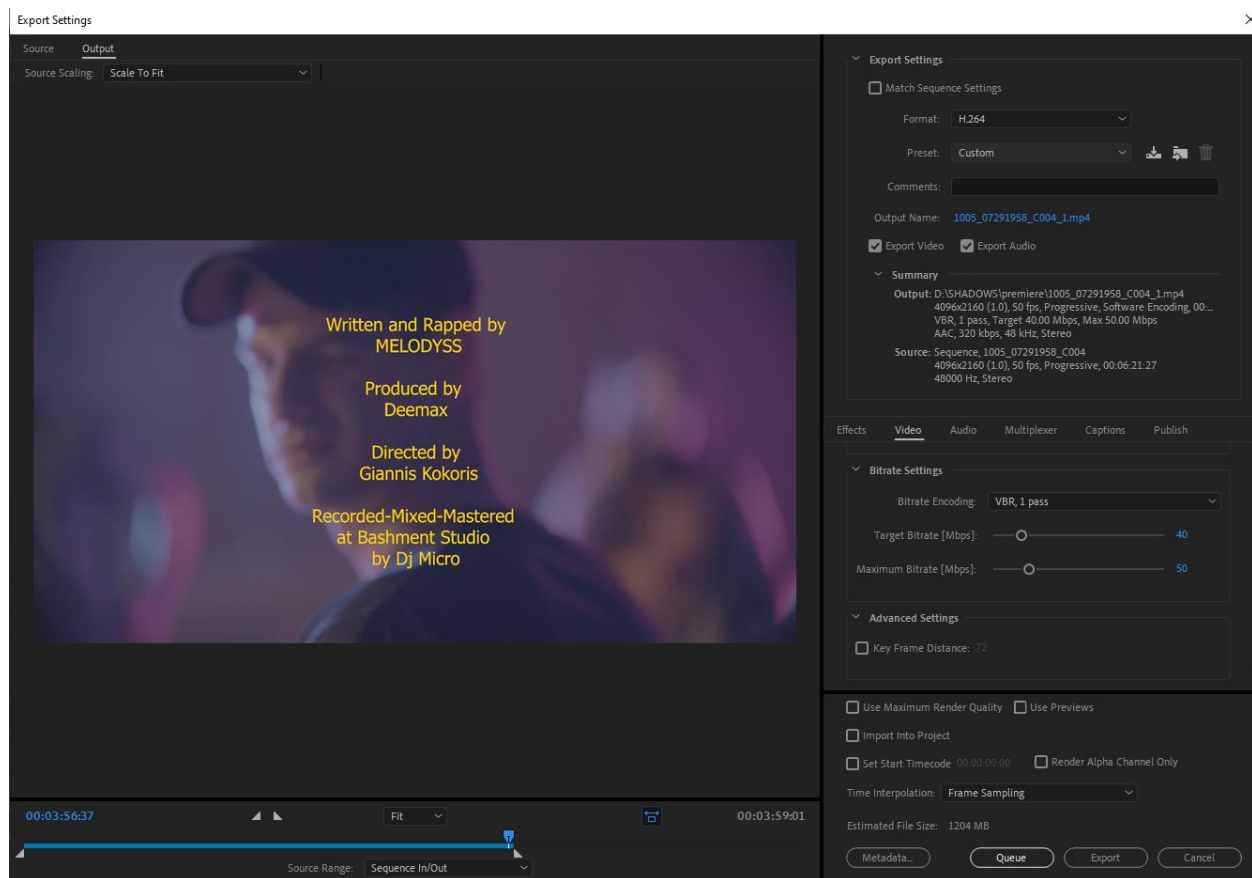
Για τη δημιουργία των τίτλων στην αρχή χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Adobe After Effects 2020. Οι υπόλοιποι τίτλοι δημιουργήθηκαν στο Adobe Premiere Pro 2020. Ο λόγος που επιλέχθηκε αυτό το πρόγραμμα είναι για την αισθητική απόδοση του ρετρό ύφους στα πρώτα πλάνα καθώς και ο χρωματισμός των λέξεων, αλλά και γιατί μου είναι πιο οικεία η επεξεργασία τέτοιων εφέ από το συγκεκριμένο πρόγραμμα. Στη συνέχεια έγινε Export του αρχείου σε μορφή H264 για να χρησιμοποιηθεί στο τελικό βίντεο.

Οι ήχοι που ακούγονται στην αρχή βρέθηκαν στις ιστοσελίδες youtube.com και freesound.org.

Το Color Correction για κάθε ενότητα/κλιπ έγινε ξεχωριστά με βάση το Mood Board και τις αφίσες ταινιών που είχα επιλέξει για χρωματικές παλέτες. Χρησιμοποιήθηκαν χρώματα και αποχρώσεις ξεχωριστά για κάθε κλιπ, όπως επίσης έγινε και συγκεκριμένη επεξεργασία για τους τόνους σε κάθε κλιπ για την καθαρότητα της εικόνας (Exposure, Contrast, Highlights, Shadows, Whites, Blacks). Δημιουργήθηκαν δύο Adjustment Layer ένα για τους τόνους και ένα για το χρώμα.



Οι προδιαγραφές του βίντεο: H.264, 4096x2160, 50fps, Progressive VBR, 1 pass, Target 40 Mbps, Max 50 Mbps, AAC, 320 kbps, 48 kHz, Stereo.



9. Χρώμα

Η σημαντικότητα και λειτουργικότητα του χρώματος στην ταινία.

Όπως είναι γνωστό το χρώμα ενεργοποιεί το συναίσθημα, υποβάλλει μηνύματα και υπογραμμίζει τη δραματική πλοκή. Το θερμό κόκκινο χρώμα είναι επιθετικό, προκλητικό, αισθησιακό, αγχωτικό και προκαλεί ένταση ή θυμό. Το ψυχρό μπλε χρώμα υποδηλώνει ηρεμία και μελαγχολία. Θλίψη, συγκίνηση, εσωστρέφεια υποδηλώνονται με τη χρήση του μπλε, ενώ και η ένταση του σασπένς μειώνεται. Το κίτρινο είναι το χρώμα του ήλιου και της ενέργειας, τραβάει την προσοχή ενώ πολλές φορές χρησιμοποιείται για να δηλώσει τον κίνδυνο.

Γνωρίζοντας τη δύναμη των χρωμάτων στην εικόνα και την κινηματογραφική αφήγηση επέλεξα να εντάξω το κάθε χρώμα στις σκηνές με γνώμονα το ανάλογο συναίσθημα που ήθελα να προκαλέσω στον θεατή. Το πρώτο πλάνο ξεκινάει με θερμά χρώματα, κόκκινο και κίτρινο με στόχο την ανάδειξη του κεντρικού ήρωα ως δυνατού και με έντονα συναισθήματα ανθρώπου. Το θερμό κόκκινο-κίτρινο χρώμα λειτουργεί ως διεγερτικό των αισθήσεων του θεατή εντάσσοντάς

τον σε ένα τεταμένο ψυχολογικό κλίμα όπου όπως θα αποδειχθεί στη συνέχεια και μέσα από την πορεία του ήρωα στο βίντεο, οι αναμνήσεις του τού προκαλούν ταραχή, άγχος και θυμό.

Στη συνέχεια τα θερμά χρώματα, όπως το κόκκινο και το πορτοκαλί χρησιμοποιήθηκαν στις σκηνές όπου πρωταγωνιστεί το παιδί (αναμνήσεις του πρωταγωνιστή) για να ισχυροποιήσει τις μνήμες του ήρωα, οι οποίες κυριαρχούν στο μυαλό του. Το παιδί είναι ο ίδιος ο ήρωας που μέσα από τις αναμνήσεις του ανατρέχει στο παρελθόν, το οποίο τον επηρεάζει έντονα μέχρι σήμερα. Τα θερμά χρώματα βγάζουν αυτήν την ένταση και τη μπερδεμένη ψυχολογική κατάσταση του ήρωα ως παιδιού. Κατ' επέκταση το κόκκινο φως χρησιμοποιήθηκε για να προκαλέσει την προσοχή του θεατή, να τραβήξει το ενδιαφέρον του ώστε να δώσει παραπάνω έμφαση σε αυτό που ήθελα να υπογραμμίσω, τα παιδικά χρόνια του ήρωα και πώς τον επηρέασαν τελικά στο σήμερα.

Στην αντίπερα όχθη, το μπλε και το γκρι, τα χρώματα που χρησιμοποιήθηκαν στις περισσότερες σκηνές, λειτουργούν με τρόπο ώστε ο θεατής να αποκτήσει μια πιο παθητική στάση και να ακούσει αυτά που έχει να του πει ο ήρωας. Οι εικόνες εναλλάσσονται μεταξύ θερμού και ψυχρού φωτισμού. Στις σκηνές όπου βλέπουμε το μπλε να κυριαρχεί, βρισκόμαστε στο παρόν όπου ο ενήλικος πια ήρωάς μας καταλαβαίνει πολλά από την παιδική του ηλικία. Ηρεμία και σταθερότητα είναι τα στοιχεία που τον αντιπροσωπεύουν στο σήμερα, έτσι μέσω της χρήσης του μπλε-πράσινου-γκρι αποτυπώνω αυτή την ηρεμία. Επίσης σε κάποιες σκηνές χρησιμοποιήθηκε φωτισμός έτσι ώστε να αποδοθεί το μωβ χρώμα, με σκοπό την ανάδειξη της πνευματικότητας και της δημιουργικότητας του ήρωα.

Τέλος χρησιμοποιήθηκε και το κίτρινο στις σκηνές όπου πρωταγωνιστεί το μικρό παιδί ώστε να αποδοθεί ο κίνδυνος που βίωνε στο περιβάλλον του καθώς και να υποδηλώσει στον θεατή ότι πρόκειται για αναμνήσεις. Η χρήση των χρωμάτων έγινε εκτός από τις συνυποδηλώσεις και τα υποσυνείδητα μηνύματα που ήθελα να δημιουργηθούν, και για αισθητικούς σκοπούς. Η κομψότητα και ο ρομαντισμός κυριαρχούν στην ταινία καθώς και μια δόση νοσταλγίας η οποία επέρχεται με τη συχνή εναλλαγή από το ψυχρό στο θερμό.

10. Συμπεράσματα

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας ήταν η δημιουργία και επεξεργασία ενός video clip μυθοπλασίας. Με την ολοκλήρωσή του (προ-παραγωγή, παραγωγή, μετα-παραγωγή) συνειδητοποίησα ότι για την επίτευξη ενός άρτιου αποτελέσματος απαιτούνται πολλές ώρες ενασχόλησης τόσο για την οργάνωση της προ-παραγωγής όσο και για τη μετα-παραγωγή, όπως επίσης και μία ομάδα έμπειρων συνεργατών και αρκετή υλικοτεχνική υποδομή.

Το ίδιο ισχύει και για την παραγωγή - εκτέλεση. Στην συγκεκριμένη πτυχιακή όλες οι εργασίες που αφορούν το βίντεο εκτελέστηκαν από ένα άτομο, από εμένα προσωπικά, αυξάνοντας πολύ τον φόρτο εργασίας, κάτι που θα είχε αποφευχθεί με τη δημιουργία ομάδων, υπεύθυνη η κάθε μία για κάποιο ρόλο μέσα στο set. Όσον αφορά τον εξοπλισμό, είναι απαραίτητη η εμπειρία για τον χειρισμό του αλλά και η ενημέρωση για τη σωστή επιλογή του, καθώς η τεχνολογία κάμερας και φακών, αλλά και των φώτων εξελίσσεται μέρα με τη μέρα. Με βάση τα παραπάνω έμαθα πόσο δύσκολη και χρονοβόρα είναι η διαδικασία παραγωγής. Και σίγουρα πως αν είχα συγκροτήσει μία ομάδα από άρτιους συνεργάτες η εκτέλεση θα ήταν πιο ομαλή.

Παρόλα αυτά κάτω από αυτές τις συνθήκες, αναποδιές και δυσκολίες, μέσα από την εργασία αυτή κατάφερα να καταλάβω τον τρόπο και τις διαδικασίες με τις οποίες εκτελείται μία παραγωγή. Κατάφερα να πάρω μία ιδέα περνώντας από όλους της ρόλους που απαιτεί μία παραγωγή, από την σύλληψή της έως και την τελευταία φάση πριν τη δημοσίευση του τελικού video, αναπτύσσοντας έτσι τη φαντασία μου και αποκτώντας γνώσεις πάνω στα διάφορα κομμάτια παραγωγής μιας ταινίας. Επίσης όλο αυτό το διάστημα πέτυχα να γνωρίσω και να εξοικειωθώ αρκετά με τον εξοπλισμό, δίνοντάς μου την δυνατότητα σε επόμενη παραγωγή να είμαι πιο προετοιμασμένος για τη χρήση του.

11. Βιβλιογραφία - Ιστογραφία

- Boardman, S. (2018, June 4). *Why Music Videos Are Still So Important: Views from inside the industry*. Medium. <https://medium.com/@pulsefilms/why-music-videos-are-still-so-important-views-from-inside-the-industry-ebaa7d4758d2>
- Bradley, S. (2019) “The Purpose of Music Videos”. <https://fliphtml5.com/ijiub/epqc/basic>
- Butler, J. G. (2002). *TELEVISION Critical Methods and Applications* (Second Edition). LAWRENCE ELBAUM ASSOCIATES. https://worldradiohistory.com/BOOKSHELF-ARH/Education/Television-Critical-Methods-2nd-2002-Butler.pdf?fbclid=IwAR1nwSJbGBTOsHQQdnO8E-BOAN8m5d0nUyMFnjwps9gPQ6libo_7CInMrfU
- Everly, D. (2022) “A Brief History of the music video told in 17 Groundbreaking clips.” Class Rock, The Home of High Voltage Rock ‘N’ Roll <https://www.loudersound.com/features/a-brief-history-of-the-music-video-told-in-17-groundbreaking-clips>
- Fielder, H. (2022, January 27). *The story behind Dead End Street by The Kinks*. Loudersound. <https://www.loudersound.com/features/the-story-behind-dead-end-street-by-the-kinks>
- Giorgina, H. (2021) “This footage of Queen’s first ever recorded performance is sensational – video”. <https://www.smoothradio.com/artists/queen/freddie-mercury-first-video-recording-keep-yourself-alive/>
- Goldstein, P. (2019, March 5). “Francis Ford Coppola rarely met a deal he couldn’t refuse. From money to movies, he’s swung from the highs to the lows. Isn’t it time for a little middle?” Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-08-04-tm-31035-story.html>
- Hickmore, T. (2019) “The history of Video: First things first.” <https://www.nicemedia.co.uk/history-video-first-things-first/>
- Khan, G. Snow, M. (2016) “Why Music Videos are still so Important, Views from Inside the Industry.” Pulse <https://medium.com/@pulsefilms/why-music-videos-are-still-so-important-views-from-inside-the-industr>
- Kinder, M. (1984). “Music Video and the Spectator: Television, Ideology and Dream”. *Film Quarterly*, 38(1), 2–15. <https://doi.org/10.2307/1211862>

- Liebman, Roy. Vitaphone Films: A Catalogue of the Features and Shorts. MacFarland. Each of the films listed in the chart above is referenced in this book, with Vitaphone release number, under their title, but under the series designation "Song'nata."
- Linsenmaier, T. (2008, February 6). "GUNNAR STRØM – THE TWO GOLDEN AGES OF ANIMATED MUSIC VIDEO". Journal.Animationstudies.Org.
<https://journal.animationstudies.org/gunnar-strm-the-two-golden-ages-of-animated-music-video/?fbclid=IwAR0d47zhYYMVu260upZ1hdnGFNStzXs1t6-ZpzET5epknq9sd9a8f0JTgCg>
- MacMahon, M. (2022, June 8). *What is a Vitaphone?* EasyTechJunkie.
<https://www.easytechjunkie.com/what-is-a-vitaphone.htm>
- McKee, R. (2017). *Το Σενάριο Ουσία, Δομή, Ύφος και Βασικές Αρχές* (Ε. Στεφανή, επιμ. Α. Καλοκύρης, μτφρ.). Αθήνα: Πατάκης.
- Norman, J. (2014). "The First Illustrated Song, First Step toward the Music Video".
 Www.Historyofinformation.Com.
<https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=3990>
- Norman, J. M. (2014, January 23). *History of Information*. Www.Historyofinformation.Com.
<https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=3990>
- Peeters, H. (2004) "The Semiotics of Music Videos. It must be Written in the Stars." Image and Narrative. <http://www.imageandnarrative.be/inarchive/issue08/heidi-peeters.htm>
- Peeters, H. (2005, May). "Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context".
 Http://Www.Imageandnarrative.Be/.
http://www.imageandnarrative.be/inarchive/worldmusicb_advertising/peeters.htm?fbclid=IwAR11HRLT5dM9SmyLGIUIfoaAv6pMaBW1-dJmXxrtbGHwKF_eJAetPD7VchQ
- Phoenix, K. (2014) "What is the purpose of Music Videos?" <https://prezi.com/h4-7dmomc2-h/what-is-the-purpose-of-music-videos/>
- Wikipedia contributors. (2022, May 14). *Music video*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Music_video
- Wikipedia contributors. (2022, June 14). *Art Deco*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Art_Deco#cite_note-FOOTNOTEHillier196812-2

Zwierzchaczewski, A. (2017, February 22). *How music videos changed the world*.

Www.Sbs.Com.Au. <https://www.sbs.com.au/guide/article/2017/02/22/how-music-videos-changed-world>

ΚΟΚΚΙΔΟΥ, Μ. (2019). *ΜΟΥΣΙΚΟ ΒΙΝΤΕΟ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΑΦΗΓΗΣΗ, ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ*. FAGOTTO.

Σκοπετέας, Ι. (2016). *Κάμερα, Φως και Εικόνα στην Ψηφιακή Οπτικοακουστική Καταγραφή* (Κινηματογράφος, Τηλεόραση, Νέα Μέσα). ΙΩΝ.

12. Quotes

This video clip can help make up your mind.

Times, Sunday Times (2009)

You can't make a video clip of two hours, can you?

Times, Sunday Times (2011)

They are increasingly watching short video clips online instead of live TV.

Times, Sunday Times (2014)