

# Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]

Vol 1, No 1 (2020)

AFIMEC



Η αναγκαιότητα παραγωγής επιστημονικής γνώσης σε σχέση με τα χρηματοδοτικά προγράμματα στον τομέα του πολιτισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (εν δυνάμει χρηματοδοτούμενοι και χρηματοδότες στον τομέα του πολιτισμού. Υπάρχει κενό επικοινωνίας;)

Λαμπρινή Τριβέλλα (Lamprini Trivella), Σπύρος Σιάκας

doi: [10.12681/afiinmec.24936](https://doi.org/10.12681/afiinmec.24936)

## To cite this article:

Τριβέλλα (Lamprini Trivella) Λ., & Σιάκας Σ. (2020). Η αναγκαιότητα παραγωγής επιστημονικής γνώσης σε σχέση με τα χρηματοδοτικά προγράμματα στον τομέα του πολιτισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (εν δυνάμει χρηματοδοτούμενοι και χρηματοδότες στον τομέα του πολιτισμού. Υπάρχει κενό επικοινωνίας;). *Open Journal of Animation, Film and Interactive Media in Education and Culture [AFIMinEC]*, 1(1).  
<https://doi.org/10.12681/afiinmec.24936>

**Η αναγκαιότητα παραγωγής επιστημονικής γνώσης σε σχέση με τα χρηματοδοτικά προγράμματα στον τομέα του πολιτισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο (χρηματοδοτούμενοι και εν δυνάμει χρηματοδότες στον τομέα του πολιτισμού. Υπάρχει κενό επικοινωνίας;)**

**Λαμπρινή Τριβέλλα**  
Υποψ.διδάκτορας, ΠαΔΑ  
[ltrivella@uniwa.gr](mailto:ltrivella@uniwa.gr)

**Σπύρος Σιάκας**  
Δρ. επίκουρος καθηγητής ΠαΔΑ  
[sthsiakas@uniwa.gr](mailto:sthsiakas@uniwa.gr)

## **Περίληψη**

Η χρηματοδότηση στον τομέα του πολιτισμού έχει συρρικνωθεί επειδή δίνεται η προτεραιότητα σε άλλους τομείς της οικονομίας, της παιδείας και άλλους. Σε αυτό το πλαίσιο, τόσο η ΕΕ όσο και διάφορες εταιρείες υπηρεσιών επένδυσης στον πολιτισμό και ιδίως στα οπτικοακουστικά μέσα, προσπαθούν να συμβάλλουν όχι μόνο στην επιβίωση αυτών των τεκμηρίων του σύγχρονου πολιτισμού αλλά και στην ώθησή τους στην παγκόσμια αγορά του θεάματος.

Σε αυτές τις συνθήκες, οι εταιρείες χρηματοδότησης σε δημόσιο και ιδιωτικό επίπεδο στην Ελλάδα και διεθνώς, επιβάλλουν διαδικασίες και κανονισμούς για να εγκρίνουν και να χρηματοδοτήσουν τα πολιτιστικά έργα, ενώ οι αιτούντες και όσες εταιρείες παραγωγής θέλουν να χρηματοδοτηθούν, πρέπει να συμμορφωθούν με τους κανονισμούς του εκάστοτε χρηματοδοτικού οργανισμού και να εφαρμόσουν τις οδηγίες που παρέχονται για να συμπληρώσουν την αίτηση.

Στην παρούσα εργασία παρατίθενται τα αποτελέσματα της πιλοτικής έρευνας για να εντοπιστεί το κενό επικοινωνίας μεταξύ χρηματοδοτών και εν δυνάμει χρηματοδοτούμενων, η οποία διεξάγεται κυρίως μέσα από οδηγούς δημιουργίας φακέλου πρότασης και συμπλήρωσης αίτησης για την ένταξη σε χρηματοδοτικά προγράμματα.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι η ποιοτική έρευνα με δια-ζώσης συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια με κλειστού και ανοικτού τύπου ερωτήματα, τα αποτελέσματα των οποίων τριγωνοποιήθηκαν με την επίσημη αναφορά-αξιολόγηση των χρηματοδοτικών προγραμμάτων της ΕΕ. Τα ερωτηματολόγια στοχεύουν στην κατάδειξη του προβλήματος κατανόησης των οδηγιών και κατ'επέκταση στη δυσχερή επικοινωνία των εταιρειών χρηματοδότησης και όσων θέλουν να χρηματοδοτηθούν όσον αφορά στα πολιτιστικά έργα. Οπότε, καταδεικνύεται η αναγκαιότητα διερεύνησης του συγκεκριμένου τομέα και η παραγωγή επιστημονικής γνώσης σε αυτό.

## **Λέξεις Κλειδιά**

Χρηματοδοτικά προγράμματα, ΕΕ, παραγωγοί, χρηματοδοτικές εταιρείες, οπτικοακουστικά μέσα, πολιτιστικά προϊόντα

## **1. Εισαγωγή**

Ο πολιτισμός επιβιώνει και εξελίσσεται μέσα από τη δημιουργία, την παραγωγή, την προώθηση/διανομή πολιτιστικών υλικών και άυλων προϊόντων. Αυτά τα πολιτιστικά προϊόντα από τη στιγμή της σύλληψης της ιδέας μέχρι την υλοποίησή της σε τελικό πολιτιστικό αγαθό, εμπλέκουν πολλούς επαγγελματίες ποικίλων τομέων όπως είναι οι καλλιτέχνες, οι παραγωγοί, οι καλλιτεχνικοί διευθυντές και οι διανομείς.

Με βάση τα παραπάνω, έχουν δημιουργηθεί πολιτιστικές βιομηχανίες για κάθε είδος πολιτιστικού προϊόντος και ιδίως για τα οπτικοακουστικά μέσα και τις ταινίες animation .

Σε αυτές τις συνθήκες, ο πολιτισμός μέσω των συγκεκριμένων προϊόντων/έργων έχει ήδη μπει στον κόσμο της αγοράς σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Στην παγκόσμια αγορά τα πολιτιστικά έργα προσφέρονται και ζητούνται όπως είναι τα φεστιβάλ, οι ταινίες μεγάλου μήκους και οι ταινίες animation μεγάλου και μικρού μήκους. Αυτά κοστίζουν και απαιτούν την χρηματοδότηση από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Οι εταιρείες χρηματοδότησης επιβάλλουν την πολιτική τους μέσα από οδηγούς ή διαζώσης με υπαλλήλους που ενημερώνουν τους δημιουργούς/εταιρείες παραγωγής που επιδιώκουν την χρηματοδότηση.

Σε αυτό το πλαίσιο, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί ο βαθμός επικοινωνίας μεταξύ δημιουργών/παραγωγών και φορέων/οργανισμών χρηματοδότησης μέσα από τους οδηγούς έτσι ώστε να αναδειχθεί το πρόβλημα και η ανάγκη διατριβής σε αυτόν τον τομέα.

## **2. Μεθοδολογία**

Για την ανάδειξη των προβλημάτων μεταξύ χρηματοδοτών και παραγωγών χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος της συνέντευξης ως πιλοτικό στάδιο διερεύνησης και εντοπισμού του επικοινωνιακού κενού μεταξύ χρηματοδοτών και εν δυνάμει χρηματοδοτούμενων.

Οι συνεντευξιαζόμενοι είναι διευθυντές, ανώτερα στελέχη φορέων/οργανισμών χρηματοδότησης και εταιρειών παραγωγής σε δημόσιο και ιδιωτικό επίπεδο από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Τα πρωτογενή στοιχεία που συλλέχθηκαν από τις συνεντεύξεις τριγωνοποιήθηκαν με δευτερογενή δεδομένα όπως είναι οι αναφορές από στατιστικά δεδομένα (Eurobarometer, eurostat statistics 2018) και επίσημες αναφορές αξιολόγησης της ΕΕ (interim evaluation of the Creative Europe programme and ex-post evaluation of the Culture, MEDIA 2007 and MEDIA Mundus programmes, 2017), διεθνών δημόσιων φορέων και ιδιωτικών εταιρειών και από το φεστιβάλ Annecy2019.

Η έρευνα με τα ερωτηματολόγια που έχει αρχίσει από τον Οκτώβριο του 2019 και έχει φτάσει τα 172 ερωτηματολόγια που μοιράστηκαν μέσω ιστοσελίδας φεστιβάλ Αννεσύ2019 σε παραγωγούς και εταιρείες χρηματοδότησης animation συνεχίζεται.

## **3. Η έρευνα**

Δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου, το οποίο αποτέλεσε τον «πιλότο» στις διαζώσης συνεντεύξεις με σημαντικά στελέχη οργανισμών και εταιρειών στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, τα οποία εμπλέκονται με χρηματοδοτικά προγράμματα, όπως είναι ορισμένες εταιρείες παραγωγής που έχουν κάνει επανειλημμένως αίτηση για ένταξη σε χρηματοδοτικά προγράμματα και οι οργανισμοί χρηματοδότησης ή προώθησης αιτήσεων χρηματοδότησης στα κεντρικά γραφεία της ΕΕ.

Αυτή η πιλοτική έρευνα ξεκίνησε από τον Δεκέμβριο του 2018 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα Νοέμβριος 2019. Τους πρώτους 3 μήνες, η έρευνα μέσω συνεντεύξεων διενεργήθηκε σε εθνικό επίπεδο. Τον Ιούνιο του 2019 η έρευνα έλαβε χώρα στο MIFA (Αγορά Διεθνούς Φεστιβάλ Αννεσύ) δηλαδή στον τόπο συνάντησης «πωλητών»/παραγωγών/δημιουργών και «αγοραστών»/εταιρειών χρηματοδότησης, κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ Annecy2019. Κατόπιν, τα ερωτηματολόγια διαμορφώθηκαν, εμπλουτίστηκαν και πήραν την τελική τους

μορφή και μοιράστηκαν διαδικτυακά μέσω επίσημης ιστοσελίδας Annecy2019. Μέχρι τις αρχές του Νοεμβρίου 2019 μοιράστηκαν 171 ερωτηματολόγια σε παραγωγούς και εταιρείες χρηματοδότησης και συνεχίζεται.

Οι ερωτήσεις συγκλίνουν με τα ερευνητικά ερωτήματα της διατριβής. Δημιουργήθηκαν δύο ερωτηματολόγια με ίδιες ερωτήσεις διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο ώστε το ένα ερωτηματολόγιο να στοχεύει στο κοινό των παραγωγών και δημιουργών και το άλλο να προορίζεται στο κοινό-στόχο των Διευθυντών και Στελεχών εταιρειών χρηματοδότησης. Με αυτόν τον τρόπο, η γράφουσα στοχεύει να δεδομένα για κάθε μία ίδια ερώτηση δύο διαφορετικές οπτικές γωνίες απάντησης για να τριγωνοποιηθούν τα ερωτηματολόγια μεταξύ τους.

Αφού δημιουργήθηκαν τα δύο ερωτηματολόγια, η γράφουσα ερεύνησε πιθανούς τρόπους αποτύπωσής τους σε ηλεκτρονική αλλά και σε έντυπη μορφή. Η έρευνα για την καταλληλότερη μορφή φόρμας ερωτηματολογίου, διενεργήθηκε στο διαδίκτυο και κατέληξε στην google suite και συγκεκριμένα στο site εγγράφων : <https://docs.google.com/forms/u/0/> , το οποίο παρέχει φόρμες ερωτηματολογίων που μπορούν να διαμορφωθούν ανάλογα με τον τύπο των ερωτημάτων ( πολλαπλές επιλογές, κείμενο, επιλογή ναι-όχι κλπ) . Επιλέχθηκε επειδή δεν κοστίζει, παρέχεται από την google που είναι αξιόπιστη στον τομέα της πληροφορικής, παρέχει ευελιξία στη διαμόρφωση ερωτηματολογίου, παρέχει στατιστικά δεδομένα σύμφωνα με τις απαντήσεις, είναι διαδικτυακή και ευέλικτη (τάμπλετ-κινητό τηλέφωνο-λαπτοπ κλπ) , μπορεί να τυπωθεί

#### **4. Αποτελέσματα**

Τα ερωτηματολόγια που δημιουργήθηκαν αποτέλεσαν τη βάση πάνω στην οποία διενεργήθηκαν συνεντεύξεις σε πιλοτικό στάδιο. Κατόπιν, τα ερωτηματολόγια διορθώθηκαν και σε δεύτερο στάδιο εστάλησαν μέσω της ιστοσελίδας του Διεθνούς Φεστιβάλ Annecy2019 σε εταιρείες χρηματοδότησης και παραγωγούς (11.550 attendees).

Μέχρι στιγμής, έχουν διανεμηθεί 208 ερωτηματολόγια από τα οποία 7 γύρισαν πίσω. Από αυτά, η γράφουσα επέλεξε τις πλέον κατάλληλες περιπτώσεις για να αναλυθούν λόγω του περιορισμού χώρου σε αυτήν την εργασία και τις διαχώρισε γεωγραφικά για να δοθεί έμφαση στην σύγκλιση μαρτυριών και στην τριγωνοποίησή τους.

Όσον αφορά στην διεξαγωγή έρευνας σε εθνικό επίπεδο, συλλέχθηκαν στοιχεία από ερωτηματολόγιο μέσω διαζώσης συνεντεύξεων, τηλεφωνικής συνέντευξης και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, παρατηρήθηκε ότι υπάρχουν γραφειοκρατικές δυσκολίες και δυσχέρειες στην κατανόηση των οδηγιών δημιουργίας-σύνταξης και κατάθεσης φακέλου πρότασης για να εγκριθεί και να ενταχθεί στα χρηματοδοτικά προγράμματα της ΕΕ. Δεν υπάρχουν ποιοτικά κριτήρια αλλά κριτήρια επιλεξιμότητας για να χρηματοδοτηθεί μία πρόταση δημιουργίας οπτικοακουστικού έργου. Σύμφωνα με συνέντευξη Στελέχους του Ελληνικού Κέντρου Κινηματογράφου, υπάρχουν δύο είδη χρηματοδότησης, η χρηματοδότηση με σειρά προτεραιότητας μέχρι την συμπλήρωση ενός συγκεκριμένου ποσού και η ένταξη σε χρηματοδοτικά προγράμματα της ΕΕ μέσω αίτησης και κατάθεσης φακέλου πρότασης για χρηματοδότηση στο πεδίο των οπτικοακουστικών παραγωγών. Οι δυσκολίες που παρατηρήθηκαν σε επίπεδο Στελεχών που ασχολούνται με τα ευρωπαϊκά προγράμματα, είναι ότι δεν ακολουθούνται κατά γράμμα τα κριτήρια επιλεξιμότητας και οι οδηγίες συμπλήρωσης αίτησης. Επίσης, δημιουργούνται προβλήματα, από τις αιτήσεις της τελευταίας στιγμής, οι οποίες είναι πολλές και μπλοκάρουν το σύστημα. Επισημάνθηκε ότι ταινίες animation που εγκρίνονται για χρηματοδότηση είναι μία ανά έτος, ποσοστό πολύ χαμηλό σε σχέση με τις ταινίες MEDIA (EKK,2018).

Σύμφωνα με τους παραγωγούς/αιτούντες για χρηματοδότηση, καταδεικνύεται το γεγονός ότι δεν υπάρχουν κριτήρια ποιότητας, ούτε δημοσιοποίηση καλών πρακτικών και παραδειγμάτων

στους οδηγούς συμπλήρωσης αίτησης για χρηματοδότηση. Οι οδηγίες είναι δυσνόητες και περίπλοκες για να ακολουθηθούν κατά γράμμα. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι η πολιτική εξωστρέφειας που ακολουθεί η ΕΕ προωθεί τις συμπαραγωγές έναντι των εθνικών πολιτιστικών προϊόντων/έργων. Δηλαδή οι συνέργειες και οι συμπαραγωγές από πολλές χώρες και κυρίως από τις χώρες της Ανατολής με τις χώρες της ΕΕ ευνοούνται σε τέτοιο σημείο που παραγκωνίζεται το στοιχείο της πολιτιστικής ταυτότητας μιας χώρας που προωθεί τα προϊόντα της και παραμερίζεται η εθνικότητα μιας πολιτιστικής οπτικοακουστικής παραγωγής στην αγορά (Στέλεχος/παραγωγός ταινιών μικρού μήκους, 2018).

Σε διεθνές επίπεδο, οι χρηματοδοτικοί Οργανισμοί στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα καταδεικνύουν τις δυσκολίες επικοινωνίας με τους εν δυνάμει χρηματοδοτούμενους παραγωγούς. Συγκεκριμένα, στον Καναδά, η χρηματοδότηση από το κράτος έχει συρρικνωθεί, δίνοντας τη σκυτάλη στις ιδιωτικές εταιρείες παροχής υπηρεσιών επένδυσης στις οπτικοακουστικές παραγωγές. Η δυσκολία έγκειται στο διαφορετικό νομικό πλαίσιο της κάθε χώρας και οι παραγωγοί που θέλουν να συνεργαστούν και να χρηματοδοτηθούν από καναδικές εταιρείες, θα πρέπει πρώτα να ενημερωθούν για την συνθήκη συνεργασίας ανάμεσα στον Καναδά και σε άλλες χώρες σε ευρωπαϊκό και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Στις Βρυξέλλες, η εταιρεία Wallimage, έχει ως πολιτική της να χρηματοδοτεί μόνο ταινίες animation και όχι ταινίες με πραγματικούς ηθοποιούς, καθώς είναι πολύ δύσκολο να βρεί κοινό σημείο αναφοράς και επικοινωνίας με όλο το κάστ των ηθοποιών. Αναφέρθηκε, η δυσκολία επικοινωνίας με τους επίδοξους χρηματοδοτούμενους, καθώς η εταιρεία έχει τρία διακριτά στάδια διαδικασιών έγκρισης για χρηματοδότηση. Γι αυτό το λόγο, οι οδηγοί που έχουν αναρτηθεί στην επίσημη ιστοσελίδα τους δεν επαρκούν και διατίθεται ένα άτομο από την εταιρεία που συζητά με τους παραγωγούς, τους ενημερώνει για τα στάδια διαδικασίας και τους καθοδηγεί ως προς την συμπλήρωση της αίτησης.

Στην Αργεντινή, η διευθύνουσα σύμβουλος εταιρείας Cluster, ισχυρίζεται ότι ο συντονισμός ανάμεσα στις εταιρείες animation και στους επίδοξους χρηματοδοτούμενους είναι πολύ δύσκολος. Η επικοινωνία είναι δύσκολη και ο ρόλος της είναι να εντοπίσει τα κοινά σημεία της πολιτικής του κλάσטר που εκπροσωπεί με το στυλ και τις τεχνικές του εν δυνάμει χρηματοδοτούμενου, να διακρίνει εάν και κατά πόσο είναι συνεπής, συνεργάσιμος και μπορεί η συνεργασία μαζί του να είναι μακρόχρονη και προδοσοφόρα.

Στην Δανία, ένας παραγωγός θεωρεί ότι δεν υπάρχουν άλλοι οδηγοί εκτός από αυτούς της ΕΕ για την συμπλήρωση αιτήσεων για χρηματοδότηση. Οι οδηγοί είναι πολύπλοκοι και δυσνόητοι, θα έπρεπε να είναι πιο απλοί. Δεν θεωρεί ότι υπάρχουν κριτήρια ποιότητας και μία λύση βελτίωσης της «επικοινωνίας» των οδηγών μπορεί να αποτελέσει ένα animation στην αρχή των γραπτών οδηγιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι σχολίασε το γεγονός ότι υπάρχει μία καταληκτική ημερομηνία κατάθεσης αίτησης ενώ θα έπρεπε να υπάρχουν δύο ή περισσότερες καταληκτικές ημερομηνίες κατάθεσης αίτησης για χρηματοδότηση.

Όλες οι παραπάνω μαρτυρίες είναι ενδεικτικές, επιβεβαιώνουν και επιβεβαιώνονται με την επίσημη αναφορά αξιολόγησης του προγράμματος Creative Europe Programme and ex-post evaluation of Culture, MEDIA2007 and MEDIA Mundus programmes (2017), Essnet-Culture European Statistical System Network on Culture Final Report 2012, work plan for Culture 2015-2018, Feasibility study on data collection in the cultural and creative sectors in the EU, 2015.

Σύμφωνα με τις παραπάνω διαδικτυακές πηγές, τον Δεκέμβριο του 2014, τέθηκαν 4 κύριες προτεραιότητες με σκοπό τη δημιουργία ενιαίας πολιτιστικής πολιτικής, μία από αυτές είναι και οι πολιτιστικοί και δημιουργικοί τομείς δηλαδή η δημιουργική οικονομία και καινοτομία καθώς και η κινητικότητα και ο πολιτισμός στις εξωτερικές σχέσεις τις ΕΕ. Στόχος αποτελεί η διεκδίκηση μεριδίου στην παγκόσμια αγορά των οπτικοακουστικών προϊόντων. Έτσι, μέσα από τα προγράμματα προωθείται η ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας των δημιουργικών τομέων για την βιώσιμη ανάπτυξή τους, η διευκόλυνση πρόσβασης των πολιτιστικών έργων

σε παιδιά και νέους, η δημιουργία θέσεων εργασίας στον δημιουργικό τομέα πολιτισμού και η ανάπτυξη και διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και γλώσσας (EACEA, DG CONNECT, 2019).

Όμως, επίσημες αναφορές αξιολόγησης προγραμμάτων στον πολιτιστικό και ιδίως στον οπτικοακουστικό τομέα αποκαλύπτουν την απόκλιση από τους αναμενόμενους στόχους της ΕΕ. Συγκεκριμένα, οι τομείς του πολιτισμού και δημιουργικότητας δεν αξιολογούνται για την συνεισφορά τους στην καινοτομία, στο κοινωνικό κεφάλαιο και στην άυλη οικονομία. Δεν υπάρχει ολοκληρωμένη εικόνα της συνεισφοράς του πολιτισμού και της δημιουργικότητας στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη. Οι τεχνολογίες πληροφόρησης και ανάπτυξης χρησιμοποιούνται μόνο για αγορά-παραγγελία-διανομή-ανταλλαγή πολιτιστικών προϊόντων όπως είναι το animation κλπ. Υπάρχει ασάφεια όσον αφορά στην πολιτιστική ποικιλία αγαθών (Stiring, 1999). Τα είδη οπτικοακουστικής παραγωγής κατηγοριοποιούνται συλλογικά και όχι μεμονωμένα, όπως φαίνεται και από τους δείκτες στατιστικής NACE (Audio Visual and Multimedia) για οπτικοακουστικά και πολυμέσα, ή ο δείκτης στατιστικής της UNESCO FCS (κώδικας για οπτικοακουστικά έργα γενικά).

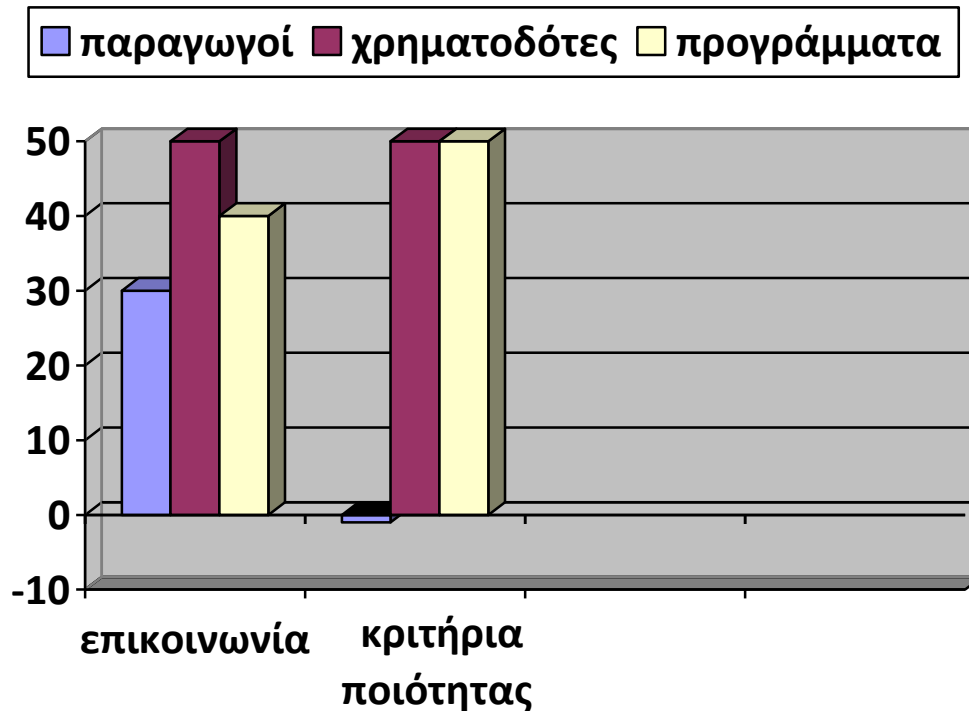
Σε αυτό το πλαίσιο, ενώ τα οπτικοακουστικά μέσα και ιδίως το animation αποτελούν όχι μόνο πολιτιστικά αλλά και εμπορικά προϊόντα, οι στατιστικές σε αυτόν τον τομέα δεν δίνουν μία σαφή εικόνα για το κάθε είδος οπτικοακουστικών μέσων αλλά συλλογικά για αυτόν τον τομέα. Μόνο το 6% των επιστημονικών μελετών αφορούν τον πολιτιστικό αντίκτυπο.

Επίσης, μέσα από τις ενδιάμεσες αξιολογήσεις (δημιουργική Ευρώπη 2014-2020) παρατηρήθηκε ότι τα δημιουργικά Media έχουν δυσκολία πρόσβασης στη χορήγηση δανείων λόγω της άυλης φύσης των στοιχείων του ενεργητικού τους. Η συνοχή του προγράμματος χρήζει βελτίωσης μέσω της ενίσχυσης και υποστήριξης των διατομεακών έργων. Χρειάζεται τόνωση των επενδύσεων για ενίσχυση των θέσεων εργασίας και βιομηχανικής παραγωγής. Οι ευρωπαϊκές ταινίες έχουν ισχύ και στάσιμο αριθμό κοινού. Ιεραρχούνται οι οικονομικοί στόχοι εις βάρος των πολιτιστικών και κοινωνικών παραμέτρων. Δεν έχει πραγματοποιηθεί συστηματική ανάλυση και υποβολή εκθέσεων σχετικά με τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο που έχουν επιτευχθεί σε αυτό το πρόγραμμα. Παρατηρήθηκε έλλειψη συγκρίσιμων στοιχείων σχετικά με τον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα. Πρέπει να βελτιωθεί ο τρόπος αξιοποίησης ευκαιριών που προσφέρει ο ψηφιακός μετασχηματισμός από τη δημιουργία περιεχομένου υψηλής αξίας μέχρι τη χρήση νέων διαύλων διανομής. Προέκυψε η ανάγκη θέσπισης ανάδοχου προγράμματος για την ανάπτυξη και τις συμπαραγωγές. Η ΕΕ στράφηκε προς την αναβάθμιση του τομέα του animation μέσω της θέσπισης του ευρωπαϊκού σχεδίου κινουμένων σχεδίων, ενός προγράμματος ειδικά για το animation.

Στην Ελλάδα, η εθνική πολιτιστική πολιτική για τα MEDIA διατυπώνεται, χαράσσεται και ακολουθείται κυρίως από το Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, που εποπτεύεται από το κράτος. Με τον Νόμο 3905/2010 θεσπίστηκε η εθνική κινηματογραφική πολιτική με την ανακατανομή κονδυλίων και αξιοποίηση πόρων και με τον Νόμο 1295/2013 θεσπίστηκε το πρόγραμμα δημιουργική Ευρώπη, στο οποίο το άρθρο 2 του πρώτου κεφαλαίου αναφέρει την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, της διακρατικής κινητικότητας και της χρηματοδότησης για να εξασφαλιστεί γεωγραφικά ισορροπημένη κάλυψη και ισοσκελισμός της περιφερειακής οπτικοακουστικής παραγωγής με την παραγωγή της κεντρικής Ευρώπης. Αυτοί οι Νόμοι φανερώουν την πολιτιστική πολιτική της ΕΕ που ακολουθείται από την Ελλάδα.

Στο παρακάτω γράφημα, αποτυπώνεται η απόκλιση της διαφορετικής αντίληψης /οπτικής που έχουν εκφράσει οι παραγωγοί, οι χρηματοδότες/υπεύθυνοι τομέα έγκρισης χρηματοδότησης στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα και έχει εκφραστεί μέσα από τις επίσημες αναφορές αξιολόγησης των προγραμμάτων χρηματοδότησης της Ε.Ε. Συγκεκριμένα, οι χρηματοδότες έχουν αναφέρει ότι οι οδηγοί που έχουν αναρτήσει στην επίσημη ιστοσελίδα τους εμπεριέχουν κριτήρια ποιότητας. Επίσης, αναφέρουν την επαρκή επικοινωνία που έχουν με

τους αιτούντες, συγκλίνοντας με τα πορίσματα από τις αναφορές αξιολόγησης των προγραμμάτων χρηματοδότησης της Ε.Ε. Μέσα από αυτά τα προγράμματα διαφαίνεται το κενό επικοινωνίας μεταξύ αιτούντων/ εν δυνάμει χρηματοδοτούμενων και χρηματοδοτών. Ενώ, οι παραγωγοί/αιτούντες θεωρούν ότι δεν υπάρχουν ποιοτικά κριτήρια μέσα στους οδηγούς συμπλήρωσης αίτησης για χρηματοδότηση και αναφέρουν ότι υπάρχει επικοινωνιακό χάσμα με τους χρηματοδότες σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα.



γράφημα 1: αποτύπωση των διαφορετικών οπτικών επικοινωνίας και κριτηρίων ποιότητας

## 5. Συμπέρασμα

Εν κατακλείδι, τα προγράμματα χρηματοδότησης της ΕΕ χρήζουν βελτίωσης, καθώς παρουσιάζουν απόκλιση από τους στόχους της ΕΕ. Αυτή η κατάσταση έχει αντίκτυπο στην επικοινωνία χρηματοδοτών και χρηματοδοτούμενων μέσω των οδηγών συμπλήρωσης αίτησης για έγκριση και ένταξη στα χρηματοδοτικά προγράμματα. Επίσης, αυτό το πρόβλημα αποκαλύπτει το γενικότερο πρόβλημα επικοινωνίας μεταξύ χρηματοδοτών και χρηματοδοτούμενων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα εκτός των χρηματοδοτικών προγραμμάτων της ΕΕ.

Σε εθνικό επίπεδο, οι χρηματοδοτικές εταιρείες υιοθετούν τα κριτήρια επλεξιμότητας, που βρίσκονται στους οδηγούς συμπλήρωσης αίτησης της ΕΕ. Οι παραγωγοί αναφέρουν τους δυσνόητους και περίπλοκους οδηγούς και σχολιάζουν την έλλειψη καλών πρακτικών και παραδειγμάτων, που θα βοηθούσαν στην επιτυχή αίτηση και χρηματοδότησή τους.

Σε διεθνές επίπεδο η κατάσταση δεν διαφέρει, οι χρηματοδοτικές εταιρείες προβληματίζονται με την συνεργασία τους με παραγωγούς από διαφορετικές χώρες. Οι παραγωγοί δυσκολεύονται με τις οδηγίες για την αίτηση χρηματοδότησης.

Άρα, από την οπτική γωνία χρηματοδοτών και χρηματοδοτούμενων υπάρχει κενό επικοινωνίας που εντοπίζεται κυρίως στην πολιτική των εταιρειών που υλοποιείται μέσα από τις οδηγίες που έχουν την μορφή γραπτού κειμένου και αναρτώνται στις ιστοσελίδες των εκάστοτε εταιρειών. Αυτή η προβληματική επιβεβαιώνεται μέσα από τις επίσημες αναφορές

αξιολόγησης των ευρωπαϊκών χρηματοδοτικών προγραμμάτων. Αυτές οι συνθήκες ωθούν προς την παραγωγή επιστημονικής γνώσης σε αυτόν τον τομέα.

### **Βιβλιογραφικές Αναφορές**

asifaαπολογισμόςανσυ. (2019).

Babbie, E. (2011). *Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα*. Αθήνα : Κριτική .

Barraclough, S. (2019). *spain animation*.

Brussels, b. (2019).

Cook, M. (2018). *The British animation*. UK: Mackmillan <https://doi.org/10.1007/978-3-319-73429-3> .

Crafton, D. (2011). The veiled genealogies of animation and cinema. *journals.sagepub.com* .

creative-europe, e. p. (n.d.). [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en). Retrieved 02 10, 2019, from [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en): [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/about_en)

culture, e. E. (2014). *2015-2018 work plan for culture*. Retrieved 2 11, 2019, from [https://eacea.ec.europa.eu/search/site/2018-2018%20work%20plan%20for%20culture\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/search/site/2018-2018%20work%20plan%20for%20culture_en):

eacea action documents, E. (n.d.). Retrieved 11 28, 2018, from <https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions>

e-book feasibility, e. E. (2015). Retrieved from [https://eacea.ec.europa.eu/search/site/Feasibility%20study%20on%20data%20selection%20and%20analysis%20in%20the%20cultural%20and%20creative%20sectors%20in%20the%20EU%2C%202018\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/search/site/Feasibility%20study%20on%20data%20selection%20and%20analysis%20in%20the%20cultural%20and%20creative%20sectors%20in%20the%20EU%2C%202018_en)

e-dictionary. (n.d.). *video-streaming definition*. Retrieved 2 10, 2019, from <https://www.techopedia.com/definition/9927/video-streaming>

e-dictionary, m. d. (2019, 10 2). <https://www.lexigram.gr/lex/en/ni/%CE%BC%CE%AF%CE%BD%CF%84%CE%B9%CE%B1#Hist0>.

Essnet-Culture. (2012). *European Statistical System Network on Culture Final report 2012*. Retrieved 11 18, 2018, from [http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf): [http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf)

European Programs, E. (2016). *European programs*. Retrieved 1 24, 2016, from [eacea.ec.europa.eu/ilp](https://eacea.ec.europa.eu/ilp)

EuropeanAudiovisualObservatory, E. (2015). *Focus on Animation*. EU: EC.

eurostat statistics, E. (2018, 12 26). *Key Indicators on cultural enterprises*. Retrieved from [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tab02\\_Key\\_indicators\\_on\\_cultural\\_enterprises\\_and\\_those\\_in\\_total\\_business\\_economy.png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Tab02_Key_indicators_on_cultural_enterprises_and_those_in_total_business_economy.png)

Gagliesi, L. (2019, 6 12). animation clusters in Argentina. (L. Trivella, Interviewer)

gameeffective. (n.d.). e-learning and enterprise gamification- the perfect match.

Gran Canaria, f. c. (2019). Retrieved from [www.grancanariafilm.com](http://www.grancanariafilm.com)

Griffin, C. (2007). *This way up. A flat-pack guide to marketing the arts*. Cambridge: Arts Marketing Association, Arts Council England.

Hill, L. O. (2011). *Creative Arts Marketing*. USA: Routledge.

history, a. (n.d.). *Η ιστορία του κινουμένου σχεδίου*. Retrieved 09 26, 2019, from the world of animation: <https://animationartati.weebly.com/eta-iotasigmatauomicronrho943alpha-tauomicronupsilon-animation.html>

Hoyle, D. (1994). *Quality Systems Handbook*. London: Butterworth, Heinemann, Elsevier.

<http://www.cais-soas.com/News/2008/March2008/04-03.htm>. (n.d.).

Jain, A. (2010). *Analysis of film and animation industry in India*. Retrieved 2019, from University of Singapore, department of management: <https://www.scribd.com/doc/28337429/PESTLE-analysis-of-Film-and-Animation-Industry>



- Ka-nin, K. C. (2009). The spiritual-functional loop: animation redefined in the digital age. *journals.sagepub.com* .
- Labesse, S. (2019, 6 12). animation funding in Canada. (L. Trivella, Interviewer)
- Leslie E. and McKim, J. (2017). Life remade: critical animation in the digital age. *animation and interdisciplinary journal*, SAGE , pp. 207-213.
- Lowe, R. (2003). Animation and learning: selective processing of information in dynamic graphics. *Elsevier* , pp. 157-176.
- Masterman, G. W. (2005). *Innovative Marketing Communications. Strategies for the events industries*. Elsevier.
- Pumarez, M. S. (2015). *Mapping the animation industry in Europe*. Strasbourg: Council of Europe.
- qualitystandards. (n.d.). <https://asq.org/quality-resources/learn-about-standards>. Retrieved 02 10, 2019, from <https://asq.org/quality-resources/learn-about-standards>: <https://asq.org/quality-resources/learn-about-standards>
- Reynaert, P. (2019, 6 12). animation funding in Brussels. (L. Trivella, Interviewer)
- Rizaldi, M. M. (2013). Kajian Potensi Pendidikan formal animasi di sekolah menengah kejuruan kota cimahi. *journal of visual art and design* .
- SWOT & PESTLE.COM, S. (2018). *SWOT & PESTLE ANALYSIS*. Retrieved 2019, from <https://www.swotandpestle.com/walt-disney-company/>
- Taylor, G. (2005). *Integrating quantitative and qualitative methods in research*. America: University Press.
- Uckan, T. D. (2016). Image quality improvement on openGLbased animations by using CUDA architecture. *Uludag University journal of the faculty of engineering* , pp. 79-96.
- Ursyn, A. (2005). do you make art because you are an artist or you are an artist because you make art? *Body, Space & Technology journal* .
- Vyong, t. (2016, 6 6). *Animation and learning, an e learning profile*. Retrieved 2019, from vyong com: <https://www.vyong.com>
- W.Duiker&J.Spielvogel. (2016). *world history*. Boston, USA: Centage learning.
- [www.researchandmarkets.com/reports/4449895](http://www.researchandmarkets.com/reports/4449895). (2018). *global animation, VFX & games industry: strategies, trends & opportunities, 2018*. Retrieved 12 16, 2018, from [www.researchandmarkets.com/reports/4449895](http://www.researchandmarkets.com/reports/4449895): [www.researchandmarkets.com/reports/4449895](http://www.researchandmarkets.com/reports/4449895)
- Βασιλειάδης, Γ. (2006). *Ιστορία και Αισθητική του κινούμενου σχεδίου* . Αθήνα: Αιγόκερως.
- Γκαντζιάς, Γ. (2010). *Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη* . Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- ΕΕ. (2014). Δημιουργική Ευρώπη. Τι μπορεί να μου προσφέρει; οπτικοακουστικός και πολιτιστικός τομέας. Βρυξέλλες.
- ΕΚ1295, Κ. Ε. (2013). θέσπιση προγράμματος "Δημιουργική Ευρώπη" (2014 έως 2020). *Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης* .
- ΕΚΚ. (2018, 11 29). Δελτίο τύπου . Αθήνα, Αττική , Ελλάδα.
- ΕΚΚ. (2013). Κανονισμός χρηματοδότησης δημιουργιών. Αθήνα, Αττική , Ελλάδα.
- ΕΚΚ, Γ. Δ. (2019, 1 22). MEDIA, CULTURE και προβλήματα που προκύπτουν . (Λ.Τριβέλλα, Interviewer)
- ΕΚΤ. (n.d.). <http://www.ekt.gr/el/library/didaktorika>. Retrieved 2 11, 2019, from <http://www.ekt.gr/el/library/didaktorika>: <http://www.ekt.gr/el/library/didaktorika>
- Ένωση, Ε. (2014). Δημιουργική Ευρώπη Τι μπορεί να μου προσφέρει;. Βρυξέλλες .
- Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015). *Πως γίνεται μια επιστημονική εργασία;*. Αθήνα : Κριτική.
- Κασιμάτη, Α. (2019, 1 19). ανασκόπηση ερευνητικού τοπίου ανιματιον. (Λ. Τριβέλλα, Interviewer)
- Καστανίδης, Μ. (2018, 12 29). ανασκόπηση έρευνας πεδίου ανιματιον. (Λ. Τριβέλλα, Interviewer)
- Λεκάκης. (2013). Η εικόνα ως πηγή επικοινωνίας. ΕΚΤ.
- Νόμος 3905, α. (2010). ενίσχυση και ανάπτυξη της κινηματογραφικής τέχνης. *Εφημερίς της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας* .

Παπαδόπουλος, Α. (2018, Δεκέμβριος). ανασκόπηση έρευνας πεδίου ανιματιον. (Λ. Τριβέλλα, Interviewer)

Πασκάλ, Φ. (2017). *Η Ευρώπη σε 12 μαθήματα*. Βρυξέλλες : ΕΕ.

i

---

<sup>i</sup> Η παρούσα εργασία αποτελεί τμήμα διαδικασίας της διδακτορικής διατριβής που πρόκειται να δημοσιευτεί