



**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Ιστορίες κι αναμνήσεις»: δημιουργώντας ένα μίνι ντοκιμαντέρ
για τα παλαιοπωλεία της Θεσσαλονίκης**

**ΕΥΓΕΝΙΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ
Α.Μ. 5433**

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Μαρία Ματσιώλα

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2023

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Με την παρούσα πτυχιακή εργασία ολοκληρώνεται ο κύκλος σπουδών μου στο τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Μακεδονίας στην Καστοριά.

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου αρχικά στα άτομα που δέχτηκαν να συμμετέχουν στην υλοποίηση της πτυχιακής μου εργασίας, τον κύριο Δημήτρη πρώην κάτοχο του παλαιοπωλείου “Το Δισκοπάζαρο” και τη Μαρία, τη σημερινή ιδιοκτήτρια του καταστήματος, που με βοήθησαν απλόχερα. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον άγνωστο παλαιοπώλη, ο οποίος δεν ήθελε να καταγραφεί σε βίντεο η συνομιλία μας, παρόλα αυτά μου πρόσφερε γνώση σχετικά με τα παλαιοπωλεία. Επίσης, ευχαριστώ και την καλή μου φίλη Στέλλα η οποία με βοήθησε με αρκετά γυρίσματα.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την καθηγήτρια μου Ματσιώλα Μαρία για την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε, για την υπομονή της, την ενέργεια και τη θετικότητα της που με ενέπνεε στο να συνεχίσω δυναμικά την εργασία μου τις μέρες που υπήρχε απογοήτευση.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ένα ντοκιμαντέρ αποτελεί μια αναπαράσταση της πραγματικής ζωής. Στην παρούσα εργασία, η παραγωγή του ντοκιμαντέρ δημιουργήθηκε για να δείξει την ιστορία που κρύβουν μέσα αυτά τα παλαιοπωλεία και πώς ο κόσμος επιλέγει να πάρει την “παλιατζούρα” που έχει αφήσει κάποιος άλλος και πώς τελικά αυτά τα καταστήματα δημιουργούν ιστορίες και αναμνήσεις.

Τα παλαιοπωλεία κρύβουν μεγάλους και μικρούς θησαυρούς. Μέσα σε κάθε κατάστημα μπορεί κανείς να βρει μικρά αντικείμενα, όπως μανικετόκουμπα και μεγάλα όπως ένα πικάπ του 1950. Στη συγκεκριμένη εργασία θα ασχοληθούμε με τα παλαιοπωλεία και συγκεκριμένα αυτά της Θεσσαλονίκης. Θα μάθουμε τι είναι αντίκα καθώς και τη συναισθηματική αξία των αντικειμένων, πώς δημιουργήθηκε η ιδέα για τα καταστήματα με αντίκες, πώς αποκτούν και πώς βρίσκουν τις αντίκες που υπάρχουν στο κατάστημα. Θα εμβαθύνουμε στην κουλτούρα αυτής της αγοράς και θα μάθουμε αν ο κόσμος αγοράζει από αυτά τα καταστήματα και πόσο συχνά, τι προτιμάνε να αγοράσουν από ένα τέτοιο κατάστημα, καθώς και πόσα καταστήματα με αντίκες υπάρχουν σήμερα στη Θεσσαλονίκη. Υπάρχει συναισθηματική αξία από την πλευρά του εμπόρου για τα αντικείμενα- αντίκες; Υπάρχουν άνθρωποι που πωλούν τις αντίκες τους; Υπάρχουν συγκεκριμένοι λόγοι που τα πουλάνε; Θα αναφερθούμε στη νοοτροπία γύρω από την κουλτούρα της αγοράς και πώλησης αντικών και βίντατζ (vintage) αντικειμένων. Υπάρχει η τάση πολλοί άνθρωποι να προτιμούν να αγοράζουν αντίκες ή βίντατζ (vintage) παρά κάτι νέο, όπως βιβλία, ρούχα, κοσμήματα, έργα τέχνης και πολλά άλλα;

Λέξεις κλειδιά: Παλαιοπωλεία, αντίκες, Θεσσαλονίκη, ντοκιμαντέρ, οπτικοακουστική παραγωγή

Η παραγωγή βρίσκεται εδώ: <https://www.youtube.com/watch?v=F-MvpoTvTG4>

ABSTRACT

A documentary is a representation of real life. In this work, the production of the documentary was created to show the history hidden inside these antique shops and how people are chosen to pick up the "junk" left by someone else and how these shops ultimately create stories and memories.

Antique shops hide large treasures, in every antique shop one can find small objects such as cufflinks and large ones, as a 1950 pickup. In this thesis we will investigate the antique shops and specifically those located in Thessaloniki. We will learn about the sentimental value of the objects, how the idea for antique shops was created, how they acquire and how they find the antiques that exist in the stores. We will delve deeper into the culture of this market; how many antique shops are there in Thessaloniki today? Is there a sentimental value of the objects for the antique dealer, are there people who sell their antiques? Is there a reason why they sell them? We will talk about the mentality around the culture of buying and selling vintage items. Are there many people that prefer to buy antiques rather than something new, books, clothes, jewelry, works of art? and much more.

Keywords: Second-hand stores, antiques, Thessaloniki, documentaries, audio-visual production

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΡΙΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.....	9
Ντοκιμαντέρ ένα είδος οπτικοακουστικής παραγωγής.....	9
1.1. Ορισμός του Ντοκιμαντέρ	9
1.2. Τα είδη του ντοκιμαντέρ	10
1.3. Δημιουργία και επεξεργασία οπτικοακουστικού Ντοκιμαντέρ	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ	13
ΤΟ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ «ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΚΙ ΑΝΑΜΝΗΣΕΙΣ»	13
2.1. Εισαγωγή στην ιστορία των παλαιοπωλείων	13
2.2. Αντίκα και Βίντατζ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	16
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ.....	16
3.1. Προ-παραγωγή	16
3.1.1. Έρευνα για το παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο».....	17
3.1.1. Αρχικές σκέψεις για το σενάριο	19
3.2. Παραγωγή.....	20
3.1.2. Εξοπλισμός.....	20
3.1.3. Προσέγγιση συμμετεχόντων.....	21
3.1.4. Λήψεις	22
3.1.5. Ταξινόμηση του υλικού και προβλήματα.....	23
3.3. Μετά-παραγωγή	25
3.3.1. Αρχική επεξεργασία του ήχου	25
3.3.2. Αρχικό μοντάζ	26
3.3.3. Τεχνικές επεξεργασίας.....	26
3.3.3.1. Αλλαγή στο χρώμα.....	26
3.3.3.2. Αλλαγές στην ταχύτητα της εικόνας και σταθεροποίησή της.....	27
3.3.2 Μεταβάσεις στην εικόνα (Transitions).....	28
3.3.4. Ρύθμιση ήχου και soundtrack.....	28
3.3.5. Προσθήκη υποτίτλων.....	29

3.4. Τελικό αποτέλεσμα	31
Συμπεράσματα.....	32
Βιβλιογραφία	34
Ελληνόγλωσση.....	34
Ξενόγλωσση	34
Διαδικτυακές πηγές.....	35
Βίντεο.....	36
Συνεντεύξεις.....	36

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 2.1 Η είσοδος του Μπιτ Παζάρ στη Θεσσαλονίκη (πηγή: https://rejected.gr/bit-pazar)	14
Εικόνα 3.1 Εξοπλισμός που χρησιμοποιήθηκε για τις λήψεις του οπτικοακουστικού υλικού	21
Εικόνα 3.2 Γενικό πλάνο έξω από το παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο».....	22
Εικόνα 3.3 Μεσαίο πλάνο κατά τη συνέντευξη στο παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο»	23
Εικόνα 3.4 Λανθασμένη λήψη αναφορικά με το βλέμμα των συνεντευξιαζόμενων.....	24
Εικόνα 3.5 Διαδικασία αποθρομβοποίησης με το λογισμικό Audacity.....	25
Εικόνα 3.6 Προσθήκη εφέ χρώματος (αλλαγή σε ασπρόμαυρο).....	27
Εικόνα 3.7 Μεταβάσεις ανάμεσα στις διαφορετικές λήψεις (Transitions).....	28
Εικόνα 3.8 Μίκτης ήχου.....	29
Εικόνα 3.9 Προσθήκη υποτίτλων μέσα από το μενού του λογισμικού	30
Εικόνα 3.10 Επεξεργασία των υποτίτλων	30

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, έχει σκοπό να παρουσιάσει τα παλαιοπωλεία και την ιστορία τους. Να δείξει πώς είναι πίσω από τα όσα βλέπει κάποιος που γνωρίζει απλά την ύπαρξη τους, την ιστορία τους, τα συναισθήματα που δημιουργούνται, τη χαρά που μπορεί να πάρει κάποιος από αυτά τα μαγαζιά βρίσκοντας διαφορά αντικείμενα που είτε γνωρίζει από την παιδική του ηλικία, είτε ενδιαφέρεται να μάθει για αυτά. Το ντοκιμαντέρ που συνοδεύει τη γραπτή διπλωματική εργασία, έχει δημιουργηθεί με την προσδοκία ο κόσμος να μάθει για αυτά τα καταστήματα και την αξία που μπορεί να έχει ένα αντικείμενο που κάποιοι μπορεί να το θεωρούν «παλιατζούρα».

Η εργασία δομείται γύρω από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο, δίνεται το θεωρητικό υπόβαθρο του είδους του ντοκιμαντέρ ως ένα ξεχωριστό είδος οπτικοακουστικής παραγωγής, δίνεται ο ορισμός του, οι συγκεκριμένες κατηγορίες του όπως έχουν αποδοθεί από θεωρητικούς επιστήμονες αλλά και ο τρόπος δημιουργίας και επεξεργασίας του. Επίσης, δίνεται ο ορισμός της προ-παραγωγής, της παραγωγής και της μετά-παραγωγής που είναι τα τρία σημαντικά στάδια που ακολουθούνται σε κάθε παραγωγή.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, ο αναγνώστης μπορεί να βρει την ιστορία γύρω από τα παλαιοπωλεία αλλά και να ανακαλέσει αναμνήσεις. Γίνεται μια μικρή ιστορική αναδρομή στο 1860 επί Τουρκοκρατίας, όπου ο πρώτος ουσιαστικά παλαιοπώλης Νώε Γιεσουρούμ, εβραίος στην καταγωγή, έκανε το πρώτο βήμα στην πλατεία Αθησυνίας, στην περιοχή εβραϊκά, για να ξεκινήσει η πώληση μεταχειρισμένων πράγματος. Αναφέρεται, επίσης, το πώς ιδρύθηκε το σωματείο των παλαιοπωλών το 1918. Επιπλέον, στο δεύτερο κεφάλαιο δίνεται ένας μικρός ορισμός για το τι θεωρείται αντίκα και τι βίντατζ.

Στο τρίτο κεφάλαιο που έχει τίτλο “Παραγωγή του ντοκιμαντέρ και οι τεχνικές δυσκολίες” γίνεται ανάλυση όλων διαδικασιών που ακολουθήθηκαν προκειμένου να πραγματοποιηθεί το μίνι ντοκιμαντέρ για τα παλαιοπωλεία της Θεσσαλονίκης. Συγκεκριμένα, περιγράφονται αναλυτικά, η προ-παραγωγή, η παραγωγή και η μετά-παραγωγή του ντοκιμαντέρ. Αναφέρονται και οι περισσότερες τεχνικές λεπτομέρειες αλλά και όλα τα προβλήματα και οι δυσκολίες που χρειάστηκε να αντιμετωπιστούν κατά τη διαδικασία παραγωγής του ντοκιμαντέρ.

Τέλος, στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο που αφορά τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα αλλά και την παραγωγή του ντοκιμαντέρ, αναφέρονται λίγα λόγια για το

τελικό αποτέλεσμα του ντοκιμαντέρ και τα συναισθήματα που προκλήθηκαν κατά την υλοποίησή του. Στο ίδιο κεφάλαιο παρατίθενται και κάποια λόγια που μοιράστηκαν μαζί μου άτομα και δεν παρουσιάστηκαν στο ντοκιμαντέρ.

Το κείμενο ολοκληρώνεται με τη βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την πτυχιακή εργασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Ντοκιμαντέρ ένα είδος οπτικοακουστικής παραγωγής

Τα ντοκιμαντέρ εδώ και χρόνια είναι ένας τρόπος όπου μέσα από ένα βίντεο μικρού ή μεγάλου μήκους φανερώνει την πραγματική αλήθεια σε ένα θέμα όπως θα την έβλεπε ο κάθε ένας με τα δικά του μάτια. Όπως είναι γνωστό, ένα ντοκιμαντέρ μπορεί να αφορά πολλά θέματα, όπως για τη φύση, για την οικονομία, για την κοινωνία, για το πρόβλημα των ναρκωτικών κλπ. Σε αυτή την ενότητα θα δούμε τον ορισμό του τι είναι ντοκιμαντέρ και θα αναφερθούν τα είδη του. Επίσης, θα αναλύσουμε τη δημιουργία και την επεξεργασία του ως μία οπτικοακουστική παραγωγή, δηλαδή τα στάδια της προ-παραγωγής, της παραγωγής και της μετά-παραγωγής.

1.1. Ορισμός του Ντοκιμαντέρ

Το ντοκιμαντέρ είναι ένα είδος καταγραφής κινηματογραφικής ταινίας οποιασδήποτε πτυχής και βασίζεται σε πραγματικά στοιχεία. Είναι εύλογο να πούμε ότι το ντοκιμαντέρ δεν είχε ποτέ ακριβή ορισμό. Παραμένει γνωστός σήμερα ο ορισμός που είχε δώσει ο John Grierson, ένας από τους πρωτοπόρους του είδους, το 1930 ως μία “δημιουργική αντιμετώπιση της πραγματικότητας” (Eitzen, 1995, σελ.81). Ο όρος χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά για να περιγράψει την ταινία του Ρόμπερτ Φλάχερτι *Moana* το 1926. Ο Eitzen (1995) αναφέρει ότι το ντοκιμαντέρ έχει οριστεί με πολλούς τρόπους, όπως «μια δραματοποιημένη παρουσίαση της σχέσης του ανθρώπου με τη θεσμική του ζωή», ως μία «ταινία με μήνυμα», ως «η επικοινωνία, όχι φανταστικών πραγμάτων, αλλά μόνο πραγματικών πραγμάτων» και ως ταινίες που παραιτούνται από τον έλεγχο των γεγονότων που κινηματογραφούνται. Όρισε το ντοκιμαντέρ ως την «καλλιτεχνική αναπαράσταση της πραγματικότητας». Το πρώτο ντοκιμαντέρ εμφανίζεται στα τέλη του 19^{ου} αιώνα όταν αρχίσαν να προβάλλονται οι πρώτες ταινίες όπου σήμερα μπορούν να καταχωρηθούν στα ντοκιμαντέρ.

Ένα ντοκιμαντέρ αποτελεί έρευνα σε ένα συγκεκριμένο θέμα αποτυπωμένη σε φιλμ ή ψηφιακό μέσο, ο χαρακτήρας του μπορεί να ποικίλλει από εκπαιδευτικό, ηθικοπλαστικό, πολιτισμικό, πολιτικό, επιστημονικό, ιστορικό (Σκοπετέας, 2015). Τα ντοκιμαντέρ είναι πραγματικές ιστορίες με αληθινά γεγονότα, δείχνουν τα πράγματα με το αληθινό τους

πρόσωπο. Η θεματολογία είναι ανάλογα με το τι απασχολούν τον άνθρωπο εκείνη την χρονική περίοδο, γυναικοκτονίες, υπερθέρμανση του πλανήτη, ομοφυλόφιλοι γάμοι και αποδοχή των δικαιωμάτων τους, πόλεμος, άστεγοι και φτωχοί άνθρωποι, αποτυπώνεται η αλήθεια από την κοινωνία είτε από προσωπική εμπειρία ενός ατόμου (Γκούμας, 2014).

1.2. Τα είδη του ντοκιμαντέρ

Το ντοκιμαντέρ χωρίζεται σε δυο είδη, το πρώτο είδος είναι η αναπαράσταση της κοινωνίας όπου είναι βασισμένο σε πραγματικά δεδομένα, δεν είναι βασισμένο σε φαντασία ή σε κάποια συνοριακή ιστορία είναι η πραγματικότητα όπως την βλέπουμε με τα μάτια μας. Το δεύτερο είδος ντοκιμαντέρ είναι ακριβώς το αντίθετο, ουσιαστικά είναι η ικανοποίηση του σκηνοθέτη για το όραμα που είχε για την δημιουργία του, είναι βασισμένο σε υποθετική πραγματικότητα, στο σενάριο υπάρχει μια ιστορία όπου θίγει πραγματικά γεγονότα και τις περισσότερες φορές είναι φαντασία (Καρακάσης, 2015).

Στη σύγχρονη εποχή συναντούμε μορφές ντοκιμαντέρ που δημιουργούνται λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας και αφορούν ντοκιμαντέρ animation καθώς και διαδραστικά ντοκιμαντέρ (interactive ή web documentaries) που βασίζονται στη χρήση των υπηρεσιών του διαδικτύου (Podara, Giomelakis, Nicolaou, Matsiola, & Kotsakis, 2021).

Άρα, η κατηγορία "ντοκιμαντέρ" ενσωματώνει ένα ευρύ φάσμα ταινιών στα διάφορα μέσα κινούμενης εικόνας. Σύμφωνα με τον Bill Nichols (1991), ο οποίος είναι Αμερικάνος θεωρητικός του κινηματογράφου, και ο οποίος κατηγοριοποίησε τον τρόπο αφήγησης των ντοκιμαντέρ, σήμερα υπάρχουν έξι αφηγηματικοί τρόποι. Τα είδη αυτά αντιστοιχούν σε τύπους ταινιών ανάλογα, πολλές φορές όμως οι τρόποι αφήγησης διαδέχονται μέσα στην ταινία. Οι τύποι αυτοί εμφανίστηκαν ο καθένας σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή, μερικοί έχουν τύχει και έπεσαν σε δυσμένεια, και όλοι υπόκεινται στις ιδιοτροπίες της μόδας και της κριτικής πρακτικής (Plantinga, 2005).

Τα έξι είδη ντοκιμαντέρ που όρισε ο Bill Nichols είναι τα εξής:

Η ποιητική αφήγηση (Poetic mode), η οποία εστιάζει στο να δημιουργηθούν συναισθήματα αντί να παρουσιαστεί η αλήθεια, ενώ αποφεύγει τη σαφή προβολή της πληροφορίας.

Η παρατήρηση (Observational mode), βασίζεται στην καταγραφή της πραγματικότητας, το 1960 κινηματογραφιστές του Cinema Verité έδιναν βαρύτητα στο αυθορμητισμό, ήθελαν να δώσουν τη μεγαλύτερη δύναμη και αίσθηση του ρεαλισμού.

Ο εκτελεστικός τρόπος αφήγησης (Performative mode), ο οποίος επικεντρώνεται στη υποκειμενική παρουσίαση των θεμάτων αλλά και στη ρεαλιστική αναπαράσταση,

Ο επεξηγηματικός τρόπος αφήγησης (Expository mode), ο οποίος είναι βασισμένος στη μετάδοση πληροφοριών για ένα θέμα, ενώ έχει ως στόχο να πληροφορήσει, να επεξηγήσει και να πείσει τους θεατές.

Ο αυτοπαθής τρόπος αφήγησης (Reflexive mode), ο οποίος θέλει το κοινό να κατανοήσει τη διαδικασία κατασκευής μιας ταινίας για να μπορεί να αναπτύξει μια περίπλοκη και κριτική στάση.

Και τέλος η **συμμετοχική αφήγηση (participatory mode)**, όπου ο σκηνοθέτης συμμετέχει και αυτός στο θέμα όπου ασχολείται, αλλά θα προσπαθήσει να ασχοληθεί υποκειμενικά με τα θέμα του παρά τις προσωπικές του πεποιθήσεις (Liftoff Global Network, 2017).

1.3. Δημιουργία και επεξεργασία οπτικοακουστικού Ντοκιμαντέρ

Αφού δόθηκε ο ορισμός του τι είναι ντοκιμαντέρ και έχουν αναλυθεί κάποια από τα είδη του, προχωράμε στο πρακτικό κομμάτι, από τη δημιουργία μέχρι την επεξεργασία.

Το πρώτο σκέλος είναι η **προ παραγωγή (pre-production)**, όπου γίνεται η σύλληψη της ιδέας και όχι μόνο. Είναι ένα εξαιρετικά σημαντικό στάδιο, η σωστή διαχείριση του οποίου καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την καλή συνέχεια όλης της παραγωγής. Η προ παραγωγή περιλαμβάνει τον καθορισμό του σκοπού του έργου και του κοινού στο οποίο απευθύνεται, τη συγγραφή του σεναρίου και τη δημιουργία **storyboard**. Ανάλογα το όραμα του δημιουργού, στο ντοκιμαντέρ μπορεί να ποικίλλει η οπτική και ο τρόπος απόδοσης βάσει του οποίου θα γίνει περισσότερο ενδιαφέρον. Η έρευνα πάνω στο θέμα είναι απαραίτητη έτσι ώστε να μπορεί να συνεχιστεί το σενάριο (Καλαμπάκας και Κυριακουλάκος, 2015). Μετά από αυτή τη διαδικασία γίνεται η επαφή με τα άτομα που θα συμμετέχουν στις συνεντεύξεις, βρίσκονται οι τοποθεσίες και επιλέγεται ο εξοπλισμός.

Αφού το σενάριο πάρει την τελική του μορφή αρχίζει η **παραγωγή (production)**. Η παραγωγή περιλαμβάνει τη σκηνοθεσία - υλοποίηση του σεναρίου, τις λήψεις, τον φωτισμό, την ηχοληψία κλπ. Υπάρχουν οι κύριοι χαρακτήρες οι οποίοι δίνουν συνέντευξη παρουσιάζοντας τις δικές τους ιστορίες και προσωπικές εμπειρίες πάνω στο θέμα του ντοκιμαντέρ. Οι απαιτήσεις του σκηνοθέτη είναι σημαντικές και πρέπει να υλοποιηθούν όπως ο ίδιος το σκέφτηκε για το έργο. Κατά την ώρα του γυρίσματος πρέπει να είναι πολλά

πράγματα προσεγμένα για να υπάρχει ένα ωραίο αποτέλεσμα με βάση το στήσιμο, τον φωτισμό, τον ήχο αλλά και τα σκηνικά. Το σύνολο των εμπλεκόμενων μελών κατά τη διαδικασία της παραγωγής λειτουργεί συντονισμένα κάτω από τις οδηγίες του σκηνοθέτη και ακολουθώντας στον σχεδιασμό που είχε πραγματοποιηθεί στο προηγούμενο στάδιο της παραγωγής.

Και τέλος περνάμε στη **μετα-παραγωγή (post-production)**, όπου είναι το τελευταίο και αντίστοιχα σημαντικό μέρος για την δημιουργία ενός ντοκιμαντέρ. Είναι το στάδιο όπου διαμορφώνεται το έργο που θα δει στο τέλος ο θεατής.

Η μετα-παραγωγή περιλαμβάνει το μοντάζ, την επεξεργασία δηλαδή του οπτικοακουστικού υλικού (π.χ., κόψιμο σε αχρειαστά πλάνα, αλλαγή ταχύτητας από τα πλάνα, ρύθμιση του ήχου κλπ.) Η επεξεργασία του οπτικοακουστικού υλικού, αφορά τη διαδικασία κατά την οποία τα πλάνα, οι εικόνες, οι συνεντεύξεις και ο ήχος γίνονται ένα και μπαίνουν σε μια σειρά για να μπορεί να βγει το αποτέλεσμα όπου θα δει ο κόσμος. Στην αρχή, το σημαντικό κομμάτι που αφορά τη μετά-παραγωγή έχει να κάνει με τη διαμόρφωση της ιστορίας, δηλαδή την τοποθέτηση των αρχείων βίντεο και ήχου με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητό το νόημα της παραγωγής. Η επεξεργασία, όμως, είναι και δημιουργικό κομμάτι, εκεί δημιουργείται η πλοκή του ντοκιμαντέρ. Είναι αυτό που επηρεάζει το τελικό αποτέλεσμα, το μοντάζ καθορίζει τον ρυθμό του ντοκιμαντέρ και τις λεπτομέρειες του. Άρα, αφού ολοκληρωθεί η εξιστόρηση, στη συνέχεια, αρχίζουν οι καλαισθητικές επεμβάσεις οι οποίες θα δώσουν και τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της κάθε παραγωγής, σύμφωνα πάντα με το στυλ και το προσωπικό ύφος του κάθε δημιουργού.

Το τελευταίο στάδιο είναι η διαφήμιση και η προβολή του ντοκιμαντέρ. Στο σημείο αυτό καθορίζεται το κοινό στο οποίο μπορεί να απευθυνθεί για την προβολή για να προωθηθεί το ντοκιμαντέρ. Αυτό μπορεί να γίνει πολύ ευκολά αφού στις μέρες μας το διαδίκτυο είναι ένα μέσο όπου μπορεί να ανοίξει πολλούς δρόμους για μια αυτόνομη διαφήμιση και προώθηση, μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media), είμαστε σε ένα κόσμο όπου μπορεί να γίνει ευκολότερα η προώθηση των οπτικοακουστικών έργων. Η ευκολία της διαφήμισης πλέον έχει αλλάξει και έτσι για κάθε δημιουργό είναι πιο εύκολο να προωθήσει ένα έργο όπου θέλει και για τον θεατή να το δημοσιεύσει και αυτός με ευκολία στον περίγυρό του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΤΟ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ «ΙΣΤΟΡΙΕΣ ΚΙ ΑΝΑΜΝΗΣΕΙΣ»

Ο κλάδος των αντικών μπορεί να χαρακτηριστεί από μεγάλη ποικιλία στα είδη των αντικειμένων που πωλούνται (έπιπλα, πορσελάνη και γυάλινα σκεύη, κοσμήματα, βιβλία, ρούχα κ.λπ.). Τα παλαιοπωλεία στην Ελλάδα αρχίσαν να εμφανίζονται το 1860 στην εποχή της Τουρκοκρατίας όπου ο πρώτος παλαιοπώλης ο Νώε Γιεσουρούμ άρχισε να πουλάει τηνπραμάτεια το στον κόσμο στην περιοχή της πλατείας Αβησσυνίας και έτσι σιγά σιγά άρχισε η αγορά, θα δούμε πως άρχισε η αγορά στην περιοχή του Μπίτ Παζάρ. σε αυτό το κεφάλαιο υπάρχει η ιστορία για το πως άρχισε η ιδέα για τα παλαιοπωλεία και λίγα λόγια για την διαφορά της αντίκας και του βιντατζ.

2.1. Εισαγωγή στην ιστορία των παλαιοπωλείων

Παντού στον κόσμο μπορείς να ανακαλύψεις ένα παλαιοπωλείο, σε μια στοά, ίσως ακόμα και σε ένα ξεχασμένο στενό. Στη Θεσσαλονίκη θα βρεις πολλά παλαιοπωλεία σε διάφορες γειτονίες και συγκεκριμένα θα βρεις αρκετά στην γειτονιά του Μπίτ Παζάρ και όχι μόνο, για αυτό θα αναφερθούμε αργότερα. Η ιστορία με τα παλαιοπωλεία και το πώς ανακαλύφθηκαν ξεκινάει από παλιά, το 1860 επί Τουρκοκρατίας. Στην Αθήνα στην πλατεία Αβησσυνίας όπου υπάρχουν αρκετά παλαιοπωλεία έγινε η αρχή. Η ιστορία ξεκινάει με το πως πήρε η πλατεία το όνομα της, λένε πως σε αυτή την τοποθεσία ζούσαν άνθρωποι από την Αιθιοπία που τότε ονομαζόταν Αβησσυνία και δραστηριοποιούνταν εκεί όπου πουλούσαν τηνπραμάτεια τους, και η πλατεία ονομάστηκε έτσι προς τιμή τους. Η γνωστή αγορά «Γιουσουρούμ» στην πλατεία Αβησσυνίας πήρε το όνομα της από έναν άνθρωπο όπου εν αγνοία του έγινε ο λόγος που ξεκίνησε το παζάρι, το όνομα αυτού Νώε Γιεσουρούμ. Εβραίος στην καταγωγή ξεκίνησε το ταξίδι του από την Ισπανία, πέρασε από παντού, απελάθηκε αρκετές φορές. Το 1863 πήγε με την οικογένεια του στην Αθήνα στην περιοχή «εβραϊκά» ονομάστηκε έτσι λόγω του ότι εγκαταστάθηκαν εκεί οι εβραίοι της πόλης. Ο Γιεσουρούμ τότε ήταν παλιατζής και συμποματικά έγινε η αφορμή να μείνει στην ιστορία ως το άτομο που θα έδινε το όνομα του σε ένα από τα πιο γνωστά παζάρια της Ελλάδας. Λένε πως έφτασε στην Αθήνα μια βροχερή μέρα και σταμάτησε στην πλατεία για να στεγνώσει τα ρούχα του. Όση ώρα ήταν εκεί, αρκετοί περαστικοί τον ρωτούσαν αν πουλάει τα πράγματα του και πόσο τα πουλάει. Ο Γιουσουρούμ δεν έχασε λεπτό και ακριβώς εκείνη τη μέρα πούλησε όλα τα

ρούχα που είχε, κέρδισε αρκετά χρήματα και αφού ήταν αρκετά εύστροφος και είχε ήδη εμπειρία στο εμπόριο, έστησε ένα μόνιμο πάγκο εκεί στην πλατεία. Έτσι μαζεύτηκαν αρκετοί έμποροι και κάπως έτσι άρχισε το παζάρι. Μέχρι και σήμερα στην πλατεία υπάρχει ένας απόγονος του Γιουσουρούμ, που διατηρεί παλαιοπωλείο. Με βασιλικό διάταγμα ιδρύθηκε το σωματείο των παλαιοπωλών το 1918, στο οποίο απόγονος της οικογένειας επίσης υπήρξε και ο πρώτος πρόεδρος (Μόρφη, 2019).



Εικόνα 2.1 Η είσοδος του Μπιτ Παζάρ στη Θεσσαλονίκη (πηγή: <https://rejected.gr/bit-pazar>)

παζαριού. Σε αυτά τα μαγαζιά μπορείς να βρεις μικρά αντικείμενα μέχρι και μεγάλες antiques, γενικά όμως στην Θεσσαλονίκη μπορείς να βρεις μικρά και μεγάλα παλαιοπωλεία σε κάθε γωνία της Πόλης.

Η Θεσσαλονίκη επίσης είναι η μόνη μεγάλη Ευρωπαϊκή Πόλη όπου δεν έχει ένα οργανωμένο Flea Market (Υπαίθρια αγορά), όπως η Αθήνα έχει το Μοναστηράκι. Ως υπαίθρια αγορά ορίζεται μία αγορά με πάγκους που πωλούν φτηνά μεταχειρισμένα ή παλιά προϊόντα. Το ονομάζουμε επίσης «συνάντηση ανταλλαγής (swap meet)». Σε ορισμένα μέρη, μια υπαίθρια αγορά πουλά πολύ παλιά έπιπλα ή antiques. Σε άλλα, είναι μια υπαίθρια αγορά που πουλά παλιά πράγματα με έκπτωση. Ανεξάρτητα από το πώς μπορεί να διαφέρει η σημασία του

Στην Θεσσαλονίκη μπορείς να βρεις παλαιοπωλεία παντού, συγκεκριμένα στο Μπιτ Παζάρ όπου από το 1928 όπου είναι η χρονολογία που δημιουργήθηκε (εικόνα 2.1). Η στοά εγκαινιάστηκε τότε από τον Βενιζέλο ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες από τους πρόσφυγες της Μικράς Ασίας που έφτασαν στην πόλη. Στην γειτονία του Μπιτ Παζάρ δεν θα βρεις μόνο παλαιοπωλεία, το βράδυ θα δεις μαγαζιά που γλεντάνε φοιτητές, το πρωί όμως βγαίνει ένας κρυμμένος θησαυρός οι παλαιοπώλες βγάζουν τηνπραμάτεια τους έξω στους πάγκους και με μια βόλτα στην στοά μπορείς να βρεις πράγματα που δεν το περιμένεις. Φεύγοντας όμως από το Μπιτ Παζάρ προς την οδό Φιλίππου υπάρχουν κανονικά καταστήματα που δεν είναι μικροπωλητές όπως στη στοά του

όρου, στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι μια υπαίθρια αγορά που πουλά φθηνά πράγματα. Μερικές φορές, η αγορά μπορεί να έχει έναν εσωτερικό χώρο, όπως ένα σχολικό γυμναστήριο ή μια αποθήκη (Market Business News, 2023). Αντίστοιχα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι στα παλιά χρόνια μια τέτοια αγορά ήταν η Ρωμαϊκή αγορά.

2.2. Αντίκα και Βίντατζ

Η ονομασία της αντίκας προέρχεται από το λατινικό *antiquus*, παλαιό. Ένα αντικείμενο για να θεωρηθεί αντίκα δεν είναι αρκετό απλά να είναι παλιό. Αντίκα θεωρείται ένα αντικείμενο όταν έχει αξία λόγω της ιστορικής σημασίας του και ορίζεται ως αντίκα συνήθως αν είναι παλαιότερο από 100 ετών (Farmantiques, 2018; Abramson, 2022). Μπορεί να αρέσει στον κόσμο λόγω της ομορφιάς, της ηλικίας, της κατάστασης και άλλων μοναδικών χαρακτηριστικών του. Υπάρχει ένα Σωματείο Αρχαιοπωλών & Εμπόρων Έργων Τέχνης της Ελλάδος. Τον 19^ο αιώνα όταν έγινε η Βιομηχανική Επανάσταση και εφευρέθηκαν τα ρολόγια, γραμμόφωνα κλπ., κάθε αστός είχε την ευκαιρία να έχει στο σπίτι του τέτοια αντικείμενα. Κάποιος μπορεί να μπερδεύει τον όρο βίντατζ (Vintage) με τον όρο αντίκα. Ο όρος βίντατζ, είναι περισσότερο υποκειμενικός και χρησιμοποιείται για αντικείμενα μιας άλλης εποχής, βίντατζ θεωρείται ένα αντικείμενο μικρότερης ηλικίας των 100 ετών. Η λέξη vintage κυριολεκτικά σημαίνει «μιας ηλικίας» (Farmantiques, 2018). Γενικά υπάρχει μια ασυμφωνία για το τι είναι ένα βίντατζ αντικείμενο, ορισμένοι λένε βίντατζ οτιδήποτε είναι παλιό, οι περισσότεροι στηρίζουν πως βίντατζ είναι οτιδήποτε νεότερο των εκατό ετών και παλαιότερο των σαράντα. Παρόλο που πολλά vintage είδη είναι νοσταλγικά, είναι περιζήτητα για πολλούς λόγους εκτός από την ηλικία τους. Αυτό περιλαμβάνει τη διακόσμηση και τη συλλογή. Και, επειδή τόσα πολλά από αυτά τα αντικείμενα εξακολουθούν να μπορούν να χρησιμοποιηθούν, είναι συχνά πρακτικά κομμάτια με μοναδική αίσθηση (Farmantiques, 2018).

Υπάρχει και ο όρος Ρετρό που εμφανίστηκε τη δεκαετία του '70 και χρησιμοποιείται για να περιγράψει τα αντικείμενα που δημιουργούνται σήμερα αλλά θυμίζουν άλλες δεκαετίες ενώ είναι εντελώς σύγχρονα. Το ρετρό είναι μια στοργική συντόμευση της γαλλικής λέξης "ανάδρομος". Όπως η λέξη "αναδρομική - retroactive", η αρχική σημασία αναφέρεται στο παρελθόν, αλλά δεν είναι από το παρελθόν. Αντίθετα, τα ρετρό υλικά μιμούνται τα στυλ του πρόσφατου παρελθόντος. Δεν είναι αντίγραφα ή ψεύτικα. αλλά στοιχεία που δίνουν ένα νεύμα στο παρελθόν (Farmantiques, 2018).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναφερθούν όλες οι λεπτομέρειες που αφορούν τη συγκεκριμένη παραγωγή, δηλαδή τις διαδικασίες της προ-παραγωγής, της παραγωγής και της μετά-παραγωγής οι οποίες όπως ήδη έχει αναλυθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο αποτελούν τις βασικές διαδικασίες για την δημιουργία ενός ντοκιμαντέρ. Στο τμήμα της προ-παραγωγής, αρχικά υπάρχουν οι αναφορές για το πώς άρχισε η ιστορία ενός παλαιοπωλείου που ξεκίνησε το 1993 αλλά και παλαιότερα, πριν από το 1977, που ήταν ένα δισκοπωλείο. Στο κομμάτι της παραγωγής αναφέρεται το πώς έγινε η διαδικασία της λήψης των πλάνων και τι εξοπλισμός χρησιμοποιήθηκε για την παραγωγή. Τέλος, στη διαδικασία της μετα-παραγωγής αναφέρεται πώς έγινε η επεξεργασία του υλικού που είχα συλλέξει.

3.1. Προ-παραγωγή

Η διαδικασία της προ-παραγωγής ξεκίνησε με την έρευνα γύρω από τα παλαιοπωλεία και τι ακριβώς ρόλο έχουν στη σύγχρονη κοινωνία αλλά και ποιες είναι οι αναμνήσεις που κουβαλούν τόσο τα αντικείμενα αλλά και οι χώροι που τα φιλοξενούν. Η έρευνα αυτή κινήθηκε γύρω από πολλούς και διαφορετικούς τομείς (βιβλιογραφική, δημοσιευμάτων και αντίστοιχων οπτικοακουστικών παραγωγών) για να αποκτηθεί η καλύτερη δυνατή εικόνα για το θέμα.

Αρχικά, αναζητήθηκαν δημοσιεύματα που αναφέρονται σε παλαιοπωλεία για να δω πώς προσέγγισαν και άλλοι το ίδιο αντικείμενο. Από τα κείμενα που διάβασα κατάλαβα ότι γενικότερα το θέμα αυτό αντιμετωπίζεται με μια νοσταλγία καθώς τα παλιά και ιδιαίτερα τα χρησιμοποιημένα αντικείμενα ο κόσμος τα εκτιμά περισσότερο μέσα από τις ιστορίες που κουβαλούν και αυτό οδηγεί σε μία νοσταλγική διάθεση (Euronews, 2014; Lindsey, 2022; Απότα, 2022). Στο ίδιο πλαίσιο, ήταν και ένα ντοκιμαντέρ που αναφερόταν στον ιδιοκτήτη ενός παλαιοπωλείου (Wearemovingstories, 2020), αλλά και μία παραγωγή της εκπομπής «Αληθινά σενάρια» του δημοσιογράφου Νίκου Ασλανίδη για την τηλεόραση της ET3 (Αληθινά Σενάρια, 2012).

Γενικότερα, δεν υπάρχουν πολλές οπτικοακουστικές παραγωγές γύρω από το θέμα των παλαιοπωλείων. Αναζητώντας πληροφορίες μέσα από ιστοσελίδες αντίστοιχων καταστημάτων, βρήκα τρία τηλεοπτικά ρεπορτάζ που παρουσίαζαν δύο συγκεκριμένα

καταστήματα στην Αθήνα και ένα παλαιοπωλείο στην περιοχή της Κηφισιάς (Grannys House, 2019; Orentv, 2022; Alphatv, 2018). Και στις δύο περιπτώσεις των καταστημάτων στην Αθήνα, αν και ο ρυθμός της μουσικής ήταν πιο γρήγορος και ο τρόπος εισαγωγής του θέματος από τον δημοσιογράφο στην μία περίπτωση πιο χαρούμενος, και πάλι αναδυόταν η αίσθηση της νοσταλγίας και της επιθυμίας για «ξαναζωντάνεμα» των παλαιών πραγμάτων. Αυτή την ίδια μορφή είχε και το ρεπορτάζ για το παλαιοπωλείο στην Κηφισιά καθώς πρόκειται για χώρους που κουβαλούν αναμνήσεις και ιστορίες. Οι σύντομες συνεντεύξεις των ιδιοκτητών στα συγκεκριμένα ρεπορτάζ μετέφεραν μαζί με τις πληροφορίες για τα καταστήματα, ιστορίες των αντικειμένων και των ιδιοκτητών τους.

Μέσα από αυτή την αναζήτηση, κατάλαβα ότι και ο δικός μου τρόπος προσέγγισης, όπως αρχικά τον είχα σκεφτεί, θα κινούνταν στο ίδιο πλαίσιο.

3.1.1. Έρευνα για το παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο»

Η έρευνα για το παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο» ξεκίνησε με το να γράψω τις ερωτήσεις για τις συνεντεύξεις σχετικά με τα παλαιοπωλεία αλλά και για τις περισσότερο προσωπικές ερωτήσεις για τα άτομα που έχουν τα μαγαζιά. Στόχος μου όμως ήταν η συζήτηση να πάρει μια ροή μονή της και να μην είναι τόσο στημένη, να νιώσουμε όλοι μια μικρή οικειότητα ώστε να βγει η συνέντευξη ομαλά. Έτσι πήγα στην οδό Αγίου Δημητρίου 118 όπου ο κύριος Δημήτρης πριν από 45 χρόνια, το 1977 δηλαδή, ξεκίνησε το μαγαζί του ως δισκάδικο. Το 1993 άρχισε η πτώση της δουλειάς όπως ανέφερε και έτσι σκέφτηκε να αλλάξει το μαγαζί του σε ένα ιδιαίτερο παλαιοπωλείο το ονομαζόμενο «Δισκοπάζαρο».

Το 2010 το κατάστημα άλλαξε κάτοχο και το ανέλαβε μια συχνή πελάτισσα, η Μαρία, που αποφάσισε να ασχοληθεί με αυτό το επάγγελμα και από τότε μέχρι και σήμερα κρατάνε μαζί το μαγαζί σαν ένα ακτύπητο δίδυμο και το έχουν μετατρέψει σε ένα ιδιαίτερο μέρος όπου μικροί και μεγάλοι μπορούν να μάθουν πράγματα ή να ξεκλειδώσουν αναμνήσεις. Τα αντικείμενα που έχουν στο μαγαζί τους τα προμηθεύονται είτε από άτομα που δεν θέλουν τη «σαβούρα» όπως την ονομάζουν, είτε από ρακοσυλλέκτες και από προμηθευτές. Ας μην ξεχνάμε τα σκουπίδια κάποιου είναι ο θησαυρός κάποιου άλλου. Οι πελάτες τους ο κάθε ένας έχει ξεχωριστό «γούστο» όπως ανέφερε ο κύριος Δημήτρης. Πολλοί αγοράζουν παλιά βιντεοπαιχνίδια, μικρό-αντικείμενα, πίνακες ζωγραφικής που δημιουργεί ο ίδιος και κυρίως βιβλία, ποτέ δεν τους ενδιαφέρει κάτι συγκεκριμένο, αλλάζει αναλόγως τη δεκαετία και την ηλικία του κάθε πελάτη. Σήμερα, 2022 ο κόσμος αναζητά πράγματα της δεκαετίας του 1980.

Η συναισθηματική αξία που έχουν τα πράγματα για τον κύριο Δημήτρη και τη Μαρία είναι διαφορετική βέβαια επειδή υπάρχει μια διαφορά ηλικίας 30 χρόνων. Για τον κύριο Δημήτρη ένα αντικείμενο από το 1960 θα έχει περισσότερη συναισθηματική αξία από κάποιο που είναι σχετικά πιο πρόσφατο. Η Μαρία ανέφερε πως υπάρχει περίπτωση να βρουν κάτι και να πετάξουν από τη χαρά τους επειδή τους θυμίζει κάτι από τα δικά τους παιδικά/εφηβικά χρόνια. Βέβαια υπάρχουν και τα αντικείμενα όπου μπορεί να μην θυμίζει κάτι από το παρελθόν, αλλά να εκτιμηθεί η ομορφιά του και να έχει μια άλλη διαφορετική αξία για τον αγοραστή. Από προσωπική εμπειρία φεύγοντας από το Δισκοπάζαρο, αγόρασα ένα αντικείμενο που για εμένα είναι ξένο, αλλά μου φάνηκε καλαίσθητο και έτσι μου κίνησε το ενδιαφέρον από την πρώτη στιγμή που το είχα δει. Το συγκεκριμένο αντικείμενο είναι ένα καλαντάρι, ένα ημερολόγιο ουσιαστικά όπου χειροκίνητα αλλάζει η μέρα και ο μήνας. Πολλές φορές για αυτό τον λόγο δεν θέλουν να πουλήσουν κάτι επειδή θέλουν να το κρατήσουν για τον εαυτό τους, αλλά ο πελάτης που έρχεται το θέλει πιο πολύ και χαίρεται περισσότερο από αυτούς και έτσι χαίρονται διπλά επειδή κάποιος αναγνωρίζει την αξία τους.

Οι πελάτες ζητάνε το κάτι «παλιό» γιατί πλέον από την τόση πληθώρα προϊόντων αναζητάει το κάτι διαφορετικό και άλλου είδους αξίας ανεξαρτήτως ηλικίας. Νέα παιδιά πηγαίνουν με τη σκέψη να αγοράσουν κάποιο κόμικ σχετικά νέο και τελικά κολλάνε με τον «θησαυρό» που είναι ένα ποικίλης ύλης περιοδικό που εκδόθηκε πρώτη φορά το 1922. Κάποιοι πελάτες ενθουσιάζονται με το ότι σε ένα βιβλίο που θα αγοράσουν υπάρχουν σημειώσεις από τον προηγούμενο κάτοχο του και έτσι βλέπουν τι του τράβηξε το ενδιαφέρον και για αυτούς έχει περισσότερη αξία. Οι ηλικίες που μπαίνουν στο μαγαζί είναι πολλές αλλά πλέον υπάρχει μια έξαρση από πολλά νέα παιδιά που ρωτάνε και έχουν την περιέργεια να μάθουν να δουν παλιές ρίζες. Δε λείπουν όμως και οι μεγαλύτερες ηλικίες είτε για να αγοράσουν κάτι είτε για να θυμηθούν τα παλιά, για να θυμούνται οι παλιοί και να μαθαίνουν οι νέοι που λένε.

Άραγε το διαδίκτυο βοηθάει στο να ανακαλύψουν μια διαφορετική οπτική για τα παλαιοπωλεία; Πολλά άτομα ψάχνουν γενικά στο διαδίκτυο και ειδικά τα νέα παιδιά για να μάθουν κάτι παραπάνω για άλλες δεκαετίες, είτε επειδή τους αρέσει να μαθαίνουν για την κουλτούρα που υπήρχε τότε είτε για να αναπτύξουν το δικό τους προσωπικό στιλ. Και πού είναι σίγουρο ότι θα βρουν αυτό που ψάχνουν; Στα παλαιοπωλεία φυσικά! Εκεί που πολλές δεκαετίες βρίσκονται δίπλα δίπλα μέσα σε ένα μαγαζί. Μπορεί όμως, το επάγγελμα του παλαιοπώλη να περάσει σε έναν ψηφιακό κόσμο; Μπορεί να γίνονται ηλεκτρονικά αγορές είναι όμως το ίδιο με το να βρίσκεσαι στο μαγαζί; Η Μαρία είχε αναφέρει πως «δεν είναι το ίδιο με ένα οποιοδήποτε κατάσταση, το παλαιοπωλείο κρύβει πολλά πράγματα μέσα που αν δεν

πας ο ίδιος στο κατάστημα δεν μπορείς να νιώσεις ένα αντικείμενο, δεν μπορείς να μυρίσεις το χαρτί από ένα παλιό βιβλίο, μέσα στο μαγαζί λειτουργούν όλες οι αισθήσεις σου και σου ξυπνάνε αναμνήσεις ή γεννιούνται συναισθήματα για ένα προϊόν». Εν μέρη μπορεί να μεταφερθεί λίγο στον ψηφιακό χώρο αλλά για ελάχιστα πράγματα, όχι για αγορά αλλά τουλάχιστον για να δεις μερικά πράγματα που υπάρχουν στο μαγαζί. Δεν ισχύει για όλους το ίδιο όμως πολλοί δε θέλουν να ανεβάσουν την “πραμάτεια” τους στο διαδίκτυο και έτσι κρατάνε το μαγαζί όπως ήταν παλιά. Μπαίνοντας στο μαγαζί λειτουργούν οι αισθήσεις δεν είναι το ίδιο με το να τα βλέπεις διαδικτυακά. Οι περισσότεροι παλαιοπώλες όμως, δεν είναι θετική στην ιδέα του να “ανοίξουν” ένα ηλεκτρονικό χώρο για το κατάστημα τους, γιατί πιστεύουν πως το επάγγελμα τους πρέπει να μείνει όπως έχει, να κρατηθεί με τον παραδοσιακό του τρόπο.

3.1.1. Αρχικές σκέψεις για το σενάριο

Μετά από την επαφή που είχα από την πρώτη συνέντευξη που έκανα με τις βασικές ερωτήσεις που είχα και έμαθα αρκετά πράγματα για τα παλαιοπωλεία και την κουλτούρα που υπάρχει γύρω στην μεταπώληση, γύρισα στο σπίτι και σκέφτηκα τι θα ήθελα να ρωτήσω και τους υπόλοιπους από άλλα παλαιοπωλεία. Γενικότερα, αναρωτήθηκα τι θα ήθελα να μάθω περισσότερο για την ιστορία της περιοχής του Μπιτ Παζάρ και να σκεφτώ, τι θα ήθελα να μάθω από κάποιον που θα έχει ζήσει από πιο παλιά την περιοχή εκεί, για να μου πει δυο λόγια. Έτσι έγραψα ένα μικρό σενάριο για το πως θα προχωρήσω στις συνεντεύξεις, τι θα ήταν σωστό να ρωτήσω για να πέτυχω τον στόχο μου. Το σενάριο είναι πολύ σημαντικό μέρος της παραγωγής γιατί περιλαμβάνει όλη την υπόθεση αλλά και τις περιγραφές που αφορούν όλους τους χώρους και είναι το πρώτο που πρέπει να συγγραφεί για να ξεκινήσει η παραγωγή (Σοφός και Γιασιράνης, 2022). Επίσης, μετά τη συγγραφή του σεναρίου, αποφάσισα τον τρόπο που θα κινούμαι στη περιοχή ώστε να μην γίνω αντιληπτή με τον εξοπλισμό μου ώστε και ο κόσμος να μην αποφεύγει να προχωρήσει φυσιολογικά στη περιοχή. Επίσης, αναζήτησα τον τρόπο που θα προσέγγιζα τον κόσμο ώστε να κατανοήσει τι ζητάω και να είμαι σταθερή στο θέμα που θα ήθελα να συζητήσουμε.

Την επόμενη μέρα κιόλας Σάββατο πρωί, γεμάτη χαρά από την προηγούμενη συνέντευξη που έγινε και πήγαν όλα καλά, οργάνωσα τον εξοπλισμό μου και βγήκα στην περιοχή του Μπιτ Παζάρ για να ψάξω άτομα ώστε να μου μιλήσουν για την περιοχή και γενικά για το επάγγελμα που έχουν. Τα πράγματα όμως ήταν πιο δύσκολα από όσο πίστευα.

3.2. Παραγωγή

Οι λήψεις για τα πλανά του ντοκιμαντέρ έγιναν στους δρόμους της Θεσσαλονίκης. Τα γυρίσματα έγιναν κατά την διάρκεια του Νοέμβριου 2022 και μερικά επιπλέον πλάνα κατά τη διάρκεια του Φεβρουαρίου 2023. Τα πλάνα κυρίως ήταν εξωτερικά, στους δρόμους της Θεσσαλονίκης συγκεκριμένα στην περιοχή του Μπιτ Παζάρ αλλά υπάρχουν και σε εσωτερικούς χώρους όπου έγινε συνέντευξη με τον κύριο Δημήτρη και τη Μαρία. Η συνέντευξη έγινε στο παλαιοπωλείο της Μαρίας όπου συνεργάζονται χρόνια και δεχτήκαν με χαρά να μιλήσουν για το επάγγελμά τους που το κάνουν χρόνια σύμφωνα πάντα με τη δικιά τους οπτική πλευρά. Λίγα λόγια για το επάγγελμα και την περιοχή όπου βρίσκεται το δικό του κατάστημα μας είπε επίσης και ένας άλλος κύριος όπου δεν ήθελε να αναφερθεί το όνομα του, αλλά δέχτηκε με χαρά να μας προσφέρει βοήθεια. Επίσης, σύντομα λόγια μας είπε και ένας άλλος κύριος όπου δεν ήθελε να αναφερθεί το όνομα του. Ο συγκεκριμένος, αποκλειστικά σε ηχογράφιση, χωρίς εικόνα, μίλησε για τη Ρωμαϊκή αγορά και για το Μπιτ Παζάρ, μας είπε την ιστορία που πάνω κάτω όλοι όσοι ασχολούνται με αυτό τον χώρο τη γνωρίζουν.

3.1.2. Εξοπλισμός

Κατά την διάρκεια των γυρισμάτων χρησιμοποίησα μια κάμερα τύπου DSLR NIKON 5500 με ένα φακό 18-55mm. Επίσης, κάποια πλάνα έγιναν με την κάμερα του iPhone 11, ενώ και για μικρόφωνο χρησιμοποίησα το μικρόφωνο από το iPhone 11 καθώς δεν υπήρχε η δυνατότητα για εξωτερικό μικρόφωνο. Στα πλάνα όπου γίνεται το stand up φαίνεται ότι κρατώ το κινητό τηλέφωνο ως μικρόφωνο αλλά το επέλεξα γιατί θεώρησα ότι είναι καλύτερο να έχω καλό ήχο από το να φαίνεται το κινητό τηλέφωνο.

Τρίποδας ή κάποιο άλλο βοηθητικό τμήμα εξοπλισμού για τη σταθεροποίηση των πλάνων δεν υπήρχαν. Αυτή η έλλειψη φάνηκε πολύ στη συνέχεια, καθώς σε συνδυασμό με την απειρία στη λήψη βίντεο απέδωσε αρκετά πλάνα τα οποία ήταν «κουνημένα».

Αναφορικά με τον φωτισμό, στα εξωτερικά γυρίσματα χρησιμοποιήθηκε αποκλειστικά ο φυσικός φωτισμός, ενώ για τα εσωτερικά πλάνα υπήρχε πολύ καλός τεχνητός φωτισμός από το ίδιο το μαγαζί. Στην πιο κάτω φωτογραφία απεικονίζεται ο εξοπλισμός που χρησιμοποίησα για το ντοκιμαντέρ (εικόνα 3.1)



Εικόνα 3.1 Εξοπλισμός που χρησιμοποιήθηκε για τις λήψεις του οπτικοακουστικού υλικού

3.1.3. Προσέγγιση συμμετεχόντων

Ιδανικά καθ' όλη την διάρκεια των γυρισμάτων ήθελα να μην κάνω αντιληπτή την παρουσία μου ώστε ο κόσμος να προχωράει όπως θα προχωρούσε φυσιολογικά. Η χρήση, όμως, της κάμερας δεν ήταν απόλυτα διακριτική και έτσι οι άνθρωποι δεν ήταν δυνατό να κινούνται κανονικά και να την αγνοούν. Όταν κάποιος φαινόταν σε κοντινό πλάνο, ενημέρωνα για το πώς θα χρησιμοποιηθεί αυτό το πλάνο και έπαιρνα την άδειά τους για να μπορώ να το χρησιμοποιήσω. Έτσι με αυτή τη λογική προχώρησα και για τις συνεντεύξεις, αφού έπαιρνα πρώτα την συγκατάθεσή του/της, εάν μου επέτρεπε να χρησιμοποιήσω τη συνέντευξη του/της στην πτυχιακή μου ή αν μου επέτρεπε να κινηματογραφήσω και να προβάλλω το πρόσωπό του/της.

Από κάποια άτομα υπήρχε η επιθυμία να μην εμφανιστούν στα πλάνα ούτε να συμμετέχουν σε ηχογραφήσεις παρόλο που ανέφερα πως είναι για την πτυχιακή μου εργασία. Τελικά, ελάχιστοι ήταν αυτοί που δέχτηκαν είτε να τους ηχογραφήσω, είτε να τραβήξω πλάνα για την συνέντευξη. Πολλοί ήταν αυτοί που μου είχαν απαντήσει καταφατικά για το να καταγράψω την συνομιλία μας σε βίντεο, άλλοι ήθελαν να ηχογραφήσω αλλά με την προϋπόθεση πως δεν θα χρησιμοποιήσω την ηχογράφηση πουθενά εκτός από το να ακούσω εγώ μόνο τι λέγαμε και απλά να τα μεταφέρω σε γραπτό λόγο. Οι περισσότεροι, όμως, ήταν αρνητικοί στο να συμμετέχουν γενικά, γεγονός που με είχε στεναχωρήσει πιστεύοντας πως στο τέλος δεν θα έχω το κατάλληλο υλικό.

3.1.4. Λήψεις

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης υπάρχουν τα κύρια πλάνα καθώς και πλάνα που είχαν τον ρόλο των βοηθητικών/συμπληρωματικών πλάνων ή όπως είναι γνωστά τα B-rolls. Τα εξωτερικά πλάνα τραβήχτηκαν όλα χωρίς τη χρήση κάποιου τρίποδα και αφού δεν είχα αυτή την ευχέρεια προσπάθησα να τραβήξω όσο πιο σταθερά τα πλάνα μπορούσα. Για τις λήψεις από τις συνεντεύξεις είχα τοποθετήσει την κάμερα πάνω σε αντικείμενα ώστε να έχω ένα σωστό κάδρο.

Με τον φωτισμό δεν είχα ιδιαίτερο πρόβλημα, ούτε χρειάστηκε να ανησυχήσω για αυτό, καθώς αφού επισκέφτηκα αρκετές φορές το μαγαζί παρατήρησα πως έχει δυνατό και καθαρό φωτισμό που θα ήταν αρκετός για να γίνουν σωστές οι λήψεις.

Στο ντοκιμαντέρ μου πρόσθεσα γενικά και κοντινά πλάνα. Στα πλάνα με τον κόσμο να κυκλοφορεί οι λήψεις ήταν πιο ανοιχτές λαμβάνοντας περισσότερη πληροφορία από τον περιβάλλοντα χώρο (εικόνα 3.2).



Εικόνα 3.2 Γενικό πλάνο έξω από το παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο»

Μεσαία κοντινά πλάνα χρησιμοποιήθηκαν στη συνέντευξη αργότερα (εικόνα 3.3). Απέφυγα τα πολύ κοντινά πλάνα καθώς, επίσης, δεν χρησιμοποίησα καθόλου υποκειμενικά πλάνα, ρον (point of view).



Εικόνα 3.3 Μεσαίο πλάνο κατά τη συνέντευξη στο παλαιοπωλείο «Δισκοπάζαρο»

3.1.5. Ταξινόμηση του υλικού και προβλήματα

Στο τέλος των γυρισμάτων, μετέφερα όσα αρχεία είχα στην διάθεση μου στον υπολογιστή και τα αρχειοθετούσα σε φακέλους. Ο στόχος ήταν να τοποθετηθούν με τη σωστή αριθμητική σειρά τα πλάνα και οι ηχογραφήσεις και έτσι με αυτό τον τρόπο διευκολύνθηκα για το επόμενο στάδιο που είναι το μοντάζ.

Βλέποντας την ώρα του μοντάζ αυτά τα πλάνα συνειδητοποίησα πως πολλά από αυτά δεν ήταν καθόλου σταθερά με αποτέλεσμα ούτε με επεξεργασία να μην μπορώ να τα προσθέσω στο ντοκιμαντέρ μου. Δυστυχώς, είχα χάσει πλάνα από μία μέρα λήψεων στο Μπίτ Παζάρ όπου υπήρχε αρκετός κόσμος και φαινόταν η ζωή που υπάρχει εκεί. Επειδή, όμως, ο χρόνος πίσω δεν γυρνούσε έτσι πήρα την απόφαση να περάσω ακόμα μια φορά για να τραβήξω περισσότερο προσεγμένα πλάνα.

Αφού τέλειωσα τα γυρίσματα μετέφερα όλο το υλικό από την κάμερα και το κινητό στον υπολογιστή ώστε να ξεκινήσω το πιο σημαντικό κομμάτι για το ντοκιμαντέρ μου, το μοντάζ. Μπορώ να πω πως περισσότερο δυσκολεύτηκα με το να συλλέξω το υλικό παρά να το μοντάρω, η δυσκολία και η απόρριψη που είχα για να τραβήξω τα πλάνα ήταν εντελώς διαφορετικό με το πώς τα είχα στο μυαλό μου. Πολλά άτομα με απορρίψαν και δεν ήθελαν να φανούν στην κάμερα για δικούς τους λόγους ο κάθε ένας, άλλος δεν ήθελε να δείξει το μαγαζί του, άλλος δεν ήθελε να δείξει τίποτα, όμως ευτυχώς υπήρξαν δυο άτομα που μεγάλη χαρά με δεχτήκαν στον χώρο τους και μιλήσαμε αρκετή ώρα.

Όμως τα εμπόδια δεν σταμάτησαν εκεί αφού κάποια πλάνα καταστράφηκαν, κάποια αλλά είχαν τεχνικά λάθη και έπρεπε να τραβηχτούν ξανά όλα από την αρχή. Δυστυχώς, όμως, κάποια πράγματα δεν γίνονται να συμβούν ξανά και έτσι προσπάθησα μέσω του μοντάζ να διορθώσω αρκετά πράγματα. Λόγω του ότι δεν ήξερα πως να τραβήξω σωστά πλάνα και το ότι είχα ένα μικρό άγχος εξαιτίας της απόρριψης μόλις μίλησα με τον κόσμο, πολλά από αυτά τα πλάνα ήταν θολά και δεν ήταν αρκετά σταθερά. Αυτό όμως δεν ήταν ένα ιδιαίτερο πρόβλημα αφού δεν υπήρχε κάποιος όπου να μιλάει ήταν εύκολο να περάσω ένα πρωινό και να τραβήξω ξανά τα πλάνα με σωστό τρόπο.

Ένα σημαντικό πρόβλημα ήταν αυτό που αντιμετώπισα κατά τη διεξαγωγή της συνέντευξης με τον κύριο Δημήτρη και τη Μαρία. Καθώς ο χώρος μέσα στο μαγαζί ήταν περιορισμένος, ενώ η κάμερα τοποθετήθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχει ένα καλό πλάνο το οποίο να περιλαμβάνει και τους δύο, εντούτοις η δική μου θέση δεν ήταν δυνατό να είναι πίσω από την κάμερα, αλλά ο μόνος διαθέσιμος χώρος ήταν στο πλάι. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα σε κάποια σημεία στη συνέντευξη να κοιτούν προς το μέρος μου γεγονός το οποίο σκηνοθετικά ήταν σημαντικό λάθος (εικόνα 3.4). Έτσι πέρασα μια μέρα ξανά από το μαγαζί και τους ζήτησα να τραβήξω κάποια πλάνα για να μπορώ να σώσω το κατεστραμμένο υλικό. Στην ουσία, αυτό που ήθελα ήταν να έχω περισσότερα πλάνα από τον χώρο έτσι ώστε να χρησιμοποιηθούν ως b-rolls που θα κάλυπταν το αρχικό λάθος.



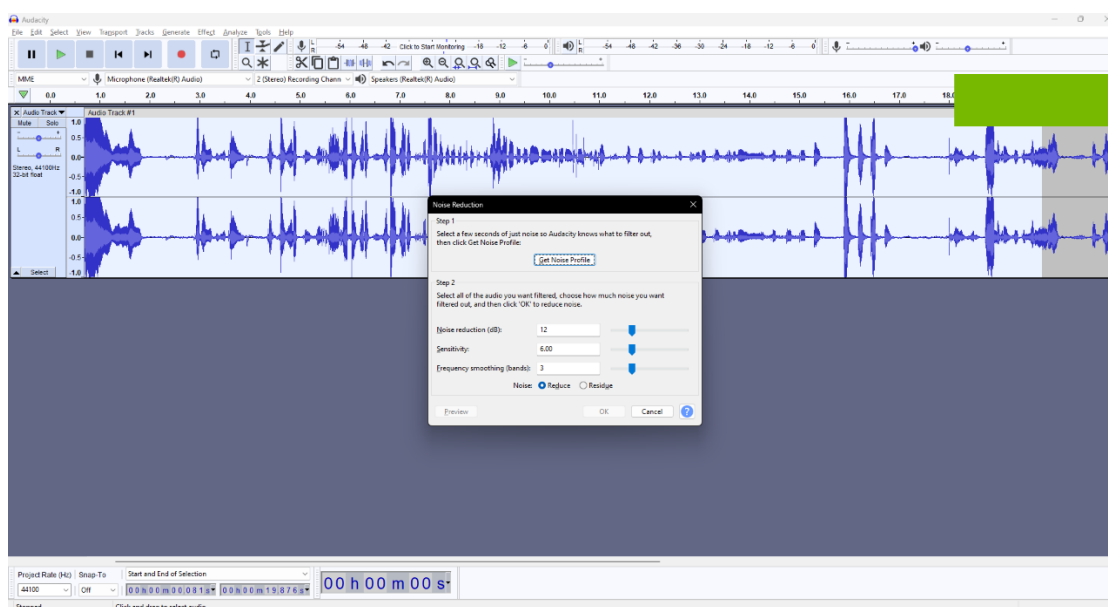
Εικόνα 3.4 Λανθασμένη λήψη αναφορικά με το βλέμμα των συνεντευξιζόμενων

3.3. Μετά-παραγωγή

Όταν τα γυρίσματα τέλειωσαν ήταν σημαντικό να κάνω μια ανασκόπηση στο υλικό που είχα συλλέξει ώστε να τα χωρίσω ανάλογα με ποια σειρά επιθυμούσα να τα βάλω στο μοντάζ. Το μοντάζ κράτησε λιγότερο από έναν μήνα, επεξεργάστηκα τα αρχεία μου από το λογισμικό επεξεργασίας οπτικοακουστικού υλικού Adobe Premiere Pro το οποίο το είχα διδαχτεί στη σχολή μου και μετέπειτα το ανέπτυξα και εγώ μόνη μου από τον υπολογιστή μου. Χρησιμοποίησα όσο μπορούσα τα περισσότερα πλάνα που είχα τραβήξει και τα επεξεργάστηκα ώστε να φτάσουν στο σημείο που ήθελα.

3.3.1. Αρχική επεξεργασία του ήχου

Επίσης κατά την διαδικασία του μοντάζ, επεξεργάστηκα τον ήχο από το ελεύθερο λογισμικό επεξεργασίας ήχου Audacity για να αφαιρέσω μερικούς ήχους οι οποίοι δημιουργούσαν πρόβλημα. Η διαδικασία της αποθορυβοποίησης ήταν πολύ σημαντική καθώς με αυτόν τον τρόπο ακούγεται πολύ πιο καθαρά το ωφέλιμο υλικό (εικόνα 3.5).



Εικόνα 3.5 Διαδικασία αποθορυβοποίησης με το λογισμικό Audacity

Η επεξεργασία του ήχου και της εικόνας είναι ένα σημαντικό κομμάτι για ένα ντοκιμαντέρ αφού είναι αυτό που θα φέρει το τελικό αποτέλεσμα. Έτσι ξεκίνησα με το πιο βασικό βήμα που ήταν ο συγχρονισμός της ηχογράφησης μαζί με το βίντεο για να είναι έχω το επιθυμητό αποτέλεσμα μιας και η καταγραφή ήχου και εικόνας έγινε από δύο διαφορετικές συσκευές.

Αφού επεξεργάστηκα τον ήχο στο Audacity, προσπάθησα να προσαρμόσω τον ήχο με την εικόνα στο λογισμικό επεξεργασία βίντεο, το Adobe Premiere.

3.3.2. Αρχικό μοντάζ

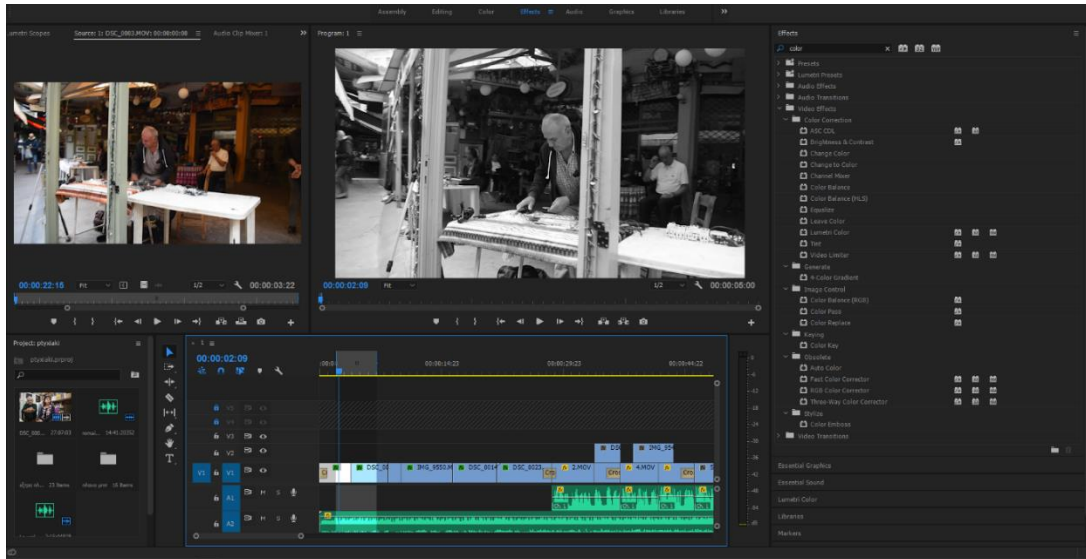
Στη συνέχεια, η επεξεργασία του βίντεο ξεκίνησε κόβοντας όσα κλιπ δεν χρειάζονται με το razor tool που υπάρχει στο μενού του Premiere Pro. Ακολουθώντας αυτόν τον τρόπο έκοψα τα πλάνα και κράτησα όσα σημεία ήταν σημαντικά για το ντοκιμαντέρ. Το μοντάζ συνέχισε με το να τοποθετώ τα εισαγωγικά πλάνα με τη σωστή χρονική σειρά ώστε να φτάσω στα τελικά πλάνα που ήταν η τελική συνέντευξη. Καθώς ένας παλαιοπόλης μου επέτρεψε μόνο να ηχογραφήσω και δεν είχα πλάνα από άλλες συνεντεύξεις, εστίασα στο να συμπληρώσω το ηχογραφημένο υλικό με διάφορα εξωτερικά πλάνα για να μπορέσω να καλύψω το οπτικό κενό. Ξεκίνησα έτσι την επεξεργασία του υλικού που είχα στη διάθεση μου.

3.3.3. Τεχνικές επεξεργασίας

Με την ολοκλήρωση της τοποθέτησης των αρχείων στη σωστή σειρά και τον συγχρονισμό του ήχου, η ιστορία που ήθελα να διηγηθώ με το ντοκιμαντέρ μου ήταν έτοιμη. Βέβαια, έπρεπε να ακολουθήσουν διάφορες διεργασίες που θα αφορούσαν και αισθητικές παρεμβάσεις αλλά και διόρθωση λαθών. Επίσης επέλεξα να προσθέσω κάποια πλάνα όπου θα υπήρχε μια μικρή αφήγηση από εμένα ώστε τα υπόλοιπα πλάνα να έχουν μια αλληλουχία μεταξύ τους.

3.3.3.1. Αλλαγή στο χρώμα

Ξεκίνησα να προσθέτω τα πλάνα από το Μπιτ Παζάρ και καθώς ήθελα να πέτυχω την αίσθηση του παλαιού και της νοσταλγίας, που όπως αναφέρθηκε και στην αρχική έρευνα που έκανα είναι το στοιχείο που συνδέει όλα τα παλαιοπωλεία, στα πλάνα της εισαγωγής πρόσθεσα ασπρόμαυρο εφέ χρώματος. Το συγκεκριμένο εφέ βρίσκεται από την επιλογή του μενού, effects, διαλέγοντας το φίλτρο color effects. Μόλις επέλεξα το εφέ που ήθελα το έσυρα στο σωστό σημείο και το πρόσθεσα, όπως φαίνεται στην εικόνα 3.6.



Εικόνα 3.6 Προσθήκη εφέ χρώματος (αλλαγή σε ασπρόμαυρο)

3.3.3.2. Αλλαγές στην ταχύτητα της εικόνας και σταθεροποίησή της

Σε κάποια αλλά πλάνα άλλαξα την ταχύτητά τους, αυτό έγινε γιατί τα πλάνα ήταν κουνημένα και η αλλαγή της ταχύτητας τα έκανε να φαίνονται περισσότερο σταθερά. Αυτό γίνεται αν πατήσει κανείς δεξί κλικ πάνω στο επεξεργασμένο βίντεο και επιλέξει το Speed/Duration, από εκεί μετά μπορεί να επιλέξει κατά πόσο θέλει να αυξομειώσει την ταχύτητα. Έτσι και εγώ στη συνέχεια, επέλεξα το ποσοστό επί τοις εκατό που ήθελα να μειώσω ή να αυξήσω την ταχύτητα των κλιπ, τα μείωσα στο 80% για να πετύχω τον στόχο μου που ήταν να είναι πιο σταθερό το πλάνο.

Επίσης, καθώς αρκετά πλάνα που χρησιμοποίησα δεν ήταν σταθερά λόγω έλλειψης τριπόδου για την κάμερα, και δε γινόταν η κίνηση αυτή να μειωθεί με τη χρήση της αλλαγής της ταχύτητας, εφάρμοσα τη σταθεροποίηση κίνησης Warp Stabilizer του λογισμικού Premiere. Με αυτόν τον τρόπο, μέσα από τον αλγόριθμο του λογισμικού γίνονται επεμβάσεις και πλάνα που έχουν μία μικρή κίνηση μπορεί να διορθωθούν και φαίνονται αρκετά σταθερά. Βέβαια, ούτε αυτή η ρύθμιση μπορεί να διορθώσει μεγάλες κινήσεις τις κάμερας.

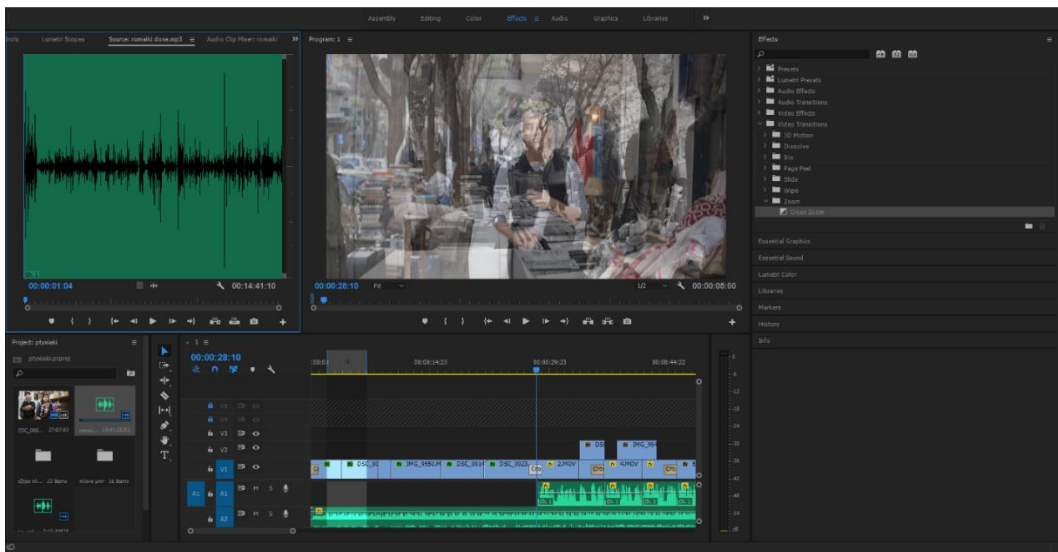
Στα πλάνα όπου μιλάω έκανα μεγέθυνση (zoom), καθώς επιθυμούσα να είναι πιο κλειστό το πλάνο και όχι τόσο ανοιχτό όσο ήταν στα αρχικά γυρίσματα. Αυτό το πέτυχα με διπλό κλικ στο βίντεο που είναι στο program monitor δηλαδή αυτό που βλέπω στην επεξεργασία και “τραβώντας” τις μπλε γραμμές που καθόριζαν το μέγεθος της εικόνας. Κατά τη διάρκεια του μοντάζ κατάλαβα πως χρειάζομαι περισσότερα και διαφορετικά μεταξύ τους πλάνα για να υπάρχει μια ποικιλία και για να καλύψω τα πλάνα από την συνέντευξη όπου οι

συνεντευξιαζόμενοι κοιτούσαν αλλού και όχι στον φακό της κάμερας. Για αυτό τον λόγο χρησιμοποίησα υλικό που στην αρχική μου επιλογή το είχα αφαιρέσει θεωρώντας ότι δεν είναι ωφέλιμο και προσπάθησα με την επεξεργασία του να σώσω ένα μικρό μέρος για να μπορώ να το προσθέσω στο ντοκιμαντέρ μου.

3.3.2 Μεταβάσεις στην εικόνα (Transitions)

Αφού τοποθέτησα τα πλάνα που είχα με τη σωστή σειρά που ήθελα να προβληθούν, πέρασα στο κομμάτι των εφέ μεταβάσεων. Τα εφέ μπορούν να μετατρέψουν ένα ντοκιμαντέρ στην τελική καλλιτεχνική του μορφή. Ξεκίνησα με τις εναλλαγές μεταξύ των πλάνων που είχα. Στην εικόνα 3.7 φαίνεται μία από τις μεταβάσεις (Transitions) που χρησιμοποίησα για να μεταβώ από τα πλάνα του Μπιτ Παζάρ στα πλάνα όπου είμαι εγώ.

Τα εφέ μεταβάσεων τα μπορεί κανείς να τα βρει στην κατηγορία Effects του μενού, μετά στο Video Effects και επιλεγεί το συγκεκριμένο εφέ της αρεσκείας του. Στη δική μου περίπτωση, επέλεξα το εφέ Cross Zoom για το ντοκιμαντέρ μου.



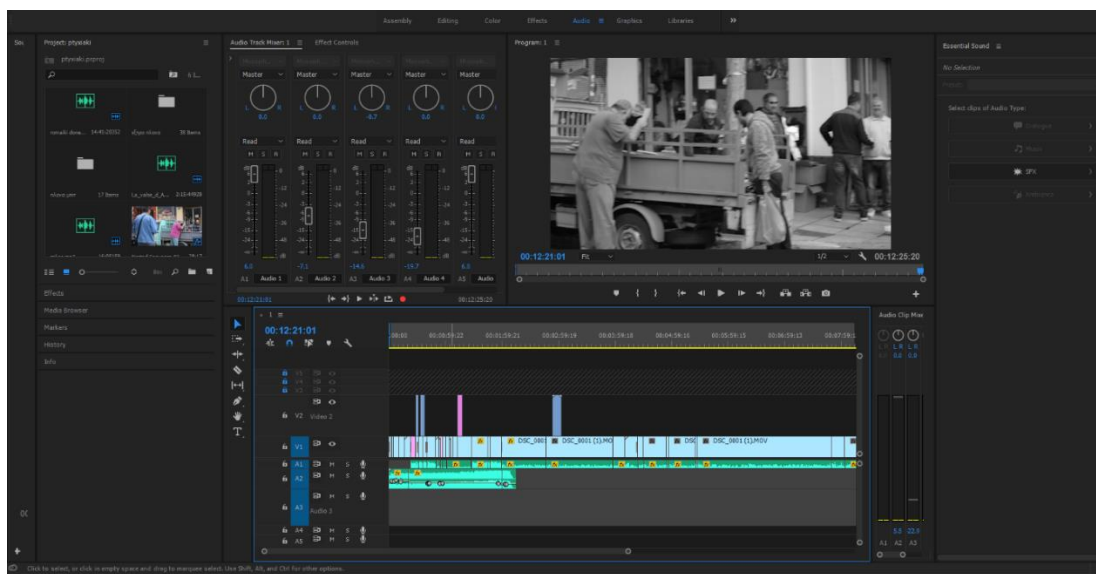
Εικόνα 3.7 Μεταβάσεις ανάμεσα στις διαφορετικές λήψεις (Transitions)

3.3.4. Ρύθμιση ήχου και soundtrack

Στο ντοκιμαντέρ επέλεξα να υπάρχει ως background music ένα soundtrack από την ταινία Amélie, καθώς η μουσική που υπάρχει σε αυτή την ταινία προκαλεί νοσταλγία. Η επιλογή της συγκεκριμένης μουσικής όπως και η επιλογή και η χρήση των εφέ έγινε με γνώμονα τη μεταφορά της αίσθησης μιας επιπλέον νοσταλγίας στο ντοκιμαντέρ μου. Τον ήχο τον επεξεργάστηκα από το Audacity ώστε να δημιουργήσω fade in και fade out (σταδιακή

αύξηση και μείωση της στάθμης του ήχου) για να είναι ομαλή η αρχή και τέλος, αυτό το πέτυχα με το να επιλέξω ποιο σημείο χρειάζομαι να τοποθετήσω το fade in, με την επιλογή στο μενού Effect και επιλογή fade in, με τον ίδιο τρόπο προχώρησα και στο fade out.

Επίσης, στο Premiere Pro, υπάρχει ένας μίκτης όπου δίνει κάποιες μικρές επιλογές στο να ρυθμιστεί ο ήχος του κλιπ. Με τη βοήθεια του μίκτη που βρίσκεται από το μενού στην μπάρα όπου αναγραφεί Audio (εικόνα 3.8), δίνεται η δυνατότητα για επιπλέον ρυθμίσεις για τον ήχο. Έτσι, επέλεγα κάθε φορά όποιο κομμάτι ήχου χρειάζομαι και επεξεργάστηκα την ένταση της μουσικής και του μικροφώνου ώστε να έχω το επιθυμητό αποτέλεσμα.



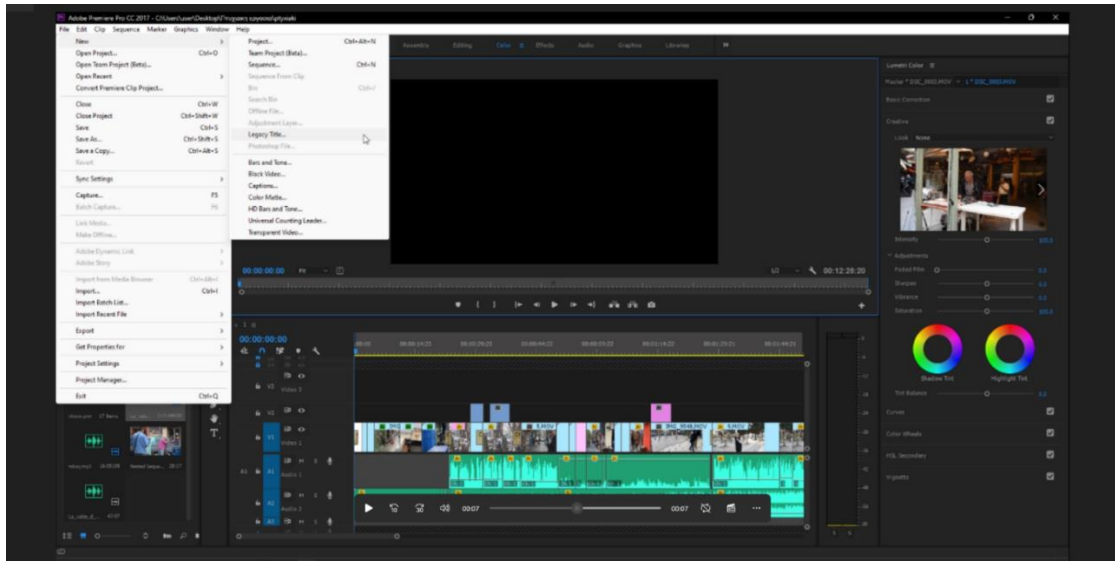
Εικόνα 3.8 Μίκτης ήχου

3.3.5. Προσθήκη υποτίτλων

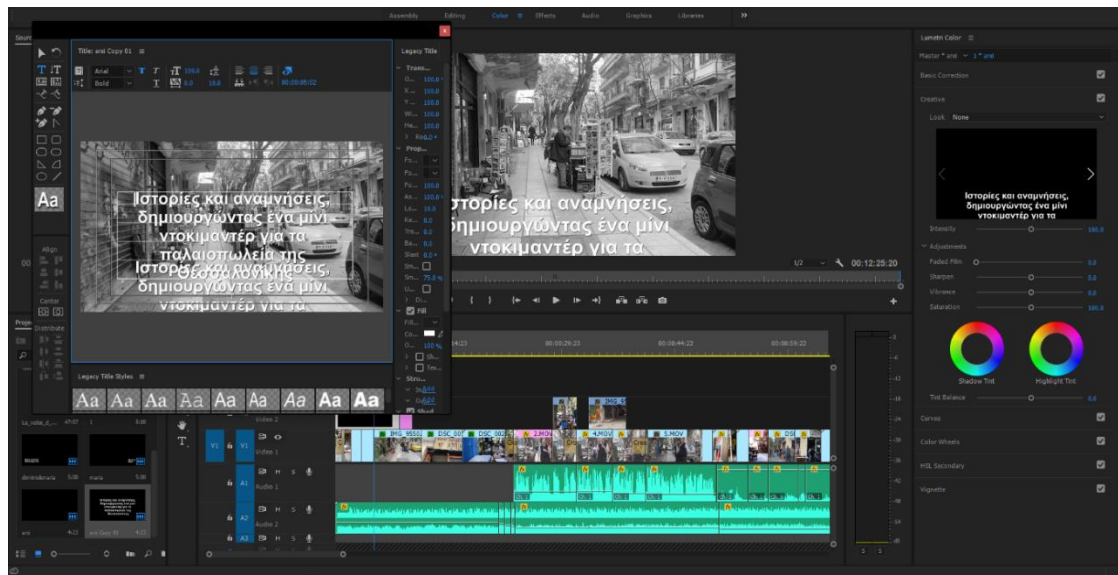
Στο τέλος πρόσθεσα υπότιτλους με την επιλογή στο Files, Open project και μετά Legacy titles όπως φαίνεται στις εικόνες 3.9 και 3.10. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον δίνεται η δυνατότητα για την επεξεργασία του κειμένου. Υπάρχει η δυνατότητα αλλαγής της γραμματοσειράς, του χρώματος, του μεγέθους των γραμμάτων και άλλων παραμέτρων. Επίσης, από την επιλογή που δίνει το πρόγραμμα επεξεργασίας έβαλα να υπάρχει κύλιση και να ανεβαίνουν τα γράμματα προς τα πάνω, και με αυτόν τρόπο πρόσθεσα στην αρχή του βίντεο τον τίτλο της Πτυχιακής μου εργασίας και αργότερα στο σημείο με την συνέντευξη, πρόσθεσα τα ονόματα των συνεντευξιαζόμενων.

Στο τέλος του ντοκιμαντέρ έκανα μια μικρή ηχογράφιση με αφήγηση, για να υπάρχει ένα ομαλό τέλος στο ντοκιμαντέρ, μέσω του προγράμματος Audacity. Αυτό ήταν εφικτό από την

επιλογή εγγραφή φωνής και το πρόσθεσα αργότερα στο Premiere Pro. Σε εκείνο το σημείο πρόσθεσα και λίγα λόγια, ευχαριστίες που αφορούσαν την παραγωγή, αλλά και όλες τις πληροφορίες για την παραγωγή, δηλαδή ποιος ανέλαβε την εικονοληψία, ηχοληψία και την επεξεργασία του ντοκιμαντέρ. Επίσης μαζί με πλάνα πάλι από το Μπιτ Παζάρ ώστε να υπάρχει κάτι να καλύψει το κενό, επίσης πρόσθεσα ευχαριστήριο σημείωμα και την παραγωγή.



Εικόνα 3.9 Προσθήκη υποτίτλων μέσα από το μενού του λογισμικού



Εικόνα 3.10 Επεξεργασία των υποτίτλων

3.4. Τελικό αποτέλεσμα

Κατά την διάρκεια των γυρισμάτων κατάλαβα πως η διαδικασία της παραγωγής οπτικοακουστικού υλικού είναι κάτι που έχει πολλές απαιτήσεις, ειδικά όταν όλες οι θέσεις καλύπτονται από ένα άτομο. Η διάρκειά του είναι περίπου 12 λεπτά και αποτελεί μη-μυθοπλασία, εφόσον αφορά την καταγραφή της πραγματικότητας από παλαιοπόλες. Το ντοκιμαντέρ διαδραματίζεται στους δρόμους της Θεσσαλονίκης, σε γειτονίες και μαγαζιά τα οποία με την πρώτη ματιά μπορεί να φαίνονται ασήμαντα αλλά μέσα κρύβουν θησαυρούς.

Η επεξεργασία του ντοκιμαντέρ δεν ήταν εύκολη διαδικασία και ήθελε αρκετή δουλειά και υπομονή ώστε να δημιουργηθεί το αποτέλεσμα που επιθυμούσα. Στην αρχή υπάρχει πάντα μια απογοήτευση αφού το αποτέλεσμα που έχεις στο μυαλό σου, είναι δύσκολο να βγει ακριβώς όπως το σκέφτεσαι. Στη συνέχεια, όμως, όσο προχωράει η διαδικασία και ειδικότερα μέσα από το μοντάζ και βλέπεις πως υπάρχει η δυνατότητα να βελτιωθούν αρκετά σημεία μέσα από όλο αυτό, καταλαβαίνεις πως η υπομονή και η επιμονή που είχες επέφεραν θετικά αποτελέσματα.

Συμπεράσματα

Η υλοποίηση του ντοκιμαντέρ αυτού ήταν μια αξέχαστη περιπέτεια, έμαθα αρκετά πράγματα για την παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού αλλά και αρκετά πράγματα για τα παλαιοπωλεία. Κατά την διάρκεια έμαθα τις δυσκολίες που μπορεί να έχει αυτός ο τομέας και το πόσο “τρέξιμο” χρειάζεται μια παραγωγή για να φτάσει στο επιθυμητό της αποτέλεσμα, έμαθα πόσο δύσκολο είναι να βρω άτομα για να μπορώ να κάνω την συνέντευξη που χρειαζόμουν.

Αντιλήφθηκα τις δυσκολίες που περιλαμβάνει μία οπτικοακουστική παραγωγή, ιδιαίτερα όταν υπάρχει μόνο ένα άτομο που θα πρέπει να κινηθεί γύρω από όλες τις θέσεις (εικονοληψία, ηχοληψία, σκηνοθεσία, επεξεργασία). Είναι πάρα πολλοί οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη και δεν είναι πάντα εύκολο να προβλεφθούν όλοι. Επίσης, η έλλειψη εμπειρίας οδηγεί σε αρκετά σφάλματα τα οποία κάποια διορθώνονται κάποια άλλα όχι. Το σίγουρο είναι ότι στη συνέχεια, όλα αυτά τα σφάλματα γίνονται μαθήματα για την επόμενη παραγωγή. Είναι μία πολύ δύσκολη και απαιτητική εργασία, η οποία, όμως, είναι εξαιρετικά δημιουργική και στο τέλος αφήνει ένα υπέροχο συναίσθημα.

Σε όλη αυτή την διαδικασία εννοείται πως γνώρισα αρκετά άτομα, από κάποιους βίωσα την απόρριψη γιατί δεν ήθελαν ούτε να μιλήσουν μπροστά στην κάμερα, αλλά ούτε και να μου πουν δυο λόγια ιδιωτικά. Από άλλους, βέβαια, έμαθα αρκετά πράγματα, από τον κάθε ένα ξεχωριστά άκουσα καινούρια πράγματα που με βοήθησαν και στην παραγωγή αλλά και γενικότερα στο να γνωρίσω τον χώρο των παλαιοπωλείων.

Από ψυχολογικής άποψης, κάποιοι από εμάς ψάχνουμε τα παλιά αντικείμενα στην προσπάθεια μας να επαναφέρουμε κάτι που μας θυμίζει το παρελθόν, κάτι που να είναι οικείο για εμάς γιατί είναι πιο εύκολο παρά να δημιουργήσουμε και να αναζητήσουμε κάτι νέο. Έμαθα πόση αξία τελικά έχουν τα αντικείμενα που πολλοί αποκαλούμε “σκουπίδια” και πόση χαρά μπορούν να προσφέρουν σε όσους τα βρίσκουν στα παλαιοπωλεία, που είτε τα χαζεύουν, είτε τα αγοράζουν και τα χαίρονται. Επίσης, όπως μου είχαν πει ο κύριος Δημήτρης και η Μαρία, οι ίδιοι αυτό που επιθυμούν είναι ότι όταν ο κόσμος μπαίνει στα μαγαζιά τους να χαίρεται ακόμα και αν δεν αγοράσει κάτι. Όσο βρισκόμουν μέσα στους χώρους των παλαιοπωλείων συνειδητοποίησα πόσο μπορούν να ξεκλειδώνουν αναμνήσεις και συναισθήματα. Βλέποντας αντικείμενα που μπορεί να υπήρχαν στο δικό μου σπίτι κάποτε ή κάποιο παιχνίδι που είχα σαν παιδί, επαναφέρει στο μυαλό τις προσωπικές εικόνες που έχεις από το αντικείμενο αυτό.

Μπορώ, πλέον, να πω με σιγουριά πως πολλά αντικείμενα δεν είναι ανάγκη να καταλήξουν στα σκουπίδια, αλλά μέσα από κάποιο τέτοιο κατάσταση να μπορούν να ανακυκλωθούν σε κάποιο άλλο άτομο και έτσι να μείνουν για πάντα “ζωντανά”. Στα παλαιοπωλεία, λοιπόν, δεν θα βρει κάποιος μόνο παλιά ξεχασμένα αντικείμενα, αλλά και αναμνήσεις, ιστορίες και άλλα πολλά. Άλλωστε όπως μια παροιμία λέει *“Τα σκουπίδια κάποιου, μπορεί να είναι ο θησαυρός για κάποιον άλλον.”* Κρατώ το πιο σημαντικό που μου είπε ένας κύριος: *“Να θυμάσαι κορίτσι μου, οι αναμνήσεις δεν μπορούν να γίνουν ποτέ σκουπίδια.”*

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

1. Καλαμπάκας, Β. και Κυριακουλάκος, Π., 2015. «Η οπτικοακουστική κατασκευή». Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, www.kallipos.gr, <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5709>
2. Καρακάσης, Α., Γούσιος, Χρήστος, Χ., και Κεφάλας, Κ., 2015. «Εφόδιο για νέους ντοκιμαντερίστες». Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, www.kallipos.gr, <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/3870> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/2/2023).
3. Σκοπετέας, Ι., 2015. «Η δημιουργία της μυθοπλαστικής αφήγησης και τα είδη των κινηματογραφικών ταινιών». Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, <https://repository.kallipos.gr/handle/11419/5729>
4. Σοφός, Α., Γιασιράνης, Στέφανος, 2022. «Η ταινία και το βίντεο στην εκπαίδευση». Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, <https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/8451/1/369-SOFOS-Film-and-video-in-education.pdf>.

Ξενόγλωσση

1. Eitzen, D. 1995. When is a documentary?: Documentary as a mode of reception. *Cinema Journal*, 35(1), 81-102.
2. Nichols, B. 1991. *Representing reality: Issues and concepts in documentary*. Bloomington: Indiana University Press.
3. Plantinga, C. 2005. What a documentary is, after all. *The Journal of aesthetics and art criticism*, 63(2), 105-117.
4. Podara, A., Giomelakis, D., Nicolaou, C., Matsiola, M., & Kotsakis, R. 2021. Digital storytelling in cultural heritage: Audience engagement in the interactive documentary new life. *Sustainability*, 13(3), 1193.

Διαδικτυακές πηγές

1. Abramson, A. (2022, Οκτώβριος 26). *What's the Difference Between "Vintage," "Antique," and "Retro"?* Ανάκτηση από <https://www.apartmenttherapy.com/age-defining-an-130615> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 11/1/2023).
2. Απότα, Θ. (2022, Μαΐου 18). «Τρυπώσαμε» σε γνωστό παλαιοπωλείο της Θεσσαλονίκης. *Είδη, πελάτες και... αζίζες*. Ανάκτηση από <https://seleo.gr/thessaloniki/%cf%84%cf%81%cf%85%cf%80%cf%8e%cf%83%ce%b1%ce%bc%ce%b5-%cf%83%ce%b5-%ce%b3%ce%bd%cf%89%cf%83%cf%84%cf%8c-%cf%80%ce%b1%ce%bb%ce%b1%ce%b9%ce%bf%cf%80%cf%89%ce%bb%ce%b5%ce%af%ce%bf-%cf%84/> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 11/1/2023).
3. Γκούμας, Α. (2014, Μαρτίου 19). *CINEPIVATES*. Ανάκτηση από <https://cinepivates.gr/documentary-aspects-of-reality/> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 11/1/2023).
4. Euronews, 2014. *Ταξίδι σε μία άλλη εποχή: Τα παλαιοπωλεία της πλατείας Αβησσυνίας*. Διαθέσιμο διαδικτυακά: <https://gr.euronews.com/2014/02/21/ta-palaiopoleia-plateia-avissinias-taxidi-se-alli-epoxi-odiporiko-athina> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/3/2023).
5. Farmantiques, (2018, Απρίλιος 18). *What's the difference between "antique and vintage"*. Διαθέσιμο διαδικτυακά: <https://www.farmantiques.net/blog/whats-the-difference-between-antique-vintage> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 12/3/2023).
6. Market Business News, 2023. *What is a flea market? Definition and examples*. Διαθέσιμο διαδικτυακά: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/flea-market/> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/3/2023).
7. Μόρφη, Φ. (2019, Ιουλίου 06). *Παλαιοπωλεία: Εκεί όπου σμίγουν τα χνάρια των χεριών μας*. <https://www.maxmag.gr/afieromata/palaiopoleia/>
8. Selway, K. (2017, August 29). *Bill Nichols' 6 Modes of Documentary*. Ανάκτηση από Listoff Global Network: <https://liftoff.network/bill-nichols-6-modes-documentary> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/1/2023).
9. Wearemovingstories, 2020. *Melbourne Documentary Film Festival 2020 – Louie's Antiques*. Διαθέσιμο διαδικτυακά: <http://www.wearemovingstories.com/we-are-moving-stories-films/2019/1/17/louies-antiques> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/3/2023).

Βίντεο

1. Αληθινά Σενάρια, 2012. *Η διαχρονική αγορά της Θεσσαλονίκης*. Βίντεο διαθέσιμο <https://www.dailymotion.com/video/x7ubhfz> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 13/3/2023).
2. Alphatv, 2018. *Ο παράδεισος της Vintage κουλτούρας σε παλαιοπωλείο στην Κηφισιά*. Διαθέσιμο διαδικτυκά: <https://www.alphatv.gr/news/koinonia/article/7181/o-paradeisos-tis-vintage-koultouras-se-palaiopoleio-stin-kifisia/> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 20/1/2023).
3. Grannys House, 2019. *Η χρονοκάψουλα του Granny's House ανοίγει τις πόρτες της στην εκπομπή "Σαββατοκύριακο με το Μάνεση"*. Διαθέσιμο διαδικτυκά: <https://www.youtube.com/watch?v=K9iJApTSy7I> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 20/1/2023).
4. Lindsey, C. 2022. *How a Katy antique shop became Houston's go-to spot for movie posters*. Διαθέσιμο διαδικτυκά: <https://preview.houstonchronicle.com/movies-tv/a-katy-antique-shop-is-the-place-to-go-for-movie-17484722> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 10/3/2023).
5. Orpentv, 2022. *Το πιο ιδιαίτερο παλαιοπωλείο του Πειραιά*. Διαθέσιμο διαδικτυκά: <https://www.tvopen.gr/watch/143402/topioidiaiteropalaiopoleiotoypeiraia> (ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης 20/1/2023).

Συνεντεύξεις

1. Ευγενίου, Π. (συνεντευξιάστρια) & Μακρή, Μ. (συνεντευξιαζόμενη). (2022). Πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας.
2. Ευγενίου, Π. (συνεντευξιάστρια) & Περλάτος, Δ. (συνεντευξιαζόμενος). (2022). Πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας.